



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

ESCUELA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR INTEGRACIÓN Y ADUANAS

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS**

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE ARTEFACTOS
SANITARIOS AL MERCADO PERUANO, PERIODO 2009 - 2018”**

AUTORA:

RAMOS ALMENDÁRIZ DANIELA ALEJANDRA

DIRECTOR DE TESIS:

ECON. HUGO CERÓN

QUITO - ECUADOR

ABRIL 2010

DEDICATORIA

Durante estos cuatro años de lucha constante, de gratas vivencias, de momentos de éxitos y también de angustias y desesperación para poder cumplir mis objetivos y así poder alcanzar uno de mis más grandes anhelos, culminar mi carrera, los deseos de superarme y de lograr mi meta eran tan grandes que logré vencer todos los obstáculos y es por ello que debo dedicar este triunfo a quienes en todo momento me llenaron de amor y apoyo, y por sobre todo me brindaron su amistad:

A mi hermano Luis Andrés por acompañarme durante esta etapa y para que le sirva de ejemplo y motivación en su vida.

A toda mi familia por confiar en mí, este triunfo lo comparto con ustedes.

Y de manera especial a mi tío Abel, quien fue el pilar fundamental para este logro, por haberme brindado toda su confianza, apoyo y paciencia. Gracias por creer en mí. Mi esfuerzo sirvió de mucho y aquí está el fruto. Aquí está lo que Tú me brindaste, y Hoy soy grata contigo retribuyéndote con este triunfo mío.

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme la oportunidad de vivir, por ser él mi guía durante cada segundo de mi existencia, por permitirme realizar mis estudios y concluirlos de manera exitosa, y principalmente por darme fortaleza espiritual en los momentos difíciles.

A mi tío Jaime por ser la persona que me ha enseñado con su ejemplo a rebasar todas las barreras que la vida nos presenta, a querer ser mejor cada día, a entender que no hay nada imposible y que sólo hay que esmerarse, ser responsable y sacrificarse, si es necesario, para lograr las metas que nos planteamos. Siempre serás mi Ejemplo a seguir.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial donde me he formado como profesional para servir a la sociedad y aportar a la misma.

A todos mis amigos por estar conmigo en todo este tiempo donde he vivido momentos difíciles, tristes y de felicidad, juntos compartimos el verdadero significado de la amistad, y les digo que siempre los recordaré.

Al Econ. Hugo Cerón por sus consejos, enseñanzas y apoyo durante la dirección de este trabajo.

A cada uno de mis profesores que compartieron durante mi carrera universitaria sus conocimientos académicos y humanos que son la base para alcanzar el éxito.

Gracias

Daniela

AUTORÍA

Yo, Daniela Alejandra Ramos Almendáriz, soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis, y el patrimonio intelectual de la Tesis de Grado pertenecen a la Universidad Tecnológica Equinoccial.

X

EL

AUTOR

CERTIFICACIÓN

Economista.
HUGO CERÓN
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que la presente Tesis realizada por la señorita Daniela Alejandra Ramos Almendáriz, sobre el tema: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE ARTEFACTOS SANITARIOS AL MERCADO PERUANO PERÍODO (2009 – 2018)" ha sido revisado por el suscrito, habiendo conestado que cumple con todos los requisitos de forma y de fondo establecidos por la Escuela de Comercio Exterior, Integración y Aduanas de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

Quito, Abril 2010

X

EL DIRECTOR

INTRODUCCIÓN

El Ecuador tiene una amplia gama de productos cerámicos que se destinan al mercado nacional y al internacional como vajillas y artículos de uso doméstico, artefactos sanitarios y piezas complementarias, objetos decorativos y una serie de artesanías; pero el producto estrella del sector corresponde a la cerámica sanitaria. Estas cerámicas sanitarias incluyen productos como: Fregaderos, lavabos, pedestales de lavabos, bañeras, bides, inodoros, cisternas, urinarios y aparatos fijos similares, de cerámica para usos sanitarios, excepto de porcelana.

La exportación de artefactos sanitarios en el Ecuador es reconocido a nivel internacional motivo por el cual existe una gran demanda en países como Perú, Colombia, Chile, los mismos que se encuentran como primeros importadores de artefactos sanitarios ecuatorianos, las estadísticas son claras y revelan que la comercialización de las piezas respectivamente se convertirá en los próximos años en un importante rubro dentro de la economía nacional y aspiran que el éxito que ha tenido esta actividad comercial sea cada vez mayor, por tal motivo considero necesario aprovechar ésta y otras ventajas ya que a través de este proyecto y específicamente del estudio a elaborarse pretendo mantener esta tendencia y acceder al mercado Peruano, para que a su vez sea vitrina y puerta a nuevos mercados internacionales.

La presente investigación recopila información para el cumplimiento del objetivo planteado: satisfacer al mercado peruano, a fin de cubrir sus necesidades de consumo.

Este estudio está dividido en diez capítulos, los mismos que se detallan de la siguiente manera:

El Capítulo I contiene el planteamiento del problema, justificativo, objetivos e hipótesis.

El Capítulo II se expone los antecedentes históricos del producto, el proceso de fabricación de los artefactos sanitarios de manera general, así como también los modelos que serán exportados al mercado Peruano, y además analizamos las características de la producción cerámica en el Ecuador.

El Capítulo III detalla la base legal para la constitución de la empresa y las instituciones tanto públicas como privadas que nos ayudan para el desarrollo de nuestro proyecto.

En el Capítulo IV analizamos el estudio del mercado, se examina las características del mercado internacional y del mercado peruano, la demanda de artefactos sanitarios, el análisis de precios y el estudio de comercialización para verificar la posibilidad de ingresar el producto al mercado peruano.

El Capítulo V se expone el estudio técnico en el cual se determina la localización y tamaño óptimo del proyecto en base a variables como por ejemplo la demanda, tecnología, disponibilidad del producto, entre otras. Se determinará a través del método cualitativo por puntos en el que se obtuvo como zona estratégica desde el punto de vista de comercialización como de abastecimiento del producto a la ciudad de Quito.

El Capítulo VI de Comercio Exterior contiene la selección del incoterm, condiciones de pago, trámites de exportación en Ecuador, procedimiento en aduanas, los documentos necesarios para exportar valorados y la política comercial para Perú.

El Capítulo VII de inversión y financiamiento se determina la inversión total del proyecto en activos fijos tangibles, activos fijos intangibles y capital de trabajo; se establece la forma adecuada de financiamiento que permitirá tener un rendimiento sobre la inversión.

En el Capítulo VIII analizamos los costos gastos e ingresos en los cuales se determina los costos y gastos administrativos, financieros, que fueron proyectados para toda la vida útil del proyecto y los ingresos del mismo.

En el Capítulo IX se determina el estado de situación inicial, el estado de resultados, el flujo de caja, además analizamos la rentabilidad del proyecto y su período de recuperación, así como el valor actual neto, tasa interna de retorno, punto de equilibrio y los indicadores financieros.

Por último determinamos en el Capítulo X las respectivas conclusiones y recomendaciones para el proyecto.

Luego del estudio realizado se considera que los artefactos sanitarios debe exportarse a Perú ya que existen las condiciones favorables para el mismo, las mismas que son demanda y precio. Nuestro país tiene varias oportunidades para consolidar nuevos mercados ofreciendo a su vez productos de alta calidad, con lo cual obtenemos rentabilidad segura en el mercado externo.

ÍNDICE

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2 JUSTIFICATIVO.....	1
1.3 OBJETIVOS	2
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	2
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	2
1.4 HIPÓTESIS	3

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DEL PRODUCTO

2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS	4
2.2 PROCESO DE ELABORACIÓN.....	6
2.2.1 MATRICERÍA	6
2.2.2 MOLDES	7
2.2.3 PREPARACIÓN PASTA	8
2.2.4 PREPARACIÓN ESMALTE	9
2.2.5 VACIADO	10
2.2.6 SECADERO	11
2.2.7 INSPECCIÓN CRUDA	11
2.2.8 ESMALTADO	11
2.2.9 HORNOS	12
2.2.10 INSPECCIÓN FINAL.....	12
2.2.11 CLASIFICACIÓN.....	14
2.2.12 EMBALAJE.....	14
2.2.13 DESPACHO	15
2.3 MODELOS DE ARTEFACTOS SANITARIOS QUE SERÁN EXPORTADOS CON DESTINO AL MERCADO PERUANO	15
2.4 CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN CERÁMICA EN EL ECUADOR	17
2.4.1 DESARROLLO DEL SECTOR	18
2.4.2 PRINCIPALES PRODUCTORES.....	18

2.4.3 EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS CERÁMICOS Y MERCADOS PRINCIPALES	19
2.4.4 EXPORTACIONES DE PRODUCTOS CERÁMICOS POR SECTOR	19
2.4.5 EXPORTACIONES ECUATORIANAS PRINCIPALES PRODUCTOS CERÁMICOS	21

CAPÍTULO III

MARCO LEGAL

3.1 COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	22
3.2 CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DENOMINADA “SANITEX TRADER CIA. LTDA.”	23
3.2.1 BORRADOR DE LA MINUTA DE ESCRITURA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA	23
3.3 INSTITUCIONES RELACIONADAS CON LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL EN EL ECUADOR	25
3.3.1 INSTITUCIONES PÚBLICAS	26
3.3.1.1 MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD (MIPRO)	26
3.3.1.2 CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN)	27
3.3.1.3 CONSEJO DE COMERCIO EXTERIOR INVERSIONES (COMEXI)	27
3.3.1.4 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI)	29
3.3.1.5 SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS	29
3.3.1.6 CORPORACIÓN ADUANERA ECUATORIANA	29
3.3.2 INSTITUCIONES PRIVADAS	30
3.3.2.1 FEDERACIÓN ECUATORIANA DE EXPORTADORES (FEDEXPOR)	30
3.3.2.2 CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN DE EXPORTADORES E INVERSIONES (CORPEI)	31
3.4 LEYES CONEXAS	34
3.4.1 LEY ORGÁNICA DE ADUANAS (LOA)	34
3.4.2 CÓDIGO TRIBUTARIO	34
3.4.3 CÓDIGO DE COMERCIO	35
3.4.4 LEY DE COMPAÑÍAS	35
3.4.4.1 REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA SOCIEDADES BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS	35
3.4.5 LEY DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES (LEXI)	36

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE MERCADO

4.1 INTRODUCCIÓN	39
4.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO	40
4.3 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	40
4.3.1 GENERALIDADES	40

4.3.2 PARTIDA ARANCELARIA	41
4.4 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO MUNDIAL	42
4.4.1 EXPORTADORES MUNDIALES DE ARTEFACTOS SANITARIOS	42
4.4.2 IMPORTADORES MUNDIALES DE ARTEFACTOS SANITARIOS.....	44
4.4.3 PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE PERÚ	45
4.5 MERCADO PERUANO	46
4.5.1 PERÚ	46
4.5.1.1 SITUACIÓN GEOGRÁFICA.....	46
4.5.1.2 DATOS GENERALES.....	47
4.5.1.3 BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR - PERÚ	49
4.5.1.4 BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA ECUADOR - PERÚ.....	50
4.5.1.5 IMPORTANCIA DEL MERCADO PERUANO	51
4.6 PARTICIPACIÓN DEL ECUADOR EN EL CONTEXTO MUNDIAL	53
4.6.1 DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS.....	53
4.7 METODOLOGÍA PARA CUANTIFICAR LA OFERTA Y DEMANDA DEL PROYECTO.....	55
4.7.1 POBLACIÓN	55
4.7.1.1 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN.....	57
4.7.2 DEMANDA	58
4.7.2.1 PRODUCCIÓN DE ARTEFACTOS SANITARIOS EN PERÚ	58
4.7.2.1.1 PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN	59
4.7.2.2 IMPORTACIONES PERUANAS DE ARTEFACTOS SANITARIOS	61
4.7.2.2.1 PROYECCIÓN DE LAS IMPORTACIONES PERUANAS.....	61
4.7.2.3 EXPORTACIONES PERUANAS DE ARTEFACTOS SANITARIOS	63
4.7.2.3.1 PROYECCIÓN DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS.....	63
4.7.3 CONSUMO NACIONAL APARENTE	65
4.8 COMERCIALIZACIÓN	65
4.8.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....	65
4.8.1.1 DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTEFACTOS SANITARIOS.....	66
4.9 PRECIOS	67

CAPÍTULO V

ESTUDIO TÉCNICO

5.1 INTRODUCCIÓN	68
5.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO	68
5.3 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	68
5.3.1 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.....	69
5.4 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	72
5.4.1 MACROLOCALIZACIÓN.....	72
5.4.2 MICROLOCALIZACIÓN	73
5.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	75

5.5.1 PROCESO PRODUCTIVO.....	75
5.5.2 DISTRIBUCIÓN DE LA OFICINA.....	78

CAPÍTULO VI

COMERCIO EXTERIOR

6.1 INTRODUCCIÓN	80
6.2 FICHA TÉCNICA DE LOS ARTEFACTOS SANITARIOS	81
6.3 FLUJO GRAMA DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN	81
6.4 CONDICIONES DE NEGOCIACIÓN.....	83
6.4.1 SISTEMA DE MEDIDA.....	83
6.4.2 INCOTERMS.....	83
6.4.2.1 OBLIGACIONES DEL COMPRADOR.....	85
6.4.2.2 OBLIGACIONES DEL VENDEDOR	85
6.4.3 CONDICIONES DE PAGO.....	86
6.5 TRÁMITES DE EXPORTACIÓN EN ECUADOR	87
6.5.1 REGISTRO OCE (OPERADOR DE COMERCIO EXTERIOR)	87
6.5.2 PROCEDIMIENTO EN ADUANAS.....	88
6.6 DOCUMENTOS PARA LA EXPORTACIÓN	90
6.6.1 FACTURA COMERCIAL	91
6.6.2 LISTA DE EMPAQUE	92
6.6.3 CERTIFICADO DE ORIGEN.....	92
6.7 PROCEDIMIENTO PARA EL TRASLADO DEL PRODUCTO HASTA EL EMBARQUE INTERNACIONAL....	93
6.7.1 TRANSPORTE INTERNO.....	93
6.7.2 TASA DE ALMACENAJE	94
6.7.3 DECLARACIÓN ADUANERA.....	94
6.7.4 CONOCIMIENTO DE EMBARQUE.....	96
6.7.5 CUPÓN DE APORTACIÓN A LA CORPEI	97
6.7.6 FLETE INTERNACIONAL	98
6.7.7 GASTOS BANCARIOS	98
6.6.7.1 CARTA DE CRÉDITO PARA LA EXPORTACIÓN.....	99
6.6.7.2 COBRANZAS ENVIADAS AL EXTERIOR	99
6.7.8 SEGURO INTERNACIONAL.....	99
6.8 FIJACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN	100
6.9 POLÍTICA COMERCIAL ECUADOR - PERÚ.....	100
6.9.1 ACUERDOS MULTILATERALES Y BILATERALES	100

CAPÍTULO VII

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

7.1 INTRODUCCIÓN	102
7.2 INVERSIONES DEL PROYECTO	102
7.2.1 ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	103
7.2.1.1 BIENES INMUEBLES	103
7.2.1.1.1 OFICINA.....	103
7.2.1.2 BIENES MUEBLES.....	104
7.2.1.2.1 VEHÍCULO.....	104
7.2.1.2.2 MUEBLES Y ENSERES.....	104
7.2.1.2.3 EQUIPO DE OFICINA.....	105
7.2.1.2.4 EQUIPO DE COMPUTACIÓN	106
7.2.2 ACTIVOS INTANGIBLES / DIFERIDOS	106
7.2.3 CAPITAL DE TRABAJO.....	107
7.3 FINANCIAMIENTO DE LA DEUDA.....	107
7.3.1 ESTRUCTURA DE LA DEUDA.....	108
7.3.2 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA.....	109

CAPÍTULO VIII

COSTOS, GASTOS E INGRESOS

8.1 INTRODUCCIÓN	111
8.2 COSTOS DEL PROYECTO	111
8.2.1 COSTOS OPERACIONALES DEL PROYECTO.....	111
8.2.1.1 PRODUCTO.....	112
8.2.1.2 MANO DE OBRA INDIRECTA	114
8.2.1.3 MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN	114
8.2.1.4 SEGUROS	115
8.2.1.5 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.....	116
8.2.2 GASTOS OPERACIONALES DEL PROYECTO.....	117
8.2.2.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	117
8.2.2.2 GASTOS GENERALES	118
8.2.2.3 GASTOS VENTAS	118
8.2.2.4 GASTOS FINANCIEROS.....	119
8.2.3 COSTOS TOTALES DEL PROYECTO.....	119
8.3 INGRESOS DEL PROYECTO	123

CAPÍTULO IX

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

9.1 INTRODUCCIÓN	127
9.2 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	127
9.3 ESTADO DE RESULTADOS	129
9.4 FLUJO DE CAJA.....	132
9.5 INDICADORES DE RENTABILIDAD	133
9.5.1 COSTO DE CAPITAL.....	133
9.5.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)	134
9.5.3 TASA INTERNA DE RETORNO	136
9.5.4 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	138
9.6 PUNTO DE EQUILIBRIO	139
9.7 INDICADORES FINANCIEROS	142

CAPÍTULO X

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1 CONCLUSIONES.....	145
10.2 RECOMENDACIONES	147

BIBLIOGRAFÍA	148
---------------------------	------------

APÉNDICES

ANEXOS

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El tema objeto de estudio es analizar si la exportación de artefactos sanitarios en el Ecuador, cuya finalidad es satisfacer al mercado peruano con productos competitivos es viable, rentable y al mismo tiempo si es positivo o negativo para la Economía Nacional.

1.2 JUSTIFICATIVO

La exportación de artefactos sanitarios en el Ecuador es reconocido a nivel internacional, motivo por el cual existe una gran demanda en países como Perú, Colombia, Chile, los mismos que se encuentran como primeros importadores de artefactos sanitarios ecuatorianos, las estadísticas son claras y revelan que la comercialización de las piezas respectivamente se convertirá en los próximos años en un importante rubro dentro de la economía nacional y aspiran que el éxito que ha tenido esta actividad comercial sea cada vez mayor, en vista de tal situación considero necesario aprovechar esta y otras ventajas ya que a través de este proyecto y específicamente del estudio a elaborarse pretendo mantener esta tendencia y acceder al mercado Peruano, cuyo nicho de mercado es Lima para que a su vez sea vitrina y puerta a nuevos mercados internacionales.

El estudio a definirse adicionalmente está enfocado a lograr que esta actividad sea contemplada como una oportunidad de negocio.

Para el año 2004 conocemos que la fabricación de artefactos sanitarios se incrementó, generando a su vez la creación de nuevas plantas complementadas con maquinaria tecnificada que dieron como resultado el incremento del número de piezas sanitarias.

Gracias a este incremento de alguna manera se pretende llegar a importantes segmentos de consumidores, los mismos que generarán ingresos a nuestro país Ecuador, logrando a su vez la satisfacción del cliente peruano.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de exportación de artefactos sanitarios a Perú en el período comprendido entre el 2009 – 2018, procurando obtener aceptables niveles de rentabilidad y dar a conocer un producto esencial en el área de construcción, el mismo que es elaborado con insumos de excelente calidad, y cuya finalidad es comercializar para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un estudio del mercado Peruano como mercado de destino de la exportación de artefactos sanitarios, determinar si existe demanda insatisfecha.
- Conocer los aspectos técnicos y la descripción de cada proceso durante la fabricación de artefactos sanitarios.
- Identificar la inversión y financiamiento, analizar los costos e ingresos, establecer los niveles de rentabilidad y las mejores fuentes de financiamiento del proyecto.
- Determinar la mejor cadena de distribución física internacional para alcanzar una logística integral y eficiente.
- Analizar el perfil competitivo del producto en cuanto a variables de costo, calidad y tecnología, así como también en áreas de comercialización y promoción en los mercados internacionales.
- Estudiar el marco legal, los acuerdos internacionales establecidos entre Ecuador y Perú, los beneficios de las preferencias arancelarias para minimizar costos, los requerimientos y estándares nacionales e internacionales para el acceso al mercado de destino fijado.

1.4 HIPÓTESIS

Los artefactos sanitarios elaborados en cerámica bajo un sistema estricto de gestión de calidad a nivel internacional, permitirán acceder al mercado Peruano teniendo condiciones favorables para que la empresa exportadora logre obtener aceptables niveles de competitividad, rentabilidad y demanda.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DEL PRODUCTO

2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El trabajo de la cerámica es milenario; surgen con las primeras sociedades agrarias. Es clara la relación entre la tierra, los alimentos, los objetos de barro y el mismo hombre quien cosecha los frutos de la tierra, los prepara y come en recipientes de barro cocido y vuelve a la tierra a su muerte muchas veces enterrado en una vasija de barro.

El alfarero o la alfarera logran transformar la blanda, moldeable arcilla en infinidad de formas las que, al cocerse, quedan resistentes, durables, casi permanentes. Del barro se hacen desde casas hasta la más fina vajilla de porcelana. La cerámica no podemos comprenderla si la miramos como mero objeto, fuera de su contexto. Sus formas, diseños decorativos, las técnicas utilizadas para fabricarla, quién la produce, para qué y para quién, todo esto refleja las circunstancias históricas, económicas y socioculturales de la sociedad. Cuando cambia la sociedad, cambia el papel y el trabajo del alfarero y así cambia la cerámica.

Los restos de cerámica constituyen una importante ayuda para el arqueólogo en su intento de interpretar las sociedades antiguas. La cerámica proporciona una pista para llegar al pasado y, por último, a la persona que la fabricó, a su trabajo diario.

Actualmente, es bien conocido que la producción de cerámica en lo que hoy es Ecuador tiene profundas raíces históricas. En la cerámica de la sociedad agraria de Valdivia de la costa ecuatoriana, se ha encontrado la manifestación más antigua del continente americano de esta artesanía, con inicios de alrededor de 3.500 A.C. Esta tradición alfarera sigue en la cultura Machalilla, 1800 – 1500 A.C. para alcanzar su mayor perfección tecnológica y estética en la Cultura Chorrera, 1500-500 A.C.

La Costa constituye la zona más conocida arqueológicamente, habiéndose identificado cerámica utilitaria y ceremonial de diversas culturas de los períodos subsiguientes de Desarrollo Regional 500 A.C. – 500 D.C. y de Integración 500 D.C. – 1.100 D.C.

En la Sierra falta todavía mucho trabajo para lograr esclarecer los procesos prehistóricos, pero restos de cerámica se han encontrado aquí desde el período Formativo medio y tardío, alrededor de 2000 A.C. hasta la época Inca.

En cuanto a la región Amazónica, se conoce cerámica desde el Formativo Medio, alrededor de 2000 A.C. hasta el período de Integración, 500 – 1100 D.C. En esta zona geográfica se han hecho, todavía, pocas excavaciones arqueológicas.

La cerámica inca se encuentra en toda la Sierra, siendo uno de los lugares más importantes la segunda capital del Tahuantinsuyo, Tomebamba, la actual Cuenca. A pesar de que mucho está por hacerse en cuanto a investigaciones arqueológicas en el país, en general, se puede afirmar que cada grupo humano, en tiempos prehispánicos tenían sus propias formas cerámicas utilitarias y ceremoniales, así como sus distintas técnicas de fabricación de la misma.

Con la invasión española se produjo un cambio mucho más brusco, que afectó a toda la sociedad andina y que significó la desarticulación de sus instituciones, su cultura y sus tecnologías. La cerámica, sus formas y diseños, cambiaron también.

Lo que se puede afirmar es que, por las circunstancias históricas hasta ahora conocidas, la cerámica popular actual del Ecuador se puede dividir de manera general en dos grupos:

1. El primero lo conforman los alfareros que producen una cerámica utilitaria de formas de probable origen prehispánico y con técnicas que también son una herencia de las que se utilizaban antes de la llegada de los españoles. Las herramientas son pocas y sencillas, el proceso de fabricación totalmente manual, se utilizan engobes para la decoración simple y se quema la cerámica al aire libre. En la mayoría de los casos las mujeres son las ceramistas, combinando este trabajo con la agricultura y los quehaceres domésticos.
2. En el segundo grupo encontramos los alfareros que utilizan las técnicas introducidas por los españoles. El torno y el vidriado a base del óxido de plomo, decoración pintada con óxidos, más comúnmente el de cobre (verde). Se utiliza también un horno para leña, de adobe o ladrillo, para quemar las cerámicas. En este segundo

grupo el hombre es el alfarero, aunque le ayuda su esposa e hijos. Los alfareros trabajan a tiempo completo y sus talleres forman pequeñas empresas familiares que producen, muchas veces, grandes volúmenes de cerámica que corresponden a la demanda del mercado y que se venden, normalmente, a través de intermediarios o comerciantes de cerámica¹.

2.2 PROCESO DE ELABORACIÓN

Para elaborar cada una de los artefactos sanitarios que serán exportados contamos con la siguiente información que nos ayuda a comprender de mejor manera el proceso de fabricación.

2.2.1 MATRICERÍA

El área de matricería es la encargada del diseño e implementación de nuevos modelos en la línea de producción de cualquier producto como por ejemplo: EDESA S.A. Este es el punto de partida de cualquier producto que se vaya a comercializar, en donde la fabricación del modelo es a base de planos, fotografías, información proporcionada por ventas, marketing en el desarrollo de un nuevo proyecto, etc.

Al momento de este proceso, los datos de entrada deben ser previa y cuidadosamente estudiados, es decir antes de que lleguen a la etapa de matricería donde cambios sobre la marcha o cambios imprevistos pueden alterar significativamente el cumplimiento de una planificación.

A continuación presentamos el proceso de la matricería:

➤ FABRICACIÓN DEL MODELO

Se debe realizar en un 12% más grande en promedio debido al encogimiento (hornos). Además se utiliza la materia prima que es el Yeso (importado de Chile) con consumo de 3 toneladas/mes. Y finalmente se necesita de un esculpimiento artesanal.

¹ Lena Sjömann, Vasijas de Barro, La Cerámica popular en el Ecuador, Cuenca, CIDAP.

➤ **FABRICACIÓN DE MOLDES**

Se produce moldes con la matriz fabricada y ésta debe cumplir con todos los requerimientos de diseño, se debe asegurar el funcionamiento esperado en producción y ser aprobada por el comité de diseño y desarrollo. En el caso de cambios, se realizan los ajustes finales.

➤ **PRODUCCIÓN DE MATRICES PARA EL ÁREA DE MOLDES**

Se realiza de acuerdo a la demanda de producción planificada, la misma que permitirá enviar la cantidad de matrices al área de moldes. El área de matricería está a cargo de tener un correcto mantenimiento preventivo y correctivo de todas las matrices utilizadas en el área de moldes.

2.2.2 MOLDES

El área de moldes es la encargada de la fabricación de moldes para entregarlos al área de vaciado para continuar con la línea de producción.

Para hacer los moldes se necesita de:

➤ **MATERIA PRIMA**

Matrices, que son abastecidas por matricería. Además el agua que en ciertas ocasiones el caudal no es el óptimo, lo que retrasa la producción. Y el yeso importado.

Cuadro Nº 1

CARACTERÍSTICAS DEL YESO UTILIZADO EN EL ÁREA DE MOLDES		
Yeso		
	Máximo	Volcán
Procedencia	México	Chile
Mezcla agua	41% agua y 59% yeso	43% agua y 57% yeso
Modelos fabricados	Lavamanos, tanques, tapas, piezas del sistema de agua caliente, accesorios.	Pocetas, pocetas de anillo pegado, tapas normales, pedestales.

Características	Se recupera en menor tiempo. Elimina rápidamente la humedad de la pieza. Capacidad de absorción de humedad mayor que volcán. Pieza sale más rápido del molde, no permite trabajar la pieza en el molde. Proceso más rápido para vaciado.	Capacidad de absorción es más lenta y constante. Permite trabajar sobre la pieza aun cuando está en el molde (pocetas de anillo pegado). Acabado aun cuando está en el molde.
-----------------	--	---

Fuente: EDESA
Elaboración: Daniela Ramos

Luego de fabricados los moldes ingresan al proceso de secado para así continuar con el proceso de elaboración.

2.2.3 PREPARACIÓN PASTA

Es la encargada de abastecer de pasta a todos los circuitos de vaciado dentro de la fábrica, la misma que es obtenida en base a materias primas provenientes de distintos lugares, las cuales son sometidas a un análisis físico químico exhaustivo para que el producto final (pasta) tenga las mejores características posibles para su utilización. La pasta es fabricada con materias primas como son las arcillas, feldespatos y caolines.

Estos productos son analizados en sus condiciones físicas y químicas antes de mezclarlos para la fabricación de la pasta, esta pasta debe cumplir determinados parámetros antes de la fabricación entre los principales tenemos el peso específico, viscosidad, tixotropía entre otros.

➤ MATERIA PRIMA QUE SE UTILIZA PARA LA ELABORACIÓN DE LA PASTA

La materia prima proviene de distintas minas en el Ecuador, las que constantemente están sometidas a pruebas y análisis de laboratorio para conocer si son aptas para la preparación de la pasta.

Cabe destacar, que la materia prima que se encuentra en el país no posee las propiedades ideales para que la composición molecular de la pasta se ajuste a los requerimientos de laboratorio. Por esta razón, se importa materia prima (arcillas y caolines) de países como Colombia, Chile y USA, para que conjuntamente con la materia prima nacional, se realice

una formulación de mezcla que cumpla y satisfaga las propiedades químicas, físicas y moleculares para garantizar una pieza de calidad.

2.2.4 PREPARACIÓN ESMALTE

Es la encargada de proveer de esmalte en distintos colores al área de esmaltado. Éste es obtenido a base a materias primas provenientes de distintos lugares, las cuales son sometidas a un análisis físico químico exhaustivo para que tenga las mejores características posibles para su utilización.

- Mezcla de la materia prima en molinos, tomando en cuenta la formulación previa realizada en laboratorio para la obtención de un color determinado.
- El esmalte se almacena en tinas, previo a una inspección.
- Se realiza pruebas con el esmalte recién fabricado para verificar que sus propiedades estén acordes al estándar.

➤ PLANIFICACIÓN

Es realizada en función de la demanda del mercado, es decir por los colores que se encuentren con más petición en el medio nacional e internacional.

Para la fabricación de los esmaltes se utilizan los mismos materiales que la pasta, adicionando los colorantes y frita para poder obtener las características de vitrificación (similar al vidrio por eso es higiénico porque no permite absorber humedad y ninguna clase de bacterias). Igualmente, las proporciones determinan las propiedades del esmalte y son distintas para cada color. Además, la cantidad de agua para la fabricación de cada color no es la misma.

Cuadro N° 2

CLASIFICACIÓN DE LOS COLORES DE ESMALTES	
Grupo	Color
Claros	Blanco, Bone, Silver gray, Verde Mist, Dresden Blue, Rose, Spring Mist, Soft Blue, Vison Sur, Biscuit, Azul Lake, Shell, Azul Galaxy
Semi oscuros	Azul Cobalto, Verde Teal, Cherry
Oscuros	Negro, Navy Blue, Azul Milenio

Fuente: EDESA

Elaboración: Daniela Ramos

➤ PROCESO DE FERRO FILTRADO

Es un proceso mediante el cual el esmalte recién fabricado es filtrado por un sistema de imanes, que facilitan la extracción del hierro existente en la mezcla. Esta operación es fundamental para evitar que el esmalte presente impurezas que en el producto final son vistas como pequeños puntos.

Es por esta razón que los colores claros principalmente el Blanco y el Bond, tienen que pasar varias veces por este sistema para asegurar la calidad del esmalte. Por otro lado, los colores oscuros no necesitan pasar por éste proceso, y colores como el cherry u otros semi oscuros se ferro filtran de acuerdo a la cantidad de impurezas que existan y que son evaluadas en control de calidad.

2.2.5 VACIADO

El área de vaciado es el inicio de la cadena de producción de todas las piezas cerámicas que serán comercializadas por la fábrica. El proceso implica que las piezas deben ser fabricadas y terminadas con las mejores características posibles para su utilización, es decir un acabado liso, libre de imperfecciones.

Hay que tomar en cuenta que las piezas defectuosas son registradas en cualquier momento de todo el proceso. Una vez pulidas las piezas son entregadas al secadero para que de acuerdo a la planificación establecida se prosiga con la cadena de producción.

En conclusión podemos decir que el proceso de fabricación del vaciado se trata de que con la pasta y los moldes se proceden a llenarlos con un proceso controlado de condiciones de

temperatura y humedad. Esto con la finalidad de recuperar los moldes y poder llenar todos los días. La vida útil de cada uno de estos moldes es en promedio 75 piezas. Se hace 5 piezas diarias por cada molde, lo cual quiere decir que un molde dura aproximadamente 15 días hábiles.

2.2.6 SECADERO

El proceso continua en el área de secadero, permitiendo a las piezas que expulsen la humedad de una manera acelerada. Se dice que la pieza una vez sacada del molde tiene humedades del orden del 20% razón por la cual es necesario proceder con el secado a través de secaderos que llegan a los 90 grados de temperatura, esta tarea se realiza al siguiente día que es fabricada la pieza.

2.2.7 INSPECCIÓN CRUDA

Continuando con el proceso, las piezas salidas del secadero son trasladadas al área de inspección cruda, donde son inspeccionadas para decidir si son aptas para continuar con el proceso. Adicionalmente, en el caso de existir defectos menores, estos deben ser reparados.

La pieza una vez secada con humedad menor al 1% es inspeccionada en cabinas a fin de poder determinar si el producto no presenta grietas, esto con la finalidad de esmaltar solamente las piezas buenas y además porque estas piezas hasta antes de la quema se pueden reprocesar como materia prima.

2.2.8 ESMALTADO

Las piezas buenas del proceso de inspección cruda se proceden a esmaltar, es decir se da el color a la pieza. Todas las piezas que van a ser quemadas tienen que pasar por el área de esmaltado.

El proceso de esmaltado es diferente para cada modelo, sin embargo, consiste básicamente de agregar esmalte a las piezas de una manera uniforme sin excesos, cubriendo toda el área que debe tener color.

2.2.9 HORNOS

Una vez que las piezas han sido esmaltadas y ubicadas en el parqueadero de esmaltado, se procede a quemarlas en los hornos, de acuerdo a una planificación. Antes de que se quemen las piezas es posible cualquier arreglo, pero una vez quemadas los daños mayores no pueden ser reparados, ya que en el horno salen a luz todos los defectos de la pieza en el proceso.

En este paso de fabricación es muy importante que las piezas antes de ser quemadas deban tener el logotipo de la empresa, a esto lo denominamos marcaje de piezas. Que en este caso sería EDESA.

Las piezas son quemadas a un ciclo de 12 horas con temperaturas que inician con 40 grados centígrados hasta alcanzar a las seis horas una temperatura de 1200 grados centígrados y finalmente terminar luego de las 12 horas con una temperatura de 40 grados.

2.2.10 INSPECCIÓN FINAL

Una vez que las piezas han sido quemadas, la totalidad de ellas pasan a las cabinas de inspección final donde se clasifica las piezas.

A continuación presentamos ciertos criterios de inspección utilizados:

➤ CRITERIOS DE INSPECCIÓN

Cada pieza tiene distinta forma de inspección y exigencia, es decir que para ciertos casos los criterios son más estrictos. Los inspectores de acuerdo a los criterios de inspección clasifican las piezas en las siguientes clases:

➤ EXPORTACIÓN (0)

Las piezas son de excelente calidad y son consideradas para exportación.

➤ **PRIMERA (1)**

Piezas de primera calidad. La calidad es muy buena.

➤ **SEGUNDA (2)**

Piezas de segunda calidad. La calidad es buena, pero lo suficiente para no considerarla a rotura. Ciertos modelos sólo admiten piezas de primera o exportación.

➤ **REQUEMA (PR)**

Son piezas que sus defectos pueden ser reparados y que necesitan ser quemadas nuevamente. El inspector señala el lugar del defecto.

➤ **FOTOCURADO (FT)**

Son piezas que sus defectos son reparados mediante este método sin necesidad de quemar nuevamente. El proceso de fotocurado es donde se cubre el defecto con esmalte del mismo color, y se lo seca con una luz halógena.

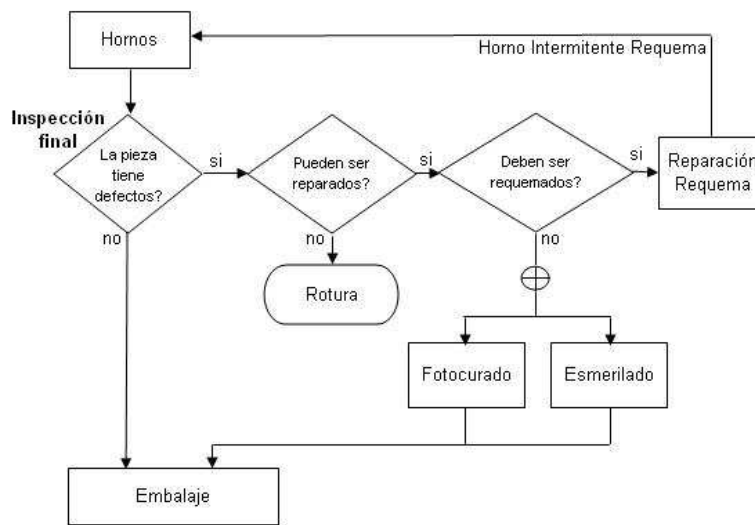
➤ **ESMERILADO (ES)**

Son piezas que sus defectos son reparados mediante este método sin necesidad de quemar nuevamente. Si la pieza el momento de ser asentada presenta desnivel en sus apoyos, la pieza va al proceso de esmerilado, el cual permite nivelar la pieza en su base, evitando el roqueo.

➤ **ROTURA (R)**

Son piezas que no pueden ser reparadas y tienen que ser destruidas para ser reprocesadas.

Figura N° 1
 DIAGRAMA DE PROCESOS DE INSPECCIÓN FINAL



Fuente: EDESA
 Elaboración: EDESA

2.2.11 CLASIFICACIÓN

El 100% de la producción es revisada a fin de poder cumplir con los estándares establecidos en las normas ASME de Estados Unidos e INEN (ecuatorianas). La producción que no cumple las especificaciones es destinada a la rotura y este material ya no se puede reprocesar y constituye el desecho o pérdida.

2.2.12 EMBALAJE

Las piezas ya clasificadas que hayan pasado por inspección final, son embaladas de acuerdo a una planificación de embalaje que incluye modelo, color, caja y el mercado al cual va a ser vendida la pieza.

- Los tanques en todos los modelos son ensamblados con sus respectivos herrajes y empaquetados con su tapa.
- El resto de los productos son embalados con todos los accesorios necesarios para su instalación, además de sus instrucciones de uso y los adhesivos dependiendo del mercado y producto.

Las piezas son embaladas en cajas de cartón e identificadas a través de leyendas y etiquetas que identifican el producto.

2.2.13 DESPACHO

Nuestros productos después de haber cumplido con todo el proceso de fabricación se despacha vía terrestre hasta el puerto de Guayaquil y de ahí se va por medio de vía marítima al puerto Callao en la ciudad de Lima.

2.3 MODELOS DE ARTEFACTOS SANITARIOS QUE SERÁN EXPORTADAS CON DESTINO AL MERCADO PERUANO

Cuadro Nº 3

MODELOS DE ARTEFACTOS SANITARIOS QUE SERÁN EXPORTADOS	
CÓDIGOS	DESCRIPCIÓN
6082	WC Kingsley
5681	Lavamanos Stylo Redondo
6082	WC Kingsley
5689	Lavamanos Essagonate
6082	WC Kingsley
5690	Lavamanos Palazzo
1161	WC Century Regular
2261	Tanque Century
5572	Lavamos Aspío
6683	Pedestal Belair
1260	WC Novo Redondo
4430	Tanque Altima
5720	Lavamanos Chelsea Nuevo
6660	Pedestal Universal
1149	WC Coronet
2252	Tanque Novo
5710	Lavamanos Shelby

Fuente: EDESA

Elaboración: Daniela Ramos

Figura Nº 2
LAVAMANOS ASPIO CON PEDESTAL BELAIR



Fuente: EDESA
Elaboración: EDESA

Figura Nº 3
WC CENTURY REGULAR CON TANQUE CENTURY



Fuente: EDESA
Elaboración: EDESA

Figura Nº 4
LAVAMANOS CHELSEA NUEVO CON PEDESTAL UNIVERSAL



Fuente: EDESA
Elaboración: EDESA

Figura Nº 5
WC CORONET CON TANQUE NOVO



Fuente: EDESA
Elaboración: EDESA

Figura Nº 6
WC KINGSLEY



Fuente: EDESA
Elaboración: EDESA

Figura Nº 7
LAVAMANOS SHELBY



Fuente: EDESA
Elaboración: EDESA

2.4 CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN CERÁMICA EN EL ECUADOR

Los productos cerámicos son un sector importante en la Sierra ecuatoriana y especialmente en la región austral; estos productos han tenido un importante desarrollo que les ha permitido colocarse en los mercados internacionales.

El sector de la cerámica abarca una serie de productos que van desde las artesanías hasta bienes de mayor industrialización como los artefactos sanitarios.

Ecuador cuenta con una amplia diversidad de productos cerámicos que se destinan al mercado nacional y al internacional. La oferta exportable del sector se divide en los siguientes grupos:

- Cerámica Artesanal (artesanías, objetos decorativos).
- Cerámica Utilitaria (comprende vajillas y artículos de uso doméstico).
- Cerámica Plana o Pisos y Paredes conocida como cerámica de material de construcción (comprende también cerámicas sanitarias). Las cerámicas sanitarias

incluyen productos como: fregaderos, lavabos, pedestales de lavabos, bañeras, bides, inodoros, cisternas, urinarios y aparatos fijos similares de cerámica para usos artefactos sanitarios, excepto de porcelana.

Las variedades de cerámicas dependen de los tipos de arcilla, de las proporciones en la mezcla, de la cocción y de la técnica utilizada. Las diferencias del esmalte con el que se cubre la pieza de cerámica o la composición de la pasta da lugar a las distintas variedades: gres, terracota, porcelanatos, etc.

2.4.1 DESARROLLO DEL SECTOR

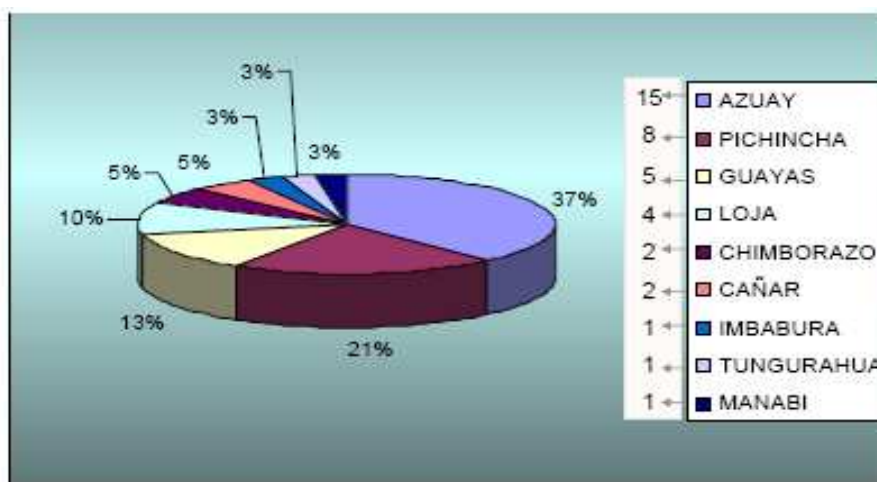
En el contexto nacional, la industria cerámica considerada como una actividad tradicional es una de las más importantes dentro de la región austral. Las empresas que conforman este sector productivo emplean aproximadamente 6000 personas indirectamente, abasteciendo gran parte de la demanda del mercado nacional.

Dado el alto nivel de competitividad a nivel interno, las empresas se han mantenido con maquinaria de punta y procesos eficientes convirtiendo a este sector productivo pionero en procesos industrializados.

2.4.2 PRINCIPALES PRODUCTORES

Las zonas de producción están ubicadas principalmente en la región sierra. El volumen actual de producción cerámica de pisos y paredes actualmente es de 450.000 m mensualmente. En lo que respecta a este sector cerámico la capacidad instalada es utilizada casi en su totalidad. El volumen actual de producción en las piezas de cerámica utilitarias es aproximadamente de 1'545.000 piezas mensualmente. En este sector de cerámica utilitaria la capacidad total instalada es para 4'600.000 piezas mensuales.

Figura N° 8
PRINCIPALES PRODUCTORES DE LA INDUSTRIA CERÁMICA EN EL ECUADOR



Fuente: Revista Tecnológica. Vol. 16, No. 1, Junio 2006
LA INDUSTRIA CERÁMICA EN EL ECUADOR
Elaboración: Daniela Ramos

2.4.3 EXPORTACIONES DE PRODUCTOS CERÁMICOS Y MERCADOS PRINCIPALES

Ecuador durante el período 2003 - 2007 ha exportado a 82 mercados en el mundo. Casi el 90% de la totalidad de las exportaciones se destinan al continente americano, es así, que en este periodo más del 50% de las exportaciones tuvieron como destino los Estados Unidos y el 38% se dirigió a países del resto de América como Colombia, Perú, Guatemala, México, Venezuela, Puerto Rico entre otros.

2.4.4 EXPORTACIONES DE PRODUCTOS CERÁMICOS POR SECTOR

Las exportaciones del sector de productos cerámicos representan aproximadamente el 1.5% dentro de las exportaciones no tradicionales ecuatorianas. En los últimos cinco años (2003-2007) estas exportaciones crecieron en un promedio anual del 2% en términos FOB y del 6% en toneladas. El crecimiento en valor se puntualiza en el año 2006 llegando a exportar USD. 35,692 mil dólares, este incremento se justifica principalmente por las exportaciones de fregaderos, lavabos, pedestales de lavabos, bañeras, bides, inodoros, cisternas, urinarios y aparatos fijos similares de cerámica para uso sanitario excepto de porcelana.

La tendencia de las exportaciones en valor FOB se puede ver que es creciente durante los años 2003-2006, pero no ocurre lo mismo en el año 2007 donde se registra un decrecimiento del 10% en valor.

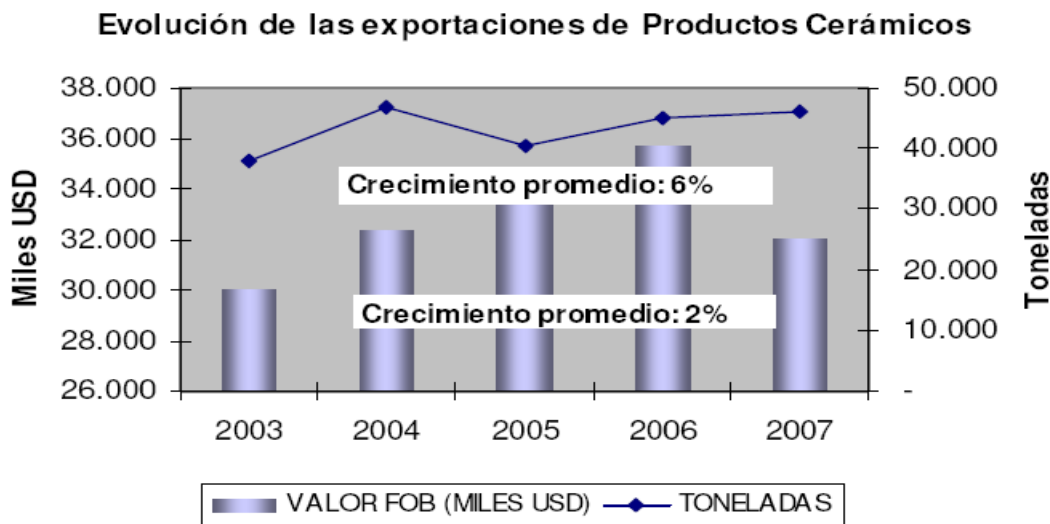
El sector exportó anualmente entre 30 y 36 millones de dólares y entre 38 y 46 millones de toneladas. En el año 2007 se registró un crecimiento en cantidad (46,096 mil ton, 2%).

Cuadro Nº 4

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE PRODUCTOS CERÁMICOS				
PERIODO	VALOR FOB (MILES USD)	TONELADAS	VARIACION FOB	VARIACION TONELADAS
2003	30.011	37.924		
2004	32.370	46.984	8%	24%
2005	34.542	40.381	7%	-14%
2006	35.692	45.060	3%	12%
2007	32.049	46.096	-10%	2%

Fuente: Banco central del Ecuador (BCE) / Sistema de Inteligencia de Mercados (SIM) CORPEI
 Elaboración: CORPEI - CICO

Figura No. 9



Fuente: BCE / SIM
 Elaboración: CORPEI - CICO

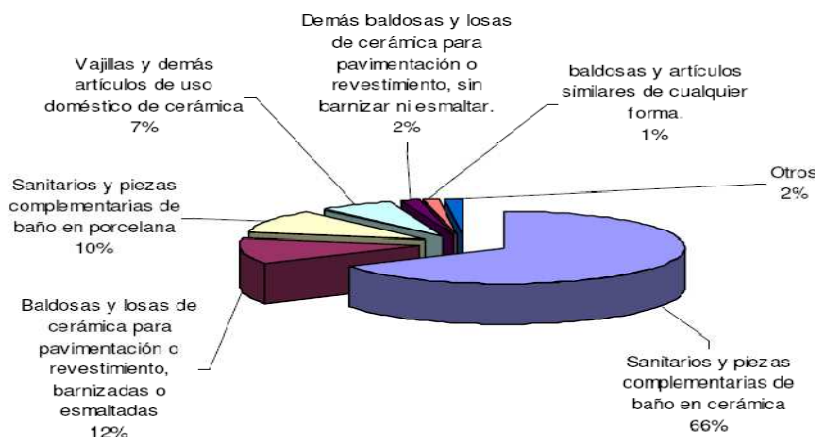
2.4.5 EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE PRINCIPALES PRODUCTOS CERÁMICOS

El Ecuador tiene una amplia gama de productos cerámicos que se destinan al mercado nacional y al internacional como vajillas y artículos de uso doméstico, artefactos sanitarios y piezas complementarias, objetos decorativos y una serie de artesanías; pero el producto estrella del sector corresponde a la cerámica sanitaria que representa aproximadamente el 66% de estas exportaciones durante el período 2003-2007. Estas cerámicas sanitarias incluyen productos como: Fregaderos, lavabos, pedestales de lavabos, bañeras, bides, inodoros, cisternas, urinarios y aparatos fijos similares, de cerámica para usos sanitarios, excepto de porcelana. El año que registró un mayor dinamismo fue en el 2006 llegando a exportar aproximadamente 36 millones de dólares.

Otro producto de importancia en este sector son las baldosas y losas; en el año 2007 se exportaron casi 6 millones de dólares y contribuye con alrededor del 12% a las exportaciones de este sector.

Los artefactos sanitarios de porcelana y las vajillas y artículos de uso doméstico también son productos con representatividad en las exportaciones de productos cerámicos ya que alcanzan valores FOB cercanos a los 4 millones de dólares y 2.5 millones respectivamente.

Figura No. 10
Principales productos cerámicos exportados por el Ecuador
Promedio 2003-2007



Fuente: BCE / SIM
 Elaboración: CORPEI - CICO

CAPÍTULO III

MARCO LEGAL

3.1 COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Al constituir la compañía, el capital estará íntegramente suscrito y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación, puede funcionar bajo una razón social o una denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituir la, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad las realizaciones de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguras, capitalización y ahorro.

La compañía de responsabilidad limitada se constituirá con tres socios, como mínimo, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a incrementarse este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Según la Ley de Compañías, el capital de la Compañía de responsabilidad limitada estará formado por las aportaciones de los socios. El capital mínimo es de 400 dólares de los Estados Unidos de América².

Hay que considerar que las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero), o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía.

² Ley de Compañías, sección V

3.2 CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DENOMINADA “SANITEX TRADER CIA. LTDA.”**3.2.1 BORRADOR DE LA MINUTA DE ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA****“SANITEX TRADER CIA. LTDA.”**

En la ciudad de Quito de la República del Ecuador, hoy día veinte y dos de octubre del año dos mil nueve, ante la doctora Mariela Pozo Acosta, Notaria Trigésimo Segunda del cantón Quito, comparecen 1.- Daniela Alejandra Ramos Almendáriz; 2.- Luis Andrés Ramos Almendáriz; y 3.- Abel Antonio Almendáriz Puente; solteros, comparecen por sus propios derechos. Los comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito, legalmente capaces para contratar y obligarse, a quienes de conocer doy fe y dicen: Que eleve a escritura pública el contenido de la minuta que me entrega cuyo tenor literal es el siguiente: SEÑOR NOTARIO: En el registro de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de la compañía **“SANITEX TRADER CIA. LTDA.”**, contenida en las siguientes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMERA.- COMPARECIENTES.- A la constitución de esta compañía, comparecen las siguientes personas naturales, por sus propios derechos: 1.- Daniela Alejandra Ramos Almendáriz; 2.- Luis Andrés Ramos Almendáriz, y 3.- Abel Antonio Almendáriz Puente, solteros, de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, domiciliados en la ciudad de Quito y capaces para contratar, quienes manifiestan su voluntad de constituir, como en efecto constituyen por medio del presente instrumento, la sociedad denominada **“SANITEX TRADER CIA. LTDA”**, la que se registrará por las Leyes Ecuatorianas y los estatutos sociales que se transcriben a continuación:

CLÁUSULA SEGUNDA.- ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA.- CAPÍTULO I.- NOMBRE, OBJETO, DURACIÓN, NACIONALIDAD Y DOMICILIO.- Art. 1.- La compañía se denominará **“SANITEX TRADER CIA. LTDA.”**, nombre con el que figurará en todos sus actos y contratos. **Art. 2.-** La compañía tendrá por objeto: a) Estudio acerca del proceso de elaboración de los artefactos sanitarios; b) Comercializar cada uno de los productos terminados hacia el mercado de destino final; c) La compañía podrá celebrar toda clase de actos y contratos civiles y mercantiles de su objeto social; d) Adquirir todos los materiales

que fueren necesarios para el cabal cumplimiento de su objeto social; e) Realizar sus propias instalaciones para la comercialización de los productos; f) Representar empresas nacionales y extranjeras privadas que tengan un objeto social similar o a fin con el señalado anteriormente.- **Art. 3.-** La compañía es de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal es en la Provincia de Pichincha, pudiendo establecer agencias, oficinas y sucursales dentro o fuera del territorio nacional.- **Art. 4.-** La compañía tendrá una duración de veinte años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura en el Registro Mercantil, plazo que podrá ampliarse o restringirse por resolución de la Junta General de Socios.- **CAPÍTULO II.- DEL CAPITAL SOCIAL.- Art. 5.-** El capital social de la Compañía es de USD 220.889,11, dividido en participaciones iguales para cada uno de los socios, este capital se encuentra totalmente suscrito por los socios y pagado íntegramente.- **Art. 6.-** Por resolución de la Junta General, la Compañía podrá aumentar su capital social, teniendo los socios preferente a suscribirlo en proporción a los aportes sociales.- **Art. 7.-** La Compañía emitirá los certificados de aportación, los mismos que serán firmados por el Presidente y el Gerente General, llevará inserta su calidad de no negociables y reunirán los requisitos de la Ley.

CLÁUSULA TERCERA.- El capital de la Compañía, se suscribe y se paga en efectivo de la siguiente forma:

SOCIOS	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO		PARTICIPACIÓN %
		NUMERARIO (DINERO)	ESPECIES (MUEBLES E INMUEBLES)	
Daniela Ramos	55.234,87	55.234,87		25,00%
Andrés Ramos	55.234,87	55.234,87		25,00%
Abel Almendáriz	110.469,74	110.469,74		50,00%
TOTAL	220.939,49	220.939,49		100,00%

DISPOSICIONES TRANSITORIAS.- Los comparecientes autorizan al Dr. Luis Gerardo Ramos González para que realice la tramitación necesaria hasta la inscripción de esta escritura en el registro Mercantil. Usted, señor Notario, se servirá agregar las demás cláusulas de estilo para la plena validez de este instrumento. Hasta aquí la minuta.

Firmado.- (Dr. Gerardo Ramos González.- Matrícula N° 167 del Colegio de Abogados de Chimborazo), para el otorgamiento de la presente escritura, se cumplieron con todos los mandatos y preceptos del caso, y leída que les fue por mí el Notario en forma íntegra a los comparecientes, que se afirma conmigo en unidad de acto todo lo cual doy fe.

Daniela Alejandra Ramos Almendáriz
C.I. 0603607003

Luis Andrés Ramos Almendáriz
C.I. 0603992744

Abel Antonio Almendáriz Puente
C.I. 0602155640

EL NOTARIO

3.3 INSTITUCIONES RELACIONADAS CON LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL DE ARTEFACTOS SANITARIOS EN EL ECUADOR

De conformidad con las leyes de la República del Ecuador para que una compañía o empresa de cualquier índole pueda funcionar legalmente y desempeñarse comercialmente para lo que fue creada, debe cumplir con sus funciones sin ningún impedimento legal. Por tal razón es necesario comprender que debido a las características de “*SANITEX TRADER CIA. LTDA.*”, al ser una compañía exportadora deberá mantener una estrecha relación con algunas de las entidades gubernamentales de nuestro país, las mismas que se relacionan con el funcionamiento de la compañía como tal y con el comercio internacional principalmente.

3.3.1 INSTITUCIONES PÚBLICAS

3.3.1.1 MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD (MIPRO)

El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) es un organismo del gobierno de Ecuador que está facultado para planificar, dirigir, controlar y se el ejecutor de las políticas comerciales y del desarrollo productivo del Ecuador³.

➤ OBJETIVOS

El Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO tendrá como objetivo central impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo.

- a) Apoyar la generación intensiva de empleo.
- b) Promover el incremento sostenido de la productividad y el valor agregado.
- c) Impulsar el desarrollo sustentable y el cuidado del medio ambiente como parte integrante de la política industrial.
- d) Propiciar la aplicación de herramientas empresariales de desarrollo de la competitividad como los procesos de asociatividad, gestión de excelencia, cadenas de valor y aglomeraciones económicas.
- e) Promover las compras públicas como un medio para reactivar y dinamizar la producción nacional, aplicando metodología de desagregación tecnológica y administrando un sistema nacional de compras públicas transparente y efectivo.

³ Ministerio de Industrias y Productividad

- f) Impulsar en el país la innovación tecnológica y el desarrollo del sistema de innovación y el emprendimiento de base tecnológica.
- g) Impulsar políticas y programas que faciliten el acceso a mercados y crédito, así como la mejora de la productividad y calidad de micro, pequeñas y medianas instituciones y artesanías.
- h) Incentivar el crecimiento y diversificación de nuevas industrias de exportación y la reestructuración de las existentes con miras a su incursión en mercados externos.
- i) Desarrollar políticas de comercio interior y exterior, que dinamicen la producción nacional, aseguren condiciones leales y equitativas de competencia, mejoren la competitividad y satisfagan las necesidades del consumidor.
- j) Incentivar la inversión directa, nacional y extranjera, orientada a fortalecer y expandir la capacidad productiva nacional.

3.3.1.2 CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN)

Es una institución financiera autónoma, encargada de estimular la inversión e impulsar el desarrollo económico y social del país.

La CFN siendo una entidad financiera será de gran ayuda para el proyecto, y para cualquier empresa, ya que esta institución nos facilita préstamos para la puesta en marcha de una actividad económica.

3.3.1.3 CONSEJO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES (COMEXI)

“Implementación de estrategias políticas que impulsen el comercio exterior del Ecuador”

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



El COMEXI establece estrategias para incentivar al sector productivo con el objetivo de lograr la apertura de mercados y alienta la modernización del Estado. La institución fue creada en el marco de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI) y se busca la participación real del sector privado en su aplicación.

Además el COMEXI es la cabeza de los Sistemas Nacionales de Promoción Externa y de Promoción de Inversiones, este último creado por la Ley de Promoción y Garantía de las inversiones que se dirigen a establecer una institucionalidad y un esquema de coordinación a nivel del país que permita un uso adecuado de los recursos humanos, técnicos y económicos disponibles en la tarea de venta de la imagen del Ecuador en el exterior y sobre todo un desarrollo eficiente de las actividades de fomento y diversificación de las exportaciones y atracción de inversión extranjera directa hacia los sectores productivos.

“Insertar al Ecuador en la globalización de la economía”

Las transformaciones que se están gestando en el mundo tienen un efecto sobre los agentes económicos y la sociedad en su conjunto al interior del país. La globalización, la integración de bloques económicos, la apertura de mercados y la firma de acuerdos internacionales en aspectos económicos, ambientales y de normalización, comprometen



al país a revisar sus políticas, el marco legal vigente, los mecanismos de negociación interna y externa y de concertación para lograr un desarrollo nacional sostenible.

El Ecuador se encuentra inmerso en esta etapa de cambios y la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (de la cual el COMEXI es su expresión institucional) es una respuesta a los mismos⁴.

3.3.1.4 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI)

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por la Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyente⁵.

El SRI tiene a su cargo la ejecución de la política tributaria del país en lo que se refiere a los impuestos internos. La compañía establecida como una persona jurídica legalmente constituida deberá cumplir con sus obligaciones tributarias mediante el RUC (Registro único de Contribuyentes), y el RUP (Registro Único de Proveedores) ante el SRI.

3.3.1.5 SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

La Superintendencia de Compañías es un organismo técnico y autónomo que tiene la misión de controlar y fortalecer la actividad societaria en el Ecuador y propiciar el desarrollo⁶. Para que la compañía exportadora, “*SANITEX TRADER CIA. LTDA.*”, pueda funcionar como tal, debe acudir a este organismo para tramitar su legal constitución según lo que establece la Ley de Compañías.

3.3.1.6 CORPORACIÓN ADUANERA ECUATORIANA (CAE)

Es un organismo estatal y autónomo, orientado al servicio aduanero del usuario nacional e internacional⁷.

⁴ Consejo de Comercio Exterior e Inversiones

⁵ Servicio de Rentas Internas

⁶ Superintendencia de Compañías

⁷ Corporación Aduanera Ecuatoriana

Es de suma importancia que la Corporación Aduanera Ecuatoriana administre los servicios aduaneros en forma ágil y transparente, orientados al mismo tiempo hacia la facilitación y control de la gestión aduanera en el comercio exterior actual sobre la base de procesos integrados y automatizados, que garanticen la excelencia en el servicio a los usuarios externos e internos. Esta entidad gubernamental está estrechamente relacionada con la compañía “*SANITEX TRADER CIA. LTDA.*”, ya que ésta se dedicará a una actividad relacionada con Comercio Exterior y necesariamente deberá trabajar con esta entidad para realizar ciertos trámites aduaneros que le compete.

3.3.2 INSTITUCIONES PRIVADAS

3.3.2.1 FEDERACIÓN ECUATORIANA DE EXPORTADORES (FEDEXPOR)

FEDEXPOR desarrolla su actividad buscando la satisfacción de sus clientes (empresas productivas, de comercio y servicios ligadas al comercio internacional) en cuanto a representación gremial ante los órganos de decisión y la facilitación de herramientas en el ámbito del desarrollo competitivo del entorno empresarial y de sus procesos internos⁸.

FEDEXPOR cuenta con cuatro líneas de servicio:

- a) Representación Gremial.
- b) Asesoría en Comercio Exterior.
- c) Centro de Entrenamiento Gerencial CEG.
- d) Programa de Aseguramiento de Calidad y Productividad.

Y dentro de ellas podemos mencionar el certificado de origen que nos proporciona como documento indispensable para la ejecución de nuestro proyecto. Con este documento aplicamos las normas de origen de la Comunidad Andina de Naciones.

⁸ Federación Ecuatoriana de Exportadores

3.3.2.2 CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN DE EXPORTADORES E INVERSIONES (CORPEI)

La CORPEI es una organización técnica que promociona las exportaciones e inversiones de los sectores productivos, mediante la prestación de servicios técnicos de calidad, y que contribuye a potenciar la imagen y el desarrollo competitivo del país. Será un organismo promotor del desarrollo, técnico y profesional, de reconocido prestigio nacional e internacional; líder en la promoción de las exportaciones e inversiones de los sectores productivos del país, gracias a la calidad de sus servicios con valor agregado, a su gestión transparente y a la capacidad de influir en los sectores público y privado para el cumplimiento de su misión. La CORPEI generará propuestas de políticas y leyes para fomentar las exportaciones e inversiones, dispondrá de infraestructura para realizar su gestión ofreciendo los servicios a un mayor número de usuarios, con recursos humanos calificados y comprometidos. Los lineamientos sobre los que descansa el accionar de la CORPEI están dados en la Ley que la crea y estos son:

- Ejecutar la promoción no financiera de las exportaciones en el País y en el exterior, entendiéndose como tal, las actividades que, en conjunto y con el financiamiento de las unidades productivas nacionales, se cumplan en áreas de información, capacitación, asistencia técnica, desarrollo de mercados, promoción externa y otras que tengan como objetivo la diversificación e incremento de la oferta exportable y su promoción en el exterior.
- Apoyar los esfuerzos de las personas naturales o jurídicas exportadoras en el desarrollo de procesos, tales como:
 - Diversificación de mercados, productos y exportadores.
 - Incremento del valor agregado en los productos y volúmenes exportados.
 - Identificación de nuevos productos y servicios con potencial exportador.
 - Inserción de las empresas y productos ecuatorianos en los sistemas de comercialización internacional.

- Orientar y dirigir la promoción de la inversión directa en el país, entendiéndose como tal, entre otros aspectos, el cumplimiento de programas de difusión de oportunidades de inversión, la divulgación de la imagen del país en el exterior, la organización de misiones de inversión y de otros eventos promocionales.
- Organizar y dirigir una red externa para la promoción de las exportaciones y la atracción de inversiones directas al país.
- Propiciar la formación de consorcios o uniones de exportadores con el fin de conseguir una presencia más dinámica en los mercados internacionales.

La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, (CORPEI), nace a través de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI), publicada en el registro oficial (suplemento 82) del 9 de Junio de 1997, como institución privada sin fines de lucro, responsable de la promoción de la imagen, las exportaciones y las inversiones del Ecuador, dentro y fuera del país.

Art. 22.- Para el cumplimiento de sus funciones, la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI, contará con los siguientes recursos:

1. Los aportes que de acuerdo con la Constitución Política de la República y la Ley entregue el Estado.
2. Los fondos no reembolsables que destinen a este propósito los organismos internacionales o los países amigos.
3. Los recursos provenientes de contratos celebrados para la ejecución de programas sectoriales de promoción.
4. Los legados o donaciones legalmente aceptados.
5. Las cuotas redimibles del 1.5 por mil (uno punto cinco por mil) sobre el valor FOB de las exportaciones del sector privado; excepto aquellas de USD 3.333,00 (tres mil trescientos treinta y tres dólares de los Estados Unidos de América) o menores, las

cuales deberán aportar USD 5,00 (cinco dólares de los Estado Unidos de América); del 0.50 por mil (cero punto cincuenta por mil) del valor de las exportaciones de petróleo y sus derivados, y del 0.25 por mil (cero punto veinticinco por mil) sobre el valor FOB de toda importación, excepto aquellas menores a USD 20.000,00 (veinte mil dólares de los Estado Unidos de América), las cuales deberán aportar USD 5,00 (cinco dólares de los Estados Unidos de América). Estas cuotas redimibles serán entregadas por los exportadores de bienes y servicios al momento de la venta de las divisas y por los importadores de mercaderías y servicios a la presentación del documento único de importación en los bancos y entidades financieras del país en que se instrumenten las referidas transacciones, quienes acreditarán diariamente los valores correspondientes en las cuentas, que para tal efecto abrirá en dichas instituciones financieras la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI.

Lo exportadores no productores, en ningún caso, podrán descontar o trasladar el valor de sus aportes a la CORPEI, a los fabricantes o productores de los bienes que exporte.

En lo relativo a las exportaciones de petróleo y sus derivados, el Banco Central del Ecuador incluirá en la distribución que efectúa de los ingresos provenientes de tales exportaciones, las cuotas redimibles destinadas a la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones y acreditará de inmediato los valores respectivos en la cuenta bancaria que determine la CORPEI. Los aportantes recibirán un cupón por el valor de su cuota redimible, los que una vez acumulados hasta llegar a USD 500 (quinientos dólares de los Estados Unidos de América), serán canjeados por la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones por certificados de aportación CORPEI, que serán emitidos por la Corporación en dólares de los Estados Unidos de Norteamérica y redimidos a partir de los diez años. Las cuotas redimibles establecidas en este literal, se recaudarán a partir de la promulgación del Decreto Ejecutivo que apruebe los estatutos de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, CORPEI.

El Consejo de Comercio Exterior e Inversiones COMEXI queda facultado para decidir sobre la reducción de la cuota redimible y las condiciones para su restitución, en función de la evolución financiera y actividades de la CORPEI.

La CORPEI presentará, semestralmente y en forma obligatoria, a la Contraloría General del Estado un informe sobre el uso de los recursos provenientes de las cuotas de exportaciones del petróleo y sus derivados e importaciones públicas⁹.

3.4 LEYES CONEXAS

3.4.1 LEY ORGÁNICA DE ADUANA (LOA)

Art. 1.- ÁMBITO DE APLICACIÓN.- La presente ley regula las relaciones jurídicas entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías dentro del territorio aduanero. Mercancías son los bienes corporales muebles de cualquier clase.

En todo lo que no se halle expresamente previsto en esta ley, se aplicarán las normas del Código Tributario y más leyes generales y especiales.

Art. 10.- OBLIGACIÓN TRIBUTARIA ADUANERA.- La obligación tributaria es el vínculo jurídico personal entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías, en virtud del cual, aquellas quedan sometidas a la potestad aduanera, a la prestación de los tributos respectivos al verificarse el hecho generador y al cumplimiento de los demás deberes formales¹⁰.

3.4.2 CÓDIGO TRIBUTARIO

Art. 1.- ÁMBITO DE APLICACIÓN.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos. Para estos efectos, entiéndase por tributos los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora.

⁹ Corporación de Promociones de Exportaciones e inversiones

¹⁰ Ley Orgánica de Aduanas

Art. 3.- PODER TRIBUTARIO.- Sólo por acto legislativo de órgano competente se podrán establecer, modificar o extinguir tributos. No se dictarán leyes tributarias con efecto retroactivo en perjuicio de los contribuyentes.

Las tasas y contribuciones especiales se crearán y regularán de acuerdo con la ley. El presidente de la República podrá fijar o modificar las tarifas arancelarias de aduana¹¹.

3.4.3 CÓDIGO DE COMERCIO

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

3.4.4 LEY DE COMPAÑÍAS

La Ley de Compañías se encarga de regular el funcionamiento de todas las personas y sociedades que se dedican a alguna actividad comercial, a través de la Superintendencia de Compañías.

3.4.4.1 REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA SOCIEDADES BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Para la inscripción del Representante legal y Gerente General de una empresa deberá presentar los siguientes requisitos:

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía o del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- Los ecuatorianos presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral, hasta un año posterior a su emisión por parte del Consejo Nacional Electoral (CNE).

¹¹ Código Tributario

Para la inscripción de la organización, deberán presentar los siguientes requisitos:

- Formulario RUC - 01- A y RUC – 01 - B suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías.

Para la verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza su actividad económica, presentarán el original y entregarán una copia de cualquiera de los siguientes documentos:

- Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres (3) meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción, legalizado.
- Pago del impuesto predial, puede corresponder al año actual o al anterior a la fecha de inscripción¹².

3.4.5 LEY DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES (LEXI)

Ley Nº 12. RO/ Sup 82 de 9 de Junio de 1997

TÍTULO I.- DEL ÁMBITO Y OBJETIVO DE LA LEY

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto normar y promover el comercio exterior y la inversión directa, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso

¹² Ley de Compañías

eficiente de los recursos productivos del País y propender a su desarrollo sostenible e integrar la economía ecuatoriana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población.

Art. 2.- Se entiende por “Sector Comercio Exterior” al conjunto de organismos y entidades del sector Público y de instituciones o personas naturales o jurídicas del sector privado que participan en el diseño y ejecución de la Política de comercio exterior de bienes, servicios y tecnología que desarrollan actividades de comercio exterior o relacionadas con éste, salvo las exportaciones de hidrocarburo que realiza el Estado Ecuatoriano y que continuarán sujetas al ordenamiento legal que las regula.

TÍTULO II.- DE LOS PRINCIPIOS Y DISPOSICIONES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE ESTA LEY

Art. 3.- Se considera de prioridad nacional al comercio exterior y en especial al fomento de las exportaciones e inversiones.

El Estado diseñará y ejecutará sus políticas en esta materia conforme a los siguientes lineamientos:

- a) Asegurar la libertad para el desenvolvimiento de las actividades de exportación e importación y para facilitar la gestión de los agentes económicos en esta materia.
- b) Impulsar la internacionalización de la economía ecuatoriana para lograr un ritmo creciente y sostenido de desarrollo.
- c) Aprovechar las oportunidades que brinda el comercio mundial de tecnología y servicios para beneficio de la producción exportable del País.
- d) Impulsar la modernización y la eficiencia de la producción local para satisfacer adecuadamente la demanda interna y externa, y así mejorar su competitividad internacional y satisfacer las necesidades del consumidor, tomando en consideración las exigencias del comercio mundial en lo que respecta a la preservación del medio ambiente.

- e) Promover el crecimiento y diversificación de las exportaciones de bienes, servicios y tecnología.
- f) Asegurar que la producción nacional compita en el ámbito internacional conforme a prácticas leales y equitativas de libertad de comercio. Para el efecto, el Gobierno Nacional adoptará acciones concretas que aseguren una efectiva defensa en concordancia con los convenios y acuerdos internacionales de comercio de los cuales el País es signatario.
- g) Impulsar el fortalecimiento y desarrollo de los mecanismos de fomento de las exportaciones e inversiones.
- h) Promover mediante estímulos e incentivos la inversión directa, nacional y extranjera, los procesos de integración y los acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales que amplíen la inversión y faciliten las transacciones externas del País.
- i) Prevenir y contrarrestar los efectos negativos que ocasionen a la producción nacional, la aplicación de prácticas desleales de comercio¹³.

¹³ Ley de Comercio Exterior e Inversiones

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE MERCADO

4.1 INTRODUCCIÓN

Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados en un espacio de tiempo¹⁴.

El estudio de mercado vincula a consumidores, clientes y público con el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del mismo.

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.

Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.

Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.

Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

¹⁴ BARRENO, Luis; "Manual de Formulación y Evaluación de proyectos"; Primera Edición; Quito 2005

4.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende: la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada. Además identifican a las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien, así como también el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios¹⁵.

Con esto se pretende:

- Comprobar la existencia de una necesidad en el mercado peruano para las piezas sanitarias.
- Cuantificar la cantidad de bienes o servicios que pueda ofrecer la compañía "SANITEX TRADER CIA. LTDA." y que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer y proponer los medios que en la actualidad se emplean y los que podrán emplearse para hacer llegar los artefactos sanitarios a Perú.

4.3 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

4.3.1 GENERALIDADES

Los artefactos sanitarios van en proporción directa a la satisfacción de la necesidad que va en aumento, ya que muchas personas cuentan con este producto ya sea en sus hogares, industrias, negocios, escuelas, entre otros; cabe recalcar que son muy importantes para la higiene del mundo entero.

¹⁵ BLANCO Adolfo. Formulación y Evaluación de Proyectos, Ediciones Torán, 4ta edición

4.3.2 PARTIDA ARANCELARIA

Los artefactos sanitarios se encuentran dentro de la partida arancelaria 6910.90.0000 con la descripción “los demás”, incluido en el capítulo “Productos cerámicos” siendo así parte del sistema armonizado con la descripción que se detalla a continuación:

Cuadro Nº 5

DESCRIPCIÓN ARANCELARIA DENTRO DEL SISTEMA ARMONIZADO	
Sección XIII :	MANUFACTURAS DE PIEDRA, YESO FRAGUABLE, CEMENTO, AMIANTO (ASBESTO), MICA O MATERIAS ANÁLOGAS; PRODUCTOS CERÁMICOS; VIDRIO Y MANUFACTURAS DE VIDRIO
Capítulo 69 :	Productos cerámicos
Partida Sist. Armonizado 6910 :	Fregaderos (piletas de lavar), lavabos, pedestales de lavabo, bañeras, bidés, inodoros, cisternas (depósitos de agua) para inodoros, urinarios y aparatos fijos similares, de cerámica, para usos sanitarios
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 69109000 :	- Los demás
Código Producto Comunitario (ARIAN) 6910900000-0000 :	
Código Producto Nacional (TNAN) 6910900000-0000-0000 :	

Fuente: www.aduana.gov.ec

Elaboración: Daniela Ramos

Cuadro Nº 6

IMPUESTOS AL COMERCIO EXTERIOR	
Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0%
Advalorem	25%
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 Especifico	
Unidad de Medida	UN
Observaciones	
Es Producto Perecible	NO

Fuente: www.aduana.gov.ec
 Elaboración: Daniela Ramos

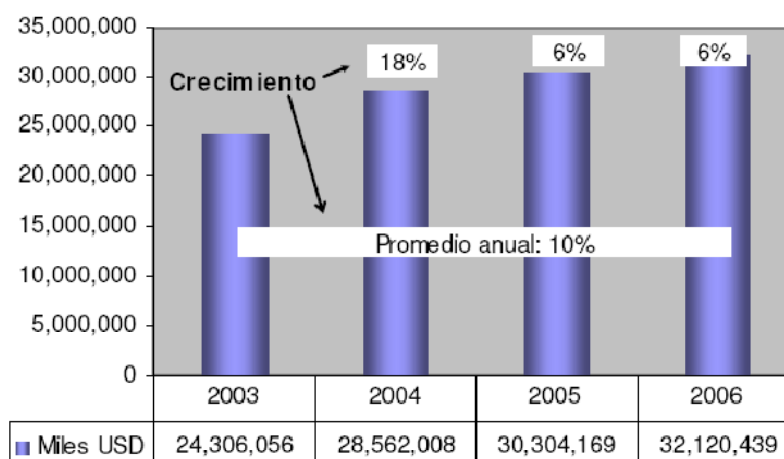
4.4 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO MUNDIAL

4.4.1 EXPORTADORES MUNDIALES DE ARTEFACTOS SANITARIOS

Las exportaciones de productos cerámicos en los dos últimos años (2005 - 2006) mantienen sus tasas de crecimiento (6%), sin embargo el promedio del período 2003 - 2006 se presenta de mejor forma llegando a un 10% de variación. En cuanto a montos FOB en el último año de estudio (2006) casi llega a 33 mil millones de dólares superando a los años anteriores.

Figura Nº 11

Evolución de las exportaciones mundiales de productos cerámicos



Fuente: BCE / SIM / TRADE MAP
 Elaboración: CORPEI - CICO

Cuadro N° 7

PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES					
Producto : 69 Productos Cerámicos					
Rank	Exportadores	Total exportado en 2006, en miles de US\$	Crecimiento anual en valor entre 2002-2006, %	Crecimiento anual en valor entre 2005-2006, %	Participación en las exportaciones mundiales, %
	Estimación Mundo	32.120.439	12	10	100
1	China	6.291.310	29	25	19,6
2	Italia	5.579.645	7	8	17,4
3	Alemania	3.038.770	10	9	9,5
4	España	2.417.220	7	5	7,5
5	Japón	1.351.576	13	12	4,2
6	Estados Unidos de América	1.162.208	6	10	3,6
7	Francia	1.112.546	6	3	3,5
8	México	913.348	14	18	2,8
9	Reino Unido	891.011	6	6	2,8
10	Portugal	738.532	13	9	2,3
56	Ecuador	35.689	5	5	0,1

Fuente: TRADE MAP

Elaboración: CORPEI - CICO

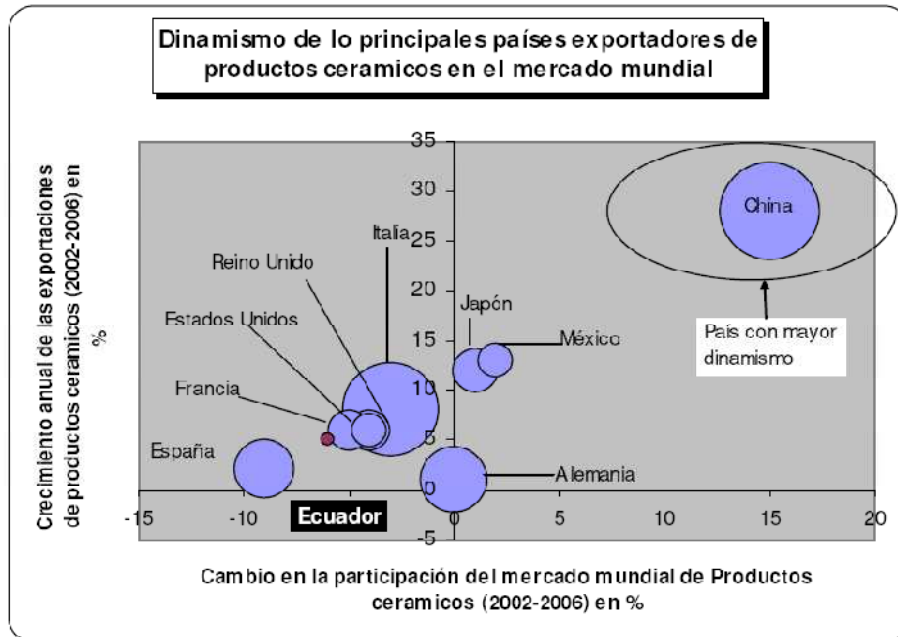
En el cuadro precedente se detallan los principales países exportadores de productos cerámicos, aproximadamente representan el 87% de las exportaciones mundiales. China e Italia son los principales países exportadores de los productos de este sector con el 37% del mercado mundial, cada uno realiza exportaciones superiores a los 5 mil millones de dólares, la diferencia radica en que China registra tasas de crecimiento superiores a las de Italia, es así que en el período 2002 - 2006 China creció en 29% mientras que Italia en 7%.

Dentro del Cuadro N° 7 también se presenta Ecuador en el puesto número 56 con una tasa de crecimiento del 5% tanto en el período 2002-2006 como en el crecimiento anual 2005 - 2006 llegando a exportar casi 36 millones de dólares.

Al realizar un análisis del desempeño del comercio de los 10 principales países exportadores considerando variables como el crecimiento anual de sus exportaciones y el cambio en la participación de cada uno de ellos en el mercado mundial en el período 2002 - 2006 se obtiene como resultado que tanto China, México y Japón son los únicos países que tienen tasas positivas.

Ecuador se ubica en la posición número 56 dentro del ranking de los principales exportadores con casi 36 millones de dólares en el año 2006, las exportaciones han crecido a un promedio del 5%.

Figura Nº 12



Fuente: TRADE MAP
Elaboración: CORPEI – CICO

4.4.2 IMPORTADORES MUNDIALES DE ARTEFACTOS SANITARIOS

Se estima que en el año 2006 el mundo importó casi el 32.5 mil millones de dólares en productos cerámicos y los 20 principales países importadores representaron el 69% de estas importaciones, siendo los tres líderes Estados Unidos, Francia y Alemania con los más altos valores USD 6 mil millones, USD 2 mil millones y USD 1.9 mil millones entre el 2002 - 2006 respectivamente, sin embargo como mercados potenciales para Ecuador según las tasas más altas de crecimiento están los mercados de: Emiratos Árabes, Rusia y Sudáfrica.

En el siguiente cuadro se observan los principales 10 países importadores de productos cerámicos en el año 2007:

Cuadro Nº 8

PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES					
Producto : 69 Productos Cerámicos					
Rank	Importadores	Total importado en 2006, en miles de US\$	Crecimiento anual en valor entre 2002-2006, %	Crecimiento anual en valor entre 2005-2006, %	Participación en las importaciones mundiales, %
	Estimación Mundo	32.409.918	13	9	100
1	Estados Unidos de América	6.326.328	9	7	19,5
2	Francia	2.123.580	12	6	6,6
3	Alemania	1.999.639	5	-1	6,2
4	Reino Unido	1.829.100	14	7	5,6
5	Japón	1.041.498	13	8	3,2
6	Italia	957.281	16	8	3
7	Canadá	876.742	9	7	2,7
8	Bélgica	845.027	16	6	2,6
9	España	780.504	16	10	2,4
10	República de Corea	779.978	17	21	2,4

Fuente: TRADE MAP

Elaboración: CORPEI – CICO

4.4.3 PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE PERÚ

Perú importó artefactos sanitarios principalmente de los siguientes países:

Cuadro Nº 9

PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES	
PAÍS	VALOR DÓLARES MILES
ECUADOR	1.596.000,00
CHINA	1.242.000,00

Fuente: ALADI

Elaboración: Daniela Ramos

4.5 MERCADO PERUANO

4.5.1 PERÚ

Figura N° 13



BANDERA

ESCUDO

4.5.1.1 SITUACIÓN GEOGRÁFICA

Figura N° 14



Perú está delimitado:

- Al norte: con Ecuador y Colombia,
- Por el este con Brasil,
- Por el sureste con Bolivia,
- Al sur con Chile,
- Y por el oeste con el Océano Pacífico.

El Perú comprende regiones costera, andina, amazónica y el Mar de Grau. Oficialmente la República del Perú es un país situado en el lado occidental de Sudamérica comprendida entre la línea ecuatorial y el Trópico de Capricornio.

El país se encuentra dividido en 24 departamentos y una provincia constitucional. Los departamentos están divididos en provincias y éstos a su vez en distritos. De los 24

departamentos y la provincia constitucional, 11 están en la costa, 9 en la sierra y 5 en la región de la selva.

Su geografía varía desde las áridas planicies de la costa del Pacífico hasta los picos de la cordillera de los Andes y la selva tropical de la cuenca amazónica. Es un país en desarrollo con un Índice de Desarrollo Humano medio y un nivel de pobreza cercano al 40%.

4.5.1.2 DATOS GENERALES¹⁶

ÁREA TOTAL	1.285.220 Km ²
CAPITAL	Lima (ciudad más poblada)
IDIOMA	Oficial : español y quechua Secundarios: Aymara y otras lenguas amazónicas
CIUDADES IMPORTANTES	Lima, Trujillo, Chiclayo y Piura, Arequipa, Puno, Cuzco, el pueblo minero de Cerro de Pazco, Machu Picchu (ciudad perdida de los Incas), Iquitos, Huancayo y Tacna.
RECURSOS NATURALES	Cobre, plata, oro, petróleo, madera, pescado, mineral de hierro, carbón, fosfato y poder hidráulico.
PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS	La agricultura, pesca, minería y la manufactura de productos como los textiles.
CLIMA	Varía de tropical en el este para secar el desierto en el oeste, templado a frígido en los Andes.
MONEDA	Nuevo Sol (PEN) 1 Nvo. Sol = 0.352175 USD 1 USD = 2.83950 Nvo Sol
POBLACIÓN TOTAL	29.546.963 (Est. 2008)

¹⁶ www.indexmundi.com (Actualización 2008)

POBLACIÓN LIMA	8.153.618.....(est. 2008)
PIB PERÚ	USD 206.8 miles de millones de \$ (Est. 2008)
TASA DE CRECIMIENTO REAL DEL PIB	9.8% (est. 2008)
PIB PERCÁPITA	USD 7.300 (Est. 2008)
PIB POR SECTOR	Agricultura: 9.0% (Est. 2008) Industria: 25.6% (Est. 2008) Servicio: 70.3% (Est. 2008)
TASA DE DESEMPLEO	8.1 % (Est. 2008)
INFLACIÓN (PRECIOS AL CONSUMIDOR)	5.8 % (Est. 2008)
DEUDA PÚBLICA	29.3 % (Est. 2008)
AGRICULTURA Y GANADERÍA	Cultivos comerciales: café, algodón, caña de azúcar; otros cultivos: arroz, trigo, patatas (papas), plátanos (bananas); productos ganaderos: pollo, carnes rojas, lácteos, lana; no es autosuficiente en cereales ni aceites vegetales.
INDUSTRIA	Minería, refino de petróleo, pesca, textiles, ropa, preparación de alimentos, cementeras, montaje de automóviles, acero, astilleros, fabricación de metal.
TASA DE CRECIMIENTO INDUSTRIAL	8% (Est. 2008)
PRINCIPALES PUERTOS MARÍTIMOS	Puerto Paita Puerto Salaverry Puerto Chimbote Puerto El Callao (El más importante del país) Puerto San Martín Puerto Ilo Puerto Pucallpa (Puerto Fluvial) Puerto Iquitos (Puerto Fluvial) Puerto Yurimaguas (Puerto Fluvial)

PRINCIPALES AEROPUERTOS	Jorge Chávez (El más importante, ubicado entre Lima y Callao).
	Cuzco
	Juliaca
	Piura
	Arequipa
	Trujillo
	Puerto Maldonado
	Iquitos

4.5.1.3 BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR - PERÚ

En el año 2007 y durante el año 2008 se mantiene Perú como principal socio comercial del Ecuador en cuanto a exportaciones se refiere y si considera únicamente el comercio no petrolero ocupó el noveno lugar.

Si se analiza el comercio que Ecuador ha tenido con Perú en el último quinquenio (2003 – 2007) se observa como característica principal un saldo comercial positivo para el Ecuador y con la particularidad de que el superávit comercial se ha ido incrementando año tras año es así que el saldo de la balanza comercial ha pasado de 476 millones en el 2003 a 1034 millones en el 2007.

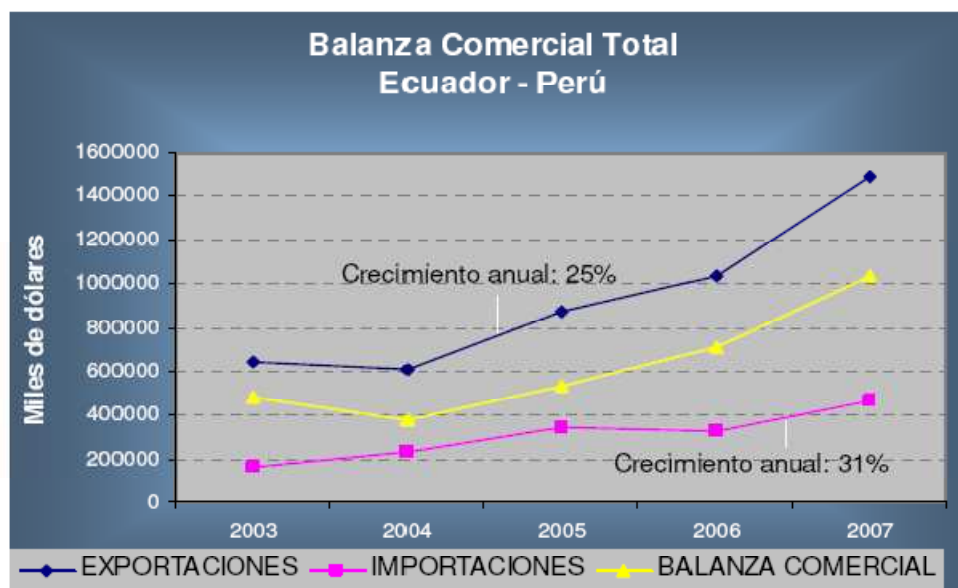
A partir del año 2005 se observa que la pendiente de las exportaciones es mucho más inclinada, el crecimiento anual de estas exportaciones fue del 25% dentro del quinquenio mencionado, por otro lado las importaciones han crecido en un promedio anual del 31%. Este comportamiento se debe entre otras razones a la suscripción del Acuerdo de Paz entre Ecuador y Perú en el año 1998.

Cuadro Nº 10

BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR - PERÚ					
	2003	2004	2005	2006	2007
	(MILES USD)	(MILES USD)	(MILES USD)	(MILES USD)	(MILES USD)
EXPORTACIONES	642,473	605,778	876,067	1,039,376	1,491,929
IMPORTACIONES	166,813	228,866	341,411	325,998	458,264
BALANZA COMERCIAL	475,660	376,912	534,656	713,378	1,033,665

Fuente: BCE / Sistema de Inteligencia de Mercado (SIM)
Elaboración: CORPEI - CICO

Figura N° 15



Fuente: BCE / SIM
Elaboración: CORPEI – CICO

4.5.1.4 BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA ECUADOR - PERÚ

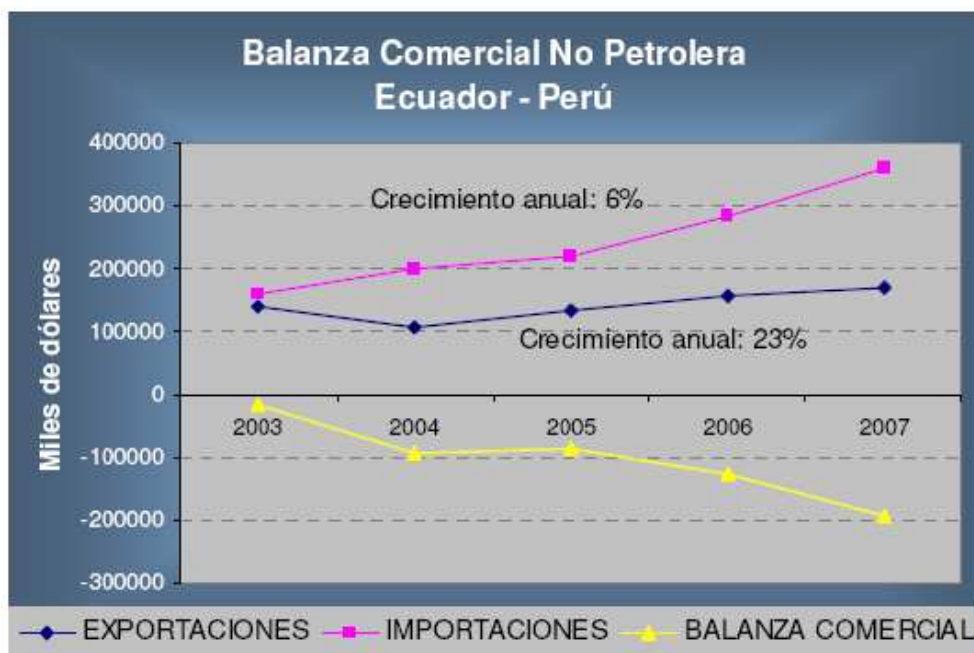
Al excluir al petróleo del comercio bilateral, los resultados son negativos para el Ecuador, con un déficit comercial creciente. Las importaciones han sido más dinámicas y han llegado a duplicar a las exportaciones con un crecimiento promedio anual del 23%. En el año 2007 el déficit se ubicó en 192 millones de dólares. Las exportaciones por su parte crecieron al 23% como promedio anual, con la característica de que cada año el incremento es menor.

Cuadro N° 11

BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA ECUADOR - PERÚ					
ACTIVIDAD	2003	2004	2005	2006	2007
	VALOR FOB	VALOR FOB	VALOR FOB	VALOR FOB	VALOR FOB
	(MILES USD)	(MILES USD)	(MILES USD)	(MILES USD)	(MILES USD)
EXPORTACIONES	141,458	106,904	132,471	157,612	169,276
IMPORTACIONES	159,766	200,260	218,805	282,703	361,265
BALANZA COMERCIAL	-18,308	-93,356	-86,334	-125,091	-191,989

Fuente: BCE / SIM
Elaboración: CORPEI – CICO

Figura N° 16



Fuente: BCE / SIM

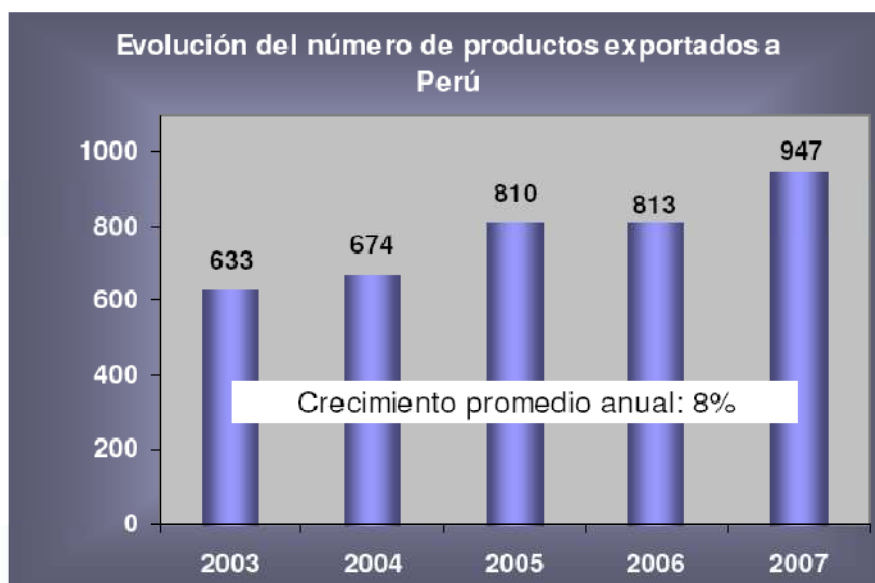
Elaboración: CORPEI – CICO

4.5.1.5 IMPORTANCIA DEL MERCADO PERUANO

La canasta de productos exportables que el país ofrece a Perú pasó de 633 productos en el año 2003 a 947 en el 2007, esto equivale a un crecimiento del 48%, mientras que el crecimiento promedio anual fue del 8%.

En el año 2007 se alcanzó el histórico del mayor número de productos exportados (947) esto podría estar influenciado también por los cambios en el Sistema Armonizado, no obstante la tendencia de crecimiento justifica un incremento real, ya que también las exportaciones se incrementaron.

Figura Nº 17



Fuente: BCE / SIM
Elaboración: CORPEI – CICO

En el cuadro Nº 11 podemos observar el comportamiento de las exportaciones de Ecuador a Perú, las mismas que muestran un crecimiento favorable para la economía de nuestro país.

Cuadro Nº 12

EXPORTACIONES TOTALES DEL ECUADOR HACIA PERÚ		
EXPORTACIONES TOTALES	AÑO 2007	AÑO 2008
TODAS LAS PARTIDAS	1.505.083,87	1.702.393,48
SIN PETRÓLEO	182.364,37	233.990,49

Fuente: www.bce.fin.ec
Elaboración: Daniela Ramos

Por otro lado, se evidencia un aumento en la concentración de las exportaciones de la partida 6910.90.00.00 durante los años 2007 y 2008.

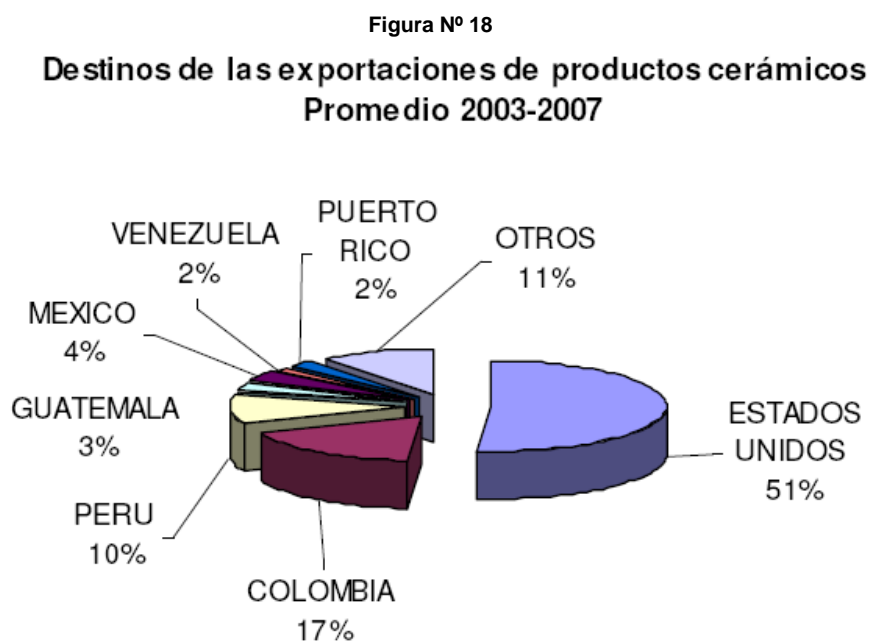
Cuadro Nº 13

EXPORTACIONES HACIA PERÚ		
EXPORTACIONES	AÑO 2007	AÑO 2008
6910.90.00.00	1,339.59	2,017.10

Fuente: www.bce.fin.ec
Elaboración: Daniela Ramos

4.6 PARTICIPACIÓN DEL ECUADOR EN EL CONTEXTO MUNDIAL

4.6.1 DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS



Fuente: BCE / SIM
Elaboración: CORPEI - CICO

Ecuador durante el período 2003 - 2007 ha exportado a 82 mercados en el mundo con la característica de que casi el 90% de la totalidad de las exportaciones se destinan al continente americano, es así, que entre el período 2002 y 2007 más del 50% de las exportaciones tuvieron como destino los Estados Unidos; el 38% se dirigió a países del resto de América como Colombia, Perú, Guatemala, México, Venezuela, Puerto Rico entre los más importantes por su participación.

En el siguiente cuadro se puede observar la participación que tienen los principales 7 países de destino de las exportaciones ecuatorianas de productos cerámicos:

Cuadro Nº 14

PRINCIPALES MERCADOS DE LOS PRODUCTOS CERÁMICOS ECUATORIANOS							
País	Importaciones desde Ecuador		Importaciones desde el mundo			Part. Ecuador en las M del país %	Principales productos importados desde Ecuador
	Valor Miles USD 2006	Crec. Valor % 2002-2006	Valor Miles USD 2006	Crec. Valor % 2002-2006	Part. en las M mundiales %		
Estados Unidos	14.944	-5	6.326.328	9	19,5	0,0	Fregaderos; placas y baldosas barnizadas; ladrillos, placas y baldosas
Colombia	7.457	11	114.432	33	0,0	0,1	Fregaderos; placas y baldosas barnizadas; placas y baldosas sin barnizadas
Perú	4.515	29	54.896	17	0,0	0,1	Fregaderos; pedestales de lavabo, baneras, bides; placas y baldosas, sin barnizar
México	1.757	6	506.616	8	0,0	0,0	Vajilla y demas articulos de uso domestico; fregaderos
Guatemala	1.705	22	26.867	21	0,0	0,1	Fregaderos
Venezuela	1.000	85	122.696	26	0,0	0,0	Vajilla y demas articulos de uso domestico; fregaderos

Fuente: TRADE MAP
Elaboración: CORPEI - CICO

Como se pudo observar en el cuadro Nº 14 los principales mercados demandantes de los productos cerámicos ecuatorianos tienen un crecimiento promedio del 25% en términos FOB durante el período 2002 - 2006, sin embargo es importante notar que siendo Estados Unidos su principal socio comercial presenta un decrecimiento en las importaciones del 5% de los productos ecuatorianos.

Los países importadores que presentan un mayor crecimiento en valor son: Venezuela con el 85%, Perú con el 29%, Guatemala el 22%, Colombia el 11% y México el 6% en los productos cerámicos ecuatorianos. Así pues, como mercados potenciales para Ecuador están Colombia (33%), Venezuela (26%) y Perú (17%), estos mercados resultan atractivos para Ecuador debido a las ventajas geográficas y por la variedad de frecuencias de buques de carga y del tránsito relativamente corto (2 - 10 días) a esos destinos.

La característica principal de estos países demandantes es el tipo de producto exportado por Ecuador, es decir los fregaderos, lavabos, bañeras además de las vajillas y demás artículos de uso doméstico.

A continuación podemos observar las exportaciones que realiza Ecuador con los 5 primeros consumidores de artefactos sanitarios, y se observa que las exportaciones realizadas a Perú van incrementándose, excepto en el año 2007.

Cuadro Nº 15

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE ARTEFACTOS SANITARIOS (6910900000) POR DESTINO ENERO – DICIEMBRE 2004 – 2008 VALOR FOB MILES USD					
PAÍSES	2004	2005	2006	2007	2008
ESTADOS UNIDOS	14.014,52	15.286,27	13.439,18	9.460,85	7.667,87
PERÚ	1.836,21	2.168,09	2.417,82	1.339,59	2.017,10
COLOMBIA	1.680,47	2.536,16	2.768,99	1.876,92	2.616,38
GUATEMALA	1.185,56	1.472,20	1.698,47	1.623,45	702,14
EL SALVADOR	312,11	704,47	731,79	1.070,32	966,38

Fuente: www.bce.fin.ec

Elaboración: Daniela Ramos

4.7 METODOLOGÍA PARA CUANTIFICAR LA OFERTA Y DEMANDA DEL PRODUCTO

4.7.1 POBLACIÓN

En este punto es necesario determinar si existe una demanda insatisfecha del producto, es por ello que se analizará como ha ido la población aumentando en los últimos años, y además se hará una proyección de la misma para conocer cuántos habitantes habrá hasta la fecha de culminación del proyecto en el 2018.

El Perú es uno de los pocos países en Latinoamérica cuya población en su mayoría está compuesta por indígenas, llegando a ocupar el 45% de toda la población, seguidos por los mestizos con un 37%, blancos con un 15%, y el 3% restante conformándolo los negros, japoneses y chinos.

La edad promedio en el Perú es de 28.9 años, prácticamente hay la misma cantidad de hombres con un 49.7% y de mujeres con un 50.3%, siendo la diferencia mínima. Y la población urbana ocupa el 75.9%, con la población rural que ocupa el 24.1%¹⁷.

A continuación mostraremos un cuadro con la población en los últimos 5 años:

¹⁷ www.inei.gov.pe

Cuadro Nº 16

POBLACIÓN PERUANA	
AÑOS	POBLACIÓN
	Y
2003	27.148.101,00
2004	27.546.574,00
2005	27.803.947,00
2006	28.162.618,00
2007	28.220.764,00

Fuente: www.indexmundi.com

Elaboración: Daniela Ramos

TASA DE CRECIMIENTO ANUAL

$$\left(\sqrt[n-1]{\frac{\text{ultimo año}}{\text{primera año}}} \right) - 1$$

$$\left(\sqrt[5-1]{\frac{28.220.764}{27.148.101}} \right) - 1$$

$$\left(\sqrt[4]{1.03951153} \right) - 1$$

$$(1.009734808) - 1$$

$$0.00973480793$$

$$0.973480793\%$$

Cuadro Nº 17

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN			
2008 =	Y	+	TCA
2008 =	28.220.764,00	+	274.723,72
2008 =	28.495.487,72		
2009 =	28.495.487,72	+	277.398,10
2009 =	28.772.885,82		
2010 =	28.772.885,82	+	280.098,52
2010 =	29.052.984,33		
2011 =	29.052.984,33	+	282.825,22
2011 =	29.335.809,56		
2012 =	29.335.809,56	+	285.578,47

2012 =	29.621.388,03		
--------	---------------	--	--

2013 =	29.621.388,03	+	288.358,52
2013 =	29.909.746,55		

2014 =	29.909.746,55	+	291.165,64
2014 =	30.200.912,19		

2015 =	30.200.912,19	+	294.000,08
2015 =	30.494.912,27		

2016 =	30.494.912,27	+	296.862,11
2016 =	30.791.774,38		

2017 =	30.791.774,38	+	299.752,01
2017 =	31.091.526,39		

2018 =	31.091.526,39	+	302.670,04
2018 =	31.394.196,43		

Cuadro Nº 18

POBLACIÓN ESTIMADA DE PERÚ	
AÑOS	POBLACIÓN
2003	27.148.101,00
2004	27.546.574,00
2005	27.803.947,00
2006	28.162.618,00
2007	28.220.764,00
2008	28.495.487,72
2009	28.772.885,82
2010	29.052.984,33
2011	29.335.809,56
2012	29.621.388,03
2013	29.909.746,55
2014	30.200.912,19
2015	30.494.912,27
2016	30.791.774,38
2017	31.091.526,39
2018	31.394.196,43

Fuente: www.indexmundi.com

Elaboración: Daniela Ramos

4.7.2 DEMANDA

Definimos a la demanda como la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer una necesidad en un lugar geográfico específico, en un espacio de tiempo definido y a un precio determinado.

En cualquier 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 de un proyecto¹⁸.

Para la realización del presente trabajo hay que determinar si existe o no una demanda insatisfecha en el país de destino, para lo cual es necesario tener datos de la producción nacional, exportaciones e importaciones, de los artefactos sanitarios en el mercado peruano.

Para determinar la demanda de este proyecto se utilizará el Método del Consumo Nacional Aparente (CNA), con el cual se sabrá cuál es la demanda insatisfecha en el Perú. Su fórmula es:

$$CNA = PN + I - X$$

4.7.2.1 PRODUCCIÓN DE ARTEFACTOS SANITARIOS EN PERÚ

Como en el resto del mundo, la producción de artefactos sanitarios en el Perú durante los últimos años se ha mantenido, pero si esa cifra la comparamos con el Ecuador se puede dar cuenta que no supera a la producción nacional ecuatoriana, porque según datos proporcionados de los Institutos Nacionales de Estadísticas de ambos países, en el año 2007 la producción de artefactos sanitarios en el Ecuador llega alrededor de 2,3 millones de piezas; mientras que en el Perú esta cifra llega a 1,9 millones de piezas sanitarias.

En el siguiente cuadro podremos ver como se ha mantenido la producción de Perú, en cuanto a los artefactos sanitarios se refiere en los últimos años:

¹⁸ BARRENO, Luis; "Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos"; Primera Edición; Quito 2005

Cuadro Nº 19

PRODUCCIÓN NACIONAL DE ARTEFACTOS SANITARIOS EN PERÚ	
AÑOS	PRODUCCIÓN
	UNIDADES
2003	976.160
2004	1.151.079
2005	1.397.507
2006	1.561.713
2007	1.966.363

Fuente: www.inei.gov.pe

Elaboración: Daniela Ramos

4.7.2.1.1 PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Para llevar a cabo las proyecciones de la producción se utilizará el Método de Mínimos Cuadrados, el cual se muestra a continuación:

Cuadro Nº 20

PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE ARTEFACTOS SANITARIOS EN PERÚ

2008			
y =	a	+	b * x
y =	1.410.564,40	+	239.104,00 * 5
y =	2.606.084,40		

2009			
y =	a	+	b * x
y =	1.410.564,40	+	239.104,00 * 6
y =	2.845.188,40		

2010			
y =	a	+	b * x
y =	1.410.564,40	+	239.104,00 * 7
y =	3.084.292,40		

2011			
y =	A	+	b * x
y =	1.410.564,40	+	239.104,00 * 8
y =	3.323.396,40		

2012			
y =	A	+	b * x
y =	1.410.564,40	+	239.104,00 * 9
y =	3.562.500,40		

2013			
y =	A	+	b * x
y =	1.410.564,40	+	239.104,00 * 10
y =	3.801.604,40		

2014			
y =	a	+	b * x
y =	1.410.564,40	+	239.104,00 * 11
y =	4.040.708,40		

2015			
y =	a	+	b * x
y =	1.410.564,40	+	239.104,00 * 12
y =	4.279.812,40		

2016			
y =	a	+	b * x
y =	1.410.564,40	+	239.104,00 * 13
y =	4.518.916,40		

2017			
y =	a	+	b * x
y =	1.410.564,40	+	239.104,00 * 14
y =	4.758.020,40		

2018			
y =	a	+	b * x
y =	1.410.564,40	+	239.104,00 * 15
y =	4.997.124,40		

X	AÑOS	PRODUCCIÓN Y	X ²	Y ²	X*Y
-2	2003	976.160,00	4,00	952.888.345.600,00	-1.952.320,00
-1	2004	1.151.079,00	1,00	1.324.982.864.241,00	-1.151.079,00
0	2005	1.397.507,00	0,00	1.953.025.815.049,00	0,00
1	2006	1.561.713,00	1,00	2.438.947.494.369,00	1.561.713,00
2	2007	1.966.363,00	4,00	3.866.583.447.769,00	3.932.726,00
Σ	0	7.052.822,00	10,00	10.536.427.967.028,00	2.391.040,00

X	AÑOS	PRODUCCIÓN
5	2008	2.606.084,40
6	2009	2.845.188,40
7	2010	3.084.292,40
8	2011	3.323.396,40
9	2012	3.562.500,40
10	2013	3.801.604,40
11	2014	4.040.708,40
12	2015	4.279.812,40
13	2016	4.518.916,40
14	2017	4.758.020,40
15	2018	4.997.124,40

y = producción	y = a + bx
----------------	------------

b = Σx*y ÷ Σx ²	n = cantidad de años
239.104,00	5

a = y	y = Σy ÷ n
1.410.564,40	1.410.564,40

x= tiempo

4.7.2.2 IMPORTACIONES DE ARTEFACTOS SANITARIOS EN PERÚ

De acuerdo a las investigaciones realizadas en la ALADI se obtuvieron los siguientes datos durante los períodos 2003 – 2007 con la partida arancelaria respectiva 6910.90.00.00. Como se muestra a continuación en las estadísticas históricas se mantiene un crecimiento continuo:

Cuadro Nº 21

IMPORTACIONES PERUANAS MUNDIALES DE ARTEFACTOS SANITARIOS	
AÑOS	IMPORTACIONES
	UNIDADES
2003	390.464
2004	460.432
2005	559.003
2006	624.685
2007	786.545

Fuente: www.aladi.org
Elaboración: Daniela Ramos

4.7.2.2.1 PROYECCIÓN DE LA IMPORTACIÓN DE ARTEFACTOS SANITARIOS DE PERÚ

Para la proyección de las importaciones de artefactos sanitarios por parte de Perú en los siguientes 10 años se utiliza la siguiente fórmula:

Cuadro Nº 22

PROYECCIÓN DE LAS IMPORTACIONES PERUANAS MUNDIALES DE ARTEFACTOS SANITARIOS

2008
 $y = a + b * x$
 $y = 564.225,76 + 95.641,60 * 5$
 $y = 1.042.433,76$

2009
 $y = a + b * x$
 $y = 564.225,76 + 95.641,60 * 6$
 $y = 1.138.075,36$

2010
 $y = a + b * x$
 $y = 564.225,76 + 95.641,60 * 7$
 $y = 1.233.716,96$

2011
 $y = A + b * x$
 $y = 564.225,76 + 95.641,60 * 8$
 $y = 1.329.358,56$

2012
 $y = A + b * x$
 $y = 564.225,76 + 95.641,60 * 9$
 $y = 1.425.000,16$

2013
 $y = A + b * x$
 $y = 564.225,76 + 95.641,60 * 10$
 $y = 1.520.641,76$

2014
 $y = a + b * x$
 $y = 564.225,76 + 95.641,60 * 11$
 $y = 1.616.283,36$

2015
 $y = a + b * x$
 $y = 564.225,76 + 95.641,60 * 12$
 $y = 1.711.924,96$

2016
 $y = a + b * x$
 $y = 564.225,76 + 95.641,60 * 13$
 $y = 1.807.566,56$

2017
 $y = a + b * x$
 $y = 564.225,76 + 95.641,60 * 14$
 $y = 1.903.208,16$

2018
 $y = a + b * x$
 $y = 564.225,76 + 95.641,60 * 15$
 $y = 1.998.849,76$

X	AÑOS	IMPORTACIONES Y	X ²	Y ²	X*Y
-2	2003	390.464,00	4,00	152.462.135.296,00	-780.928,00
-1	2004	460.431,60	1,00	211.997.258.278,56	-460.431,60
0	2005	559.002,80	0,00	312.484.130.407,84	0,00
1	2006	624.685,20	1,00	390.231.599.099,04	624.685,20
2	2007	786.545,20	4,00	618.653.351.643,04	1.573.090,40
Σ	0	2.821.128,80	10,00	1.685.828.474.724,48	956.416,00

X	AÑOS	IMPORTACIONES
5	2008	1.042.433,76
6	2009	1.138.075,36
7	2010	1.233.716,96
8	2011	1.329.358,56
9	2012	1.425.000,16
10	2013	1.520.641,76
11	2014	1.616.283,36
12	2015	1.711.924,96
13	2016	1.807.566,56
14	2017	1.903.208,16
15	2018	1.998.849,76

$y = \text{importación}$

$y = a + bx$

$b = \frac{\sum x*y}{\sum x^2}$

$n = \text{cantidad de años}$

95.641,60

5

$a = y$

$y = \frac{\sum y}{n}$

564.225,76

564.225,76

$x = \text{tiempo}$

4.7.2.3 EXPORTACIONES DE ARTEFACTOS SANITARIOS EN PERÚ

De acuerdo a las investigaciones realizadas en la ALADI se obtuvieron los siguientes datos durante los períodos 2003 – 2007 con la partida arancelaria respectiva 6910.90.00.00. Como se muestra a continuación en las estadísticas históricas se mantiene un crecimiento continuo:

Cuadro Nº 23

EXPORTACIONES PERUANAS MUNDIALES DE ARTEFACTOS SANITARIOS	
AÑOS	EXPORTACIONES
	UNIDADES
2003	585.696
2004	690.647
2005	838.504
2006	937.028
2007	1.179.818

Fuente: www.aladi.org
Elaboración: Daniela Ramos

4.7.2.3.1 PROYECCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE ARTEFACTOS SANITARIOS EN PERÚ

Para la proyección de las exportaciones de artefactos sanitarios por parte de Perú en los siguientes 10 años se utiliza la siguiente fórmula:

Cuadro Nº 24

PROYECCIÓN DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS MUNDIALES DE ARTEFACTOS SANITARIOS

2008
 $y = a + b * x$
 $y = 846.338,64 + 143.462,40 * 5$
 $y = 1.563.650,64$

2011
 $y = a + b * x$
 $y = 846.338,64 + 143.462,40 * 8$
 $y = 1.994.037,84$

2014
 $y = a + b * x$
 $y = 846.338,64 + 143.462,40 * 11$
 $y = 2.424.425,04$

2017
 $y = a + b * x$
 $y = 846.338,64 + 143.462,40 * 14$
 $y = 2.854.812,24$

2009
 $y = a + b * x$
 $y = 846.338,64 + 143.462,40 * 6$
 $y = 1.707.113,04$

2012
 $y = a + b * x$
 $y = 846.338,64 + 143.462,40 * 9$
 $y = 2.137.500,24$

2015
 $y = a + b * x$
 $y = 846.338,64 + 143.462,40 * 12$
 $y = 2.567.887,44$

2018
 $y = a + b * x$
 $y = 846.338,64 + 143.462,40 * 15$
 $y = 2.998.274,64$

2010
 $y = a + b * x$
 $y = 846.338,64 + 143.462,40 * 7$
 $y = 1.850.575,44$

2013
 $y = a + b * x$
 $y = 846.338,64 + 143.462,40 * 10$
 $y = 2.280.962,64$

2016
 $y = a + b * x$
 $y = 846.338,64 + 143.462,40 * 13$
 $y = 2.711.349,84$

X	AÑOS	EXPORTACIONES Y	X ²	Y ²	X*Y
-2	2003	585.696,00	4,00	343.039.804.416,00	-1.171.392,00
-1	2004	690.647,40	1,00	476.993.831.126,76	-690.647,40
0	2005	838.504,20	0,00	703.089.293.417,64	0,00
1	2006	937.027,80	1,00	878.021.097.972,84	937.027,80
2	2007	1.179.817,80	4,00	1.391.970.041.196,84	2.359.635,60
Σ	0	4.231.693,20	10,00	3.793.114.068.130,08	1.434.624,00

X	AÑOS	EXPORTACIONES
5	2008	1.563.650,64
6	2009	1.707.113,04
7	2010	1.850.575,44
8	2011	1.994.037,84
9	2012	2.137.500,24
10	2013	2.280.962,64
11	2014	2.424.425,04
12	2015	2.567.887,44
13	2016	2.711.349,84
14	2017	2.854.812,24
15	2018	2.998.274,64

$y = \text{importación}$

$y = a + bx$

$b = \frac{\sum x*y}{\sum x^2}$
 143.462,40

$n = \text{cantidad de años}$
 5

$a = y$
 846.338,64

$y = \frac{\sum y}{n}$
 846.338,64

$x = \text{tiempo}$

4.7.3 CONSUMO NACIONAL APARENTE

Cuadro N° 25

CONSUMO NACIONAL APARENTE CNA = PRODUCCIÓN + IMPORTACIONES - EXPORTACIONES				
AÑOS	PRODUCCIÓN	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	CONSUMO APARENTE
	UNIDADES	UNIDADES	UNIDADES	UNIDADES
2008	2.606.084	1.042.434	1.563.651	2.084.868
2009	2.845.188	1.138.075	1.707.113	2.276.151
2010	3.084.292	1.233.717	1.850.575	2.467.434
2011	3.323.396	1.329.359	1.994.038	2.658.717
2012	3.562.500	1.425.000	2.137.500	2.850.000
2013	3.801.604	1.520.642	2.280.963	3.041.284
2014	4.040.708	1.616.283	2.424.425	3.232.567
2015	4.279.812	1.711.925	2.567.887	3.423.850
2016	4.518.916	1.807.567	2.711.350	3.615.133
2017	4.758.020	1.903.208	2.854.812	3.806.416
2018	4.997.124	1.998.850	2.998.275	3.997.700

Fuente: www.aladi.org

Elaboración: Daniela Ramos

Con el cuadro anterior se puede observar que existe la oportunidad de ingresar al mercado peruano con nuestro producto exportado. Sin embargo para un mejor estudio se analiza la demanda relacionada con el déficit habitacional de 2.2 millones de unidades, lo cual genera una demanda de piezas sanitarias. Según el ministerio de vivienda el problema se podría resolverse aproximadamente en 15 años construyendo 200.000 viviendas anuales. Es por ello que el sector de la construcción va en crecimiento lo cual genera mayor demanda de artefactos sanitarios.

4.8 COMERCIALIZACIÓN

4.8.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución son todos los medios para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos.

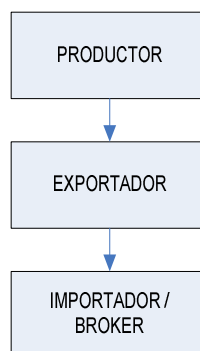
El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor¹⁹.

Cada exportador e importador o empresa tiene que identificar el canal apropiado para llegar a su mercados meta, que puede ser desde una venta directa hasta el uso de uno a múltiples canales a través de los llamados intermediarios.

4.8.1.1 DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTEFACTOS SANITARIOS EN PERÚ

Los artefactos sanitarios poseen una cadena de comercialización que se aplica para suplir de artefactos sanitarios al mercado internacional, la cual hemos sugerido a nuestro comprador para que se distribuya el producto en Perú.

Figura Nº 19
Cadena de Comercialización



Los brokers cuentan con una moderna infraestructura para la distribución de los artefactos sanitarios que por lo general son especialistas en mercadeo y expertos en el desarrollo de planes de promoción, siendo las cadenas de supermercados y los mayoristas sus principales clientes.

Es por esto que nosotros recomendamos realizar la distribución de los artefactos sanitarios a través de un broker ubicado en Perú, encargándose de promocionar, publicar y vender el producto en las principales tiendas Peruanas hasta el consumidor final que son nuestros clientes.

¹⁹ STANTON, Fundamentos de Marketing, Pág. 373 - 404

4.9 PRECIOS

A continuación se presenta el precio referencial en USD:

Cuadro Nº 26

PRECIOS INTERNACIONALES	
WC Kingsley	206,35
Lavamanos Stylo Redondo	31,71
Lavamanos Venice Center	54,61
Lavamanos Palazzo	75,23
WC Century Regular	51,18
Tanque Century	51,18
Lavamos Aspigo	43,18
Pedestal Belair	19,11
WC Novo Redondo	30,56
Tanque Altima	30,56
Lavamanos Chelsea Nuevo	24,84
Pedestal Universal	17,96
WC Coronet	28,27
Tanque Novo	28,27
Lavamanos Shelby	17,96

Fuente: www.aladi.org

Elaboración: Daniela Ramos

CAPÍTULO V

ESTUDIO TÉCNICO

5.1 INTRODUCCIÓN

El estudio técnico consiste en diseñar las maneras de cómo se va a producir o cómo se va a preparar el producto para su venta en otros países; conociendo a su vez cuáles son los métodos óptimos para hacerlo, los costos, la localización correcta de la empresa y sus instalaciones, qué materia prima se requerirá y dónde conseguirla y el personal necesario para llevar a cabo este proyecto.

5.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

Elaborar un estudio técnico sobre el presente proyecto está encaminando a cumplir los siguientes objetivos:

- Verificar la posibilidad técnica de la exportación de artefactos sanitarios que se busca ofrecer en el mercado peruano.
- Analizar el tamaño óptimo del proyecto analizando los aspectos físicos y financieros; fijar la localización correcta de la empresa y sus instalaciones; y delimitar el personal adecuado para el correcto funcionamiento de la misma.

El estudio técnico debe responder varias interrogantes: dónde, cuánto, cuándo, cómo exportar los artefactos sanitarios con el fin de satisfacer las necesidades de consumo en el mercado de destino.

5.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación normal. El objetivo de este punto consiste en determinar el tamaño que deben tener las instalaciones, así como también el personal requerido durante el proceso del proyecto.

5.3.1 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Para conocer cuál será el tamaño del proyecto, se debe tomar en cuenta una serie de factores, los cuales serán determinantes al momento de poner en marcha este trabajo. A continuación presentamos varios de estos factores:

➤ DEMANDA

El estudio de mercado entre otras cosas, tiene el propósito de mostrar las necesidades del consumidor, la demanda real, potencial y la proyectada basándose en su investigación de mercado. De ahí que la demanda es un factor importante para condicionar el tamaño del proyecto.

➤ DISPONIBILIDAD DE LA MERCADERÍA

En este punto se debe identificar el abasto suficiente en cantidad y calidad del producto terminado que se requiere para el desarrollo del proyecto. De ahí la importancia de conocer a los proveedores, precios, cantidades de la mercadería respaldado por cotizaciones para establecer un compromiso.

Para el presente proyecto en el cual la empresa “*SANITEX TRADER CIA. LTDA.*”, cuya actividad es la exportación de artefactos sanitarios, asegurará la disponibilidad constante del producto, el mismo que será entregado por nuestro proveedor EDESA S.A. De esta manera se asegurará una adecuada exportación durante todo el año para abastecer la demanda como se ha planificado, de tal manera, que este no se convierta en un factor limitante para el proyecto, para lo cual nos aseguraremos a través de un contrato.

➤ TRANSPORTE Y TECNOLOGÍA

Estos factores son indispensables para la ejecución del proyecto. Es importante aprovisionarnos del transporte adecuado para el traslado de nuestro producto hacia el puerto de origen. Además al hablar de tecnología es importante contar con equipos eficaces que nos permitan rastrear y llevar el control de cada uno de nuestros contenedores.

➤ FINANCIAMIENTO

La disponibilidad de recursos financieros es un factor preponderante en la determinación del tamaño del proyecto desde el punto de vista físico. Si la disponibilidad de recursos permite se debe elegir el tamaño del proyecto que tienda a reducir su costo operativo y por ende importantes rendimientos y cierta holgura en el cumplimiento de compromisos con terceros²⁰.

El financiamiento puede ser obtenido de dos maneras diferentes, la primera es por inversión propia, es decir por la cantidad aportada de cada uno de los socios o accionistas de la empresa, y la segunda por medio de financiamiento externo, la misma que comprende a todas las instituciones financieras existentes en el país, ya sean públicas o privadas. Se recomienda utilizar principalmente la Corporación Financiera Nacional (CFN), ya que es una entidad creada para apoyar el crecimiento económico del país, por lo cual brinda mayores beneficios para los exportadores.

➤ ORGANIZACIÓN

La estructura organizacional es el conjunto de medios que maneja la organización con el objeto de dividir el trabajo en diferentes áreas y lograr la coordinación efectiva de las mismas²¹. Con dicha estructura se pretende lograr un adecuado equipo de trabajo que desempeñen de la mejor manera sus tareas designadas. Es un elemento primordial para proporcionar un ambiente interno adecuado, en el que cada una de las actividades realizadas por los miembros contribuye al logro de los objetivos organizacionales. Cada uno de los objetivos se logra con una adecuada organización y planificación, por ello para el tamaño de nuestro proyecto la organización no es un factor limitante.

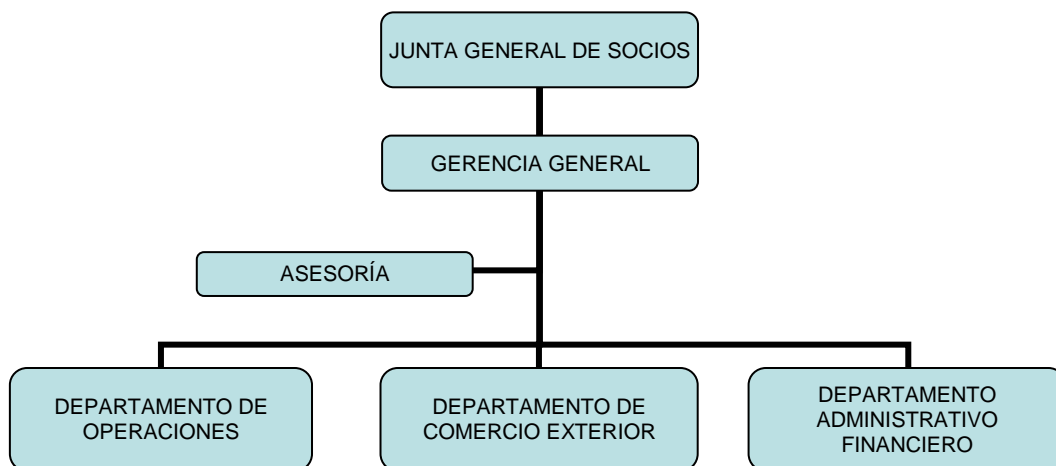
Es indispensable analizar el personal tanto en calidad como en cantidad y que sea altamente calificado relacionado con la razón social de "SANITEX TRADER CIA. LTDA.", ya que de ello dependerá el buen funcionamiento y apoyo operacional que tenga el proyecto.

²⁰ BARRENO, Luis; "Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos"; Primera Edición; Quito 2005

²¹ ÁLVAREZ, Héctor F.; "Principios de Administración", Ediciones Eudecor, 1996, página 25

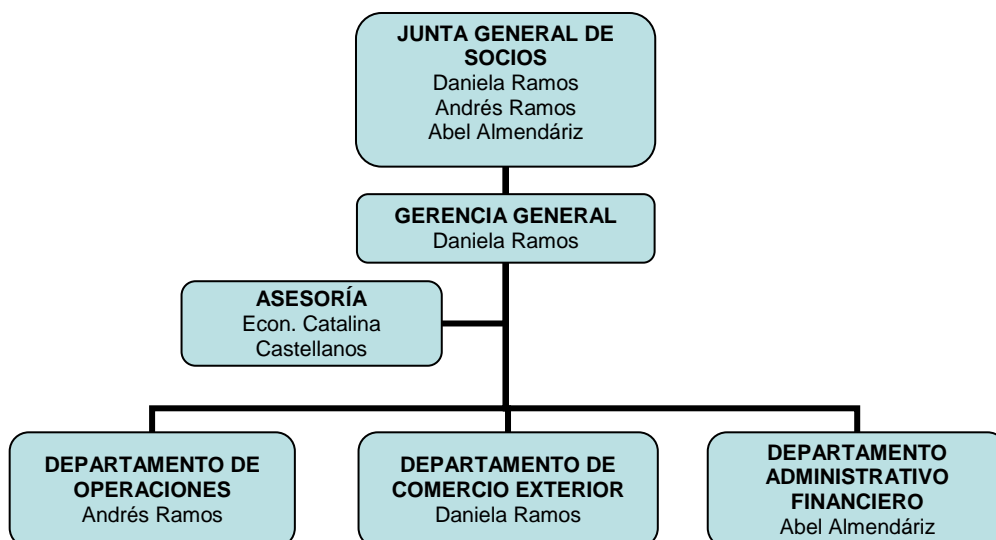
Por consiguiente este tampoco será un factor limitante ya que, tanto el personal técnico como administrativo es fácil conseguir ya que en nuestro país existe suficiente mano de obra calificada con la que se podrá contar.

Figura Nº 20
ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA



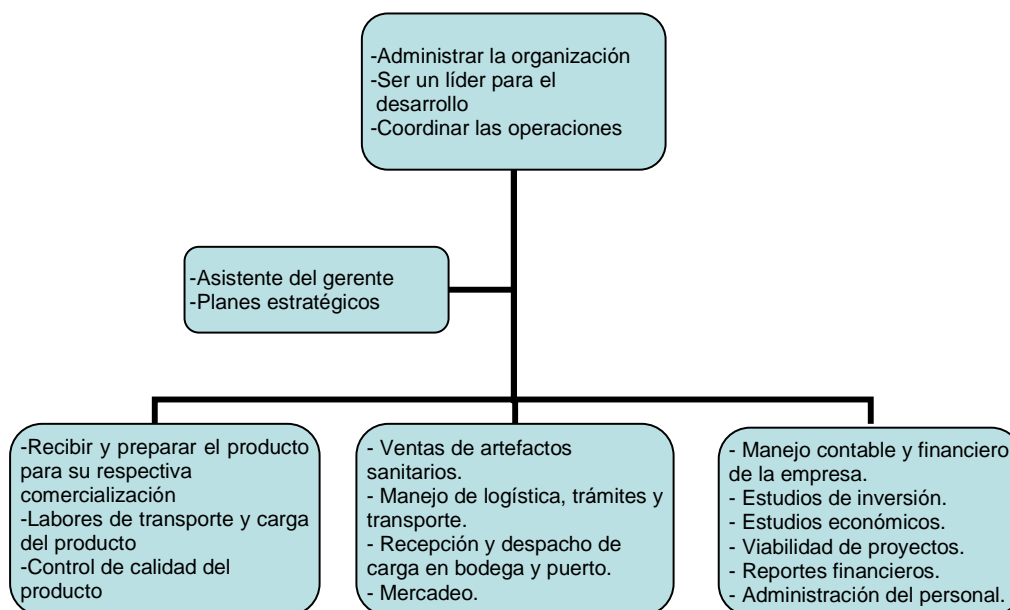
Elaboración: Daniela Ramos

Figura Nº 21
ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA



Elaboración: Daniela Ramos

Figura Nº 22
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA



Elaboración: Daniela Ramos

5.4 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

En este aspecto se estudiará el espacio físico adecuado e idóneo y además estratégico para la exportación de artefactos sanitarios hacia el mercado peruano; además debemos tomar en cuenta que el sitio apropiado ayudará a obtener la máxima rentabilidad, el mismo que debe contar con todas las facilidades para el desarrollo del proyecto, como por ejemplo la infraestructura, disponibilidad de medios y costos de transporte, cercanía de las fuentes de abastecimiento del producto y puerto de embarque, accesos (carreteras), servicios básicos, comunicaciones, etc.

5.4.1 MACROLOCALIZACIÓN

De acuerdo a las investigaciones realizadas la industria de cerámicas ocupan un lugar importante dentro de la economía de nuestro país, se considera a Pichincha como la segunda provincia en donde se desarrolla la industria de cerámica por consecuente la ejecución de nuestro proyecto se desarrollará en la República del Ecuador en la provincia anteriormente mencionada.

5.4.2 MICROLOCALIZACIÓN

La microlocalización es el segundo nivel de aproximación de la localización que consiste en la ubicación exacta del proyecto.

Por lo mismo procedemos a realizar el Método Cualitativo por Puntos, que ayudará a determinar qué zona o ciudad conviene más a nuestro proyecto, en el que analizamos ciertos factores que se definirán a continuación:

➤ **MATERIA PRIMA**

Tratándose de una empresa comercializadora de artefactos sanitarios, tiene que estar en un sitio adecuado en donde los proveedores se encuentren cerca de la misma, para hacer más simple la obtención del producto. Es importante tomar en cuenta con cuál de las empresas productoras se tiene mejor relaciones comerciales y entreguen un producto bueno, el cual agrade a los consumidores en el mercado de destino. Por tal razón se le considera a este factor uno de los principales.

➤ **INFRAESTRUCTURA**

En este factor analizamos el aspecto económico ya que los costos pueden variar de acuerdo a la demanda que existe en el mercado. Además debemos observar la plusvalía. Del sitio así como también la seguridad.

➤ **MANO DE OBRA**

El personal debe ser muy competente, el cual cumpla con las necesidades de la empresa. Se tiene que analizar si en la ciudad que se desea colocar la empresa se encuentra el personal suficiente y adecuado para la puesta en marcha del proyecto.

➤ **PUERTOS DE EMBARQUE**

El medio para transportar nuestro producto será por vía marítima. Se debe analizar lugares que se encuentren cerca de los puertos o que las distancias no sean tan largas, para que de esta manera los fletes no sean costosos.

➤ **VÍA DE TRANSPORTE**

Este es un factor que tiene mucha importancia ya que las vías de acceso deben estar en buenas condiciones para que nuestro producto consiga llegar sin daño alguno al puerto de embarque.

➤ **COSTO DE VIDA**

Debemos tomar en cuenta ya que existen ciudades con altos costos de supervivencia, como son por ejemplo la luz, agua, arriendos, alimentación, entre otros; los que hacen encarecer nuestro producto, por lo cual se le asignará su peso adecuado para los respectivos cálculos.

➤ **MOVIMIENTO COMERCIAL**

En este factor es importante analizar con qué entidades se cuenta, tales como bancos, instituciones de control y servicio público, etc.

Habiendo conocido algunos de los factores predominantes para escoger un adecuado lugar para la empresa y haber analizado los mismos; se han escogido dos ciudades, las mismas que son Quito y Guayaquil. A estas ciudades se les dará una calificación del 1 al 10, dependiendo de qué factor en cada ciudad es más importante. Para luego multiplicarlo con el peso que se ha dado a cada factor, y de esta manera la ciudad que más alto puntaje obtenga, será el lugar en el cual se instale la empresa.

A continuación se dará el cuadro donde se mostrarán los resultados antes mencionados:

Cuadro N° 27

MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS					
Factores de localización	Peso	Quito		Guayaquil	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Materia Prima	0,20	10,00	2,00	7,00	1,40
Edificaciones	0,15	8,00	1,20	7,00	1,05
Mano de obra	0,15	8,00	1,20	7,00	1,05
Puerto de Embarque	0,15	6,00	0,90	10,00	1,50
Vías de transporte	0,10	8,00	0,80	8,00	0,80
Costo de vida	0,15	7,00	1,05	7,00	1,05
Movimiento Comercial	0,10	10,00	1,00	9,00	0,90
TOTAL	1,00		8,15		7,75

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Daniela Ramos

Como se pudo observar en el cuadro N° 27 Quito es la ciudad más idónea ya que tiene el puntaje más alto. Obtenido como conclusión que Quito es un buen lugar porque se encuentra con muy buenas condiciones para obtener nuestro producto de una manera fácil y rápida. Además cuenta con oficinas convenientes y seguras para nuestra compañía, con adecuada mano de obra, con buenas vía de acceso y excelente movimiento comercial, pero a pesar de no encontrarse cerca de los puertos puede ser un inconveniente, pero no son motivos suficientes para no aceptar esta ciudad, ya que los beneficios que brinda son más altos y de mayor importancia para la empresa.

5.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.5.1 PROCESO PRODUCTIVO

Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión, donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. Tenemos desde el proceso de fabricación del producto a comercializarse, la distribución adecuada de la planta, entre otros. A continuación podemos observar los diferentes procesos que se requiere para la elaboración de los artefactos sanitarios. Es importante tener en cuenta que la descripción de cada uno de ellos los encontramos en el Capítulo II.

Figura Nº 23

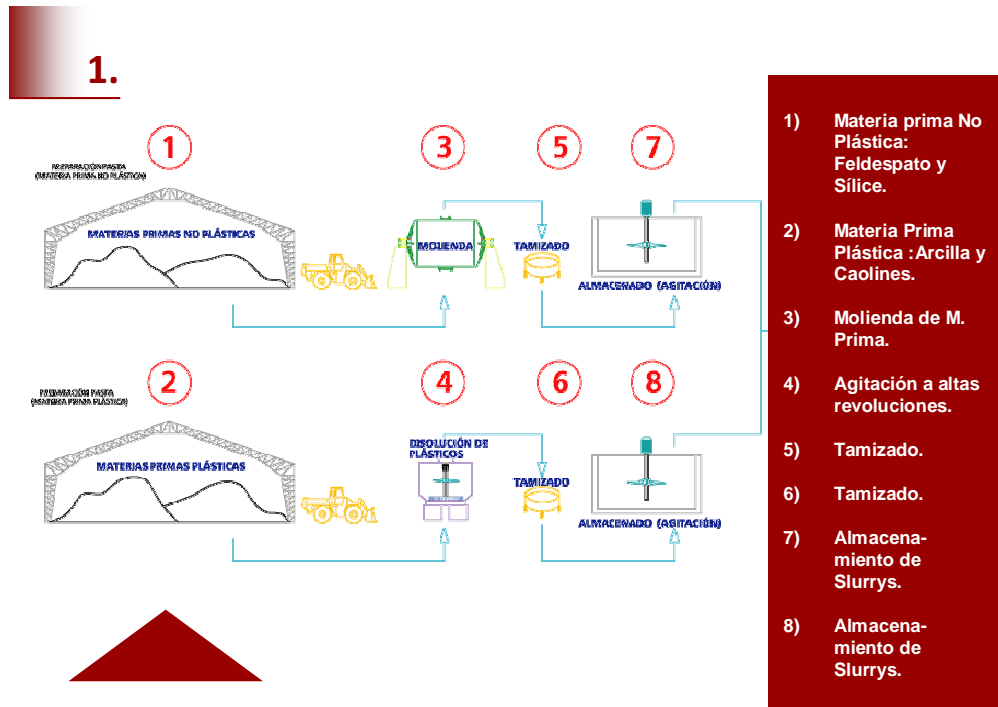


Figura Nº 24

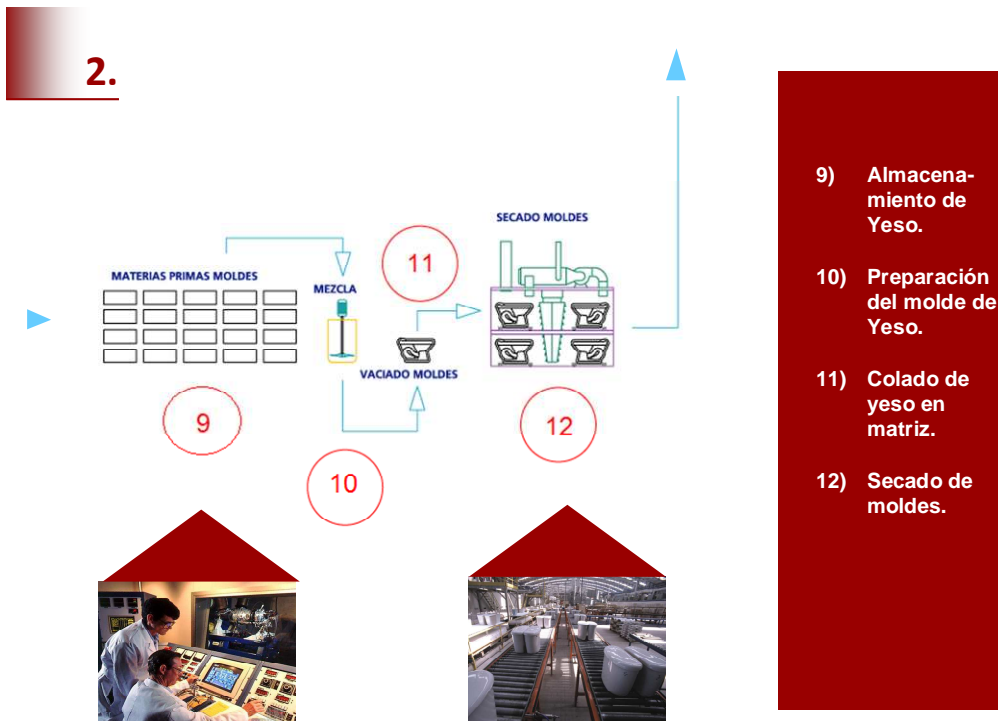


Figura Nº 25

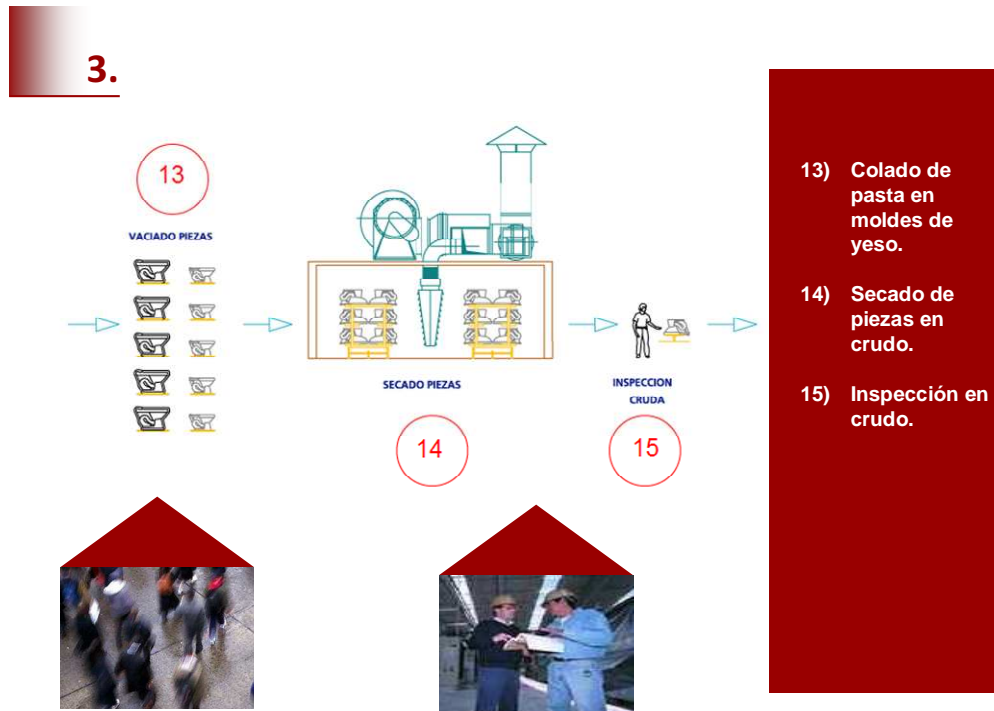


Figura Nº 26

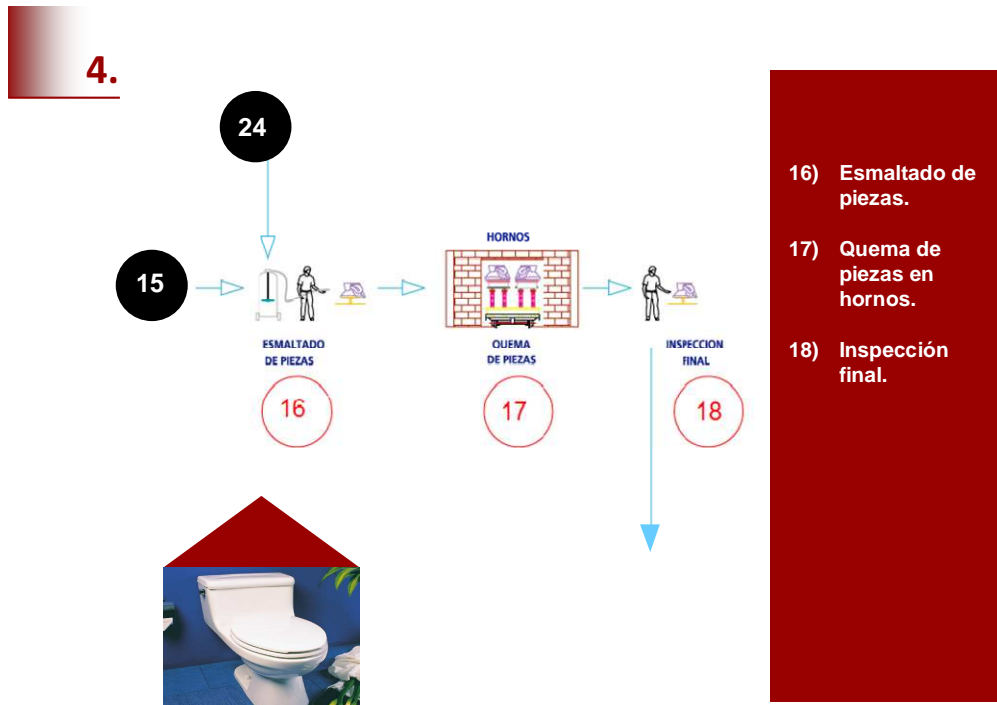
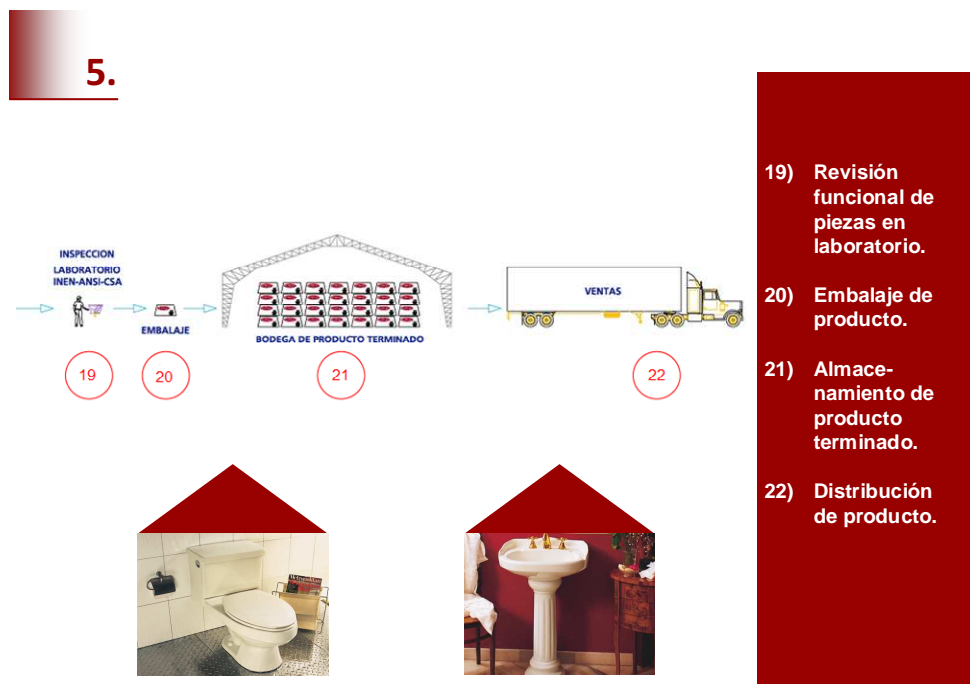


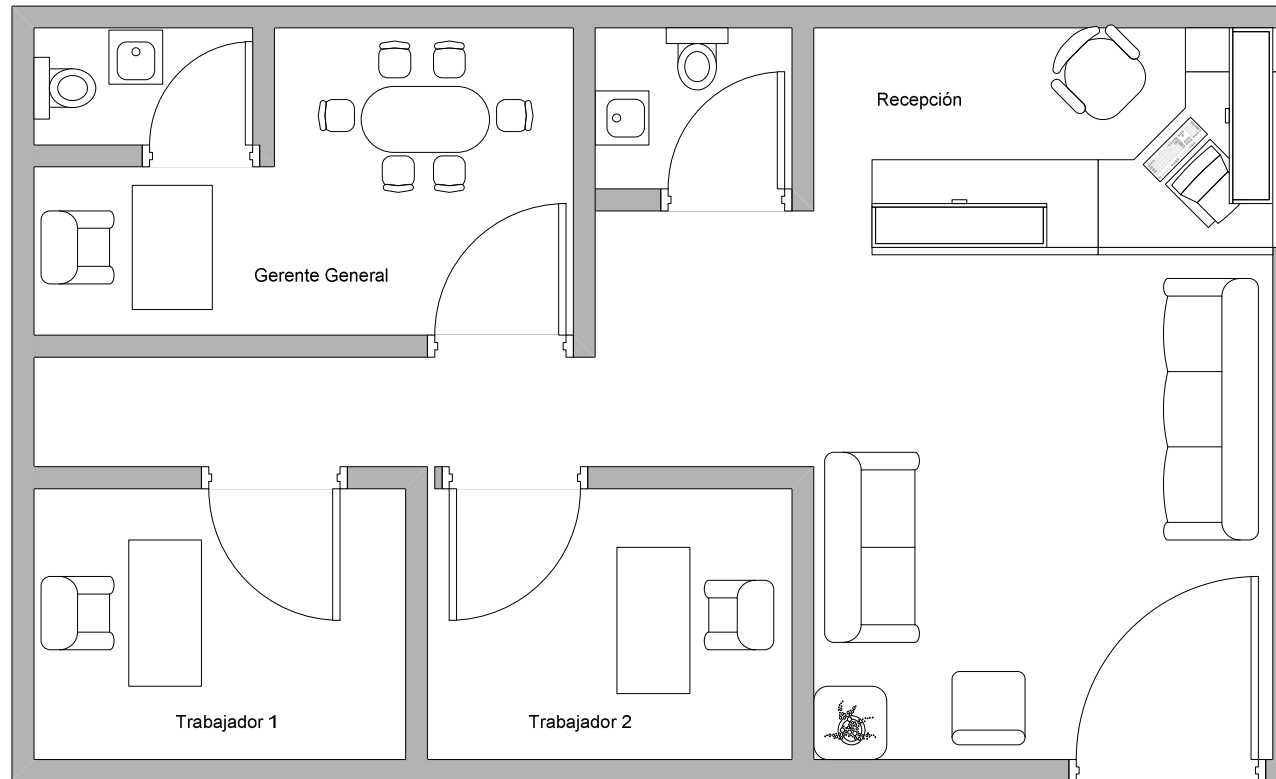
Figura Nº 27



5.5.2 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptable y permite la operación más económica a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para el personal.

Figura N° 28



CAPÍTULO VI

COMERCIO EXTERIOR

6.1 INTRODUCCIÓN

El capítulo de Comercio Exterior debido al tema seleccionado para el presente proyecto es uno de los más importantes, ya que con todos los datos recopilados en los capítulos anteriores procederemos a detallar todo lo relacionado, ya como tal, a la exportación misma de nuestro producto “artefactos sanitarios”.

Para llevar a cabo un adecuado proceso de Comercio Exterior ha sido importante realizar una prolija investigación tanto de las condiciones ecuatorianas como de las exigencias peruanas en términos de Comercio Exterior, pues ha sido necesario adecuar la exportación a todas estas condiciones.

Se puede decir entonces que este capítulo reúne todos los conocimientos de Comercio Exterior adquiridos y que éstos a su vez lo aplicamos al producto objeto de estudio de este proyecto, el mismo que permite desarrollar la industria ecuatoriana y a su vez incrementar el volumen de las exportaciones.

Es necesario resaltar que el régimen aduanero que se utilizará para la exportación de artefactos sanitarios será “Exportación a Consumo régimen 40”.

➤ EXPORTACIÓN A CONSUMO

Es el régimen aduanero por el cual las mercancías nacionales o nacionalizadas salen del territorio, para su uso o consumo definitivo en el exterior²².

Los artefactos sanitarios los mismos que se destinarán a la exportación se embarcarán directamente. La mercadería quedará sometida al control aduanero hasta que se autorice la

²² Ley Orgánica de Aduanas

salida en el medio de transporte por parte de las autoridades competentes y que en este caso es el buque.

6.2 FICHA TÉCNICA DE LOS ARTEFACTOS SANITARIOS

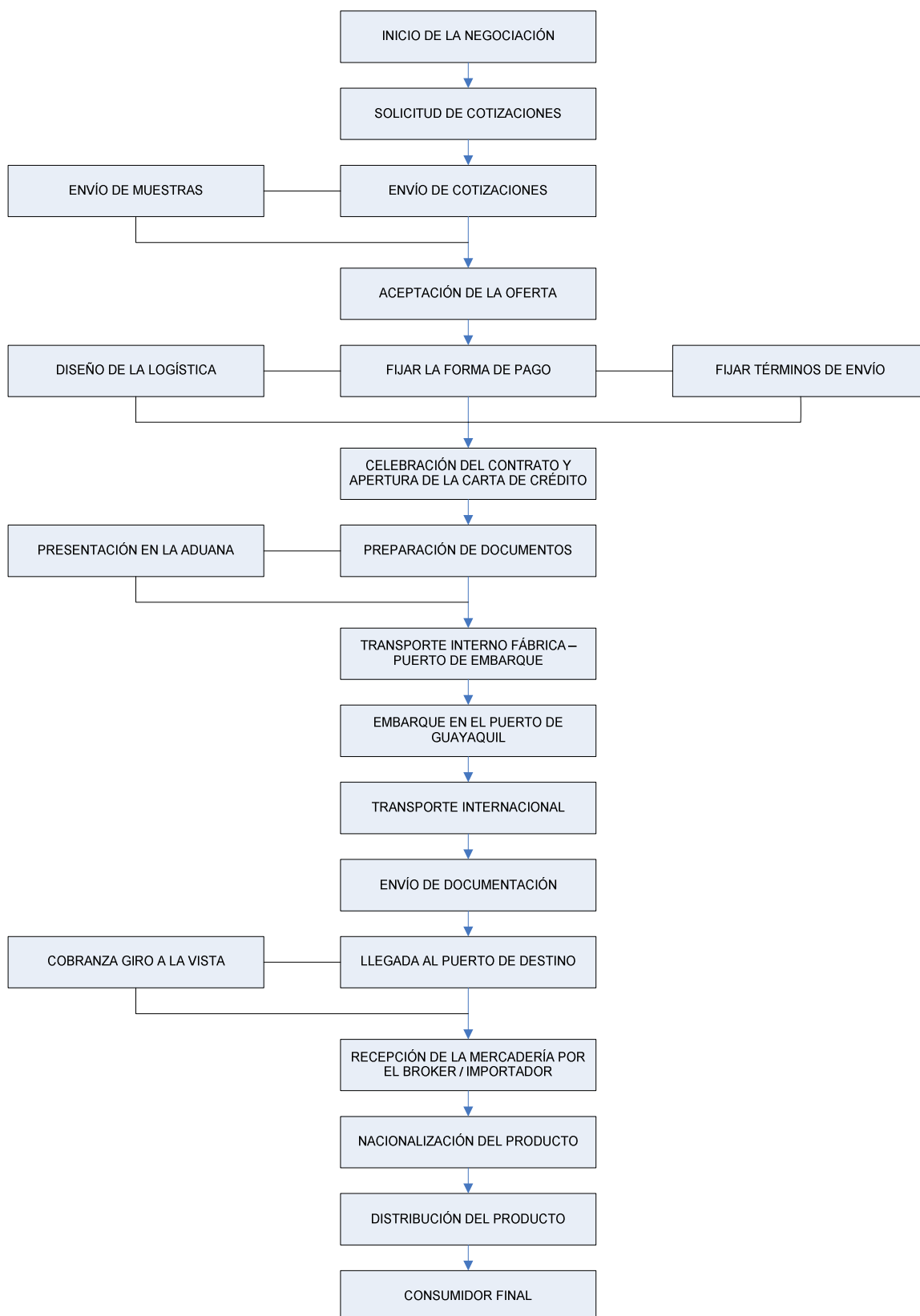
Cuadro Nº 28

FICHA TÉCNICA DE LOS ARTEFACTOS SANITARIOS	
PRODUCTO:	ARTEFACTOS SANITARIOS
SUBPARTIDA ARANCELARIA:	6910.90.00.00
PAÍS EXPORTADOR:	ECUADOR
PAÍS IMPORTADOR:	PERÚ
EMPRESA EXPORTADORA:	"SANITEX TRADER CIA. LTDA."
CANTIDAD DE CAJAS ENVIADAS POR EMBARQUE:	1040
VALOR CIF:	29.523,95
VÍA DE TRANSPORTE:	MARÍTIMA
PUERTO DE EMBARQUE:	PUERTO DE GUAYAQUIL
PUERTO DE DESEMBARQUE:	PUERTO CALLAO

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

6.3 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN

Cuadro N° 29



Elaboración: Daniela Ramos

6.4 CONDICIONES DE NEGOCIACIÓN

Sabemos que en toda negociación internacional debe establecerse previamente todas las condiciones para llevar a cabo un intercambio comercial exitoso. Por ello se detallan a continuación las principales consideraciones en la negociación internacional:

6.4.1 SISTEMA DE MEDIDA

Hay que tomar en cuenta el uso de un sistema de medida a nivel internacional, de esta manera evitamos confusiones en la comercialización, por tal motivo se utilizará el SI que está basado en el Sistema Internacional de Medidas. En el Ecuador, este sistema es oficial y obligatorio por Decreto No. 1456 del 28 de Diciembre de 1973.

6.4.2 INCOTERMS

Los incoterms son un conjunto de reglas que ayuda a saber cuándo comienza y termina los riesgos, tanto para el exportador como para el importador. Fueron creados en 1936 para facilitar las negociaciones en el comercio exterior, siendo la última revisión de los incoterms en el año 2000.

En definitiva los Incoterms permiten clasificar y establecer la distribución de los costos y las correspondientes responsabilidades entre compradores y vendedores²³.

Entre los incoterms se escogió el término CIF “Costo, Seguro y Flete” que significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

El vendedor debe pagar los costos y el flete necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino convenido. Pero el riesgo de pérdida o daño de la mercancía, así como cualquier costo adicional debido a sucesos ocurridos después del momento de la entrega, se transmiten del vendedor al comprador. No obstante en condiciones CIF, el vendedor debe también procurar un seguro marítimo para los riesgos del comprador por pérdida o daño de

²³ ESTRADA, Patricio; ESTRADA, Raúl; “Exportar es un reto”, Pág. 42

la mercancía durante el transporte. Consecuentemente el vendedor contrata el seguro y paga la prima correspondiente.

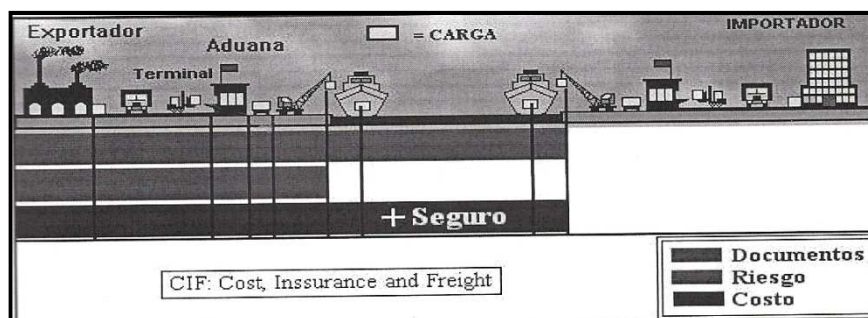
El comprador ha de observar que, bajo el término CIF, el vendedor está obligado a conseguir un seguro sólo con cobertura mínima. Si el comprador desea mayor cobertura, necesitará acordarlo expresamente con el vendedor o bien concertar su propio seguro adicional.

El término CIF exige al vendedor despachar la mercancía para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables internas.

La empresa exportadora ecuatoriana “SANITEX TRADER CIA. LTDA.”, convendrá con el importador peruano la entrega de los artefactos sanitarios vía marítima en términos CIF (Cost, insurance and Freight / Costo, seguro y flete), lo que significa que “SANITEX TRADER CIA. LTDA.”, deberá entregar la mercadería cuando sobrepase la borda del buque en el Puerto de Callao. El tiempo de tránsito al lugar de destino es de aproximadamente de 7 días, con un costo según la empresa de transporte internacional NAVESUR, y en un contenedor de 40´HC.

Se escogió el término CIF ya que este nos permite trasladar el producto en las mejores condiciones, asumiendo todos los gastos y obligaciones lo que nos permitirá establecer un precio competitivo y así ofrecemos un servicio completo a nuestro cliente peruano facilitando todo el proceso de exportación, así como también aseguramos tener más demanda, es decir rotación del producto.

Figura Nº 29



6.4.2.1 OBLIGACIONES DEL COMPRADOR

- Este debe pagar el precio según lo dispuesto en el contrato de compraventa además de conseguir cualquier licencia de importación y llevar a cabo todos los trámites aduaneros para la importación de la mercancía.
- Aceptará la entrega de la mercancía, así como deberá asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque, del mismo modo si no da aviso suficiente asumirá todos los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercancía a partir de la fecha convenida o la fecha de expiración del plazo fijado para el embarque.
- Tendrá que pagar todos los gastos relacionados con la mercancía desde el momento en que haya sido entregada (a bordo del buque), los relacionados con la mercancía en tránsito hasta su llegada al puerto de destino, así como los gastos de descarga.
- Deberá pagar todos los derechos, impuestos y otras cargas oficiales, como son los trámites aduaneros pagaderos por importación de mercancía, que en nuestro caso no pago debido a que se aplica la Unión Aduanera de la Comunidad Andina de Naciones.
- Cuando tenga derecho a determinar la fecha del embarque de la mercancía deberá avisar al vendedor, además de aceptar el documento de transporte si el mismo resulta conforme a lo contratado. Este pagará los gastos de la inspección previa al embarque.

6.4.2.2 OBLIGACIONES DEL VENDEDOR

- Tendrá que suministrar la mercancía y la factura comercial de conformidad con el contrato de venta, así como obtener licencia de exportación y llevar a cabo los trámites aduaneros necesarios para la exportación de la mercancía.
- Tendrá que realizar el contrato de transporte hasta el puerto de destino convenido del tipo normalmente empleado para el transporte de mercancías de la descripción

contractual, así como obtener un seguro en que el comprador quede facultado para reclamar directamente del asegurador, y proporcionar el comprador la póliza de seguro y otra prueba de la cobertura de seguro, el seguro mínimo cubrirá el precio previsto en el contrato más un diez por ciento (es decir, un 110%) y será concertado en la moneda del contrato.

- Deberá entregar la mercancía a bordo del buque, en el puerto de embarque, en la fecha o dentro del plazo estipulado y asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque.
- Tendrá que dar al comprador aviso suficiente de que la mercancía ha sido entregada a bordo del buque. A sus expensas tendrá que proporcionar al comprador el documento de transporte usual para el puerto de destino convenido.
- Pagará los gastos de las operaciones de verificación necesarios para poder entregar la mercancía y proporcionar a sus propias expensas el embalaje requerido para el transporte que haya ordenado.
- Deberá prestar al comprador la ayuda precisa para obtener cualquier documento que pueda necesitar el comprador para la importación de la mercancía.

En el anexo 2 podemos apreciar las condiciones del término CIF según los incoterms 2000.

6.4.3 CONDICIONES DE PAGO

Las condiciones de pago se convierten en un paso fundamental al momento de realizar la exportación, ya que de esta manera se asegurará el fiel cumplimiento de los valores por motivo de la venta de los productos. Por lo cual quedará constancia de la venta, cuáles fueron los precios, el tipo de moneda y la forma de cancelación de los costos, garantizando así el flujo del capital de trabajo, y a su vez evita el descuido de la cobranza por el trabajo realizado.

Dentro del Comercio Exterior existen diferentes formas de pago, plazos y medios de pago, sin embargo, es decisión de cada empresa elegir la forma cómo cobrará el valor de la exportación.

La forma de pago escogida por “SANITEX TRADER CIA. LTDA.”, para la transacción con nuestro comprador peruano es la siguiente:

Carta de Crédito Irrevocable y Confirmada a 60 días plazo contados desde la fecha del embarque de la mercancía, ya que es la forma más segura y conveniente para el exportador ya que el banco me pagará independientemente del recibo del banco emisor.

6.5 TRÁMITES DE EXPORTACIÓN EN ECUADOR

Para llevar a cabo una exitosa exportación de artefactos sanitarios hacia el mercado peruano se debe seguir algunos trámites importantes relacionados con el proceso de exportación:

6.5.1 REGISTRO OCE (OPERADOR DE COMERCIO EXTERIOR)

Cuando un exportador decide realizar un proceso de exportación por primera vez es fundamental como primer paso registrarse como Operador de Comercio Exterior ante la CAE (Corporación Aduanera Ecuatoriana).

El proceso para registrarse como operador de comercio exterior es la siguiente:

1. El exportador sea persona natural o jurídica debe ingresar a la página de la Corporación Aduanera Ecuatoriana www.aduana.gov.ec.
2. Al ingresar a esta página el exportador se debe dirigir a la pestaña de OCEs y en esta a la vez a registro de datos.
3. Se debe ingresar todos los datos que requiere el sistema y finalmente hacer el envío electrónico para lo cual el sistema responderá con otro mensaje de envío exitoso.

Luego de esto el proceso continúa ingresando los siguientes documentos al Departamento de atención al Usuario de la CAE.

- Carta en hoja membretada solicitando se proceda a registrarlos por primera vez en el SICE (Sistema Interactivo de Comercio Exterior), indicando el tipo de operador, número de RUC, y firmada por el Representante Legal si es persona jurídica.
- Fotocopia a color de la cédula de identidad del Representante Legal.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia del nombramiento del Representante Legal vigente a la fecha de la presentación de la carta.

Una vez revisada y aprobada la documentación presentada se procederá con el registro definitivo en el SICE que le acreditará como Operador de Comercio Exterior.

6.5.2 PROCEDIMIENTO EN ADUANAS

El trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

1. FASE DE PRE-EMBARQUE

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página Web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como:

- Datos del exportador.
- Descripción de mercancía.
- Cantidad, peso.
- Factura provisional.

Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

2. FASE POST-EMBARQUE

Se presenta la DAU definitiva (código 40), que es la Declaración Aduanera Única de exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra el Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía los siguientes documentos:

- Registro único de Contribuyentes (RUC) del exportador (cuando es primera vez).
- Registro como exportador a través de la página Web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE). (cuando es primera vez).
- Factura comercial definitiva.
- Originales de Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de origen (cuando el caso lo amerite).
- Documento de transporte.
- Orden de embarque impresa.
- DAU impresa.
- CORPEI.

Los exportadores están obligados a declarar en el país las divisas provenientes de sus exportaciones por el valor FOB, a los bancos y sociedades financieras privadas autorizadas por la Superintendencia de Bancos.

6.6 DOCUMENTOS PARA LA EXPORTACIÓN

Los documentos legales necesarios para la exportación de artefactos sanitarios a Perú son los siguientes:

- Factura Comercial.
- Certificado de origen.
- Conocimiento de Embarque (guía aérea, carta porte conocimiento de embarque).

- Pago de la papeleta a la CORPEI.

6.6.1 FACTURA COMERCIAL

La factura comercial describe las mercancías ya sea a exportarse o a importarse, señala los términos y condiciones del país de compra y venta, contiene información en cuanto a la aduana de salida del país de origen y el puerto de entrada en el país de destino.

“*SANITEX TRADER CIA. LTDA.*”, deberá elaborar una factura comercial original y cinco copias, es un documento importante en cualquier transacción comercial y debe cumplir los siguientes requisitos:

- Subpartida arancelaria del producto.
- Nombre o razón social, dirección, teléfono, ciudad y país del exportador.
- Numeración consecutiva autorizada por el SRI y fecha de elaboración.
- Nombre o razón social del comprador en el país de destino, dirección, teléfono, ciudad y país.
- Número de Registro único de contribuyente (RUC).
- Fecha de expedición.
- Descripción clara y completa del producto, indicando característica como: tipo de empaque, presentación, etc.
- Valor unitario por ítem y moneda de negociación.
- Valor total por ítem y moneda de negociación.
- Unidad de medida.

- Valor de los fletes internos o internacionales. Seguro y otros gastos (según tipo de negociación – INCOTERM acordado).
- Valor total de la exportación.
- Medio de transporte.
- Marca.
- Condiciones de negociación (forma y plazo de pago).
- Firma y sello del vendedor o representante legal.

6.6.2 LISTA DE EMPAQUE / PACKING LIST

Este documento es emitido por la empresa exportadora, no es obligatoria pero facilita el inventario de la mercancías a la Autoridad Aduanera, importador, y empresa encargada del transporte, para la desaduanización de los mismos.

En este documento deben constar los siguientes datos:

- Datos del exportador, importador: nombres, apellidos, dirección, teléfono, RUC.
- Numeración de los bultos y contenido de cada bulto.
- Descripción del producto (ítems, partida arancelaria, cantidades, colores, tallas, peso de cada bulto: peso neto y peso bruto, etc.).
- Puertos de Embarque y Destino.

6.6.3 CERTIFICADO DE ORIGEN

Este documento indica el origen de la mercadería. Es un documento por el cual certifica que la mercadería es producida o fabricada en el país del exportador. Algunos son emitidos por

el MIPRO, que concede dicho certificado para las exportaciones de productos que se acogen a preferencias arancelarias tales como los de Estados Unidos y la Unión Europea; así como también FEDEXPOR o las Cámaras de Producción para las exportaciones de la ALADI, CAN, MERCOSUR. En nuestro caso quien nos otorgará el certificado el FEDEXPOR.

Sirve para que el importador / exportador tenga un tratamiento arancelario preferencial de acuerdo a las negociaciones establecidas a nivel bilateral o de bloque. En este caso nos basamos en las relaciones comerciales entre Ecuador y Perú se basan en la Comunidad Andina de Naciones.

6.7 PROCEDIMIENTOS PARA EL TRASLADO DE LA MERCADERÍA HASTA EL PUERTO DE EMBARQUE INTERNACIONAL

Después de preparar las mercancías para su exportación, se comenzará a cargarlas en el contenedor, proceso que lo realizará la empresa proveedora cuyos gastos efectuados se los puede observar en el capítulo de Costos, gastos e ingresos. Una vez que se encuentra la mercadería en el contenedor se realiza el traslado del producto hacia el puerto de origen, es decir Guayaquil. Partiendo desde este punto comenzarán algunos procesos más hasta llevar la mercadería a la aduana y colocarlos en el buque, el cual transportará hacia el puerto de destino. En este punto analizamos los segmentos de la distribución física internacional (DFI). Dentro de este proceso la mercadería por lo general atraviesa varios segmentos desde las bodegas del país de origen o del vendedor hasta estar físicamente en las bodegas del importador.

En nuestro proyecto únicamente analizamos hasta cuando la mercadería esté en el muelle del puerto de destino en el país Peruano. A continuación analizaremos cada uno de estos segmentos hasta llegar al puerto de destino (CIF).

6.7.1 TRANSPORTE INTERNO

El transporte interno se lo realizará desde las bodegas de EDESA S.A. ubicada en la ciudad de Quito, hasta la aduana en Guayaquil. La empresa que realizará este servicio es ADETRANSCORP, el cual cobrará \$320 dólares por transportar un contenedor de 40' High

Cube, en donde está incluido un seguro obligatorio de la empresa para transportar la mercadería.

6.7.2 TASA DE ALMACENAJE

Al momento de llegar a la aduana se tiene que almacenar la mercadería en las bodegas del puerto, hasta la llegada del buque, por este servicio existe una tasa de almacenaje que se deberá cancelar dependiendo de los días de almacenamiento y el peso que tenga los productos a exportar.

Por lo cual según tarifas de CONTECON, cada contenedor de 40` HC paga \$30, más \$2,75 hasta diez días, además se incluirá servicios de sello, aforo, cuadrilla y pesaje. El tiempo que se estima estar en las bodegas de almacenaje es de 2 días lo cual estaríamos dentro de la tarifa de 2,75.

Además se procede a realizar el aforo que es el acto administrativo de determinación tributaria, mediante el cual el distrito aduanero procede a la revisión documental o al reconocimiento físico de la mercancía, para establecer su naturaleza, cantidad, valor y clasificación arancelaria²⁴. Se debe efectuar un acto único de aforo para el embarque y salida de la mercancía al exterior. El Aforo físico lo realiza el Departamento de Operaciones de la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE).

6.7.3 DECLARACIÓN ADUANERA

Es un documento que tradicionalmente acompaña a los bienes exportados y que contiene información tal como la naturaleza de los bienes, su valor, el destinatario y su destino final. Se requiere para fines estadísticos y acompaña a todos los bienes controlados que se exportan con un permiso apropiado. Éste debe presentarse en la Aduana de salida en un plazo desde 7 días previos hasta 15 días posteriores al ingreso de la carga a la Zona Primaria Aduanera, que es la parte del territorio en la que se habilitan los recintos para la práctica de los procedimientos aduaneros.

²⁴ Ley Orgánica de Aduanas. Artículo 46

Además para cumplir con los trámites aduaneros es necesario contar con un agente de aduanas, por medio de él se presentaran los documentos correspondientes sobre la mercadería que se va a comercializar, solicitando a su vez el régimen aduanero al que se someterán. Los documentos que tendrán que acompañar a la declaración aduanera son:

- Conocimiento de embarque.
- RUC del exportador.
- Factura Comercial.
- Parking List.
- DAU 15 (orden de embarque para las X a consumo).
- DAU 40.
- Certificado de Origen (por acogernos a las preferencia arancelarias otorgados por la CAE).
- Una copia del Cupón de pago de la cuota redimible a favor de la CORPEI (1.5 por mil del valor FOB).

De la elaboración de los formularios anteriormente mostrados, así como también de los diversos trámites aduaneros, se encargará el agente de aduanas, el mismo que cobrará \$200 por cada embarque, como honorarios por su trabajo.

Por otra parte la aduana una vez revisado la información declarada, designa a una compañía verificadora para que realice el aforo físico a la mercadería que se encuentra bajo custodia en una bodega o depósito aduanero y de igual manera para que la aduana confirme lo declarado. Posteriormente la aduana aprueba el embarque para que el producto llegue a su destino final.

En los anexos correspondientes podemos observar estos documentos.

6.7.4 CONOCIMIENTO DE EMBARQUE

Al momento de realizar el embarque se procederá a cancelar algunos documentos y procesos para la correcta exportación, cumpliendo así los requerimientos que la aduana del Ecuador exige. Es por ello que para realizar la exportación un requisito obligatorio es contar con un conocimiento de embarque marítimo o Bill of Lading (B/L). Éste es un documento de transporte internacional y que también es a su vez un contrato de transporte entre el solicitante de embarque y la compañía de transporte (naviera, terrestre o aérea) que es quien le emite, en el que se indica que la mercadería fue efectivamente embarcada en las cantidades, peso y condiciones determinadas para su transporte hasta el puerto de destino. Es un contrato de transporte y título de propiedad, así como también una notificación de Pre embarque.

Los datos que contiene son:

- Datos del cargador.
- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Nombre del buque.
- Puerto de carga y de descarga.
- Importe del flete.
- Marcas y números del contenedor o de los bultos.
- Número del precinto.
- Descripción de mercaderías, pesos bruto y neto, volumen y medidas.
- Fecha de embarque.

Posteriormente a la obtención de los documentos para el embarque, se tendrá que cancelar los costos por manipuleo del contenedor en el puerto. Además se deberá pagar la carga y estiba en el buque.

6.7.5 CUPÓN DE APORTACIÓN A LA CORPEI

En toda exportación se debe realizar un pago del cupón de la CORPEI (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones), el mismo que constituye un documento de acompañamiento en la exportación.

Con el cupón de la CORPEI se tiene un tiempo de 75 a 120 días para justificar las divisas, la cual se recuperará posteriormente; ésta se calcula el 1.5 por mil sobre el valor FOB de las exportaciones del sector privado, excepto aquellas que sean igual o menores de USD 3.333,00 las cuales deberán aportar USD 5,00.

Cuando las contribuciones totalicen un mínimo de USD 500 generan un Certificado de Aportación CORPEI por su valor nominal en dólares y redimible a partir de los 10 años sin reconocer intereses y garantizados por un fondo patrimonial creado para el efecto, por lo tanto lo que en realidad se pierde es la tasa de interés pasiva que es del 4,87% anual²⁵.

Para aclarar el verdadero valor que se pierde, se realizará el siguiente cálculo, en donde se obtendrá un monto al cual se restará el aporte que se hace, obteniendo así el valor que no se recupera.

$$M = C (i + 1)^n$$

M = Monto	C = 28.522,71 * 1,5 / 1000
C = FOB * 1,5 / 1000	C = 42,78
i = Tasa de Interés Pasiva	i = 4,87%
n = Tiempo	n = 10 años

²⁵ www.bce.fin.ec (tasa de interés pasiva referencial al 30 de marzo del 2010)

$$M = 42,78 (0,0487 + 1)^{10}$$

$$M = 42,78 (1,6088)$$

$$M = 42,78 * 1,6088$$

$$M = 68,8261$$

$$- 42,78$$

$$\text{CORPEI} = 26,046 \text{ (sin imprevistos)}$$

6.7.6 FLETE INTERNACIONAL

La naviera que se encargará de llevar los contenedores hacia el Perú es NAVESUR, el cual cobra un flete de \$739,00 en el que incluye la validación y control de los documentos, así como también el manipuleo por salida del contenedor.

En esta etapa del proceso se analiza el traslado del producto por parte del exportador dentro del término CIF; la carga es transportada desde el puerto de embarque internacional en el país de origen (Ecuador) donde se realiza el manipuleo de la carga, es decir, hablamos de la carga de nuestro producto que realiza el transportista, así como también la estiba en el contenedor hacia el puerto de desembarque internacional en el país de destino (Perú), es decir, la mercancía es embarcada en el puerto de origen Guayaquil, los mismos que deben ser llevados o transportados en este caso por vía marítima hasta un puerto de destino en Perú (Puerto el Callao) para el respectivo desembarque y proceder a la comercialización del producto previo a los trámites y documentación de cada país de destino para la nacionalización de la mercadería que en este caso es país de destino es Perú.

6.7.7 GASTOS BANCARIOS

Son aquellos egresos o desembolsos de dinero por la presentación de servicios de los bancos que prestan sus servicios de corresponsalía. Se ha realizado diferentes cotizaciones para determinar cuál entidad financiera brinda los mejores valores entre ellos podemos mencionar la apertura de la carta de crédito y por mensajes telex o swift para las actividades comerciales que va a realizar nuestra empresa. Y una de las mejores alternativas es el *Banco de Guayaquil*, que cobra el 4% anual de comisión (sobre el valor FOB), más \$30,00

por cada mensaje telex o swift, que para este caso serán 2 mensajes. La carta de crédito se la realizará para 60 días.

Como ya dijimos anteriormente entre los gastos bancarios podemos mencionar la carta de crédito de exportación y las cobranzas enviadas al exterior.

6.7.7.1 CARTA DE CRÉDITO PARA LA EXPORTACIÓN

Para el presente proyecto se utilizará como mecanismo de pago la carta de crédito a 60 días plazo, ya que con esta se cuenta con muchos beneficios, entre ellos podemos mencionar: la cancelación del pago en su totalidad, crédito por parte del banco, envío a tiempo de los documentos de exportación, etc.

La carta de crédito que vamos a utilizar es la carta de crédito irrevocable y confirmada, ya que si se necesita hacer algún cambio sólo se lo podrá hacer con el consentimiento mutuo de las partes involucradas. Se debe tomar en cuenta que los costos y comisiones son cobrados sobre el valor FOB.

En el anexo 3 se puede observar el swift de la carta de crédito.

6.7.7.2 COBRANZAS ENVIADAS AL EXTERIOR

Cuando el exportador envía la mercancía debe entregar los documentos de embarque. Y cuando el importador recibe los documentos inicia el proceso de pago de la carta de crédito.

6.7.8 SEGURO INTERNACIONAL

Para el seguro internacional se contratará a la empresa *SEGURADORA DEL SUR*, la misma que cobrará una prima de 0,8% del valor CIF. Como en este instante no se cuenta con dicho valor se procederá a calcular el valor CIF a través de la siguiente fórmula y en base a este resultado se obtendrá el seguro.

6.8 FIJACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN

Cuadro N° 30

LISTA DE PRECIOS VALOR CIF	
WC Kingsley	91,90
Lavamanos Stylo Redondo	14,12
Lavamanos Venice Center	24,32
Lavamanos Palazzo	33,50
WC Century Regular	22,79
Tanque Century	22,79
Lavamos Aspío	19,23
Pedestal Belair	8,51
WC Novo Redondo	13,61
Tanque Altima	13,61
Lavamanos Chelsea Nuevo	11,06
Pedestal Universal	8,00
WC Coronet	12,59
Tanque Novo	12,59
Lavamanos Shelby	8,00

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

6.9 POLÍTICA COMERCIAL ECUADOR – PERÚ

6.9.1 ACUERDOS MULTILATERALES Y BILATERALES

Perú es un mercado natural, potencial y atractivo para las empresas ecuatorianas. Su proximidad geográfica, las características socioculturales afines a las de Ecuador, la complementariedad económica de las dos naciones, así como en algunos casos la diferencia de estacionalidad de sus productos, lo convierten ciertamente en una fuente de oportunidades comerciales para muchas empresas ecuatorianas interesadas en investigar y diseñar estrategias para acceder al mercado peruano.

La República del Perú se ha convertido en un socio comercial de gran importancia para el Ecuador en los últimos años, particularmente a raíz de la firma de los Acuerdos de Paz en octubre de 1998. Actualmente, el Perú ocupa el segundo lugar como socio comercial más importante del Ecuador, desplazando desde el año 2000 a Colombia, país que tradicionalmente ocupaba ese lugar. Debido a este reciente desarrollo de las relaciones entre los dos países, es importante analizar el comportamiento del comercio binacional para

apreciar debidamente la importancia de la relación bilateral y de las oportunidades comerciales que se presentan a partir del flujo comercial, la naturaleza de este intercambio y las potencialidades existentes para desarrollarlo.

Para la comercialización de nuestro producto nos basamos en la Comunidad Andina de Naciones de acuerdo a la Decisión 416, la misma que nos permitirá ingresar sin pagar aranceles, es decir estamos hablando de lo que conocemos como Unión Aduanera, área de libre comercio entre los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones y que ésta a su vez establece un arancel externo común para los países no miembros de la CAN; lo que contribuye a que nuestro producto sea más competitivo.

CAPÍTULO VII**INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO****7.1 INTRODUCCIÓN**

Una vez que se ha determinado el mercado del proyecto, la posible demanda, el tamaño, la oferta del proyecto, entre otros; se analizará en este capítulo todas las inversiones que exige el proyecto una vez que se empiece a ejecutar, así como también la forma en que se financiarán dichas inversiones.

Con este estudio podemos detallar cada uno de los elementos que participan en la estructuración financiera del proyecto. Y a su vez evaluar financieramente la viabilidad del proyecto y así tomar la decisión de ejecutar o no el proyecto.

7.2 INVERSIONES DEL PROYECTO

Para que un proyecto pueda iniciar sus operaciones generalmente registra dentro de las inversiones previas a la puesta en marcha los siguientes grupos: activos fijos tangibles, activos intangibles y capital de trabajo.

A continuación se detallan todas las inversiones que se deben realizar para llevar a cabo el presente proyecto:

Cuadro Nº 31

INVERSIONES DEL PROYECTO	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos Fijos Tangibles	64.033,44
Activos Fijos Intangibles	4.579,80
Capital de Trabajo	488.769,57
TOTAL	557.382,81

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

7.2.1 ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

Consideramos activos fijos de la empresa todas las propiedades, bienes materiales palpables y visibles que en el curso normal de los negocios no están destinados a la venta. Los activos fijos tangibles a excepción de los terrenos para efectos contables tienen vida útil mayor a un año y son sujetos de depreciación, los mismos que servirán de apoyo para la operación normal de la empresa.

Cuadro Nº 32

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Oficina	38.250,00
Vehículo	20.083,80
Muebles y Enseres	2.416,18
Equipo de oficina	738,67
Equipo de cómputo	2.544,79
TOTAL	64.033,44

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

En los anexos respectivos podemos apreciar las cotizaciones correspondientes.

7.2.1.1 BIENES INMUEBLES

Los activos fijos de una empresa se dividen en bienes muebles y bienes inmuebles, y dentro de este último grupo que son los bienes que no se pueden transportar o mover de un lugar a otro tenemos:

7.2.1.1.1 OFICINA

Cuadro Nº 33

OFICINA					
DESCRIPCIÓN	U. MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
Oficina	m ²	30,00	1.250,00	37.500,00	
SUBTOTAL				37.500,00	
Imprevistos (%)	2			750,00	
TOTAL				38.250,00	

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

Una empresa para desarrollar este proyecto necesita de una oficina amplia y cómoda que preste y brinde todas las facilidades para la ejecución del proyecto.

7.2.1.2 BIENES MUEBLES

Los bienes muebles de la empresa se caracterizan por tener la particularidad de que se pueden trasladar o mover de un lugar a otro, al igual que son activos sujetos a depreciación.

7.2.1.2.1 VEHÍCULO

Será necesario para la transportación de algún material específico o simplemente para la movilización del personal en alguna emergencia, por tal razón se ha decidido comprar una camioneta Chevrolet Luv D Max Diesel²⁶.

Cuadro Nº 34

VEHÍCULO					
DESCRIPCIÓN		U. MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo		U	1,00	19.690,00	19.690,00
SUBTOTAL					19.690,00
Imprevistos (%)	2				393,80
TOTAL					20.083,80

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

7.2.1.2.2 MUEBLES Y ENSERES

Estos muebles son parte de la comodidad que se debe tener en una empresa para prestar servicio al personal y los clientes, es decir algo necesario para poder hacer negocios con un excelente servicio y comodidad a nuestros clientes, creando a su vez un agradable ambiente de trabajo entre el personal de la empresa.

²⁶ www.chevrolet.com.ec

Cuadro Nº 35

MUEBLES Y ENSERES					
DESCRIPCIÓN		U. MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estación de trabajo Doitre 1.80 * 1.80		U	3,00	212,80	638,40
Estación de trabajo Gerencial 2.00 * 1.80		U	1,00	240,80	240,80
Sillas sin brazos		U	3,00	67,20	201,60
Silla tripersonal espera		U	3,00	128,80	386,40
Archivador 4 gavetas		U	4,00	145,60	582,40
Sillón Gerencial		U	1,00	162,40	162,40
Mesa Conferencia		U	1,00	156,80	156,80
SUBTOTAL					2.368,80
Imprevistos (%)	2				47,38
TOTAL					2.416,18

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

7.2.1.2.3 EQUIPO DE OFICINA

Son equipos de oficina que se utilizan a diario en la actividad comercial para realizar las diferentes gestiones de trabajo por parte del personal, brindando un excelente servicio a sus clientes con datos e información por escrito como proformas, pedidos, etc., además que estos equipos cumplen y agilitan las actividades del trabajo en las oficinas.

Cuadro Nº 36

EQUIPO DE OFICINA					
DESCRIPCIÓN		U. MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Central Telefónica		U	1,00	350,00	350,00
Teléfonos Convencionales Sencillos		U	3,00	16,73	50,19
Teléfono Celular		U	6,00	54,00	324,00
SUBTOTAL					724,19
Imprevistos (%)	2				14,48
TOTAL					738,67

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

7.2.1.2.4 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Tomando en cuenta la organización de la empresa y al mismo tiempo las necesidades del personal contamos con equipos tecnológicos necesarios para un trabajo eficiente y eficaz para el procesamiento de datos. También son activos sujetos a depreciación.

Cuadro Nº 37

EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
DESCRIPCIÓN	U. MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
CPU CQ5105LA 2.5GHZ RAM 250G	U	4,00	424,48	1.697,92
Impresora SCX- 4521F Laser Multifuncional	U	1,00	235,49	235,49
Monitor 15.6 PLG 633 NW	U	4,00	140,37	561,48
SUBTOTAL				2.494,89
Imprevistos (%)	2			49,90
TOTAL				2.544,79

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Daniela Ramos

7.2.2 ACTIVOS INTANGIBLES – DIFERIDOS

Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre los activos constituidos por los servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto²⁷.

Para efectos contables este tipo de inversiones son sujetas de amortización, ya que al igual que los activos fijos tangibles tienen pérdida de valor contable con el tiempo.

En el siguiente cuadro se puede observar todas las inversiones en activos intangibles en las que se incurrió para poner en marcha el proyecto:

²⁷ SAPAG CHAIN, Nassir; SAPAG CHAIN, Reinaldo; "Preparación y Evaluación de Proyectos"; Cuarta Edición; Mc Graw Hill; México 2003, Pág. 233.

Cuadro Nº 38

ACTIVOS INTANGIBLES / DIFERIDOS		
DESCRIPCIÓN		TOTAL
Estudios técnicos definitivos		2.690,00
Gastos de Constitución		800,00
Gastos Legales		400,00
Gastos de Puesta en marcha		600,00
SUBTOTAL		4.490,00
Imprevistos (%)	2,00	89,80
TOTAL		4.579,80

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Daniela Ramos

7.2.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo no es otra cosa que el conjunto de recursos necesarios en forma de activos corrientes que deberá disponer el inversionista, para la operación normal del proyecto, hasta que los ingresos generados por el propio proyecto cubran los gastos de operación, durante un ciclo productivo, para un capacidad y tamaño determinado²⁸.

Cuadro Nº 39

CAPITAL DE TRABAJO			
DESCRIPCIÓN	VALOR C/ EMBARQUE	VALOR MENSUAL	VALOR 2 MESES
Mercadería	24.463,03	220.167,26	440.334,53
Mano de Obra Indirecta	177,00	1.592,96	3.185,92
Reparación y Mantenimiento	18,03	162,23	324,47
Seguros	25,79	232,10	464,21
Gastos Administrativos	489,64	4.406,76	8.813,51
Gastos Generales	20,67	186,05	372,10
Gastos Ventas	1.959,71	17.637,42	35.274,84
TOTAL	27.153,86	244.384,78	488.769,57

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Daniela Ramos

7.3 FINANCIAMIENTO DE LA DEUDA

Una vez que se ha determinado el tipo de inversiones que se requerirá en el proyecto y los valores que las mismas tienen en el mercado, es necesario establecer cuáles serán las fuentes de financiamiento y cuantificar cómo se va a financiar la deuda adquirida.

²⁸ BARRENO, Luis; "Manual de Formulación y Evaluación de proyectos"; Primera Edición; Quito 2005

La inversión se la podrá cubrir de dos maneras distintas, ya sea por medio de recursos propios como también de recursos ajenos (préstamos), es por ello que luego de analizar las mejores alternativas para obtener los recursos ajenos en las entidades financieras, se escogió realizar un crédito CrediPyme con la Corporación Financiera Nacional (CFN), institución que financia hasta el 70% de las inversiones en proyectos nuevos, con un plazo máximo de diez años facilitando el pago del préstamo, cuya tasa de interés es de 10,5%, sin embargo para preveer cualquier imprevisto se utilizó una tasa de interés promedio del 11%.

7.3.1 ESTRUCTURA DE LA DEUDA

Para establecer una estructura de la deuda se debe determinar cuál es el nivel y volumen de la inversión total del proyecto y deberá distribuirse entre los recursos propios y los ajenos. Por lo tanto el 60,63% del valor total de la deuda será financiado por el préstamo y el 39,36% restante será financiado con recursos propios de los socios de la compañía. Este proyecto con recursos propios y ajenos tiene una inversión final de 557.382,81 USD.

A continuación se muestra el cuadro de fuentes y usos en el que se estableció los porcentajes de recursos propios y ajenos, lo cual nos ayudará para el cálculo de la amortización de la deuda.

Cuadro N° 40

CUADRO DE FUENTES Y USOS					
INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO					
		RECURSOS PROPIOS		RECURSOS AJENOS	
INVERSIONES	VALOR	PORCENTAJE	VALOR	PORCENTAJE	VALOR
ACTIVOS FIJOS					
Oficina	38.250,00	50%	19.125,00	50%	19.125,00
Vehículos	20.083,80	20%	4.016,76	80%	16.067,04
Equipo de oficina	738,67			100%	738,67
Equipo de computación	2.544,79			100%	2.544,79
Muebles y Enseres	2.416,18			100%	2.416,18
ACTIVOS DIFERIDOS	4.579,80	50%	2.289,90	50%	2.289,90
CAPITAL DE TRABAJO	488.769,57	40%	195.507,83	60%	293.261,74
TOTAL INVERSIONES	557.382,81	39,36%	220.939,49	60,63%	336.443,32

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Daniela Ramos

7.3.2 TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

La amortización del crédito es la extinción gradual de cualquier deuda durante un período de tiempo; esta reducción constituye genéricamente una amortización.

En este caso es la cancelación del préstamo ya sea a corto o largo plazo. Las condiciones del crédito que representan el 60,63% del total de las inversiones, estarán sujetas a las condiciones de la Corporación Financiera Nacional (CFN). La tabla de amortización se calculó trimestralmente sobre el monto total de la deuda que asciende a USD 336.443,32 a un plazo de 5 años y con un interés promedio del 2,75% (11% ÷ 4 trimestres). Para calcular los pagos periódicos que la empresa deberá pagar trimestralmente se utilizó la siguiente fórmula:

Cuadro Nº 41

FÓRMULA PARA EL CÁLCULO DE LOS DIVIDENDOS

DIVIDENDOS =	$\frac{\text{Préstamo} * (\text{Tasa de interés} * (1 + \text{Tasa de interés})^{\text{plazo}})}{(1 + \text{Tasa de interés})^{\text{plazo}} - 1}$
DIVIDENDOS =	$\frac{336.443,32 * (0,0275 * (1 + 0,0275)^{20})}{(1 + 0,0275)^{20} - 1}$
DIVIDENDOS =	$\frac{336.443,32 * (0,0275 * (1,0275)^{20})}{(1,0275)^{20} - 1}$
DIVIDENDOS =	$\frac{15.917,73}{0,720428431}$
DIVIDENDOS =	22.094,81

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

Cuadro Nº 42

TABLA DE AMORTIZACIÓN							
PERÍODO	MONTO INICIAL	PAGOS PERIÓDICOS	INTERÉS %	AMORTIZACIONES (PAGOS PERIÓDICOS - INTERÉS)	SALDO INSOLUTO (MONTO INICIAL - AMORTIZACIONES)	COSTO FINANCIERO	
			0,0275			PAGO INTERÉS ANUAL	PAGO AMORTIZACIÓN ANUAL
1	336.443,32	22.094,81	9.252,19	12.842,62	323.600,69		
2	323.600,69	22.094,81	8.899,02	13.195,80	310.404,90		
3	310.404,90	22.094,81	8.536,13	13.558,68	296.846,22		
4	296.846,22	22.094,81	8.163,27	13.931,54	282.914,67	34.850,62	53.528,64
5	282.914,67	22.094,81	7.780,15	14.314,66	268.600,01		
6	268.600,01	22.094,81	7.386,50	14.708,31	253.891,70		
7	253.891,70	22.094,81	6.982,02	15.112,79	238.778,91		
8	238.778,91	22.094,81	6.566,42	15.528,40	223.250,51	28.715,10	59.664,16
9	223.250,51	22.094,81	6.139,39	15.955,43	207.295,08		
10	207.295,08	22.094,81	5.700,61	16.394,20	190.900,88		
11	190.900,88	22.094,81	5.249,77	16.845,04	174.055,84		
12	174.055,84	22.094,81	4.786,54	17.308,28	156.747,56	21.876,31	66.502,95
13	156.747,56	22.094,81	4.310,56	17.784,26	138.963,31		
14	138.963,31	22.094,81	3.821,49	18.273,32	120.689,98		
15	120.689,98	22.094,81	3.318,97	18.775,84	101.914,14		
16	101.914,14	22.094,81	2.802,64	19.292,18	82.621,97	14.253,66	74.125,60
17	82.621,97	22.094,81	2.272,10	19.822,71	62.799,26		
18	62.799,26	22.094,81	1.726,98	20.367,84	42.431,42		
19	42.431,42	22.094,81	1.166,86	20.927,95	21.503,47		
20	21.503,47	22.094,81	591,35	21.503,47	0,00	5.757,29	82.621,97

Fuente: Investigación Propia
 Elaboración: Daniela Ramos

CAPÍTULO VIII

COSTOS, GASTOS E INGRESOS

8.1 INTRODUCCIÓN

Dentro de este capítulo analizaremos cada uno de los costos y gastos que tendrá la empresa en el desarrollo de este proyecto, y de igual manera revisar los ingresos o beneficios que se obtendrá de las actividades de comercio a realizarse mediante las exportaciones, determinado así la rentabilidad y viabilidad que tiene el mismo.

8.2 COSTOS DEL PROYECTO

Los costos es la valoración monetaria de todos los elementos que utilizaremos en la elaboración de un producto o proceso (comercialización) de un bien.

Durante el período de operación se puede identificar las siguientes clases de costos y gastos: costos de producción (costos directos: materia prima, mano de obra directa, insumos, materiales directos; y los gastos de fabricación. Los gastos son aquellos que intervienen en la producción, administración y en las ventas de los productos o en los servicios prestados, dependiendo de la actividad de la empresa. Los gastos de fabricación o costos indirectos están conformados por: mantenimiento y reparación, seguros, depreciaciones y amortizaciones, entre los más importantes.), los cuales están relacionados directamente con los costos ocasionados por el proceso productivo del producto.

Adicional tenemos los gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros que incurren durante el proceso de comercialización

8.2.1 COSTOS OPERACIONALES DEL PROYECTO

Estos rubros están relacionados con los costos que se presentan durante el desarrollo del proyecto.

Cabe mencionar que para el presente proyecto no existen costos de producción; ya que el proceso que la compañía hace es con un producto terminado.

8.2.1.1 PRODUCTO

Constituye la parte fundamental de este proyecto, este producto de exportación será comprado a la empresa EDESA S.A. para posteriormente ser exportado al mercado peruano.

Se necesitará el envío de 9 contenedores mensuales para cumplir con la oferta del proyecto, en los cuales se enviará 1040 piezas sanitarias por contenedor.

En el siguiente cuadro se podrá ver de manera más detallada de cuánto será el costo del producto:

Cuadro Nº 43

COSTOS DEL PRODUCTO A EXPORTARSE												
CÓDIGOS	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	%		VALOR TOTAL POR PIEZA, INCLUIDO EL 2%	VALOR TOTAL C/ EMBARQUE (CANTIDAD * VALOR TOTAL)	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	M3	TOTAL M3
					0,02	9			12	DE CADA UNA DE LAS CAJAS DE SU RESPECTIVO MODELO		
6082	WC Kingsley		30	88,25	1,77		90,02	2.700,45	24.304,05	291.648,60	0,200	6,00
5681	Lavamanos Stylo Redondo		30	12,00	0,24		12,24	367,20	3.304,80	39.657,60	0,019	0,57
6082	WC Kingsley		30	88,25	1,77		90,02	2.700,45	24.304,05	291.648,60	0,200	6,00
6761	Lavamanos Venice Center		30	22,00	0,44		22,44	673,20	6.058,80	72.705,60	0,057	1,71
6082	WC Kingsley		70	88,25	1,77		90,02	6.301,05	56.709,45	680.513,40	0,200	13,99
5690	Lavamanos Palazzo		70	31,00	0,62		31,62	2.213,40	19.920,60	239.047,20	0,057	3,99
1161	WC Century Regular		60	20,50	0,41		20,91	1.254,60	11.291,40	135.496,80	0,102	6,10
2261	Tanque Century		60	20,50	0,41		20,91	1.254,60	11.291,40	135.496,80	0,040	2,39
5572	Lavamos Aspío		60	17,01	0,34		17,35	1.041,01	9.369,11	112.429,30	0,050	3,00
6683	Pedestal Belair		60	6,50	0,13		6,63	397,80	3.580,20	42.962,40	0,019	1,13
1260	WC Novo Redondo		60	11,50	0,23		11,73	703,80	6.334,20	76.010,40	0,086	5,14
4430	Tanque Altima		60	11,50	0,23		11,73	703,80	6.334,20	76.010,40	0,038	2,28
5720	Lavamanos Chelsea Nuevo		60	9,00	0,18		9,18	550,80	4.957,20	59.486,40	0,035	2,10
6660	Pedestal Universal		60	6,00	0,12		6,12	367,20	3.304,80	39.657,60	0,018	1,08
1149	WC Coronet		100	10,50	0,21		10,71	1.071,00	9.639,00	115.668,00	0,083	8,34
2252	Tanque Novo		100	10,50	0,21		10,71	1.071,00	9.639,00	115.668,00	0,031	3,11
5710	Lavamanos Shelby		100	6,00	0,12		6,12	612,00	5.508,00	66.096,00	0,031	3,10
TOTAL PIEZAS			1040									70,02
TOTAL VALOR SIN 2%				459,26	9,19							
TOTAL VALOR CON 2%							468,45					
SUBTOTAL								23.983,36	215.850,26	2.590.203,10		
Imprevistos (%)		2,00						479,67	4.317,01	51.804,06		
TOTAL								24.463,03	220.167,26	2.642.007,16		

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

8.2.1.2 MANO DE OBRA INDIRECTA

Como mano de obra indirecta del proceso de comercialización del proyecto se encontrará un Jefe de Operaciones, que será encargado de supervisar y vigilar todo lo referente a la logística de la comercialización de nuestro producto.

Cuadro Nº 44

MANO DE OBRA INDIRECTA					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO MENSUAL	VALOR MENSUAL POR 2 CHOFERES	VALOR ANUAL	
				12	
Jefe de Operaciones	1	888,20	888,20	10.658,45	
Chofer	2	336,76	673,52	8.082,24	
SUBTOTAL			1.561,72	18.740,69	
Imprevistos (%)	2		31,23	374,81	
TOTAL			1.592,96	19.115,51	

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

Cuadro Nº 45

MANO DE OBRA INDIRECTA							
DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL (%)	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	VALOR TOTAL MENSUAL
		11,15	12	Mes de Septiembre	24	Una vez al año	
Jefe de operaciones	633,00	70,58	52,75	52,75	26,38	52,75	888,20
Chofer	240,00	26,76	20,00	20,00	10,00	20,00	336,76

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

8.2.1.3 MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN

Este rubro de mantenimiento y reparación corresponde a los desembolsos de dinero, ocasionados por la acción de mantener los activos de la compañía, sean éstos del área técnica o administrativa, de forma preventiva y correctiva; ya que éstos son expuestos al uso y al desgaste diario durante el trabajo y por ende se necesita realizar mantenimiento cada determinado tiempo con el propósito de que estos activos estén en buenas condiciones y presten un servicio continuo y con calidad el mismo que amerita el proyecto. Para fines de evaluación, en general se considera un porcentaje del costo de adquisición de los equipos²⁹.

²⁹ BARRENO, Luis; "Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos"; Primera Edición; Quito 2005

Por lo tanto, a continuación se puede observar los porcentajes y costos por mantenimiento y reparación de los activos:

Cuadro Nº 46

MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN						
DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE	VALOR C/ EMBARQUE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	
		%	9	12		
Oficina	38.250,00	0,02	7,08	63,75	765,00	
Vehículo	20.083,80	0,05	9,30	83,68	1.004,19	
Muebles y Enseres	2.416,18	0,02	0,45	4,03	48,32	
Equipo de Oficina	738,67	0,02	0,14	1,23	14,77	
Equipo de Computación	2.544,79	0,03	0,71	6,36	76,34	
SUBTOTAL			17,67	159,05	1.908,63	
Imprevistos (%)	2		0,35	3,18	38,17	
TOTAL			18,03	162,23	1.946,80	

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

8.2.1.4 SEGUROS

Los seguros comprenden los pagos de las pólizas anuales de protección de las instalaciones y equipos. Por esta razón nuestra compañía a manera de prevención asegurará sus bienes tangibles contra algún siniestro que pudiese ocurrir, cabe recalcar que los porcentajes utilizados para el cálculo de los seguros son un promedio de los porcentajes sugeridos por las aseguradoras. Así se puede observar en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 47

SEGUROS						
DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE	VALOR C/ EMBARQUE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	
		%	9	12		
Oficina	38.250,00	0,04	14,17	127,50	1.530,00	
Vehículo	20.083,80	0,05	9,30	83,68	1.004,19	
Muebles y Enseres	2.416,18	0,03	0,67	6,04	72,49	
Equipo de oficina	738,67	0,03	0,21	1,85	22,16	
Equipo de cómputo	2.544,79	0,04	0,94	8,48	101,79	
SUBTOTAL			25,28	227,55	2.730,63	
Imprevistos (%)	2,00		0,51	4,55	54,61	
TOTAL			25,79	232,10	2.785,24	

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

En los Apéndices del 1 al 7 podemos apreciar el cálculo del seguro para cada uno de los activos fijos.

8.8.1.5 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

Las depreciaciones y amortizaciones son rubros que corresponden a un gasto virtual, que no constituyen desembolsos reales de dinero sino más bien asientos contables; sin embargo son muy importantes por constituir reservas que nos permiten reponer los activos desgastados³⁰.

Para llevar a cabo el cálculo de las depreciaciones de los activos tangibles es necesario basarse en los porcentajes autorizados por la Ley Tributaria del Ecuador.

Así también, para calcular las depreciaciones de los activos tangibles y amortizaciones de los activos diferidos se utilizó la fórmula en línea recta, es decir:

$$D = \frac{\text{Valor}}{\text{Vida Útil}}$$

Cuadro Nº 48

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES				
DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA ÚTIL	PORCENTAJE	VALOR ANUAL
			%	
DEPRECIACIÓN LÍNEA RECTA				
Oficina	38.250,00	20	0,05	1.912,50
Vehículo	20.083,80	5	0,20	4.016,76
Muebles y Enseres	2.416,18	10	0,10	241,62
Equipo de Oficina	738,67	5	0,20	147,73
Equipo de Computación	2.544,79	3	0,33	848,26
TOTAL DEPRECIACIÓN				7.166,87
AMORTIZACIÓN				
Activos diferidos	4.579,80	5		915,96
TOTAL AMORTIZACIÓN				915,96
TOTAL				8.082,83

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

³⁰ BARRENO, Luis; "Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos"; Primera Edición; Quito 2005

8.2.2 GASTOS OPERACIONALES DEL PROYECTO

8.2.2.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

En los gastos administrativos se encuentran los sueldos que reciben todo el personal que trabaja en las oficinas de la empresa, como por ejemplo el gerente, jefes, secretaria, entre otros, los cuales están encargados de la parte burocrática de “SANITEX TRADER CIA. LTDA.”, como la de tratar con los clientes o proveedores de la compañía, es decir, que para que todos los elementos de comercialización se optimicen, es necesario establecer una coordinación y gestión adecuada, por lo que de acuerdo a la organización administrativa prevista para nuestra compañía, se requerirá contratar el personal calificado para desempeñar los respectivos cargos de la empresa así como también los salarios.

En el siguiente cuadro se muestran las respectivas remuneraciones al personal administrativo incluido los beneficios de ley:

Cuadro N° 49

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
DESCRIPCIÓN		CANTIDAD	VALOR UNITARIO MENSUAL	VALOR ANUAL
				12
Gerente General		1	1.753,96	21.047,50
Recepcionista / Secretaria		1	485,50	5.825,95
Jefe Administrativo		1	888,20	10658,454
Asesor		1	1.192,69	14312,3
SUBTOTAL			4.320,35	51.844,20
Imprevistos (%)	2		86,41	1.036,88
TOTAL			4.406,76	52.881,09

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

Cuadro N° 50

DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL (%)	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	VALOR TOTAL MENSUAL
		11,15	12	Mes de Septiembre	24	Una vez al año	
Gerente General	1.250,00	139,38	104,17	104,17	52,08	104,17	1.753,96
Recepcionista / Secretaria	346,00	38,58	28,83	28,83	14,42	28,83	485,50
Jefe Administrativo	633,00	70,58	52,75	52,75	26,38	52,75	888,20
Asesor	850,00	94,78	70,83	70,83	35,42	70,83	1.192,69

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

.2.2.2 GASTOS GENERALES

Existen unos gastos adicionales que la empresa debe tomar en cuenta, estos son los gastos por luz, agua, teléfono, etc., las mismas que son utilizados por la parte administrativa de la empresa.

A continuación se muestran los respectivos gastos generales:

Cuadro N° 51

GASTOS GENERALES						
DESCRIPCIÓN	U. MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	
					12	
Consumo de Energía Eléctrica	kw / hora	225	0,09	20,25	243,00	
Consumo de Agua Potable	m3	35	0,19	6,65	79,80	
Consumo de Teléfono	minutos	250	0,25	62,50	750,00	
Internet	plan mensual	1	28,00	28,00	336,00	
Suministros de Oficina	Kit	1	40,00	40,00	480,00	
Material de Limpieza	Kit	1	25,00	25,00	300,00	
SUBTOTAL					2.188,80	
Imprevistos (%)	2				43,78	
TOTAL					2.232,58	

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

.2.2.3 GASTOS DE VENTAS

Los gastos de ventas se basan en la cantidad de exportación, es decir, en el número de envíos hacia el lugar de destino que en nuestro caso es Perú; así como también depende de las condiciones establecidas entre exportador e importador para hacer llegar el producto hasta el lugar convenido, entre éstos tenemos: pagos en aduana, documentación, certificados, etc., los mismos que se pudo apreciar en el Capítulo de Comercio Exterior.

En el siguiente cuadro observamos más detalladamente cada uno de los rubros de los gastos de ventas:

Cuadro Nº 52

GASTOS VENTAS					
DESCRIPCIÓN		U. MEDIDA	VALOR C / EMBARQUE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
			9	12	
Trámites de Exportación		U	905,53	8.149,80	97.797,63
Gastos Bancarios		U	40,56	365,08	4.380,91
Transporte Internacional		U	739,00	6.651,00	79.812,00
Seguro Internacional		U	236,19	2.125,71	25.508,52
SUBTOTAL			1.921,29	17.291,59	207.499,06
Imprevistos (%)	2		38,43	345,83	4.149,98
TOTAL			1.959,71	17.637,42	211.649,04

Fuente: Investigación Propia
 Elaboración: Daniela Ramos

.2.2.4 GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros son ocasionados por la actividad de financiar las inversiones con recursos externos, por lo cual este rubro está constituido por varios desembolsos que se pagan a las entidades financieras tales como: comisiones bancarias, intereses, amortizaciones de los intereses, etc.

Para el presente proyecto los gastos financieros están constituidos por los pagos de interés que se efectuarán trimestralmente durante los 5 años de plazo, que al finalizar el capítulo anterior se presenta el cuadro que corresponde a la tabla de amortización de la deuda adquirida con la CFN en el que podemos observar los respectivos pagos por intereses.

.2.3 COSTOS TOTALES DEL PROYECTO

Los costos totales del proyecto deben ser calculados a precios corrientes y a precios constantes para tener una visión real de los valores que se presentan durante los diez años, a éstos se les incluye las inflaciones tanto del Ecuador como del Perú.

En el primer cuadro se puede observar los costos que se encuentran calculados en precios constantes, es decir, que están calculados en valores medidos en unidades básicas del momento en que se formula el proyecto o en otros términos que no se ha incluido la inflación.

A diferencia del apartado anterior, en el cuadro se puede observar que los costos se calcularon en precios constantes en los cuales se incorpora los efectos de la inflación, esto nos permitirá tener una perspectiva real de la variación que podrían presentar los costos totales del proyecto durante la ejecución del proyecto.

Por esta razón, para tener una visión más amplia los costos totales fueron calculados tomando en cuenta la inflación del Ecuador a Enero del 2010, la misma que según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) es de 4,44%.

Así pues, a continuación podemos observar los costos totales del proyecto con y sin inflación para hacer más real la percepción del proyecto:

Cuadro Nº 53

PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES (sin inflación)										
DESCRIPCIÓN	Incremento del 2% en ventas únicamente de los costos variables (Mercadería , gastos ventas)									
	1,02									
	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mercadería	2.642.007,16	2.694.847,30	2.748.744,25	2.803.719,13	2.859.793,51	2.916.989,38	2.975.329,17	3.034.835,76	3.095.532,47	3.157.443,12
Mano de Obra Indirecta	19.115,51	19.115,51	19.115,51	19.115,51	19.115,51	19.115,51	19.115,51	19.115,51	19.115,51	19.115,51
Depreciaciones	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87
Amortizaciones (diferido)	915,96	915,96	915,96	915,96	915,96					
Reparación y Mantenimiento	1.946,80	1.946,80	1.946,80	1.946,80	1.946,80	1.946,80	1.946,80	1.946,80	1.946,80	1.946,80
Seguros	2.785,24	2.455,83	2.126,42	1.900,84	1.571,43	2.288,90	2.063,32	1.733,92	1.404,51	1.178,93
TOTAL COSTO COMERCIAL	2.673.937,54	2.726.448,28	2.780.015,82	2.834.765,12	2.890.510,10	2.947.507,47	3.005.621,68	3.064.798,86	3.125.166,16	3.186.851,23
Costo Financiero	34.850,62	28.715,10	21.876,31	14.253,66	5.757,29					
Gastos Administrativos	52.881,09	52.881,09	52.881,09	52.881,09	52.881,09	52.881,09	52.881,09	52.881,09	52.881,09	52.881,09
Gastos Generales	2.232,58	2.232,58	2.232,58	2.232,58	2.232,58	2.232,58	2.232,58	2.232,58	2.232,58	2.232,58
Gasto Ventas	23.516,56	23.986,89	24.466,63	24.955,96	25.455,08	25.964,18	26.483,47	27.013,14	27.553,40	28.104,47
TOTAL	2.787.418,38	2.834.263,93	2.881.472,42	2.929.088,41	2.976.836,13	3.028.585,32	3.087.218,81	3.146.925,65	3.207.833,22	3.270.069,36

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Daniela Ramos

Cuadro Nº 54

PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES (con inflación)										
DESCRIPCIÓN	Incremento del 2% en ventas					Incremento de Inflación 4,44% de Ecuador a Enero 2010				
	1,02					1,0444				
	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mercadería	2.642.007,16	2.814.498,52	2.998.251,50	3.194.001,34	3.402.531,30	3.624.675,77	3.861.323,60	4.113.421,70	4.381.978,77	4.668.069,40
Mano de Obra Indirecta	19.115,51	19.964,24	20.850,65	21.776,42	22.743,29	23.753,09	24.807,73	25.909,19	27.059,56	28.261,01
Depreciaciones	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87
Amortizaciones (diferido)	915,96	915,96	915,96	915,96	915,96					
Reparación y Mantenimiento	1.946,80	2.033,24	2.123,52	2.217,80	2.316,27	2.419,11	2.526,52	2.638,70	2.755,86	2.878,22
Seguros	2.785,24	2.455,83	2.126,42	1.900,84	1.571,43	2.288,90	2.063,32	1.733,92	1.404,51	1.178,93
TOTAL COSTO COMERCIAL	2.673.937,54	2.847.034,67	3.031.434,92	3.227.979,24	3.437.245,14	3.660.303,75	3.897.888,05	4.150.870,38	4.420.365,57	4.707.554,43
Costo Financiero	34.850,62	28.715,10	21.876,31	14.253,66	5.757,29					
Gastos Administrativos	52.881,09	55.229,01	57.681,17	60.242,22	62.916,97	65.710,49	68.628,03	71.675,12	74.857,49	78.181,16
Gastos Generales	2.232,58	2.331,70	2.435,23	2.543,35	2.656,28	2.774,22	2.897,39	3.026,04	3.160,39	3.300,71
Gasto Ventas	23.516,56	25.051,91	26.687,50	28.429,87	30.286,00	32.263,31	34.369,72	36.613,65	39.004,08	41.550,58
TOTAL	2.787.418,38	2.958.362,38	3.140.115,14	3.333.448,35	3.538.861,68	3.761.051,77	4.003.783,20	4.262.185,18	4.537.387,54	4.830.586,89

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Daniela Ramos

.3 INGRESOS DEL PROYECTO

En un proyecto los ingresos están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto o la prestación del servicio³¹.

Los ingresos del proyecto están relacionados directamente con la demanda y oferta total que se determinó en el estudio de mercado, así como son la capacidad productiva que se estableció en el estudio técnico.

Por lo tanto, el cálculo de ingresos del proyecto está basada fundamentalmente en el volumen de exportaciones proyectada para el período de evaluación del proyecto y el precio de venta, el mismo que se fijó tomando en cuenta el costo unitario del producto.

Es importante recalcar que los ingresos del proyecto están calculados con precios con inflación debido a que Perú presenta una inflación de 1,2% a septiembre 2009, esto nos permite ver la variación de los precios en los 10 años del proyecto, además este precio se encuentra dentro de los rangos del mercado internacional.

A continuación podemos observar el cuadro que muestra los ingresos proyectados para los 10 años de evaluación del proyecto:

³¹ MIRANDA, Juan José; "Gestión de Proyecto", Quinta Edición, Bogotá, MM editores, 2005, Pág. 191

Cuadro Nº 55

INGRESOS TOTALES DEL PROYECTO										
Incremento del 2% en ventas					Incremento de Inflación 1,2% de Perú a Septiembre 2009					
1,02					1,012					
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS TOTALES	2.787.418,38	2.958.362,38	3.140.115,14	3.333.448,35	3.538.861,68	3.761.051,77	4.003.783,20	4.262.185,18	4.537.387,54	4.830.586,89
WC Kingsley	14040	14493	14960	15442	15940	16454	16984	17532	18097	18681
Lavamanos Stylo Redondo	3240	3344	3452	3564	3678	3797	3919	4046	4176	4311
Lavamanos Venice Center	3240	3344	3452	3564	3678	3797	3919	4046	4176	4311
Lavamanos Palazzo	7560	7804	8055	8315	8583	8860	9145	9440	9745	10059
WC Century Regular	6480	6689	6905	7127	7357	7594	7839	8092	8353	8622
Tanque Century	6480	6689	6905	7127	7357	7594	7839	8092	8353	8622
Lavamos Aspío	6480	6689	6905	7127	7357	7594	7839	8092	8353	8622
Pedestal Belair	6480	6689	6905	7127	7357	7594	7839	8092	8353	8622
WC Novo Redondo	6480	6689	6905	7127	7357	7594	7839	8092	8353	8622
Tanque Altima	6480	6689	6905	7127	7357	7594	7839	8092	8353	8622
Lavamanos Chelsea Nuevo	6480	6689	6905	7127	7357	7594	7839	8092	8353	8622
Pedestal Universal	6480	6689	6905	7127	7357	7594	7839	8092	8353	8622
WC Coronet	10800	11148	11508	11879	12262	12657	13065	13486	13921	14370
Tanque Novo	10800	11148	11508	11879	12262	12657	13065	13486	13921	14370
Lavamanos Shelby	10800	11148	11508	11879	12262	12657	13065	13486	13921	14370
PRECIOS										
WC Kingsley	90,02	92,92	95,91	99,00	102,20	105,49	108,89	112,40	116,03	119,77
Lavamanos Stylo Redondo	12,24	12,63	13,04	13,46	13,90	14,34	14,81	15,28	15,78	16,29
Lavamanos Venice Center	22,44	23,16	23,91	24,68	25,48	26,30	27,15	28,02	28,92	29,86
Lavamanos Palazzo	31,62	32,64	33,69	34,78	35,90	37,06	38,25	39,48	40,76	42,07
WC Century Regular	20,91	21,58	22,28	23,00	23,74	24,51	25,30	26,11	26,95	27,82

Tanque Century	20,91	21,58	22,28	23,00	23,74	24,51	25,30	26,11	26,95	27,82
Lavamos Aspío	17,35	17,91	18,49	19,08	19,70	20,33	20,99	21,67	22,36	23,09
Pedestal Belair	6,63	6,84	7,06	7,29	7,53	7,77	8,02	8,28	8,55	8,82
WC Novo Redondo	11,73	12,11	12,50	12,90	13,32	13,75	14,19	14,65	15,12	15,61
Tanque Altima	11,73	12,11	12,50	12,90	13,32	13,75	14,19	14,65	15,12	15,61
Lavamanos Chelsea Nuevo	9,18	9,48	9,78	10,10	10,42	10,76	11,11	11,46	11,83	12,21
Pedestal Universal	6,12	6,32	6,52	6,73	6,95	7,17	7,40	7,64	7,89	8,14
WC Coronet	10,71	11,06	11,41	11,78	12,16	12,55	12,96	13,37	13,80	14,25
Tanque Novo	10,71	11,06	11,41	11,78	12,16	12,55	12,96	13,37	13,80	14,25
Lavamanos Shelby	6,12	6,32	6,52	6,73	6,95	7,17	7,40	7,64	7,89	8,14
INGRESOS										
WC Kingsley	1.263.810,60	1.346.614,73	1.434.844,15	1.528.854,30	1.629.023,94	1.735.756,64	1.849.482,41	1.970.659,42	2.099.775,88	2.237.351,97
Lavamanos Stylo Redondo	39.657,60	42.255,94	45.024,53	47.974,51	51.117,77	54.466,98	58.035,62	61.838,08	65.889,68	70.206,73
Lavamanos Venice Center	72.705,60	77.469,23	82.544,97	87.953,27	93.715,91	99.856,12	106.398,64	113.369,82	120.797,74	128.712,34
Lavamanos Palazzo	239.047,20	254.709,43	271.397,85	289.179,68	308.126,56	328.314,83	349.825,83	372.746,21	397.168,33	423.190,57
WC Century Regular	135.496,80	144.374,47	153.833,80	163.912,90	174.652,38	186.095,50	198.288,37	211.280,11	225.123,06	239.872,99
Tanque Century	135.496,80	144.374,47	153.833,80	163.912,90	174.652,38	186.095,50	198.288,37	211.280,11	225.123,06	239.872,99
Lavamos Aspío	112.429,30	119.795,60	127.644,54	136.007,73	144.918,88	154.413,88	164.530,99	175.310,96	186.797,23	199.036,08
Pedestal Belair	42.962,40	45.777,27	48.776,57	51.972,38	55.377,58	59.005,89	62.871,92	66.991,26	71.380,48	76.057,29
WC Novo Redondo	76.010,40	80.990,56	86.297,01	91.951,14	97.975,73	104.395,04	111.234,94	118.522,99	126.288,55	134.562,90
Tanque Altima	76.010,40	80.990,56	86.297,01	91.951,14	97.975,73	104.395,04	111.234,94	118.522,99	126.288,55	134.562,90
Lavamanos Chelsea Nuevo	59.486,40	63.383,91	67.536,79	71.961,76	76.676,66	81.700,47	87.053,43	92.757,12	98.834,51	105.310,09
Pedestal Universal	39.657,60	42.255,94	45.024,53	47.974,51	51.117,77	54.466,98	58.035,62	61.838,08	65.889,68	70.206,73
WC Coronet	115.668,00	123.246,50	131.321,54	139.925,65	149.093,50	158.862,02	169.270,56	180.361,07	192.178,22	204.769,63
Tanque Novo	115.668,00	123.246,50	131.321,54	139.925,65	149.093,50	158.862,02	169.270,56	180.361,07	192.178,22	204.769,63
Lavamanos Shelby	66.096,00	70.426,57	75.040,88	79.957,51	85.196,28	90.778,29	96.726,04	103.063,47	109.816,13	117.011,22
INGRESOS TOTALES DEL PROYECTO	2.590.203,10	2.759.911,69	2.940.739,50	3.133.415,04	3.338.714,57	3.557.465,20	3.790.548,25	4.038.902,77	4.303.529,32	4.585.494,06

Margen de Utilidad										
0,13	336.726,40	358.788,52	382.296,14	407.343,96	434.032,89	462.470,48	492.771,27	525.057,36	559.458,81	596.114,23
INGRESOS TOTALES DEL PROYECTO	2.926.929,50	3.118.700,21	3.323.035,64	3.540.759,00	3.772.747,46	4.019.935,68	4.283.319,52	4.563.960,12	4.862.988,13	5.181.608,28

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Daniela Ramos

CAPÍTULO IX

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

9.1 INTRODUCCIÓN

En este capítulo se presenta criterios de evaluación financiera a partir de las inversiones, costos e ingresos del proyecto, con el fin de componer indicadores que sirvan de base estable, firme y confiable para la toma de decisiones del inversionista.

Como podemos observar existen dos tipos de evaluaciones: la económica social, que es aquella que dirige su accionar a la inversión social en el campo macroeconómico y la financiera, es la que está directamente relacionada con el empresario privado, es decir a nivel microeconómico.

Posiblemente, este capítulo sea el más importante ya que la tarea de evaluar consiste en medir objetivamente ciertas magnitudes con el fin de obtener indicadores útiles para medir los beneficios financieros y económicos del proyecto, entre estos criterios tenemos el Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados, el Flujo de Caja, EL Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Período de Recuperación de la Inversión (PRI), indicadores financieros, y punto de equilibrio, con éstos se podrá determinar la factibilidad propia del proyecto, ya que veremos si es viable, rentable y productivo.

9.2 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

El estado de situación inicial no es otra cosa que un cuadro organizado de valores que muestran la situación financiera de la empresa u organización al inicio de las actividades operacionales³².

³² BARRENO, Luis; "Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos"; Primera Edición; Quito 2005

El estado de situación inicial presenta lo que posee la empresa al iniciar sus operaciones, está conformado por las cuentas de: activos, pasivos y patrimonio. En el proyecto los grupos que intervienen dentro de los activos se dividen en: activo corriente que está conformado por el capital de trabajo con USD 488.769,57; este valor refleja la liquidez de la compañía, también tenemos la sumatoria del activo fijo con cuentas como oficina, vehículo, equipo de cómputo, equipo de oficina y muebles y enseres con USD 64.033,44 y el activo intangible con USD 4.579,80; así obtenemos el total de los activos que corresponden a la suma del activo corriente, el activo fijo y el activo intangible diferido con un valor de USD 557.382,81.

En la columna del pasivo se registró dentro del pasivo a largo plazo el préstamo que se debió adquirir para financiar parte de la inversión inicial valor que equivale a USD 336.443,32.

Finalmente, se incluyó los recursos propios que están representados por las aportaciones de los socios de la compañía y que se registran dentro del estado en la cuenta del patrimonio y este valor corresponde a USD 220.939,49; el mismo que sumando con el pasivo da un valor de USD 557.382,81.

Así pues, el estado de situación inicial de nuestra compañía "SANITEX TRADER CIA. LTDA.", muestra un equilibrio entre el activo, pasivo y patrimonio al inicio de sus actividades operacionales con un valor de USD 557.382,81. A continuación se observa cada uno de los asientos contables:

Cuadro Nº 56

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVO CORRIENTE			488.769,57	PASIVOS A LARGO PLAZO	336.443,32
Capital de trabajo	488.769,57		Préstamo Largo Plazo	336.443,32	
ACTIVO FIJO			64.033,44	TOTAL PASIVOS	336.443,32
Oficina	38.250,00		PATRIMONIO		
Vehículo	20.083,80		Capital	220.939,49	
Equipo de Cómputo	2.544,79		TOTAL PATRIMONIO		220.939,49
Equipo de Oficina	738,67				
Muebles y Enseres	2.416,18				
ACTIVOS DIFERIDOS			4.579,80		
TOTAL ACTIVOS			557.382,81	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	557.382,81

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

9.3 ESTADO DE RESULTADOS

Otro de los instrumentos de evaluación es el Estado de Resultados, el cual refleja el beneficio o la pérdida real de la operación del proyecto al final de un período determinado³³.

El cálculo del Estado de Resultados se basa en restar de los ingresos netos todos los costos de exportación (costo comercial) proyectados a los 10 años de duración del período de evaluación del proyecto, dando como resultado la utilidad bruta en ventas, a ésta restamos los gastos administrativos, generales y de ventas quedando la utilidad operacional; a la utilidad operacional le restamos los gastos financieros dándonos como resultado la utilidad antes de reparto; luego restamos el 15% de reparto de las utilidades a los trabajadores de la compañía, quedándonos la utilidad antes de impuestos, finalmente a este resultado le restamos el 25% de impuesto a la renta según la Ley de Régimen Tributario Interno y nos da la utilidad neta, saldo que les corresponde a los socios de la Compañía para su respectiva participación.

³³ BARRENO, Luis; "Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos"; Primera Edición; Quito 2005

Así pues, como podemos observar en el cuadro del Estado de Resultados la utilidad de la compañía “SANITEX TRADER CIA. LTDA.”, va creciendo durante todos los años del período de evaluación obteniendo en el primer año una utilidad neta de USD 88.938,34; la misma que va ascendiendo hasta llegar al año diez con una utilidad neta del proyecto representativa que corresponde a USD 223.776,14; demostrando así la rentabilidad económica que tiene el presente proyecto.

En el siguiente cuadro podemos apreciar claramente el Estado de Resultados del proyecto:

Cuadro Nº 57

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS										
DESCRIPCIÓN	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	2.926.929,50	3.118.700,21	3.323.035,64	3.540.759,00	3.772.747,46	4.019.935,68	4.283.319,52	4.563.960,12	4.862.988,13	5.181.608,28
(-) Costo de exportación	2.673.937,54	2.847.034,67	3.031.434,92	3.227.979,24	3.437.245,14	3.660.303,75	3.897.888,05	4.150.870,38	4.420.365,57	4.707.554,43
UTILIDAD BRUTA	252.991,95	271.665,55	291.600,71	312.779,75	335.502,33	359.631,93	385.431,47	413.089,75	442.622,56	474.053,86
(-) Gastos Administrativos	52.881,09	55.229,01	57.681,17	60.242,22	62.916,97	65.710,49	68.628,03	71.675,12	74.857,49	78.181,16
(-) Gastos Generales	2.232,58	2.331,70	2.435,23	2.543,35	2.656,28	2.774,22	2.897,39	3.026,04	3.160,39	3.300,71
(-) Gastos Ventas	23.516,56	25.051,91	26.687,50	28.429,87	30.286,00	32.263,31	34.369,72	36.613,65	39.004,08	41.550,58
UTILIDAD OPERACIONAL	174.361,73	189.052,93	204.796,81	221.564,31	239.643,07	258.883,91	279.536,33	301.774,94	325.600,59	351.021,40
(-) Gastos Financieros	34.850,62	28.715,10	21.876,31	14.253,66	5.757,29					
UTILIDAD ANTES DEL REPARTO	139.511,12	160.337,84	182.920,50	207.310,65	233.885,78	258.883,91	279.536,33	301.774,94	325.600,59	351.021,40
(-) 15 % Reparto Trabajadores	20.926,67	24.050,68	27.438,07	31.096,60	35.082,87	38.832,59	41.930,45	45.266,24	48.840,09	52.653,21
0,15										
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	118.584,45	136.287,16	155.482,42	176.214,05	198.802,91	220.051,32	237.605,88	256.508,70	276.760,50	298.368,19
(-) 25 % Impuesto Renta	29.646,11	34.071,79	38.870,61	44.053,51	49.700,73	55.012,83	59.401,47	64.127,18	69.190,13	74.592,05
0,25										
UTILIDAD NETA	88.938,34	102.215,37	116.611,82	132.160,54	149.102,19	165.038,49	178.204,41	192.381,53	207.570,38	223.776,14

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

9.4 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es un esquema que presenta en forma orgánica y sistemática cada una de las erogaciones e ingresos líquidos registrados período por período durante el horizonte previsto del proyecto³⁴.

El flujo de caja permite medir el uso racional del efectivo estableciendo las fechas en que se debe hacer los desembolsos y permite a su vez sincronizarlos con las entradas de efectivo.

El flujo de caja es un instrumento muy importante ya que es la base fundamental para más adelante calcular los indicadores de evaluación del proyecto.

Para elaborar el flujo de caja del inversionista por el método directo partimos de la utilidad neta que obtuvimos en el Estado de Resultados, a éste le sumamos las depreciaciones y amortizaciones de los activos tangibles e intangibles, con signo positivo se debe incluir en el año diez el capital de trabajo puesto que éste tiene carácter de recuperable para el inversionista, a esto se le debe colocar como egreso en el año cero la inversión total y el reemplazo del equipo de oficina y equipo de computación cada cinco y tres años respectivamente. También se debe incluir con signo positivo el total del préstamo en el año cero y finalmente se debe restar la amortización anual del capital como se muestra en la tabla de amortización de la deuda.

Realizando todas estas operaciones se obtiene finalmente el flujo de caja del inversionista, así se puede apreciar claramente en el cuadro que se encuentra a continuación:

³⁴ MIRANDA, Juan José; "Gestión de Proyecto", Quinta Edición, Bogotá, MM editores, 2005, Pág. 218

Cuadro N° 58

FLUJO DE CAJA							
AÑOS	UTILIDAD NETA	DEPREC. Y AMORT.	CAPITAL DE TRABAJO	INVERSIONES	PRÉSTAMO	AMORT. DE CAPITAL	FLUJO NETO DE CAJA
0				557.382,81	336.443,32		220.939,49
1	88.938,34	8.082,83				53.516,62	43.504,55
2	102.215,37	8.082,83				59.650,76	50.647,44
3	116.611,82	8.082,83				66.488,01	58.206,64
4	132.160,54	8.082,83		2.544,79		74.108,95	63.589,64
5	149.102,19	8.082,83				82.603,41	74.581,61
6	165.038,49	915,96		738,67			165.215,78
7	178.204,41	915,96		2.544,79			176.575,58
8	192.381,53	915,96					193.297,49
9	207.570,38	915,96					208.486,34
10	223.776,14	915,96	488.769,57	2.544,79			710.916,88

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Daniela Ramos

9.5 INDICADORES DE RENTABILIDAD

9.5.1 COSTO DE CAPITAL

El costo de capital o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, es la tasa de descuento o costo de oportunidad que debe utilizarse para actualizar los flujos de caja del proyecto, tasa que corresponderá a la rentabilidad que el inversionista exige por la utilización de sus recursos en el proyecto y de haber renunciado la utilización de los mismos, en proyectos con niveles de riesgo similares.

Dentro del costo de capital o tasa de descuento es importante tomar en cuenta el riesgo ya que ayuda a prevenir acontecimientos imprevistos que se puede presentar, es considerable tener un elevado porcentaje para tener más confianza y evitar sorpresas durante el desarrollo del proyecto.

Por esta razón, es imprescindible calcular el costo ponderado del capital que es equivalente al costo de todo el financiamiento del proyecto, que en este caso está dado por recursos propios y ajenos.

Para el cálculo del Costo den Capital se utilizará la siguiente fórmula:

$$Co = (TA) (1 - t) (%RA) + (TP) (%RP) + (TLR) + \% \text{ Inflación}$$

En donde,

Co = Costo Ponderado del Capital

TA = Tasa Activa

TP = Tasa Pasiva

TLR = Tasa Libre de Riesgo

t = Tasa Marginal de Impuestos

RA = Recursos Ajenos

RP = Recursos Propios

A continuación, presentamos el cálculo del costo del capital para el presente proyecto:

$$Co = (TA) (1 - t) (%RA) + (TP) (%RP) + (TLR) + \% \text{ Inflación}$$

$$Co = (9.21\%) (1 - 0.3625) (60.63\%) + (4.87\%) (39.36\%) + (8.24) + (4.44\%)$$

$$Co = (0.0921) (0.6375) (0.6063) + (0.0487) (0.3936) + (8.24) + (0.0444)$$

$$Co = (0.0355) + (0.0191) + (0.0824) + (0.0444)$$

$$Co = 0.1814$$

$$Co = 18.14\%$$

Lo que significa que la tasa de descuento o costo de capital del inversionista es 18.14% y ésta es la tasa que utilizaremos para los cálculos de los indicadores de la evaluación financiera posteriormente.

9.5.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto significa traer a valores de hoy los flujos futuros y se calculan sacando la diferencia entre los ingresos y los egresos o en su defecto el flujo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento específica.

Para realizar el cálculo matemático del VAN se puede utilizar la siguiente fórmula simplificada que maneja como instrumento el Flujo de Caja del proyecto y es la que se presenta a continuación:

$$VAN = \frac{FNC}{(1 - i)^n} - I_0$$

En donde,

FNC = Flujo Neto de Caja

n = Período

i = Tasa de Descuento

I₀ = Inversión Inicial

Hay que tomar en cuenta los siguientes criterios:

- Si el VAN ≥ 0 se acepta el proyecto
- Si el VAN = 0 indiferente
- Si el VAN ≤ 0 se rechaza el proyecto

A continuación podemos observar el cuadro que muestra el cálculo del VAN para el proyecto:

Cuadro Nº 59

VALOR ACTUAL NETO DEL INVERSIONISTA		
PERÍODO	FNC	FNCA
0	-220.939,49	-220.939,49
1	43.504,55	36.820,07
2	50.647,44	36.279,18
3	58.206,64	35.287,62
4	63.589,64	32.627,67
5	74.581,61	32.387,80
6	165.215,78	60.722,72
7	176.575,58	54.926,29
8	193.297,49	50.889,22
9	208.486,34	46.454,43
10	710.916,88	134.065,88
VAN		299.521,39

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

Como se pudo observar en el cuadro anterior que el VAN para el presente proyecto es de USD 299.521,39; por lo cual la mencionada cifra es mayor a cero, lo que significa que el mencionado proyecto se debe aceptar ya que se recupera la inversión y además se conseguirá un beneficio adicional.

El inversionista acumula USD 299.521,39 una vez que ha recuperado los recursos propios traídos a valor presente.

9.5.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista como premio a la decisión de invertir en una alternativa de inversión seleccionada³⁵.

Para el cálculo del TIR para el presente proyecto utilizamos la fórmula de las aproximaciones sucesivas para lo cual se utilizó una tasa menor con la que se obtuvo un VAN positivo y una tasa mayor que hace el VAN negativo. La fórmula utilizada es la siguiente:

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

En donde,

tm = Tasa Menor

TM = Tasa Mayor

No olvidemos que:

- Si la TIR es > interés se acepta el proyecto
- Si la TIR es = interés indiferente
- Si la TIR es < interés se rechaza el proyecto

³⁵ BARRENO, Luis; "Manual de Formulación y Evaluación de proyectos"; Primera Edición; Quito 2005

Para aplicar esta fórmula al presente proyecto se utilizó una tasa menor de 35,61%, con la cual se obtuvo VAN positivo de USD 8.727,17 y una tasa mayor de 37.61% que dio como resultado un VAN negativo de USD 8.157,79.

Por lo tanto,

$$TIR = 0.3561 + (0.3761 - 0.3561) \left(\frac{8.727,17}{8.727,17 - (-8.157,79)} \right)$$

$$TIR = 0.3561 + (0.02)(0.5168)$$

$$TIR = 0.36645$$

$$TIR = 36.6\%$$

Así pues, la TIR del proyecto es de lo que corresponde a un valor mayor a la tasa de descuento del proyecto 18.14% y significa que el proyecto tiene una buena rentabilidad ya que el retorno del proyecto es suficiente para compensar el costo de capital y además produce un rendimiento adicional, por lo tanto el proyecto es aceptable.

Por cada dólar que el inversionista ha invertido recuperará adicionalmente USD 36,6 centavos de dólar.

En el siguiente cuadro podemos apreciar el cálculo de la TIR para el presente proyecto:

Cuadro N° 60

TASA INTERNA DE RETORNO DEL INVERSIONISTA			
PERÍODO	FNC	Tasa 35,61%	Tasa 37,61%
0	-220.939,49	-220.939,49	-220.939,49
1	43.504,55	32.080,64	31.614,38
2	50.647,44	27.540,64	26.745,92
3	58.206,64	23.339,81	22.336,88
4	63.589,64	18.802,67	17.733,17
5	74.581,61	16.261,97	15.114,08
6	165.215,78	26.564,47	24.330,53
7	176.575,58	20.935,76	18.896,47
8	193.297,49	16.900,22	15.032,33
9	208.486,34	13.441,64	11.782,23
10	710.916,88	33.798,83	29.195,70
TIR		8.727,17	8.157,79

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

9.5.4 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este es un indicador muy importante en la evaluación de un proyecto, ya que de esta manera se podrá conocer en qué año el inversionista recuperará el dinero dado para el funcionamiento del proyecto.

Para el cálculo del PRI a valores actuales se debe tomar los valores de la tabla del cálculo del Valor Actual Neto ya que se han actualizado los flujos con la tasa de descuento.

Así pues, en el cálculo del PRI para el presente proyecto se determinó que la inversión total que asciende a USD 557.382,81, se recuperará en el sexto año del período de evaluación, es decir donde el flujo acumulado se hace positivo.

Este resultado es beneficio para el proyecto puesto que es importante que la inversión total del proyecto se recupere en el menor tiempo posible.

A continuación se puede observar la recuperación de la inversión en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 61

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
PERÍODO	FNC	FNCA	FNCAA
0	-220.939,49	-220.939,49	-220.939,49
1	43.504,55	36.820,07	-184.119,42
2	50.647,44	36.279,18	-147.840,24
3	58.206,64	35.287,62	-112.552,62
4	63.589,64	32.627,67	-79.924,94
5	74.581,61	32.387,80	-47.537,14
6	165.215,78	60.722,72	13.185,57
7	176.575,58	54.926,29	68.111,86
8	193.297,49	50.889,22	119.001,08
9	208.486,34	46.454,43	165.455,50
10	710.916,88	134.065,88	299.521,39

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

9.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es aquel nivel de producción en el cual la organización ni pierde ni gana, es decir, el punto en el cual los costos fijos más los variables se igualan a los ingresos totales³⁶.

El punto de equilibrio no es una técnica para evaluar rentabilidad real de una inversión pero debe ser tomado en cuenta ya que permite determinar que a partir de un punto de equilibrio hacia arriba hay ganancias y hacia abajo has pérdidas.

Para el cálculo del punto de equilibrio nos hemos basado en los costos fijos y los costos variables proyectados para los diez años del período de evaluación, como podemos observar en el Apéndice 8.

A continuación podemos observar matemática y gráficamente el punto de equilibrio del proyecto:

³⁶ BARRENO, Luis; "Manual de Formulación y Evaluación de proyectos"; Primera Edición; Quito 2005

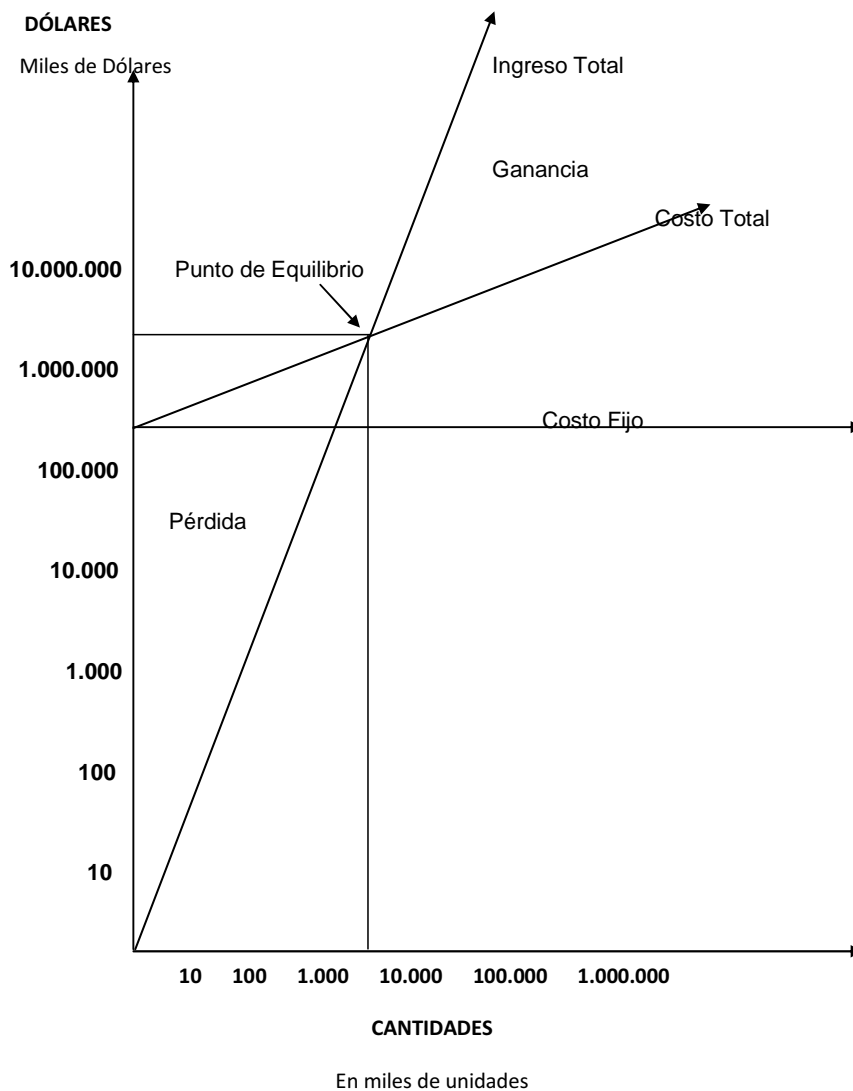
Cuadro Nº 62

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO										
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO VARIABLE	2.665.523,72	2.839.550,43	3.024.939,00	3.222.431,22	3.432.817,31	3.656.939,08	3.895.693,32	4.150.035,35	4.420.982,85	4.709.619,98
COSTO FIJO	121.893,86	118.811,15	115.175,34	111.016,33	106.043,57	104.112,69	108.089,87	112.149,84	116.404,69	120.966,91
(=) COSTO TOTAL	2.787.417,58	2.958.361,58	3.140.114,34	3.333.447,55	3.538.860,88	3.761.051,77	4.003.783,19	4.262.185,19	4.537.387,55	4.830.586,89
INGRESOS	2.926.929,50	3.118.700,21	3.323.035,64	3.540.759,00	3.772.747,46	4.019.935,68	4.283.319,52	4.563.960,12	4.862.988,13	5.181.608,28
PUNTO DE EQUILIBRIO	1.364.831,13	1.327.374,66	1.283.918,39	1.234.834,31	1.176.934,76	1.152.975,83	1.194.407,04	1.236.571,09	1.280.696,54	1.328.005,68
UNIDADES	14040	14493	14960	15442	15940	16454	16984	17532	18097	18681
COSTO VARIABLE UNITARIO	90,02	92,92	95,92	99,01	102,20	105,50	108,90	112,41	116,03	119,77
PRECIO DE VENTA UNITARIO	103,84	107,19	110,64	114,21	117,89	121,70	125,62	129,67	133,85	138,16
PUNTO DE EQUILIBRIO UNID	8.820,16	8.325,94	7.824,42	7.303,71	6.758,67	6.426,71	6.464,71	6.497,67	6.532,25	6.577,86

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Daniela Ramos

Figura N° 30
Punto De Equilibrio
Primer Año



Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

9.7 INDICADORES FINANCIEROS

Hasta este punto de la evaluación del proyecto la decisión básica de aceptar o no el proyecto ya está tomada al haber evaluado la rentabilidad económica del mismo. Sin embargo, utilizando los estados financieros proyectados se puede evaluar las condiciones operacionales de la empresa, las mismas que se analizan con las razones financieras que tienen como finalidad señalar los puntos fuertes y sensibles de la compañía.

Existe una serie de razones financieras pero para tener una visión más clara de la liquidez y rentabilidad de la compañía se ha considerado los siguientes indicadores financieros:

➤ RENTABILIDAD TOTAL (R.O.I.)

Aplicando la fórmula de la rentabilidad total en el año uno se obtiene un 15.956% que representa el porcentaje de utilidad obtenida sobre la inversión total en ese año.

A continuación tenemos al cálculo de esta razón financiera:

$$\begin{aligned} \text{Rentabilidad Total} &= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión Total}} \\ \text{Rentabilidad Total} &= \frac{88.938,34}{557.382,81} \\ \text{Inversión Total} &= 0,15956 \\ \text{Inversión Total} &= 15,956\% \end{aligned}$$

➤ RENTABILIDAD SOBRE LOS RECURSOS PROPIOS (R.S.P)

La rentabilidad sobre los recursos propios en el primer año es de 40.255%, lo que significa que por cada dólar invertido en recursos propios el inversionista obtendrá USD 40.255 de los mismos.

Así se puede apreciar a continuación:

$$\text{Rentabilidad sobre Recursos Propios} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Recursos Propios}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre Recursos Propios} = \frac{88.938,34}{220.939,49}$$

$$\text{Rentabilidad sobre Recursos Propios} = 0,40255$$

$$\text{Rentabilidad sobre Recursos Propios} = 40,255\%$$

➤ **RENTABILIDAD SOBRE VENTAS**

Este indicador financiero demuestra que el primer año se obtendrá un 3.039% de rentabilidad sobre las ventas totales del producto.

A continuación tenemos al cálculo de esta razón financiera:

$$\text{Rentabilidad sobre Ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre Ventas} = \frac{88.938,34}{2.926.929,50}$$

$$\text{Rentabilidad sobre Ventas} = 0,03039$$

$$\text{Rentabilidad sobre Ventas} = 3,039\%$$

➤ **ÍNDICE DE APALANCAMIENTO**

El índice de apalancamiento nos indica que la compañía tiene un 60.3% de endeudamiento con respecto a la inversión total, así como se parecía a continuación:

Así se puede apreciar a continuación:

$$\begin{aligned} \text{Índice de Apalancamiento} &= \frac{\text{Pasivo a Largo Plazo}}{\text{Inversión Total}} \\ \text{Índice de Apalancamiento} &= \frac{336.443,32}{557.382,81} \\ \text{Índice de Apalancamiento} &= 0,60361 \\ \text{Índice de Apalancamiento} &= 60,36\% \end{aligned}$$

➤ **ÍNDICE DE COBERTURA**

El índice de cobertura representa que la compañía tiene capacidad justo para cubrir el costo financiero y la amortización de la deuda.

La capacidad de pago de la compañía a partir de la utilidad operacional es de 4,87499 veces, lo que servirá para cumplir con las obligaciones con terceros especialmente el pago de la deuda.

A continuación tenemos al cálculo de esta razón financiera:

$$\begin{aligned} \text{Índice de Cobertura} &= \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Intereses + Amortización Deuda}} \\ \text{Índice de Cobertura} &= \frac{174.361,73}{34.850,62 - 915,96} \\ \text{Índice de Cobertura} &= 4,87499 \end{aligned}$$

CAPÍTULO X

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1 CONCLUSIONES

Finalmente, una vez que hemos terminado todo el estudio del presente proyecto se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Los artefactos sanitarios como por ejemplo los inodoros, lavamanos, entre otros son productos muy comerciales, ya que como se pudo analizar en las respectivas investigaciones, las construcciones van en aumento lo que hace que exista gran demanda de los artefactos sanitarios, obteniendo así una gran rentabilidad.
- Para la realización del presente trabajo es necesario la creación de una compañía de responsabilidad limitada bajo el nombre de “*SANITEX TRADER CIA. LTDA.*”, básicamente fue creada como persona jurídica, la misma que se encargará de la exportación de artefactos sanitarios al mercado peruano.
- Gracias a las investigaciones realizadas se puede mencionar que la producción de cerámica entre ellos los artefactos sanitarios se encuentra en desarrollo, se dice que en los últimos años se ha incrementado la producción industrial de artefactos sanitarios en el Ecuador; convirtiéndose así en una muy buena alternativa para diversificar la producción nacional e incrementar las exportaciones de este producto.
- Entre Ecuador y Perú las relaciones comerciales han ido incrementando durante los últimos años, además perteneciendo ambos países a la Comunidad Andina, los artefactos sanitarios no tienen ningún tipo de restricciones para poder ser vendidos en el territorio peruano, ingresando así con un 0% de arancel, lo cual es favorable para este proyecto.
- La inversión que se tienen que hacer para la puesta en marcha del proyecto es de \$ 557.382,81, del cual el 39,36% será financiado por cada uno de los accionistas de la

empresa “*SANITEX TRADER CIA. LTDA.*”, y el 60,63% restante será financiado por la Corporación Financiera Nacional (CFN).

- El presente proyecto muestra una alta rentabilidad ya que el VAN es de USD 299.521,39; y la TIR es de 36,6% con respecto a una tasa de descuento del 18,14%. Ambos valores demuestran que el proyecto es aceptable, rentable y viable para los inversionistas.
- La inversión del proyecto será recuperada en el sexto año, así lo pudimos comprobar en el cálculo del PRI haciendo atractivo el proyecto para los potenciales inversionistas.
- Por todo lo mencionado y una vez terminado el proyecto se puede decir, que la exportación de Artefactos Sanitarios hacia el Perú, es completamente factible, ya que no posee graves complicaciones para dudar de la viabilidad del mismo, a su vez brindará buena ganancias para los inversionistas.
- “*SANITEX TRADER CIA. LTDA*” no fabrica los artefactos sanitarios, sólo distribuye hacia el extranjero para lo cual es imprescindible saber que en el Ecuador si existe proveedores de mencionado producto con la suficiente capacidad de entregar las cantidades de artefactos sanitarios que nuestra empresa necesita, cumpliendo de esta manera con las exigencias de los consumidores a nivel internacional.
- Se escogió enviar por transporte marítimo nuestro producto ya que es el medio más seguro y además el flete marítimo es el más económico.
- A pesar de que el nivel de endeudamiento de la compañía es alto, la empresa puede hacer frente a los respectivos pagos de la deuda adquirida ya que los ingresos del proyecto son satisfactorios y por ende la utilidad obtenida durante el período de evaluación.
- El presente proyecto evidencia una gran oportunidad de negocios ya que es atractivo para cualquier inversionista que esté interesado en proyectos nuevos e innovadores.

10.2 RECOMENDACIONES

A continuación se mencionará algunas recomendaciones para que sean tomadas como sugerencias que servirán para el mejoramiento de la economía del Ecuador.

- Fomentar las exportaciones con valor agregado por parte del estado ecuatoriano ya que de esta manera mejora la industria en el Ecuador, genera divisas, aumenta las plazas de trabajo e incrementa la economía en nuestro país.
- Capacitar, proporcionar la suficiente información y brindar apoyo técnico a los empresarios de la industria cerámica para que se vean incentivados a aumentar su producción, a ser aún más competitivos y busquen la expansión de su mercado hacia otros países.
- Aprovechar las relaciones comerciales existentes con Perú y en la medida de lo posible mejorarlas, que permitan mejorar el comercio internacional.
- Incrementar el comercio exterior no sólo con nuestro vecino país Perú el mismo que es el país de destino del presente proyecto, sino con todo el mundo. Existen muchas alternativas para mejorar los ingresos económicos del Ecuador.
- Poner en práctica el proyecto presentado, impulsando la economía del Ecuador, y al mismo tiempo sirviendo de ejemplo para la creación de otros proyectos que brinden más créditos económicos al país y a los inversionistas que confíen en estos proyectos.
- Aprovechar todos los beneficios que ofrecen los acuerdos comerciales y convenios internacionales que tiene el Ecuador con ciertos países o grupos de países con el objetivo de ofrecer productos con precios más competitivos en los mercados internacionales.
- Buscar el apoyo tanto del estado como de instituciones privadas para invertir en proyectos nuevos ya que pueden generar empleo y divisas para el país.

BIBLIOGRAFÍA

- BARRENO, Luis; “Manual de Formulación Evaluación de Proyectos”, Primera Edición, Quito – 2005.
- ESTRADA, Raúl – ESTRADA, Patricio; “Lo que se debe conocer para exportar” “Exportar es el resto”, Quito – Ecuador.
- ESTRADA, Patricio; “Cómo hacer importaciones”, Primera Edición, Ediciones Abya – Yala, Quito – Ecuador.
- ACERENZA, Miguel Ángel; “Marketing Internacional”, Primera Edición, Editorial Trillas, México
- MIRANDA, Juan José; “Gestión de Proyectos”, Quinta Edición, Bogotá, Ediciones MM, Colombia.
- FEDERACIÓN ECUATORIANA DE EXPORTACIONES; Manual de costos de exportación, Primera Edición.
- CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES; Logística Internacional.
- CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES; Guía para exportar a Perú.
- Ley Orgánica de Aduanas
- Código de Comercio
- Ley de Comercio Exterior e Inversiones
- Ley de Compañías

- www.aduana.gov.ec
- www.corpei.org
- www.ecuadorexporta.org
- www.bce.fin.ec
- www.inei.gov.ec
- www.indexmundi.com
- www.artesaniaenea.com
- www.siicex.gob.pe
- www.sunat.gob.pe
- www.ecuadortrade.org
- www.aduana.gob.pe
- www.sunat.gob.pe
- www.trademap.org
- www.comexperu.org
- Mecuadorperu.org.pe

APÉNDICES

APÉNDICE 1

TABLA DE DEPRECIACIÓN Y SEGUROS DE OFICINAS

	VALOR	VIDA ÚTIL/AÑOS	%	VALOR	VALOR RESIDUAL	SEGURO (%)
						0,04
1	38.250,00	20	0,05	38.250,00	1.912,50	1.530,00
2				36.337,50	1.912,50	1.453,50
3				34.425,00	1.912,50	1.377,00
4				32.512,50	1.912,50	1.300,50
5				30.600,00	1.912,50	1.224,00
6				28.687,50	1.912,50	1.147,50
7				26.775,00	1.912,50	1.071,00
8				24.862,50	1.912,50	994,50
9				22.950,00	1.912,50	918,00
10				21.037,50	1.912,50	841,50
TOTAL						11.857,50

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Daniela Ramos

APÉNDICE 2

TABLA DE DEPRECIACIÓN Y SEGURO DE VEHÍCULO

	VALOR	VIDA ÚTIL/AÑOS	%	VALOR	VALOR RESIDUAL	SEGURO (%)
						0,05
1	20.083,80	5	0,20	20.083,80	4.016,76	1.004,19
2				16.067,04	4.016,76	803,35
3				12.050,28	4.016,76	602,51
4				8.033,52	4.016,76	401,68
5				4.016,76	4.016,76	200,84
TOTAL						3.012,57

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Daniela Ramos

APÉNDICE 3

TABLA DE DEPRECIACIÓN Y SEGURO DE MUEBLES Y ENSERES

	VALOR	VIDA ÚTIL/AÑOS	%	VALOR	VALOR RESIDUAL	SEGURO (%)
						0,03
1	2.416,18	10	0,10	2.416,18	241,62	72,49
2				2.174,56	241,62	65,24
3				1.932,94	241,62	57,99
4				1.691,32	241,62	50,74
5				1.449,71	241,62	43,49
6				1.208,09	241,62	36,24
7				966,47	241,62	28,99
8				724,85	241,62	21,75
9				483,24	241,62	14,50
10				241,62	241,62	7,25
TOTAL						398,67

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

APÉNDICE 4

TABLA DE DEPRECIACIÓN Y SEGURO DE EQUIPO DE OFICINA

	VALOR	VIDA ÚTIL/AÑOS	%	VALOR	VALOR RESIDUAL	SEGURO (%)
						0,03
1	738,67	5	0,20	738,67	147,73	22,16
2				590,94	147,73	17,73
3				443,20	147,73	13,30
4				295,47	147,73	8,86
5				147,73	147,73	4,43
TOTAL						66,48

Fuente: Investigación Propia
Elaboración:

Daniela

Ramos

APÉNDICE 5

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO

	VALOR	VIDA ÚTIL/AÑOS	%	VALOR	VALOR RESIDUAL	SEGURO (%)
						0,04
1	2.544,79	3	0,33	2.544,79	848,26	101,79
2				1.696,53	848,26	67,86
3				848,26	848,26	33,93
TOTAL						203,58

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Daniela Ramos

APÉNDICE 6

RESUMEN DE SEGUROS

DESCRIPCIÓN		AÑOS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Oficina		1.530,00	1.453,50	1.377,00	1.300,50	1.224,00	1.147,50	1.071,00	994,50	918,00	841,50
Vehículo		1.004,19	803,35	602,51	401,68	200,84	1.004,19	803,35	602,51	401,68	200,84
Muebles y Enseres		72,49	65,24	57,99	50,74	43,49	36,24	28,99	21,75	14,50	7,25
Equipo de oficina		22,16	17,73	13,30	8,86	4,43	22,16	17,73	13,30	8,86	4,43
Equipo de cómputo		101,79	67,86	33,93	101,79	67,86	33,93	101,79	67,86	33,93	101,79
SUBTOTAL		2.730,63	2.408,02	2.085,41	1.863,57	1.540,96	2.244,70	2.022,87	1.700,26	1.377,65	1.155,81
Imprevistos (%)	2	54,61	48,16	41,71	37,27	30,82	44,89	40,46	34,01	27,55	23,12
TOTAL		2.785,24	2.456,18	2.127,12	1.900,84	1.571,78	2.289,60	2.063,32	1.734,26	1.405,20	1.178,93

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

APÉNDICE 7

RESUMEN DE DEPRECIACIONES

DESCRIPCIÓN	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Oficina	1.912,50	1.912,50	1.912,50	1.912,50	1.912,50	1.912,50	1.912,50	1.912,50	1.912,50	1.912,50
Vehículo	4.016,76	4.016,76	4.016,76	4.016,76	4.016,76	4.016,76	4.016,76	4.016,76	4.016,76	4.016,76
Muebles y Enseres	241,62	241,62	241,62	241,62	241,62	241,62	241,62	241,62	241,62	241,62
Equipo de oficina	147,73	147,73	147,73	147,73	147,73	147,73	147,73	147,73	147,73	147,73
Equipo de cómputo	848,26	848,26	848,26	848,26	848,26	848,26	848,26	848,26	848,26	848,26
TOTAL	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Daniela Ramos

APÉNDICE 8

CLASIFICACIÓN DE COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mercadería	2.642.007,16	2.814.498,52	2.998.251,50	3.194.001,34	3.402.531,30	3.624.675,77	3.861.323,60	4.113.421,70	4.381.978,77	4.668.069,40
Gastos de Ventas	23.516,56	25.051,91	26.687,50	28.429,87	30.286,00	32.263,31	34.369,72	36.613,65	39.004,08	41.550,58
TOTAL COSTOS VARIABLES	2.665.523,72	2.839.550,43	3.024.939,00	3.222.431,22	3.432.817,31	3.656.939,08	3.895.693,32	4.150.035,35	4.420.982,85	4.709.619,98
Depreciaciones	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87	7.166,87
Amortizaciones (Diferido)	915,16	915,16	915,16	915,16	915,16					
Seguros	2.785,24	2.455,83	2.126,42	1.900,84	1.571,43	2.288,90	2.063,32	1.733,92	1.404,51	1.178,93
Mano de obra indirecta	19.115,51	19.964,24	20.850,65	21.776,42	22.743,29	23.753,09	24.807,73	25.909,19	27.059,56	28.261,01
Mantenimiento y reparación	1.946,80	2.033,24	2.123,52	2.217,80	2.316,27	2.419,11	2.526,52	2.638,70	2.755,86	2.878,22
Gastos Administrativos	52.881,09	55.229,01	57.681,17	60.242,22	62.916,97	65.710,49	68.628,03	71.675,12	74.857,49	78.181,16
Gastos Generales	2.232,58	2.331,70	2.435,23	2.543,35	2.656,28	2.774,22	2.897,39	3.026,04	3.160,39	3.300,71
Gastos Financieros	34.850,62	28.715,10	21.876,31	14.253,66	5.757,29					
TOTAL COSTOS FIJOS	121.893,86	118.811,15	115.175,34	111.016,33	106.043,57	104.112,69	108.089,87	112.149,84	116.404,69	120.966,91
COSTO TOTAL	2.787.417,58	2.958.361,58	3.140.114,34	3.333.447,55	3.538.860,88	3.761.051,77	4.003.783,19	4.262.185,19	4.537.387,55	4.830.586,89

Fuente: Investigación Propia
 Elaboración: Daniela Ramos

ANEXOS

ANEXO 1

Contenedor high-cube de 40 pies



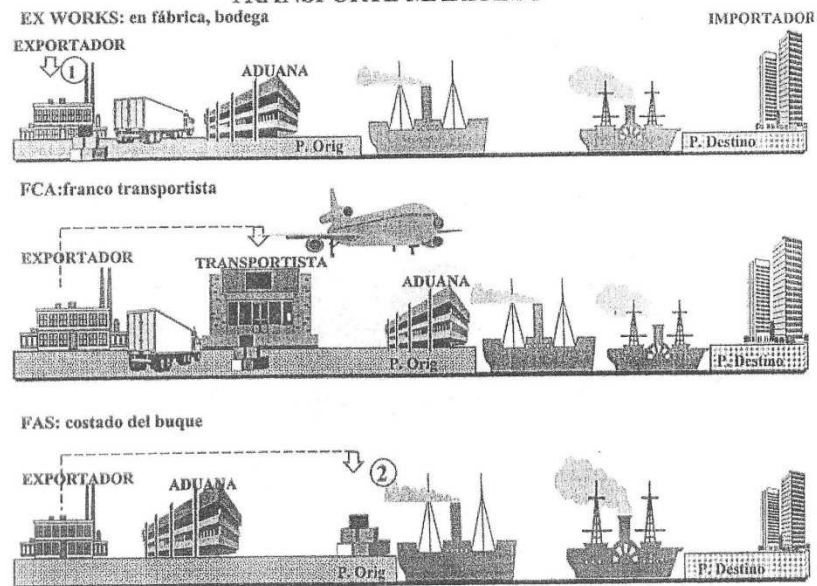
El contenedor high cube de 40' es un van estándar de 40' con un pie extra en altura. El estándar de 40' tiene una altura de 8.5', luego el high cube de 40' mide 9.5' de alto, esto es un incremento del 13% de su capacidad cúbica interna.

Exterior	Interior	Puertas Abiertas	Capacidad	Tara
Largo ancho alto 12.19m 2.43m 2.89m	Largo ancho alto 12.03m 2.35m 2.69m	ancho alto 2.34m 2.58m	2687 pies cúbicos 76.3 m ³	8600 lb 3900 kg

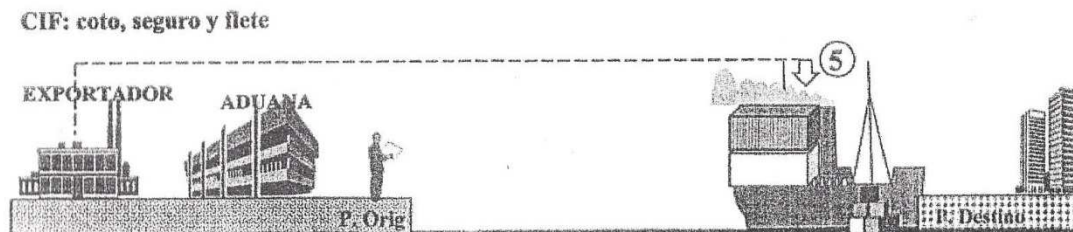
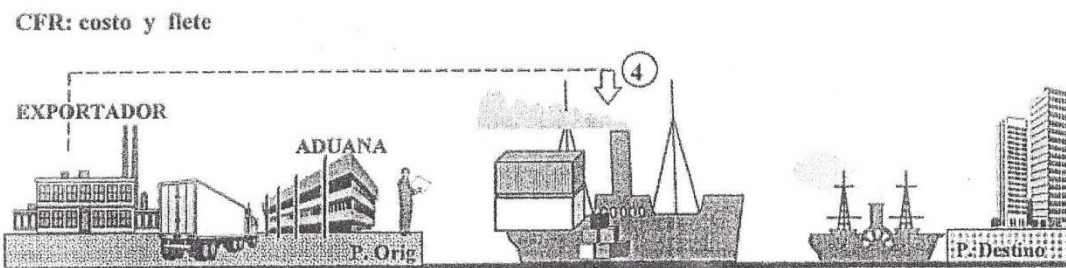
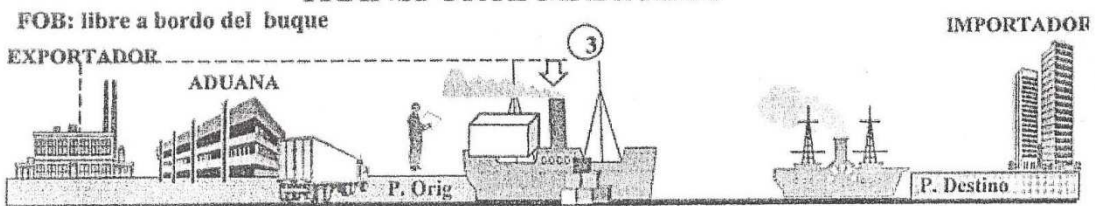
ANEXO 2

ANEXO 2

TRANSPORTE MARÍTIMO



TRANSPORTE MARÍTIMO



A OBLIGACIONES DEL VENDEDOR	B OBLIGACIONES DEL COMPRADOR
<p>A3 Contratos de transporte y seguro.</p> <p>a) Contrato de transporte El vendedor deberá contratar en las condiciones usuales, a sus propias expensas, el transporte de las mercancías al puerto de destino convenido, por la ruta usual, en un buque de navegación marítima (o un buque de navegación interior, según el caso) del tipo normalmente usado para el transporte de las mercancías descritas en el contrato.</p> <p>b) Contrato de seguro El vendedor debe obtener, a sus propias expensas, un seguro de la carga según lo acordado en el contrato, que faculte al comprador, o a cualquier otra persona que tenga un interés asegurable sobre las mercancías, para reclamar directamente al asegurador y proporcionar al comprador la póliza de seguro u otra prueba de la cobertura del seguro. El seguro será contratado con aseguradoras o con una compañía de seguros de buena reputación y, a falta de acuerdo expreso en contrato, será conforme a la cobertura mínima de las "Cláusulas del Instituto para la Carga" (Institute Cargo Clauses) del Instituto de Aseguradores de Londres (Institute of London Underwriters) o a cualquier conjunto de cláusulas similar. La duración de la cobertura del seguro estará de acuerdo con B5 y B4. A petición del comprador, el vendedor proporcionará, a expensas del comprador, un seguro contra los riesgos de guerras, huelgas, motines y perturbaciones civiles si fuere asequible. El seguro mínimo cubrirá el precio previsto en el contrato más un diez por ciento (esto es 110%) y se concertará en la moneda del contrato.</p>	<p>B3 Contratos de transporte y seguro.</p> <p>a) Contrato de transporte Ninguna obligación.</p> <p>b) Contrato de seguro Ninguna obligación.</p>

A OBLIGACIONES DEL VENDEDOR	B OBLIGACIONES DEL COMPRADOR
<p>A4 Entrega. El vendedor debe entregar las mercancías a bordo del buque en el puerto de embarque en la fecha o dentro del plazo acordado.</p>	<p>B4 Recepción de la entrega. El comprador debe aceptar la entrega de las mercancías cuando hayan sido entregadas de conformidad con A4 y recibirlas del transportista en el puerto de destino convenido.</p>
<p>A5 Transmisión de riesgos. El vendedor debe, con sujeción a las previsiones de B5, correr con todos los riesgos de pérdida o daño de las mercancías hasta el momento en que hayan sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque.</p>	<p>B5 Transmisión de riesgos. El comprador debe soportar todos los riesgos de pérdida y daño de las mercancías desde el momento en que hayan sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque. El comprador debe, si no ha dado aviso según B7, correr con todos los riesgos de pérdida o daño de las mercancías desde la fecha acordada o desde la fecha de expiración del período fijado para el embarque, siempre que, no obstante, las mercancías hayan sido debidamente determinadas según el contrato, es decir, claramente puestas aparte o identificadas de otro modo como las mercancías objeto del contrato.</p>
<p>A6 Reparto de gastos. El vendedor debe, con sujeción a las previsiones de B6, pagar (todos los gastos relacionados con las mercancías, hasta el momento en que hayan sido entregadas de conformidad con A4); y, (el flete y todos los demás gastos resultantes de A3 a), incluidos los costes de cargar las mercancías a bordo; (y los costes de seguro resultantes de A3 b); y, (cualquier gasto de descarga en el puerto de destino acordado que sea de cuenta del vendedor según el contrato de transporte); y, (cuando sea pertinente, los gastos de los trámites aduaneros necesarios para la exportación así como todos los derechos, impuestos y demás cargas pagaderos por la exportación, y por su tránsito por cualquier país si fueran a cargo del vendedor según el contrato de transporte.</p>	<p>B6 Reparto de gastos. El comprador debe, con sujeción a las previsiones de A3 a), pagar (todos los gastos relacionados con las mercancías desde el momento en que hayan sido entregadas de acuerdo con A4); y, (todos los costes y cargas relativos a las mercancías mientras están en tránsito hasta su llegada al puerto de destino, salvo que tales costes y cargas fueran de cuenta del vendedor según el contrato de transporte); y, (los gastos de descarga, incluyendo los gastos de las gabarras y del muelleaje, salvo que esos costes y cargas fueran por cuenta del vendedor según el contrato de transporte); y, (todos los gastos contraídos, si no se ha dado aviso conforme a B7, en relación a las mercancías desde la fecha acordada).</p>

A OBLIGACIONES DEL VENDEDOR	B OBLIGACIONES DEL COMPRADOR
-----------------------------	------------------------------

dada acordada o la fecha de expiración del período fijado para el embarque, siempre que, no obstante, las mercancías hayan sido debidamente determinadas según el contrato, es decir, claramente puestas aparte o identificadas de otro modo como las mercancías objeto del contrato); y, (cuando sea pertinente, todos los derechos, impuestos y demás cargas así como los gastos para realizar los trámites aduaneros pagaderos por la importación de las mercancías y, cuando sea necesario, por su tránsito por cualquier país, salvo que estén incluidos dentro de los costes del contrato de transporte.

A7 Aviso al comprador.

El vendedor debe dar al comprador aviso suficiente de que las mercancías han sido entregadas de conformidad con A4, así como cualquier otro aviso necesario que permita al comprador adoptar las medidas normalmente necesarias que le faculten para legitimarle a recibir las mercancías.

B7 Aviso al vendedor.

El comprador debe, cuando esté autorizado para determinar el momento de embarcar las mercancías y/o el puerto de destino, dar aviso suficiente al vendedor al respecto.

A8 Prueba de la entrega, documento de transporte o mensaje electrónico equivalente.

El vendedor debe proporcionar, a sus propias expensas, al comprador sin retraso el documento de transporte usual para el puerto de destino convenido.

Este documento (por ejemplo, un conocimiento de embarque negociable, una carta de porte marítimo no negociable o un documento de navegación interior) debe cubrir las mercancías del contrato, estar fechado dentro del período acordado para el embarque, facultar al comprador para reclamar las mercan-

B8 Prueba de la entrega, documento de transporte o mensaje electrónico equivalente.

El comprador debe aceptar el documento de transporte de acuerdo con A8 si es conforme al contrato.

A OBLIGACIONES DEL VENDEDOR	B OBLIGACIONES DEL COMPRADOR
<p>cias al transportista en el puerto de destino y, salvo que se haya acordado otra cosa, autorizar al comprador para vender las mercancías en tránsito transfiriendo el documento a un comprador sucesivo (el conocimiento de embarque negociable) o avisando al transportista.</p> <p>Cuando ese documento de transporte se emita en varios ejemplares, el juego completo de originales debe presentarse al comprador.</p> <p>Si el vendedor y el comprador han acordado comunicarse electrónicamente, el documento a que se refieren los párrafos anteriores puede ser sustituido por un mensaje de intercambio electrónico de datos (EDI) equivalente.</p>	
<p>A9 Comprobación - embalaje - marcado.</p> <p>El vendedor debe pagar los gastos de aquellas operaciones de verificación (como comprobar la calidad, medida, peso, recuento) necesarias al objeto de entregar las mercancías según A4.</p> <p>El vendedor debe proporcionar a sus propias expensas el embalaje (a menos que sea usual en el tráfico específico embarcar las mercancías descritas en el contrato sin embalar) requerido para el transporte de las mercancías, ordenado por él. El embalaje ha de ser marcado adecuadamente.</p>	<p>B9 Inspección de las mercancías.</p> <p>El comprador debe pagar los costes de cualquier inspección previa al embarque, excepto cuando tal inspección sea ordenada por las autoridades del país de exportación.</p>
<p>A10 Otras obligaciones.</p> <p>El vendedor debe prestar al comprador, a petición, riesgo y expensas de este último, la ayuda precisa para obtener cualquier documento o mensaje electrónico equivalente (diverso de aquellos mencionados en A8) emitido o transmitido en el país de embarque y/o de origen que el com-</p>	<p>B.10 Otras obligaciones.</p> <p>El comprador debe pagar todos los gastos y cargas contraídos para obtener los documentos o mensajes electrónicos equivalentes mencionados en A10 y reembolsar aquéllos en que haya incurrido el vendedor al prestar su ayuda al respecto.</p> <p>El comprador debe proporcionar al</p>

A OBLIGACIONES DEL VENDEDOR

prador pueda requerir para la importación de las mercancías y, si es necesario, para su tránsito por cualquier país.

El vendedor debe proporcionar al comprador, a petición suya, la información necesaria para obtener cualquier seguro adicional.

B OBLIGACIONES DEL COMPRADOR

vendedor, a petición suya, la información necesaria para obtener el seguro.

ANEXO 3

3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS Y TARIFAS POR SERVICIOS FINANCIEROS

TARIFAS POR SERVICIOS	PRODUCTOS				
	PERSONA JURIDICA	PERSONA NATURAL	CCORPORATIVA	EMPRESARIAL	PERSONAL
Comercio Exterior:					
Aval Financiamientos Banco de Guayaquil					
Panama					
Comisión			4% Anual, Mínimo US\$100		
Avales					
Comisión anual			4% Anual, Mínimo US\$100		
Portes (Reconocimiento de Firmas)			\$10.00		
Carta de Crédito de Exportación					
Comisión de aviso			\$50.00		
Comisión de Confirmación (Flat)			0.25% Flat, Mínimo US\$100		
Comisión de revisión o también llamada de negociación.			0.50% Flat, Mínimo US\$100		
Aceptación (anual)			2.5% Anual, Mínimo US\$100		
Cesión			\$50.00		
Costo de Transferencia.			\$35.00		
Courier America			\$50.00		
Courier resto del mundo			\$60.00		
Enmienda por ampliación de validez o incremento de valor			\$25.00		
Notificación discrepancias			\$25.00		
Swift			\$30.00		
Carta de Crédito de Importación					
Comisión de apertura.			4% Anual, Mínimo US\$100		
Comisión de revisión, o también llamada de negociación.			0.25% Flat, Mínimo US\$100		
Comisión de Aceptación/Aval			4% Anual, Mínimo US\$100		
Comisión de enmienda			\$15.00		
Comisión Banco Central cuando es con convenio ALADI			0.125% Flat		
Financiamiento.					
De acuerdo a las condiciones del banco del exterior mas un margen local					
Discrepancias.			\$15.00		
Portes			\$20.00		
Swift de apertura.			\$30.00		
Swift de enmienda.			\$25.00		
Carta de Crédito Doméstica					
Comisión			4% Anual, Mínimo US\$100		
Comisión de revisión, o también llamada de negociación.			0.25% Flat, Mínimo US\$100		
Carta de Crédito Stand By					
Comisión de apertura			4% Anual, Mínimo US\$100		
Comisión de enmienda			\$15.00		
Comisión de Pago. (flat)			0.25% Flat, Mínimo US\$100		
Swift			\$30.00		
Cobranzas del Exterior- Importación.					
Comisión de Negociación			0.50% Flat, Mínimo US\$50		
Swift			\$30.00		
Cobranzas del Exterior-Exportación.					
Comisión de Negociación			0.50% Flat, Mínimo US\$50		
Courier America.			\$50.00		
Courier resto del mundo.			\$60.00		
Swift.			\$30.00		
Cobranzas del Exterior					
Cheques propios recibidos al cobro (Clean Collections)			0.50% Flat, Mínimo US\$50		
Financiamientos de Importación y Exportación					
Financiamiento.					
De acuerdo a las condiciones del banco del exterior mas un margen local					
Garantías Aduaneras.					
Comisión anual			4% Anual, Mínimo US\$100		
Portes (Reconocimiento de Firmas)			\$10.00		
Garantías Bancarias					
Comisión anual			4% Anual, Mínimo US\$100		
Portes (Reconocimiento de Firmas)			\$10.00		
Garantías Mandatarias.					
Comisión Banco del Exterior			1.5% - 2% Anual, Mínimo US\$200		

ANEXO 4

NORMA TECNICA ECUATORIANA NTE 1568:1988

Clasificación:	NTE
Ubicación física:	BG-
Título Español:	Artefactos sanitarios. Definiciones y terminología
Título Inglés:	Plumbing fixtures. Definitions and terminology
Carácter:	Voluntaria
Des. regularización:	11
Revisión:	
Fecha Publicación:	1988-01-06
Fecha aprobación:	1987-10-13
Nro. Acuerdo ministerial:	713
Fecha acuerdo ministerial:	1987-11-25
Nro. Registro oficial:	846
Fecha registro oficial:	1988-01-06
Descriptor temático:	Construcción, artefactos sanitarios
Categoría temática primaria:	CONSTRUCCION
Categoría temática secundaria:	ARTEFACTOS SANITARIOS
ISO:	91.100.20
CO:	CO.06.02-101
CCU:	624.183.198
CIMU:	
Nombre Archivo PDF:	
Tamaño archivo PDF (Kb):	
Páginas:	6
Precio Nacional Ecuador:	\$ 1,32
Precio Internacional:	\$ 6,00
Comité técnico:	COMITE INTERNO
Miembros participantes:	
Series de estudio:	ANSI A 112, 19, 2M
Estado:	
Resumen:	Esta norma establece las definiciones de los términos más generales, usados a nivel nacional para aparatos de porcelana sanitaria

NOTA: *1; *2; *3; *4; *5; *6; *7; *8 estos símbolos y numerales corresponden a normas REGULARIZADAS de Voluntarias a Obligatorias o DESREGULARIZADAS de Obligatorias a Voluntarias.

¹ Esta norma sin ningún cambio en su contenido fue REGULARIZADA pasando de VOLUNTARIA, a OBLIGATORIA según Resolución de Consejo Directivo de 1985-11-13 y oficializada mediante Acuerdo Ministerial No. 893 de 1985-11-21, publicado en el Registro Oficial No. 323 del 1985-12-12

² Esta norma sin ningún cambio en su contenido fue DESREGULARIZADA pasando de OBLIGATORIA a VOLUNTARIA, según resolución de Consejo Directivo de 1990-05-17 y oficializada mediante Acuerdo Ministerial No. 619 de 1992-12-07, publicado en el Registro Oficial No. 107 de 1993-01-14

³ Esta norma sin ningún cambio en su contenido fue DESREGULARIZADA pasando de OBLIGATORIA a VOLUNTARIA, según Resolución de Consejo Directivo de 1990-05-17 y oficializada mediante Acuerdo Ministerial No. 620 de 1992-12-07, publicado en el Registro Oficial No. 107 de 1993-01-14

⁴ Esta norma sin ningún cambio en su contenido fue DESREGULARIZADA, pasando de OBLIGATORIA a VOLUNTARIA, según Resolución de Consejo Directivo de 1988-01-08 y oficializada mediante Acuerdo Ministerial No. 235 de 1988-05-04 publicado en el Registro Oficial No. 321 del 1988-05-20

⁵ Esta norma sin ningún cambio en su contenido fue DESREGULARIZADA, pasando de OBLIGATORIA-EMERGENTE a VOLUNTARIA, según Resolución de Consejo Directivo de 1998-01-08 y oficializada mediante Acuerdo Ministerial No. 236 de 1998-01-08 publicado en el Registro Oficial No. 321 de 1998-05-20

⁶ Esta norma sin ningún cambio en su contenido fue DESREGULARIZADA, pasando de OBLIGATORIA a VOLUNTARIA, según Resolución de Consejo Directivo de 1999-01-08 y oficializada mediante Acuerdo Ministerial No. 03 812 de 2003-12-22, publicado en el Registro Oficial No. 248 del 2004-01-09

⁷ Esta norma sin ningún cambio en su contenido fue DESREGULARIZADA, pasando de OBLIGATORIA a VOLUNTARIA, según Resolución de Consejo Directivo de 2004-12-10 y oficializada mediante Acuerdo Ministerial No. 06079 de 2005-01-28, publicado en el Registro Oficial No. 532 del 2005-02-25.

⁸ Esta norma sin ningún cambio en su contenido fue DESREGULARIZADA, pasando de OBLIGATORIA a VOLUNTARIA, según Resolución de Consejo Directivo de 2004-10-06 y oficializada mediante Acuerdo Ministerial No. 06-169 de 2008-04-18, publicado en el Registro Oficial No. 269 del 2008-05-12.

ANEXO 5

CERTIFICADO DE ORIGEN
 ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION
 ASSOCIACAO LATINO-AMERICANA DE INTEGRACAO

Nº 109253

PAIS EXPORTADOR		PAIS IMPORTADOR
Nº de Orden (1)	NALADISA	DENOMINACION DE LAS MERCADERIAS

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial Nº cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) de conformidad con el siguiente desglose:

Nº de Orden	NORMAS (3)

FECHA:
 Razón social, sello y firma de exportador o productor

OBSERVACIONES

CERTIFICACION DE ORIGEN
 Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de a los
 Nombre, sello y firma Entidad Certificadora

- NOTAS:
- 1.1 Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser inaplicable se continuará la individualización de las mercaderías en el espacio suplementario de este certificado, numerados correlativamente.
 - 1.2 Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando número de registro.
 - 1.3 En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de origen. El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o comentarios.

Yo, , representante legal de la empresa en mi calidad de productor , exportador , declaro bajo juramento que las mercaderías que constan en la factura Comercial N° cumplen con las normas de Origen establecidas por la Comisión del Acuerdo de Cartagena y/o el Comité de Representantes de la ALADI, las que declaro conocer. Dichas mercaderías han sido producidas íntegramente en ubicada en

Los datos e información constante en el presente formulario del Certificado de Origen son verdaderos y de comprobarse lo contrario, me someto a las sanciones previstas en el Art. 340 del Código Penal.

Acentamento

FIRMA

ANEXO 6

CRÉDITO DIRECTO	
DESTINO	<p>Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semoviente.</p> <p>Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.</p> <p>Asistencia técnica.</p>
BENEFICIARIO	<p>Personas naturales.</p> <p>Personas jurídicas sin importar la composición de su capital social (privada, mixta o pública); bajo el control de la Superintendencia de Compañías.</p> <p>Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones y corporaciones; con personería jurídica.</p>
MONTO	<p>Hasta el 70%; para proyectos nuevos.</p> <p>Hasta el 100% para proyectos de ampliación.</p> <p>Hasta el 60% para proyectos de construcción para la venta.</p> <p>Desde US\$ 100,000*</p> <p>Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total):</p> <p>*El monto máximo será definido de acuerdo a la metodología de riesgos de la CFN.</p>

<p>PLAZO</p>	<p>Activo Fijo: hasta 10 años.</p> <p>Capital de Trabajo: hasta años.</p> <p>Asistencia Técnica: hasta años.</p>
<p>PERÍODO DE GRACIA</p>	<p>Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.</p>
<p>TASAS DE INTERÉS</p>	<p>Capital de trabajo: 10.5%;</p> <p>Activos Fijos: 10.5% hasta 5 años. 11% hasta 10 años.</p>
<p>REQUISITOS</p>	<p>Para créditos de hasta US\$ 300,000 no se requiere proyecto de evaluación.</p> <p>Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético.</p> <p>Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.</p> <p>Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.</p> <p>Carta de pago de los impuestos.</p> <p>Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.</p> <p>Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.</p> <p>Proformas de la maquinaria a adquirir.</p> <p>Formas de materia prima e insumos a adquirir.</p>

ANEXO 7

CHEVROLET Inicio | Empresa | Sitios | Flotas | Chevystar | Concept Cars | Contacto

SHOWROOM VEHICULOS FINANCIAMIENTO CONCESIONARIOS POSVENTA

LUV D Max Diesel

Galería
Exteriores
Interiores
Colores

Características
Diseño
Motor
Confort
Seguridad
Especificaciones Técnicas

Accesorios

Garantía

Diesel
Desde \$ 19,690

→ Micrositio
- Descargar Catalogo

*Imagen referencial

Estoy viendo: Otras versiones?

ANEXO 8



ANEXO 9



ANEXO 10



ANEXO 11

CUPON CORPEI DE EXPORTACION		Nº 3077180
CORPORACIONES PRODUCTORAS DE CEMENTACIONES S.A. REGISTRADA CORPEI		
Nombre del Apartante: _____	Ciudad: _____	Fecha: ____/____/____
Tipo/Numero Identificación: <input type="checkbox"/> R.U.C. <input type="checkbox"/> C.C. <input type="checkbox"/> C.I. <input type="checkbox"/> PASAPORTE _____		
Nº FUE / DAI _____ (Nº Preimpreso del Formulario o DAI)		
Valor FOB: USD. \$ _____	Valor Costo: USD. \$ _____	CORPEI
<small>Declaro que la información contenida en este formulario tiene origen válido, verídica, y está sujeta a las regulaciones, restricciones, de toda responsabilidad, exclusiva del importador o exportador, a los efectos de las disposiciones de la Ley 944 de 2005.</small>		

ANEXO 12



TARIFAS GENERALES CONTECON GUAYAQUIL S.A. (CGSA)				
Codigo	Servicios Basicos	Unidad	Tarifa Actualizada	Detalle
TMN	Uso Muelle x Nave	\$ (M/LHr)	1.10	
TTC	Transferencia Contenedores Llenos (Ship to Gate)	\$ (Box)	143.10	
REE	Reestiba de Contenedores	\$ (Box)	71.55	
CFS	Consolidacion / Desconsolidacion (Contenedores)	\$ (Teu)	110.08	
TTG	Transferencia Carga General (Ship to Gate) (4)	\$ (Ton)	5.50	
IIB	Transferencia Carga de Banano (Gate to Ship)	\$ (Ton)	5.50	
IIV	Transferencia Contenedores Vacios	\$ (box)	110.08	
TPE	Pesaje Vehiculos	\$ (Veh)	11.01	
TAC	Tarifa Almacenaje de Cntrs Full (2)	\$ (Teu/dia)	2.75	Hasta 10 dias
TAC	Tarifa Almacenaje de Cntrs Full (2)	\$ (Teu/dia)	3.30	11 - 20 dias
TAC	Tarifa Almacenaje de Cntrs Full (2)	\$ (Teu/dia)	4.40	Mas de 20 dias
AG1	Tarifa Almacenaje Carga General en patios (2)	\$ (Ton/dia)	0.22	Hasta 10 dias
AG1	Tarifa Almacenaje Carga General en patios (2)	\$ (Ton/dia)	0.33	11 - 20 dias
AG1	Tarifa Almacenaje Carga General en patios (2)	\$ (Ton/dia)	0.44	Mas de 20 dias
AG2	Tarifa Almacenaje Carga General no contenerizada en bodegas (2)	\$ (Ton/dia)	0.33	Hasta 10 dias
AG2	Tarifa Almacenaje Carga General no contenerizada en bodegas (2)	\$ (Ton/dia)	0.50	11 - 20 dias
AG2	Tarifa Almacenaje Carga General no contenerizada en bodegas (2)	\$ (Ton/dia)	0.66	Mas de 20 dias
AG3	Tarifa Almacenaje Carga General no contenerizada en bodegas especiales (2)	\$ (Ton/dia)	0.44	Hasta 10 dias
AG3	Tarifa Almacenaje Carga General no contenerizada en bodegas especiales (2)	\$ (Ton/dia)	0.66	11 - 20 dias
AG3	Tarifa Almacenaje Carga General no contenerizada en bodegas especiales (2)	\$ (Ton/dia)	0.88	Mas de 20 dias
TRF	Conexión y Energia (Cntrs Refrigerados)	\$ (Box/lora)	3.30	
AFC	Operac. Aforo/Inspeccion (Cntrs)	\$ (Box)	82.56	
AFG	Operac. Aforo/Inspeccion (Carga General NO contenerizada)	\$ (Ton)	1.32	
TPC	Porteo de Cntrs (3)	\$ (Box)	38.53	
IPG	Porteo de Carga General (3) (4)	\$ (Ton)	1.65	
RDC	Recepcion/Despacho de Cntrs (*)	\$ (Box)	33.02	
RDG	Recepcion/Despacho de Carga General (3)	\$ (Ton)	1.65	
TMR	Uso de Facilidades por Remolcadores	\$ (Operación)	55.04	atraque/desatraque

ANEXO 13



Av. Colón E4-81 y Av. 9 de Octubre - Matriz Telf. (02) 2557300
QUITO - ECUADOR

Almacen : SAN LUIS SHOPPING
Direccion : AV.SAN LUIS E ISLA STA.CLARA CC.SAN LUIS L.N1-147
Telefonos : 2090419 0

PROFORMA: 025-002-0002006
RUC : 1790040275001
Fecha : 4 DE NOVIEMBRE DEL 2009
Fecha Entrega: DE MES: DEL
Emision Sist.: 09/11/04 18:22:13
No. Control : 24-PR-00002006
Cliente : 9999 DANIELA RAMOS
Direccion : AZUAY Y GALAPAGOS SANGOLBUI No:
Telefono : 2338546 Ciudad :
RUC/Cedula : 0603607003

Pagina: 1 de 1

Pedido: (24-PR-0000000) Vendedor: 999-GENERAL Usuario: nrojas Autoriza: bnosquera

SC.COD.	BARRAS	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD	UNI	T.PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	OBSER.
1	0635753611687	IMPRESORA SCX-4521F LASER MULTIFUN MONOC SAMSUNG ROMATICA		1.00	UN	210.26000	210.26	
2	0684420874584	CPU CQ5105LA AMD ATH 2.5GHZ 2GB RAM 250G HEWLETT PACKARD B HD WASE DVDRW LIGHScribe		1.00	UN	379.00000	379.00	
3	0729507809304	MONITOR 15.6 PLG 633 MW	SAMSUNG	1.00	UN	125.33000	125.33	
4	5025232279500	TELEFONO KX-TS500LX BLANCO	PANASONIC	1.00	UN	14.94000	14.94	
							SUBTOTAL :	729.53
							TARIFA 0%:	.00
							TARIFA 12%:	729.53
							I V A 12%:	87.54
							T O T A L \$:	817.07

*PROFORMA SUJETA A CAMBIO DE PRECIO BY MERCADERIA AL MOMENTO DE LA ADJUDICACION

ANEXO 14



SISTEMAS MODULARES TORRES
 Direc: ALMACEN - Av. América 3301 y
 Mariana de Jesús (Junto a la EMOP)
 - ALMACEN - Av. América N27-98
 y Selva Alegre.
 Telf.: 2520 909 / Cel.: 091 346 724
 Fabrica: Las Brevas E10-172 y las Palmeras
 Telf.: 3340 853 Quito - Ecuador

OFRECE:
 Estaciones de Trabajo
 Divisiones de Ambiente
 Lockers
 Archivadoras
 Mesas de Reuniones
 Caunter
 Silloneria
 Muebles Especiales
 "SOMOS FABRICANTES"

Ruth Janett Torres

R.U.C.: 1710990480001

PROFORMA

0004050

Sr.(a): Daniela Ramos
 R.U.C.: _____ Fecha: 05/11/09
 Dirección: Valle de los Chillos Telf.: 2338546

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT	V. TOTAL
1	Estación de Trabajo Gerencial 2.00 x 1.80	215	215
1	Estación Daire 1.80 x 1.80	190	190
1	Sillón Gerencial Bruma II	115	115
1	Silla secretaria S/bracos	60	60
1	Silla Tripersonal espera	115	115
1	Archivador 4 gavetas	130	130
1	Papelera 2 servicios	12	12

Total: _____ Abono: _____ Saldo: _____

Son: Estos precios no incluyen
IVV.
 _____ Dólares

SUBTOTAL	
DESCUENTO	
I.V.A. 0%	
I.V.A.%	
TOTAL	

NOTA: LA GARANTIA CUBRE DEFECTOS DE FABRICA

Gabriela J.
 FIRMA AUTORIZADA

 RECIBI CONFORME

ANEXO 15

EDESA S.A.

Av. Eloy Alfaro 2078 y Av. 6 de Diciembre,
Edf. Equus, Planta Baja. Quito-Ecuador
Telf. (5932) 440-731; Fax (5932) 440-729

Quito, Abril del 2010

Srta. Ing.

Daniela Ramos Almendáriz

GERENTE GENERAL DE SANITEX TRADER CIA. LTDA.

De mis consideraciones.-

EDESA S.A., pone a disposición de su Empresa la más alta variedad de nuestros productos fabricados con los estándares y normas nacionales e internacionales, por lo que esperamos servirle a su empresa.

Atentamente,

Ing. Santiago Lasso Rivadeniera
Ejecutivo de Marketing – Finanzas
EDESA S.A.