

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS.

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA.

***“ ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN
Y VENTA DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA DE
PROCEDENCIA COLOMBIANA ”.***

TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN CONFORMIDAD A LOS
REQUISITOS PARA OBTENER EL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL
MENCIÓN EN ECONOMÍA Y FINANZAS.

PROFESOR GUÍA: ECON. MARCO CANELOS.

AUTOR: ALEXANDRA ALMEIDA VINUEZA.

2004.

RESUMEN EJECUTIVO

RESUMEN EJECUTIVO.

El Ecuador, con la participación en la Comunidad Andina (CAN) y otros convenios internacionales como su ingreso a la OMC (Organización Mundial de Comercio), Zona libre de Comercio, etc; genera en los ecuatorianos un creciente interés por acogerse a los beneficios que se obtienen, con estos convenios internacionales.

En este trabajo se define el Marco Teórico con el que trabaja el Ecuador con la Comunidad Andina de Naciones, además las ventajas económicas al adquirir y comercializar en el país un producto que no se fabrica en el país.

El mercado objetivo para este proyecto es la ciudad de Riobamba, debido a que en la misma, se encuentra una empresa de compra y venta de materiales de construcción. El producto seleccionado es la Ducha Eléctrica, el cual se importará y comercializará con el propósito de satisfacer una demanda insatisfecha con un producto de consumo masivo.

Para la creación de este proyecto de negocios se analizó los sectores e industrias que intervienen en la comercialización del producto, se investigó el mercado, el análisis de la oferta y demanda del producto y los canales de distribución.

También se define el proceso de importación de las duchas desde Colombia al país, el estudio de los costos de traslado y otros gastos que forman parte del precio de venta al público, así como también, el análisis financiero y factibilidad para realizar la importación del producto.

Los objetivos de este proyecto son los siguientes:

OBJETIVO GENERAL.

Evaluar la posibilidad, conveniencia y factibilidad de introducir duchas eléctricas colombianas, para atender la demanda del mercado ferretero Riobambeño.

OBJETIVO ESPECÍFICOS.

1. Conocer los mecanismos y procedimientos operacionales, administrativos y legales, necesarios para la importación de las duchas eléctricas de procedencia colombiana; y utilizar las ventajas de la sub - región para la importación con trato preferencial arancelario.
2. Definir y calcular los costos que representa la importación de esta mercancía.
3. Determinar los modelos de las duchas eléctricas más demandadas, que se deberían importar de Colombia.
4. Realizar el estudio de factibilidad del producto para la importación y comercialización de las duchas; para determinar que sea económicamente rentable para el importador.

DEDICATORIA.

Dedico este trabajo investigativo a mis padres y hermanos que han sido la base fundamental y el apoyo incondicional quienes hicieron realidad el sueño de verme cumplir con mis propósitos y que forjaron el éxito y culminación de los mismos, y a todas aquellas personas que de una u otra manera aportaron con su apoyo espiritual y moral para llevar a cabo esta tesis la misma que me servirá para mi futuro profesional.

INDICE

Pág. N°

CAPÍTULO 1

SITUACIÓN DE DECISIÓN

<i>1.1. Situación de Decisión.</i>	_____	2
------------------------------------	-------	---

CAPÍTULO 2

PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

<i>2.1. Objetivos.</i>	_____	6
------------------------	-------	---

<i>2.2. Marco Teórico.</i>	_____	7
----------------------------	-------	---

<i>2.2.1. Acuerdos bilaterales Ecuador - Colombia</i>	_____	7
---	-------	---

<i>2.2.2. Marco legal de las Importaciones.</i>	_____	10
---	-------	----

<i>2.2.3. Quién puede Importar?</i>	_____	10
-------------------------------------	-------	----

<i>2.2.4. Qué se puede Importar?</i>	_____	13
--------------------------------------	-------	----

<i>2.2.5. Cuáles son los términos?</i>	_____	13
--	-------	----

<i>2.2.6. Requisitos para importar</i>	_____	16
--	-------	----

<i>2.2.6.1. Mecanismo Arancelario.</i>	_____	16
--	-------	----

<i>2.2.6.2. Mecanismo Para Arancelario</i>	_____	17
--	-------	----

<i>2.2.7. Arancel de las Importaciones.</i>	_____	21
---	-------	----

<i>2.2.8. Procedimientos a seguir para la Importación.</i>	_____	24
--	-------	----

<i>2.2.9. Desaduanización.</i>	_____	35
--------------------------------	-------	----

2.3. Procedimientos a seguir para la importación del producto.	40
2.3.1. Negociación entre importador y exportador.	43
2.3.2. Ubicación de la mercancía en el arancel de importaciones, clasificación y tratamiento arancelario.	44
2.3.3. Tramitación.	45
2.3.3.1. Trámites que debe realizar el importador.	45
2.3.3.2. Trámites que debe realizar el exportador.	47
2.3.3.3. Excepciones en la tramitación general para una importación.	47
2.3.4. Pago de tributos, de tasas por servicios y formalidades aduaneras.	48
2.4. Marco Empírico.	
2.4.1. Análisis de la Oferta del Mercado .	49
2.4.1.1. Ducha marca LORENZETTI	50
I. Ducha LORENZETTI cromada con regulador de temperatura y sin miniducha.	50
II. Ducha LORENZETTI con regulador de temperatura y sin miniducha.	51
III. Ducha LORENZETTI con regulador de temperatura.	52
2.4.1.2. Ducha marca BOCHERINI.	53
I. Ducha BOCHERINI sin regulador de temperatura y sin miniducha.	53
II. Ducha BOCHERINI sin regulador de temperatura y con miniducha.	54

III. Ducha BOCHERINI con regulador de temperatura y con miniducha.	55
2.4.1.3. Ducha marca TERMO PLASTIC	57
I. Ducha TERMO PLASTIC sin regulador de temperatura y sin miniducha.	57
II. Ducha TERMO PLASTIC sin regulador de temperatura y sin miniducha.	58
III. Ducha TERMO PLASTIC sin regulador de temperatura y sin miniducha.	59
IV. Ducha TERMO PLASTIC sin regulador de temperatura y con miniducha.	60
2.4.1.4. Ducha marca KONTIKI	61
I. Ducha KONTIKI con regulador de temperatura y con miniducha.	61
II. Ducha KONTIKI sin regulador de temperatura y sin miniducha.	62
III. Ducha KONTIKI sin regulador de temperatura y con miniducha.	63
2.4.2. Etiqueta del producto.	64
2.4.3. Canales de Distribución.	64
2.4.4. Resumen de las características de las duchas que se ofertan en el Mercado.	65
2.5. Metodología de la Investigación de Mecardo.	67

CAPÍTULO 3

EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

3.1. Trabajo de Campo.	69
3.1.1. Plan Muestral.	69
3.2. Análisis General de la Encuesta.	70
3.3. Conclusiones obtenidas de la Encuesta.	87
3.4. Análisis de Preferencia del Mercado.	88
3.5. Análisis de la Demanda del producto.	89
3.6. Precios de Venta al Público de las Duchas más demandadas en el mercado.	92
3.7. Características de las Duchas que se deberían Importar.	93
3.8. Determinación de la marca de la ducha para su Importación.	94

CAPITULO 4

PROYECCIÓN DE IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

4.1. <i>Proyección de Ventas e Ingresos Brutos que se obtendrían en la importación del producto.</i>	97
4.1.1. <i>Generalidades.</i>	97
4.1.2. <i>Análisis de la base de datos de las duchas más comercializadas por el inversionista.</i>	99
4.1.3. <i>Proyección de Ingresos Brutos y de Ventas del inversionista.</i>	101
4.2. <i>Análisis Financiero previo a la importación del producto.</i>	103
4.2.1. <i>Antecedentes.</i>	103
4.3. <i>Costos y Aranceles que se pagan para la Importación del Producto.</i>	104
4.3.1. <i>Costos iniciales de la inversión.</i>	105
4.3.2. <i>Costos de compra de las duchas marca KONTIKI.</i>	105
4.3.3. <i>Costos de transporte de la mercadería.</i>	106
4.3.4. <i>Costos de la Póliza de Seguro de la mercadería.</i>	106
4.3.5. <i>Costos de la Verificación.</i>	107
4.3.6. <i>Impuestos y tasas por servicios aduaneros.</i>	107

4.4. Estudio Financiero.	109
4.4.1. Flujo de Fondos.	109
4.4.1.1. Definición del Flujo de Fondos.	109
4.4.1.2. Parámetros que intervienen en el análisis del Flujo de Fondos.	109
4.4.1.2.1. Tasa o Costo de Oportunidad de Capital.	109
4.4.1.2.2. Valor Actual Neto (VAN).	111
4.4.1.2.3. Tasa Interna de Retorno (TIR).	113
4.4.2. Determinación de los Flujos de Fondos.	114
4.4.3. Flujos de Fondos con capital propio y con endeudamiento.	115
4.4.3.1. Generalidades.	115
4.4.3.2. Calculo de las Cuotas de Pago del Plan de Financiamiento - Con Apalancamiento.	115
4.4.4. Flujos de Fondos con capital propio y sin endeudamiento.	117
4.4.5. Análisis Financiero.	117
4.4.5.1. Análisis de los Resultados.	117

CAPÍTULO I

CAPITULO I.

SITUACIÓN DE DECISIÓN.

1.1. SITUACIÓN DE DECISIÓN.

La Comunidad Andina conformada por: Ecuador, Venezuela, Bolivia, Perú y Colombia, ha pasado por diversas etapas de negociaciones tendientes a lograr una adecuada integración socio – económica. Las mismas que han estado condicionadas por la política de desarrollo adoptada por cada país e influencia por factores externos y el marco legal de integración.

En ese contexto internacional, se acordaron políticas económicas con fin de conseguir la liberación y apertura de mercados.

La participación del Ecuador en la Comunidad Andina (CAN), generó en los ecuatorianos, un creciente interés por acogerse a los beneficios que se obtienen, con este convenio internacional, lo que abre la posibilidad de una mayor participación, en lo que respecta a las exportaciones e importaciones de productos y servicios.

Por lo expuesto, se deberá aprovechar estas ventajas económicas al adquirir y comercializar productos que no se fabriquen en el país, que provenga de los

países integrantes de dichos convenios internacionales, que sea de bajo costo y de consumo general.

Para realizar este trabajo, se tomó como mercado objetivo la ciudad de Riobamba, debido a que en la misma, se halla instalada una pequeña empresa de compra y venta de materiales de construcción, que invertirá y financiará esta investigación.

El producto seleccionado es la ducha eléctrica. El inversionista considera que es un bien de consumo masivo y que al respecto existe una demanda insatisfecha. Importar este artículo, permitirá ofrecer al mercado riobambeño un producto a precios más bajos, con similares características a las existentes en el mercado y con una excelente calidad garantizada por el fabricante.

Otro aspecto importante es que dicho producto importado, generará beneficios tanto para el inversionista como para el cliente, debido a que el inversionista obtendrá una rentabilidad atractiva al importarla y el cliente tendrá un ahorro al comprar el producto a precios mas bajos.

Para lograr una participación adecuada en el mercado de duchas eléctricas, será necesario hacer un estudio de mercado para conocer la oferta de las mismas e investigar su demanda en la ciudad de Riobamba, es decir, para minimizar los riesgos comerciales del bien que se va a comercializar.

En este estudio se debe analizar el mercado potencial, las condiciones del producto (presentación, calidad, etc), la oferta de productos idénticos o similares que influyen en sustentar la decisión de importar e introducir el bien en cuestión.

El rol será mixto; es decir, la investigación, las conclusiones y recomendaciones obtenidas para la importación de ciertos modelos de duchas y su de costo de venta, estará a mi cargo y quien tome las decisiones para conseguir las metas propuestas en base a esta investigación, será la persona que desea invertir en base al trabajo.

CAPÍTULO III

CAPÍTULO II.

PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

2.1. OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL.

Evaluar la posibilidad, conveniencia y factibilidad de introducir duchas eléctricas colombianas, para atender la demanda del mercado ferretero Riobambeño.

OBJETIVO ESPECÍFICOS.

1. Conocer los mecanismos y procedimientos operacionales, administrativos y legales, necesarios para la importación de las duchas eléctricas de procedencia colombiana; y utilizar las ventajas de la sub - región para la importación con trato preferencial arancelario.
2. Definir y calcular los costos que representa la importación de esta mercancía.
3. Determinar los modelos de las duchas eléctricas más demandadas, que se deberían importar de Colombia.
4. Realizar el estudio de factibilidad del producto para la importación y comercialización de las duchas; para determinar que sea económicamente rentable para el importador.

2.2. MARCO TEÓRICO.

2.2.1. ACUERDOS BILATERALES ECUADOR – COLOMBIA.

“ Las relaciones diplomáticas con Colombia se consolidan a partir de 1830, luego de la formación de Repúblicas independientes, tras disolverse la Gran Colombia. La voluntad integracionista entre Ecuador y Colombia se ratifica en su decisión de formar parte del Proyecto Sub - regional Andino de 1969 y de forma más definida el 20 de junio de 1989, cuando se establece la Comisión Binacional de Vecindad.

El alto nivel que han alcanzado las relaciones entre los dos países se fundamenta en el diálogo directo para tratar temas de interés común y el establecimiento de líneas de acción en áreas de política, comercio, inversiones, cooperación técnica y financiera, así como en aspectos de índole cultural y turismo.

Los logros del proceso de integración ecuatoriano - colombiana se ven reflejados en las cifras de su intercambio cercano a mil millones de dólares, a partir del establecimiento de la zona de libre comercio en el área andina. La balanza comercial arroja un superávit para el Ecuador.

En el año 1990 se redujeron los aranceles y se eliminaron las regulaciones que existían sobre el sistema de importaciones; la reforma arancelaria acabó con la dispersión de la normativa y unificó los aranceles, que fluctuaban del 0% al 290%, agrupándolos en sólo cuatro niveles que van del 5% al 20%, con la única excepción de los vehículos (40%). Además de la adecuación arancelaria, con la apertura se eliminaron una serie de restricciones como los cupos, las autorizaciones y las licencias previas para la importación ” ¹.

¹ www.comunidadandina.org

“En el último quinquenio las importaciones han crecido un 60%”², pese a que en 1996 se redujeron las importaciones debido al estancamiento económico y a la aceleración de la devaluación que estimuló la sustitución de importaciones.

En el período del 2000 – 2002 las importaciones que más rápidamente crecieron fueron los bienes de consumo, que pasaron de 1´696.939 millones de dólares en el 2002 a 1´321.698 millones en el 2001, es decir, un aumento del 28.39%; cabe destacar el rubro de bienes de consumo no duraderos.

También se incrementaron las importaciones de la materia prima en un 10%, especialmente las destinadas a los productos mineros (23%). El crecimiento de bienes de capital y materias primas es un claro indicio del proceso de recuperación productiva esperado después de la crisis económica de 1999.

IMPORTACIONES, POR USO O DESTINO ECONÓMICO			
En millones de dólares FOB.			
Concepto	2000	2001	2002
<i>Bienes de consumo:</i>	762.385	1.321.698	1.696.939
No duradero	457899	712342	908051
Duradero	304486	609356	788888
<i>Combustibles y lubricantes</i>	255928	249584	232409
<i>Materias primas:</i>	1.411.341	1.635.938	1.793.122
Agrícolas	212385	228396	239504
Industriales	1.198.956	1.407.542	1.553.618
<i>Materiales de construcción</i>	79767	159275	319477
<i>Bienes de capital:</i>	557.586	925.712	1.194.043
Agrícolas	25018	38772	29439
Industriales	532568	886940	1164604
<i>Equipos de transporte</i>	332246	641225	725746
<i>Diversos</i>	1699	2602	1692
Total			

Fuente: Banco Central del Ecuador, datos al 1ro. de Marzo del 2004.

² BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

Por países de origen, Comunidad Andina de Naciones (CAN) es el principal suministrador con casi el 32,4% del total en el 2003, de este bloque económico es Colombia el principal vendedor con el 62% del total de las importaciones de la CAN; seguido de los Estados Unidos (30.5%).

IMPORTACIONES, POR PAÍS DE ORIGEN (1)				
En millones de dólares CIF.				
Bloque y país	2000	2001	2002	2003
<i>América</i>	2.552,10	3.624,10	4.400,10	4.593,80
Estados Unidos (2)	32,1	1.326,40	1.480,90	1.401,10
Mercado Común Centroamericano	15,5	30,2	17,7	39
Asociación Latinoamericana de Integración	1.396,00	1.916,90	2.512,40	2.608,60
Argentina	58,6	94,6	169,1	174,6
Brasil	136,7	194,6	405,9	366,4
Chile	211,7	265,9	300,9	355,1
México	117,9	169,5	191	182,9
Otros países	24,6	19,3	29	39,8
Comunidad Andina	846,5	1173	1416,4	1.489,80
Bolivia	7	7,3	6	9,9
Colombia	500,3	770,4	902,3	925,8
Perú	74,8	101,7	154,8	177
Venezuela	264,5	293,6	353,2	377,1
Resto de América	208,5	350,5	389,1	545,1
(1) Hasta el 2000 son cifras definitivas, las 2001, 2002 y 2003 son provisionales.				
(2) Incluye Puerto Rico.				

Fuente: Banco Central del Ecuador, datos al 1ro. de Marzo del 2004.

2.2.2. MARCO LEGAL DE LAS IMPORTACIONES³.

Las importaciones son un proceso del comercio internacional a través del cual se trae mercancías (bienes corporales muebles) del exterior, ya sea como bienes de capital, ya como bienes destinados al uso o consumo. Este proceso implica una secuencia de pasos a ejecutar, culminando con la nacionalización de los productos importados.

Los pasos básicos que se deben dar para la importación de un producto, son:

- ⇒ Negociación entre importador y exportador.
- ⇒ Participación de intermediarios (porteadores, cargueros, etc)
- ⇒ Ubicación de la mercancía en el arancel de importaciones, clasificación y tratamiento arancelario.
- ⇒ Tramitación.
- ⇒ Pago de tributos; y
- ⇒ Formalidades aduaneras y pago de tasas por servicios.

2.2.3. QUIÉN PUEDE IMPORTAR?

En los tres regímenes, pueden importar cualquier persona natural (ya sea individualmente o como sociedades de hecho) o jurídica del sector público o privado pueden realizar importaciones previo al cumplimiento de las disposiciones regulatorias del Directorio del Banco Central del Ecuador, conjuntamente con las normas operativas que constan en el Reglamento de Comercio Exterior emitido por el Gerente del Banco Central.

³ www.corpei.gov

En el Ecuador existe lo que se llama regímenes aduaneros; y en la importación existen tres clases de regímenes:

Régimen Común: Importación a consumo donde la mercadería extranjera ingresa al país para ser “nacionalizada” para su uso o consumo directo. Nota: Aquí cabe aclarar que el equipaje de viajeros también se incluye en este régimen de aduana, con la diferencia de que debe ser declarado como efectos personales del viajero (o sea que no hay fines comerciales) para que pueda ser exento de pago de cualquier tributación de importación, pero esto no quiere decir que pueda ser exento de pago de tasas por servicio aduanero. Para ver más claramente lo que se considera como “efectos personales”, puede visitar la página <http://www.corpae.com/html/viajeros-efectos.htm>.

Regímenes Especiales: A su vez se subdividen en regímenes suspensivo (porque se aplaza), liberatorio (porque se exime) o compensatorio (porque se restablece) respecto al pago de impuesto. Entre ellos están: maquila, zona franca, ferias internacionales, devolución condicionada, reposición con franquicia, importación (o internación o admisión) temporal para reexportación, etc., este último es un régimen del cual hablaremos más adelante.

Régimen Particular: Es el Tráfico postal internacional, correos rápidos, zona de libre comercio, tráfico fronterizo.

Cuando al inicio se declara un régimen de importación a consumo, no se podrá cambiar a régimen especial o particular; sin embargo, sí se puede cambiar de régimen especial o particular a otro régimen diferente, previa autorización, por supuesto.

A continuación se detalla los requisitos previos a los trámites de importación del bien:

a) Personas naturales: Los requisitos son:

- ⇒ Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- ⇒ Cédula de Ciudadanía.
- ⇒ Papeleta de Votación; y
- ⇒ Afiliación a una cámara de la producción.

Este grupo se encuentran las sociedades de hecho; que deberán determinar el responsable o responsables para el registro de firmas.

Los importadores de productos **agropecuarios** deberán registrar sus datos en los bancos privados autorizados por el Banco Central del Ecuador, en el documento denominado: “Tarjeta de Identificación”, que a su vez deberá ser enviado al Banco Emisor.

b) Personas jurídicas privadas (sociedades de derecho): Obtienen el número de importador, cumpliendo este procedimiento:

- ⇒ Presentación del RUC,
- ⇒ Entrega de un oficio suscrito por el representante legal en el que consten: dirección domiciliaria, números de teléfono, telex y fax (si los tienen), los nombres y apellidos completos de las personas autorizadas responsables de firmar los documentos de importación, así como los números de cédula de cada uno.
- ⇒ Afiliación a una cámara de producción.
- ⇒ Registro de firmas por parte de las personas mencionadas, en las tarjetas que proporciona el Banco Central.

c) Instituciones del Sector Público:

- ⇒ Deben presentar un oficio suscrito por el representante legal en el que consten: número de catastro, dirección domiciliaria, números de teléfono, teléx y fax, determinación de las personas autorizadas para firmar las declaraciones de importación con su número de cédula de ciudadanía.
- ⇒ Las personas autorizadas deben registrar sus firmar en las tarjetas del Banco Central.

2.2.4. QUÉ SE PUEDE IMPORTAR?

Se puede importar cualquier mercancía que esté comprendida en el universo arancelario, excepto aquellas de prohibida importación como: estupefacientes, etc.

Se puede fijar cupos de importación, especialmente en los siguientes casos:

- a) Cuando se necesita cubrir el déficit de la producción nacional;
- b) Para importación de mercaderías suntuarias; y,
- c) Para establecer un equilibrio en el intercambio comercial con otros países.

2.2.5. CUÁLES SON LOS TÉRMINOS?

La Cámara de Comercio Internacional (CCI), definió los “términos de Comercio Internacional” (INCOTERMS), pero actualmente tenemos “dos versiones”. La versión de 1980 es la que más se ha estado usando, más la versión de 2000 está ganando adeptos, así que vamos a hablar de ambas versiones.

I. INCOTERMS versión 1980.

Esta terminología se debe usar independientemente del tipo de medio de transporte a usarse (aéreo, marítimo, terrestre), y será en la nota de pedido y en la factura comercial dónde se especifique el medio de transporte (TABLA 2.1).

**TERMINOLOGÍA EMPLEADA EN LA NOTA DE PEDIDO Y EN LA FACTURA
COMERCIAL**

TABLA N° 2.1

TÉRMINO	INCLUYE	DESCRIPCIÓN
<i>EXW: (Exwork) Precio Ex Fábrica</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Precio del producto • Primer embalaje • Certificado de calidad 	<i>El importador adquiere la mercancía a un costado de la fábrica o lugar de expendio o fabricación.</i>
<i>FOT-FOR: (Free on Truck- Free on Railroad) Precio libre sobre camión o ferrocarril</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Precio por 2do o 3er embalaje • Costo del acarreo 	<i>Al precio EXW se debe añadir embalajes extras para proteger la mercadería y el costo del acarreo de la fábrica al camión o al tren.</i>
<i>FAS: (Free Alongside Ship) Libre a un costado del barco</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte al muelle. • Tributos • Costo de descarga 	<i>Al precio FOT-FOR se debe añadir el costo por la transportación interna en el país exportador, tributos internos en el país exportador, y el costo de descarga del camión al muelle.</i>

II. INCOTERMS versión 2000.

Aquí se agrupa los términos por la letra y por el medio de transporte a utilizarse (TABLA 2.2).

VA: vía aérea.

VM: vía marítima.

VT: vía terrestre

TERMINOS A UTILIZARSE POR LA LETRA Y MEDIO DE TRANSPORTE**TABLA N° 2.2**

	INGLÉS	ESPAÑOL	MEDIO	
GRUPO N° 1 (DE LA E)				
<i>De salida</i>	<i>EXW</i>	<i>Exwork</i>	<i>Exfábrica lugar determinado</i>	VA-VM-VT
GRUPO N° 2 (DE LA F)				
<i>Sin pago de transporte principal</i>	<i>FAS</i>	<i>Free alongside ship</i>	<i>Franco a un costado del barco, puerto convenido</i>	VM
<i>Por parte del exportador</i>	<i>FOB</i>	<i>Free on board</i>	<i>Franco a bordo, puerto convenido</i>	VM
	<i>FCA</i>	<i>Free carrier</i>	<i>Franco lugar convenido</i>	VA-VT
GRUPO N° 3 (DE LA C)				
<i>Con pago de transporte</i>	<i>CFR</i>	<i>Cost and Freight</i>	<i>Costo y flete, puerto de destino convenido</i>	VM
<i>Principal por parte del exportador</i>	<i>CIF</i>	<i>Cost Insurance and Freight</i>	<i>Costo, seguro y flete, puerto convenido</i>	VM
	<i>CPT</i>	<i>Carriage paid to</i>	<i>Transporte pagado hasta lugar de destino convenido</i>	VA-VT
	<i>CIP</i>	<i>Carriage and Insurance</i>	<i>Transporte y seguro pagado hasta lugar de destino convenido</i>	VA-VT

GRUPO Nº 4 (DE LA D)				
	<i>DAF</i>	<i>Delivered at Frontier</i>	<i>Entregado en frontera, lugar de destino convenido</i>	<i>VT</i>
	<i>DES</i>	<i>Delivered ex Ship</i>	<i>Entregado en barco, puerto de destino convenido</i>	<i>VM</i>
	<i>DEQ</i>	<i>Delivered ex Quay</i>	<i>Entregado en muelle, puerto de destino convenido</i>	<i>VM</i>
	<i>DDU</i>	<i>Delivered Duty Unpaid</i>	<i>Entregado en lugar de destino convenido, derechos no pagados</i>	<i>VA-VM-VT</i>
	<i>DDP</i>	<i>Delivered Duty Paid</i>	<i>Entregado en lugar de destino convenido, derechos pagados</i>	<i>VA-VM-VT</i>

Fuente: CAE.

2.2.6. REQUISITOS PARA IMPORTAR.

Los requisitos para importar son dos: arancelarios y para-arancelarios.

2.2.6.1. ARANCELARIOS.

Toda importación de bienes de consumo, requiere de un pago de un arancel (impuesto a la importación), el cual está determinado según una clasificación de items incluido en la norma internacional llamada “Sistema Armonizado de Clasificación y Designación de la Mercancía”, conocido comúnmente como “Sistema Armonizado”.

Cuando se importa productos originarios de la Comunidad Andina (CAN), también llamado Pacto Andino, este Sistema Armonizado toma el nombre de NANDINA, y se debe especificar en el Documento Único de Importación (DUI); lo que significa que no se pagan ni derechos arancelarios ni el aporte al CORPEI. Aquí valga una aclaración: con Perú existe una excepción, por el pacto bilateral que existe entre ambos países, pues se requiere estudiar la

partida para determinar si tiene trato preferencial arancelario total, parcial o ninguno.

Y por otro lado, cuando se importa productos originarios de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), este Sistema Armonizado toma el nombre de NALADISA, y se debe especificar en el DUI, lo que significa que se pagan derechos arancelarios con un trato preferencial arancelario.

Al respecto se puede visitar <http://www.corpae.com/html/convenios.htm> para revisar los convenios existentes.

2.2.6.2. PARA ARANCELARIOS.

Se llaman así porque van casi en forma conjunta con las tarifas arancelarias que se fijan a los productos de importación.

Hay tres clases:

- a) Cualitativos.
- b) Cuantitativos.
- c) Monetarios.

a) **CUALITATIVOS** .- Están determinados por normas y procedimientos de carácter administrativo necesarios para poder importar. Estos mecanismos consisten en certificados, autorizaciones y licencias.

I. **Certificados.**

- ⇒ *Certificado de Origen.*- Documento que nos indica dónde se ha producido o se ha fabricado la mercancía y sirve para que el importador obtenga tratamientos arancelarios preferenciales.

Los países con tratamiento preferencial son los del Pacto Andino y ALADI.

Estos certificados son emitidos por las cámaras de la producción.

- ⇒ *Certificado Sanitarios.*- Documento indispensable para la importación de animales vivos y productos del reino animal (frescos, refrigerados, congelados o en salmuera). También se requiere para bebidas alcohólicas, cosméticos o productos de tocador, medicinas y productos farmacéuticos, alimentos enlatados, papel higiénico. Lo emite el Servicio Sanitario Oficial del país de origen y debe ser autenticado por los Cónsules del Ecuador acreditados en el puerto o lugar de embarque.

En la práctica es el importador quien se encarga de obtener este registro en el Ecuador, aunque el producto tenga el certificado emitido en el país de procedencia.

Cuando los artículos alimenticios llegan en estado de descomposición o, si se comprueba del informe de la

autoridad sanitaria que han sido adulterados o que contienen sustancias nocivas para la salud, se procede a su destrucción, dejando constancia en acta de estos hechos.

- ⇒ *Certificados Fitosanitarios.*- Para productos vegetales (frescos, congelados, refrigerados o en salmuera). Muchas veces es exigido también en la importación de madera.

- ⇒ *Certificados Ictiosanitario.*- Para productos del mar (frescos, congelados, refrigerados o en salmuera).

Los certificados sanitario, fitosanitario e ictiodanitario indican fundamentalmente que los productos no adolecen de enfermedades ni plagas.

- ⇒ *Certificados de Inspección.*- Es emitido por un organismo privado internacional que nos indica que el producto cumple en calidad, cantidad y valor con los términos contractuales establecidos. Se solicita a pedido del importador para verificar si su mercancía corresponde o no a las cláusulas del contrato, previo el embarque.

- ⇒ *Certificados de Calidad.*- Para productos tales como: el papel higiénico y materia prima para la fabricación de jabones. En este caso es el importador quien solicita el certificado ante el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN).

Sin embargo, el INEN, en los casos que considere necesario, fija las normas técnicas a las que deben sujetarse obligatoriamente determinadas mercancías extranjeras, requisito sin el cual no se autoriza su importación.

II. Autorizaciones.

Hay mercancías que se pueden comercializar y otras no. El Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) determina los productos de prohibida importación. Ciertos bienes que se importar pueden tener también ciertas exigencias para que sean introducidos al país y es por ello que requieren de autorización expresa del organismo competente (por lo general los ministerios).

Por ejemplo las importaciones de opio, cocaína, morfina y demás alcaloides, estupefacientes o drogas semejantes, solo pueden ser realizadas por los establecimientos autorizados por la Ley sobre sustancias estupefacientes y Psicotrópicas.

III. Licencias.

Son permisos que obtiene el importador para traer la mercadería, especialmente en el caso de licores, medicinas y productos cosméticos y de tocador. Debe acreditar la distribución o representación.

b) **CUANTITATIVOS.-** Son los tributos internos y corresponden a los denominados impuestos al Comercio Exterior.

El porcentaje de tributos que se va a pagar para importar una mercancía se denomina **incidencia tributaria**.

c) **MONETARIO.-** Están dados por la forma de pago: giro a la vista, a crédito, trueque, compensación y convenio, con especificación de la cotización monetaria vigente.

2.2.7. ARANCEL DE LAS IMPORTACIONES.

a) Qué es el arancel?

El arancel es una lista de mercancías de todo tipo, susceptibles de ser comercializadas internacionalmente. Su finalidad primaria es determinar el tratamiento tributario al que está sujeta su importación al país, es decir los impuestos que se deben pagar al momento en que esos bienes entran al país. Para este objeto, las mercancías se encuentran en el Arancel numeradas, clasificadas y ordenadas sistemáticas.

Pero, además de sus efectos tributarios, también el Arancel es un instrumento de política económica, que puede ser utilizado por el gobierno para estimular determinadas actividades productivas, para implementar objetivos vinculados con el comercio exterior u otras finalidades de carácter económico social.

“Un arancel de importación es un gravamen sobre la mercancía importada”⁴. Los tributos que se pagan en las importaciones a través del arancel se

⁴ ECONOMÍA INTERNACIONAL, Dominik Salvatore, 6° Edición. Página 221.

denominan derechos arancelarios y son el resultado de multiplicar el valor CIF en dólares por la tarifa arancelaria propia de cada mercancía ⁵. Además, se pagarán los tributos al Comercio Exterior como ⁶:

- a) Los derechos arancelarios establecidos en los respectivos aranceles;
- b) Los impuestos establecidos en leyes especiales como el IVA, el impuesto FOB; y,
- c) Las tasas por servicios aduaneros como la tasa de FODINFA y Cuotas Redimibles ⁷.

La Corporación Aduanera Ecuatoriana mediante Resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneras, fijará sus tarifas y regulará su cobro.

b) Sistema Adoptado.

En las reformas introducidas a la Ley Arancelaria mediante la Ley 72 (Mayo de 1990) se adopta para el Ecuador, como sistema de clasificación y codificación de mercancías, la Nomenclatura Común para los países miembros del Grupo Andino (NANDINA), basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, estructurado por el Consejo de Cooperación Aduanera con sede en Bruselas.

Este paso le permite al país entrar en el proceso regional y universal de unificación de la nomenclatura arancelaria, requisito esencial para dinamizar y abrir el comercio internacional.

⁵ Ley Orgánica de Aduanas, Art. 14.

⁶ Ley Orgánica de Aduanas, Art. 9.

⁷ ANEXO A.

c) Estructura del Arancel.

La parte central del Arancel es la **nomenclatura**, que es un sistema de clasificación y codificación de mercaderías, organizadas sistemáticas en **secciones, capítulos y subcapítulos**, e identificadas cada una con su correspondiente numeración progresiva: la **posición arancelaria**.

En cada posición arancelaria se señala además el porcentaje de los **derechos advalorem** o impuesto arancelario que la importación del artículo correspondiente debe pagar. Es precisamente este señalamiento, al aumentar o disminuir los derechos, el que permite al gobierno utilizar el Arancel como un instrumento muy importante de política económica.

El código arancelario esta estructurado de 8 dígitos; a toda la cifra normalmente se la conoce como “sub-partida”. El código arancelario se encuentra estructurado de la siguiente manera:

CÓDIGO ARANCELARIO

TABLA N° 2.3

0	Los primeros dos dígitos representan el capítulo del arancel.
0000	Los cuatro dígitos primeros corresponden a la partida arancelaria a la que pertenece el producto o grupo de productos.
0000.00	Los dos dígitos siguientes corresponden a la sub – partida arancelaria, que distingue 6 dígitos son las sub – partidas arancelaria internacional.
0000.00.00	La última pareja de dígitos completan el código correspondiente de cada producto. Y los ocho dígitos en conjunto conforman el Código Numérico NANDINA. Los 8 dígitos de la sub – partida arancelaria regional.
0000.0000.00	Los diez dígitos corresponden a la sub – partida arancelaria nacional.
Elaborado: Autora.	

2.2.8. PROCEDIMIENTOS A SEGUIR PARA LA IMPORTACIÓN ⁸.

a) Nota de Pedido (obligatorio)

Hay que entregarla a la Aduana, a la Verificadora y al Banco. Debe contener lo siguiente:

- Fecha
- Número preimpreso
- Nombre y dirección del importador
- Nombre y dirección del exportador
- País de origen
- Lugar de embarque
- Lugar de destino
- Vía (aérea, marítima o terrestre)
- Término de la mercadería (FOB, CyF, CIF)
- Moneda (en letras)
- Forma de pago (giro directo, etc.)
- Fecha de inicio de la negociación

b) Autorizaciones (cuando proceda)

Entregarla a la Aduana y a al Banco. Con la Nota de Pedido, si el tipo de mercadería así lo exige, se procederá a obtener las Autorizaciones en el ministerio o entidad pública de acuerdo a lo que dice la ley. Aquí valga una recomendación, calcule que el trámite para obtener dicha Autorización tomará entre 10 a 15 días hábiles.

⁸ www.sica.gov.ec

c) Póliza de seguro (cuando proceda)

Entregarla a Aduana. Hay que incluir la póliza siempre en nuestra documentación a entregar. De acuerdo a la ley ecuatoriana, debemos adquirir el seguro de una aseguradora radicada en el país. Existen tres tipos de seguro: 1) libre de avería particular, 2) con avería particular, y 3) contra todo riesgo. En libre avería particular, la compañía de seguros nos protege contra los siguientes riesgos: a) fenómenos naturales, b) choques, c) oxidación, humedad, exudación del barco, contaminación con olores extraños, contaminación con bichos del exterior, contaminación por ratas.

Generalmente el seguro cubre de bodega a bodega, y los valores asegurados pueden ser: FOB, CyF, CyF+U (utilidades, que es el 10% del CyF). La suma asegurada es la máxima que nos reconoce la aseguradora. ¿Qué pagamos en un seguro? Primero, la prima, es decir, el porcentaje sobre la suma asegurada que vamos a pagar; además, existe la Contribución a la Superintendencia de Bancos (CSB) que constituye el 3.5% de la prima; el Derecho de Emisión (DE) que constituye los valores mas el IVA que establece cada aseguradora por los papeles que nos llena y nos entrega. Ahora, existe 1) franquicia deducible, que consiste en valor absoluto o relativo (dependiendo de cada aseguradora) en el que se establece un piso: si el robo es menor a los \$300,000, y si es -por ejemplo- \$400,000, sólo nos pagan la diferencia, es decir \$100,000, y, 2) franquicia no deducible, que consiste en el pago del valor total del robo, pero esto en nuestro país no existe. Obligatoriamente debemos pagar el IVA, el 12%, y su base imponible es Prima + 3.5% + CSB + DE. Veamos un ejemplo para entender qué se recupera con un robo del 10% de lo asegurado y cuánto pagamos por IVA. (TABLA N^a 2.4)

**EJEMPLO DE CÁLCULO PARA OBTENER EL
VALOR PARA ASEGURAR LA MERCANCÍA
QUE SE VA A IMPORTAR**

TABLA N° 2.4

FOB	S/. 400.000,00	
FLETE	S/. 80.000,00	
CyF	S/. 480.000,00	Suma Asegurada
PRIMA	1%	S/. 4.800,00
CSB	3,50%	S/. 168,00
DE		S/. 4,00
		S/. 4.972,00
IVA	12%	S/. 5.568,64
ROBO	10%	S/. 48.000,00
FRANQUICIA	S/. 80.000,00	
Fuente: CAE	Indemnización	S/. 0,00

¿Qué pasa si la mercadería no viene con póliza de seguro? Como importadores se debe declarar el CIF, y el fisco realiza un ajuste del 2% sobre el valor CyF.

Hay dos tipos de seguro de transporte: a) una póliza que se tramita para cada importación; o, b) una póliza “flotante”, con un monto grande y preestablecido como suma asegurada, de la cual se desprenden las “pólizas individuales” aplicaciones para cada importación, ésta póliza se llama Seguro Flotante. Una póliza de transporte debe contener la siguiente información:

- Número de la Póliza
- Número de la Aplicación (si es del caso)
- Nombre del Asegurado
- Ruta del viaje (desde origen hasta destino)

- Tipo de Transporte
- Nombre de la compañía transportadora
- Fecha de arribo (se puede señalar que una “Fecha por Confirmar”). Cabe señalar que esta fecha debe coincidir con la indicada en la Carta de Crédito, o en otras palabras, cuando se tiene Carta de Crédito ya no se puede poner “Por confirmar”.
- En algunos casos se señala Consignatario, quien es el beneficiario de la póliza (por ejemplo: el Banco Corresponsal); de esta manera la póliza sirve como garantía financiera.
- Marcas (que son las iniciales del importador) y números (que indican la cantidad de paquetes que se transportan, por ejemplo: 1/300 significa de 1 a 300 cajas).
- Embalaje
- Peso kilos neto
- Peso kilos bruto
- Subpartida arancelaria
- Descripción
- Cantidad de Bultos y Contenidos
- Valor unitario
- Valor FOB
- Valor TOTAL
- Lugar y fecha
- Firma del importador

d) *Solicitud de Verificación de Importación (SVI) (cuando proceda)*

Entregarla a la Verificadora. Sólo para mercadería cuyo valor FOB es mayor a \$4,000. Se llena esta solicitud y se la entregamos a la Verificadora (SGS, Bureau Veritas, Cotecna o ITS) junto con la Nota de Pedido. Recordemos que se debe pagar el 1.0% del valor FOB, con un mínimo de \$180, valor que suele

pagarse 50% al presentar la solicitud y el 50% restante cuando la Verificadora entrega el Certificado de Inspección (CI), a este valor se suma el valor del IVA.

- ▣ Contacto de Exportador: es muy importante poner el nombre de la persona de confianza quién notificará cuándo la mercadería esté lista para ser verificada.
- ▣ Observaciones: Sirve para aclarar si la carga es peligrosa, para aclarar el precio (si ha habido descuentos), si son embarques parciales.

e) *Certificado de Inspección (CI) (cuando proceda)*

Entregarlo a la Aduana. Este certificado es proporcionado por la Verificadora, luego de haber entregado previamente el SVI, y sólo si la mercadería tiene un valor FOB mayor a \$4,000. Según la Ley, si una mercadería ingresa al Ecuador sin el CI, no se puede nacionalizar y debe ser reembarcado.

f) *Certificado de Origen (cuando proceda)*

Entregarlo a la Aduana. Es en este momento cuando, si la mercadería así lo exige, procedemos a conseguir un Certificado de Origen.

g) *Manifiesto de Carga (obligatorio)*

Viene con la mercadería que llega a la Aduana. Indica el medio de transporte, el lugar determinado y fecha establecida, la fecha de embarque, fecha que es necesaria para saber si el DUI fue aprobado por el Banco Corresponsal antes de esa fecha, pues, caso contrario, la mercadería deberá ser reembarcada.

Si el manifiesto de carga llega con la mercadería, no se tiene problemas. Si el manifiesto de carga no consta con la mercadería, se considera este acto como un delito o ilícito aduanero.

Si llega menor cantidad de la mercadería manifestada, el importador tributará sólo por la mercadería que ha llegado. Pero si llega mayor cantidad, existen dos situaciones: a) Si el margen excedente es menor del 10% de lo que dice el manifiesto, es una falta, no un delito, y se puede aceptar; y b) Si el margen excedente es superior al 10% se considera un delito o ilícito aduanero. Ya se habrá dado cuenta la diferencia entre delito (ilícito) y falta reglamentaria, algo así como el agua y el aceite. Y si no se dio cuenta: la diferencia está en que la una significa dolo y la otra, simple trasgresión de la norma, aunque esta última no significa que esté exento de multas.

h) Conocimiento de embarque (obligatorio)

Hay que entregarlo a la Aduana Este documento es entregado al importador, quien debe -a su vez- entregar original o copia a la Aduana. Ahora dependiendo de la vía de transporte se llamará conocimiento de embarque (marítima), guía aérea (aérea, obviamente) o carta de porte (terrestre). Si la mercadería viaja en contenedores, estos tienen un sello de seguridad conocido como precinto; este precinto tiene un código, el cual debe constar en el conocimiento de embarque.

Como nota aclaratoria, una mercadería consolidada (la empresa de transporte es la que realiza la consolidación) es cuando varios importadores comparten un contenedor. En este caso, existe un *conocimiento-madre* que luego debe convertirse en varias *guías-hijas*.

i) Factura comercial (FC) (obligatorio)

Hay que entregarlo a la Aduana. La factura es la que servirá de base para la declaración aduanera.

j) Documento Único de Importación (DUI) (obligatorio)

Éste consta de tres formularios:

• DUI-A (obligatorio)

Entregarlo al Banco. Si el valor FOB de la mercadería es mayor a \$4,000, debe presentarse el DUI a un Banco corresponsal en Ecuador, autorizado por la Aduana, para que éste dé su visto bueno, previo al embarque de la mercadería. *ADVERTENCIA: Si la mercadería llega al país sin tener el visto bueno del Banco, la mercadería debe ser reembarcada, desafortunadamente puede presentarse el caso en que se obvie la ley y más bien se aplique una multa del 10% del valor CIF.* Para ver los casos que no requieren visto bueno. Podemos bajarnos un ejemplar del DUI-A del Web de CAE: <http://www.corpae.com/formularios/DUI-A.pdf>, pero el original debemos adquirirlo en la Aduana. Este formulario sólo sirve para una subpartida arancelaria. Los únicos datos a llenarse para el banco son:

- Ciudad
- Banco
- Oficina
- Importador o consignatario
- Dirección del importador o consignatario
- RUC, CI o pasaporte
- Sector (ej: 2.6: sector privado (2) y natural (6))
- Forma de pago (ej: giro directo)
- Total series partidas
- Cantidad unidades físicas
- Tipo de unidades Físicas
- FOB Moneda transacción
- Subpartida (sea Nandina o Naladisa)
- Descripción arancelaria
- Firma Importador

El DUI aprobado por el banco no tiene plazo de validez, es indefinido, excepto en las mercaderías con restricciones, y en este caso, el plazo de validez del DUI está determinado en las Autorizaciones. Luego del visto bueno por parte del Banco (puede demorarse hasta un día), en el que se nos ha designado un número, se termina de llenar la información vía electrónica en la Declaración Único de Aduanas (DAU):

- No. Orden según la importación realizada por el Agente de Aduana (debemos solicitar al Agente que envíe una carta señalando este número de orden para poder justificarlo ante Aduanas).
- Aduana (ej: Guayaquil) y Código (019)
- Régimen (10 es para Consumo y 20 es para Importación Temporal)
- CIIU Consig (Clasificación Industrial Internacional Uniforme)
- Declarante /Agente: su nombre y código
- Nombre y dirección del remitente
- Puerto de embarque y su código (ej: Miami 249505)
- País de procedencia y su código (ej: EEUU 249)
- Fecha de factura
- Beneficiario de giro
- No. Certificado de Inspección 0-000-00-00-000 (la primera sección es para Ventas, la segunda para el país, la tercera para los dos últimos dígitos del año, la cuarta para el número de referencia y la quinta para el número de seguridad).
- No. Certificado de Origen (si se necesitase)
- No. Despacho Parciales
- Vía de transporte (aérea, marítima y terrestre) y su código
- Fecha de embarque
- Fecha de llegada
- Tipo de carga y código (ej.: General si viene en palet, en contenedor o suelta).
- Bandera y código
- No. Registro y los dos últimos dígitos del año

- Línea de transporte y su código
- Agencia de carga /transportación y su código
- N. Nave /Línea Aérea /Matrícula Vehículo
- No. Conocimiento /G. Aérea /C. Porte
- Almacén y su código (Ej.: terminal marítimo 6013)
- Total FOB en dólares USD y en moneda nacional (debido a la dolarización hay que repetir este valor en ambas columnas).
- Total Flete
- Total Seguro
- Total CIF
- Peso Neto en Kilos
- Peso bruto en Kilos
- N°. Total de bultos
- N°. Total Unidades físicas
- Tipo de garantía (si fuese el caso)
- Estado (Nuevo, etc.)
- País de origen y su código
- CIF moneda nacional
- Marcas y números

- **DUI-B (cuando proceda)**

Entregarlo a la Aduana y al Banco. Se utiliza para cuando se quiere importar dos o más subpartidas arancelarias. Podemos bajarnos un ejemplar del DUI-A del Web de CAE: <http://www.corpae.com/formularios/DUI-B.pdf>, pero el original debemos adquirirlo en la Aduana.

- **DUI-C (obligatorio)**

Entregarlo a la Aduana. Se utiliza para que el importador determine la autoliquidación de los tributos.

- | No. Orden
- | Aduana y su código
- | No. Formulario A (el número de nuestro DUI-A)
- | Régimen
- | Importador o consignatario
- | RUC /CI /o pasaporte
- | Almacén /Depósito
- | Declarante /Agente y su código
- | Ad Valorem (tasa arancelaria)
- | Derecho específico (cláusula de salvaguardia) Es importante que obliguemos al Agente ponerla.
- | ICE
- | IVA
- | Tasa de control (Tasa Fodinfra)
- | Tasa de Almacenaje. Se entrega únicamente a la Aduana. Hay que colocar el número de orden correspondiente a la importación realizada por el Agente de Aduana.
- | Si el producto tiene preferencia arancelaria, hay que señalar el valor correspondiente a dicha preferencia en la columna “Liberación”.

Primero se establece que la fecha de llegada de la mercadería se entiende como la fecha en que la mercadería ingresa a una bodega habilitada (almacenera temporal), algunos le llaman también a esta fecha “fecha de aceptación”, para la Naviera la fecha de llegada -en cambio- es la fecha en que se transportó la mercadería. Entonces, la Ley establece que desde la fecha de llegada, el importador tiene 7 días hábiles antes y 15 días hábiles después para presentar su declaración a la Aduana, es decir el DAU y toda la documentación que debe acompañarle. Si estamos dentro de los 15 días, y no hemos presentado el DAU por cualquier inconveniente, y antes de que venza el plazo para desaduanizar y la mercadería sea declarada en

“Abandono Tácito”, podemos solicitar a la Aduana el reembarque al exterior, sacar la mercadería a la frontera, por ejemplo Perú, y pedir una admisión temporal hasta realizar los trámites pendientes en Ecuador, obtener el Certificado de Inspección, y traer de vuelta la mercadería.

ADVERTENCIA: Si no presentamos nuestra declaración en los 15 días hábiles después de la fecha de llegada, se considerará la mercadería en abandono tácito; para levantar dicho abandono, el importador debe efectuar un solicitud al Gerente Distrital, y éste -mediante providencia y previo el pago de la multa equivalente a 10 UVCs- autoriza que la mercancía puede ser nacionalizada. Se puede recuperar la mercadería hasta el acto de remate, puesto que en teoría la Aduana tiene hasta 60 días para rematar mercadería en abandono tácito).

k) Declaración Aduanera del Valor (DAV) (obligatorio)

Entregarla a la Aduana. Para realizar los trámites en la aduana ecuatoriana se requiere el DAV; sin embargo, la Junta de Cartagena reclamó el porqué no se utiliza el DAV, que es de uso obligatorio en el comercio andino, así que también aplicamos el DAV como documento obligatorio.

Podemos bajarnos un ejemplar del DAV del Web de la CAE: <http://www.corpae.com/formularios/DAV-1.pdf>, pero el original debemos adquirirlo en la Aduana.

Según la Ley, el DAV no es otra cosa que una declaración juramentada de que el valor consignado es el verdadero, juramento que hacemos como importadores, y sólo nosotros podemos firmarlo. Y esto es muy importante, pues toda declaración juramentada tiene implicaciones legales. Si no es usted,

sino el Agente de Aduana quien lo llena, verifique 100% que está correctamente la información antes de firmarlo. Por ejemplo, es en este documento donde debemos declarar si somos representantes, si cobramos comisión, si existe vinculación comercial (entre fabricante e importador). Por cada factura comercial debemos hacer un DAV.

2.2.9. DESADUANIZACIÓN.

Hemos entregado el DAV y la documentación adjunta: póliza, factura comercial, conocimiento de embarque, certificados / autorizaciones, si fuesen necesarios. El siguiente paso después de la “declaración” se hace los siguientes pasos:

a) Digitalización.

La Aduana digitaliza toda esa documentación para que ingrese al Sistema Informático de Servicio Aduanero. La digitalización y la comprobación toman aproximadamente dos días hábiles. En teoría podemos consultar si ya ha sido ingresada nuestra declaración, sólo con consultar nuestro No. DUI en el Web de la CAE, en la siguiente dirección <http://www.corpae.com>

b) Comprobación.

El Departamento de comprobación revisa que esté bien declarada, que la documentación esté acorde con la declaración, con la clasificación arancelaria, con el valor de la mercadería, que tanto el importador como el Agente estén habilitados, y que exista el RUC, es decir, si su Agente es competente al llenar la documentación electrónicamente y utilizando el sistema SICE del Departamento de Importaciones de la CAE y procede a aceptar la declaración (NOTA: una vez aceptada la declaración, ésta tiene carácter definitivo y no puede ser enmendada), a ponerle la “fecha de aceptación”, la cual servirá para determinar la tasa arancelaria (TA) y la cotización monetaria; a fijar la fecha de aprobación, la cual servirá para el aforo futuro; anotar el nombre de la

verificadora si es el caso del aforo físico; poner la fecha de aprobación del aforo; nombre y código de quienes digitalizaron y de quienes comprobaron la documentación; y, luego, si no ha habido inconvenientes con el aforo, en el DAU-C procede a la *liquidación* de tributos. Ahora, veamos con mayor detenimiento algunos pasos internos del procedimiento de comprobación.

- **Aforo**

Aforo y verificación son sinónimos, aunque hay una sutil diferencia. Cuando se lleva a cabo en el exterior (cuando el valor FOB de la mercadería es superior a \$4,000), es mejor hablar de verificación. Y cuando se lleva a cabo, en el país la verificación de la mercadería hablamos de aforo.

El aforo es realizado por la Verificadora (la verificadora se determina por sorteo) y es aleatorio. Cuando se ha tenido aforo del país de origen y se requiere -además- aforo en Ecuador, en el sorteo de la verificadora se debe chequear que dicha verificadora sea diferente a la verificadora que realizó el aforo en el país de origen.

Técnicamente hablando el aforo consiste en la revisión documental y/o física de la mercancía. Del aforo resulta una “fecha de aprobación”, la cual es necesaria para, luego, pagar los tributos en el Banco Corresponsal. Existen dos tipos de aforos: documental y físico.

- **Aforo físico**

Debe realizarse con la presencia de nuestro Agente y la Verificadora. Es la revisión física de la mercadería. Según la Ley, a

partir de la fecha de aceptación tenemos 5 días hábiles para presentarnos al aforo físico (de lo contrario, se considerará la mercadería en abandono tácito), y a partir de la fecha de aprobación tenemos 2 días hábiles para pagar los tributos (de lo contrario se considerará la mercadería en abandono tácito). Si nuestra mercadería cae en abandono tácito durante el aforo físico, debe pagarse un interés sobre el capital, calculando el tiempo (en meses):
 $I = T \times t\% \times 1/12$ (I = interés, T = tributos, t% = tasa de interés, 1/12 = meses).

El empleado de la Verificadora chequea la mercadería, verifica que el sello de seguridad del contenedor, conocido como “precinto”, no esté violentado (todo precinto tiene un código, el cual debe constar en el Conocimiento de embarque). Como nuestro Agente está presente, si existe anomalía con este sello, está en su derecho de parar el aforo físico y comunicar al importador inmediatamente, para que éste lo comunique -a su vez- a la compañía de seguros, y ésta -dependiendo del cliente- dirá si se continúa o no con el aforo físico, en este caso último para que personal de la aseguradora esté presente en el resto del proceso del aforo físico.

Obviamente, la Verificadora también chequea que lo declarado sea igual a lo verificado. Si todo está correcto, automáticamente pasa a aforo documental. Si no es igual, verifica que la diferencia esté dentro del margen de tolerancia según la Ley (hasta el 10% de los tributos), y el importador pagará lo mismo sobre la totalidad. Los tributos se pagan sobre lo que realmente llega, si llegó menos, se paga sobre eso y punto; pero si la diferencia sobrepasa el 10%, dicha diferencia se considera un ilícito aduanero.

Cuando el aforo ha salido sin contratiempos se obtiene la fecha de aprobación, la cual junto a la fecha de recepción y la numeración que ha recibido su declaración se origina lo que los señores de Aduanas llaman “obligación tributaria”, el vínculo jurídico entre nosotros los importadores y el fisco. ¿Qué quiere decir esto? Que en este momento ya no podemos pedir reembarque o ir a comercialización. Recuerde, podemos pedir reembarque a partir de la fecha de llegada de la mercadería, durante esos 15 días hábiles de los que hablamos anteriormente, y antes de haber hecho nuestra declaración y entregado el DAU y documentos de acompañamiento.

Si la Verificadora ha cambiado la Partida o el valor, se puede discutir. En este caso, se debe probar que la Verificadora se ha equivocado, y si ésta así lo reconoce, entonces debe cambiar el certificado de verificación; pero si lo niega, podemos impugnar ese criterio de la Verificadora y sacar la mercadería.

Tanto en Guayaquil como en Manta y en Quito, existe una instancia que en la Ley Orgánica de Aduanas no consta, pero existe en la vida real. Esta es el Departamento de Instancia de Valoración, que sirve como segunda apelación, es decir, cuando hay problemas con la clasificación se le puede pedir Consulta de Aforo.

- **Situaciones en las que el comprobador pedirá aforo físico en destino.**
 1. Cuando es menor de \$4,000 el valor FOB de la mercadería. Este tiene un costo, pero si la mercadería ya tiene un aforo del país de origen, éste no cuesta.
 2. Cuando es por sorteo y la suerte no está de su lado.

3. Cuando el comprobador de nuestra declaración encuentra alguna discrepancia.
4. Cuando el bodeguero anuncia que la mercadería llegó en mal estado y a petición del importador.
5. Cuando el comprobador sospecha de algo a petición de la autoridad aduanera.
6. Cuando el IVA es cero, y cuando hay exoneración tributaria.
7. Cuando el comprobador así lo requiera.
8. Cuando vienen de los paraísos fiscales.
9. Cuando existe liberación de tributos.

Si el comprobador no solicita el aforo físico de acuerdo a estas situaciones anteriores, entonces, se envía a aforo documental.

• **Aforo documental**

También es realizado por la Verificadora. Consiste en una verificación sólo en base a que lo declarado coincida con los documentos de acompañamiento del DAU, confirmando que la mercadería esté bien declarada en lo que se relaciona a la clasificación arancelaria y al valor de la mercadería. Según la ley, a partir de la fecha de aprobación tenemos dos días hábiles para pagar los tributos (de lo contrario, se considerará la mercadería en abandono tácito).

c) Liquidación

• **Pago y sello**

Cuando el aforo ha terminado y se obtiene la fecha de aprobación se pagan los tributos y el aporte al CORPEI en cualquier banco que integre Banred.

d) Garantía aduanera

Si se tuviese un impedimento para pagar los tributos por falta de algún documento, la CAE exige una garantía, la cual consiste en el 20% del total de tributos a pagar y con un plazo de 30 días, y la garantía se obtiene por 60 días.

Si en la Declaración y entrega de papeles a la CAE sólo falta la factura comercial, por ejemplo, podemos sacar la mercadería con una garantía, pero tenemos 30 días calendario para presentar dicha factura a la CAE. En cambio, si falta el Certificado de Origen es mejor dejar la mercadería hasta que llegue dicho certificado.

• **Tipos de Garantía aduanera**

- Efectiva;
- Bancaria, y
- Póliza de seguro.

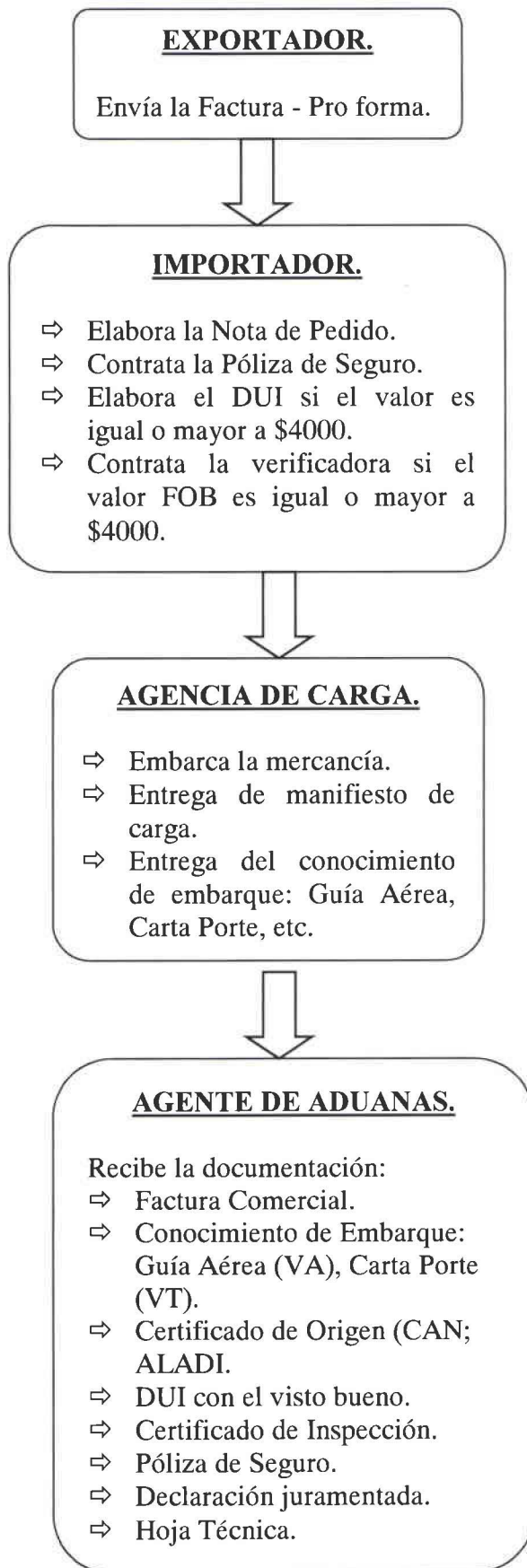
e) Garantía con mercadería perecible

En este caso se debe pedir desaduanización directa, entregando un cheque certificado sobre el 120% del total de tributos, y obteniendo únicamente 5 días hábiles para presentar la documentación faltante.

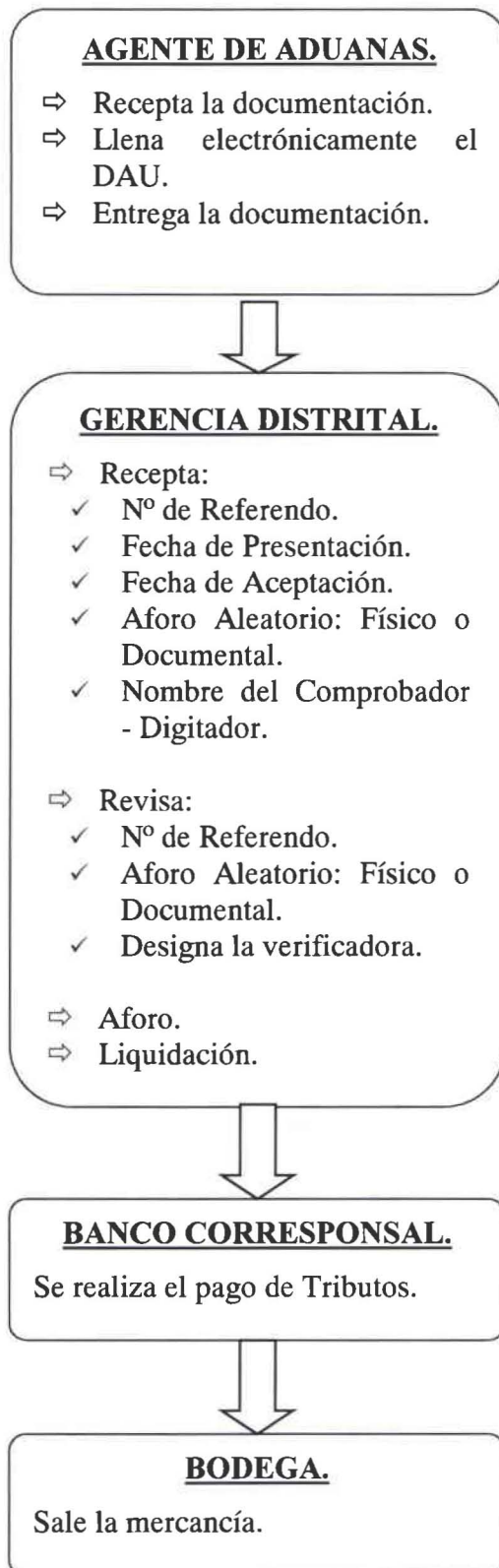
2.3. PROCEDIMIENTOS A SEGUIR PARA LA IMPORTACIÓN DEL PRODUCTO.

Los pasos a seguir para dar comienzo a la importación de un producto, se lo detalla en el siguiente diagrama:

PROCESO DE UNA IMPORTACIÓN.



Una vez entregada la documentación al agente de aduanas, el proceso es el siguiente:



NOTA: En el ANEXO B se presenta el Flujo grama de las Importaciones más completo (ANDU@NET) , para mayor comprensión del lector.

2.3.1. NEGOCIACIÓN ENTRE IMPORTADOR Y EXPORTADOR.

Para ello se negociará con el fabricante, el tipo de mercadería, garantías del producto, las condiciones del pago comercial, el transporte (vía aérea, marítima o terrestre), etc.

Realizadas estos contactos entre importador y exportador, el exportador deberá emitir una Nota de Pedido.

La Nota de Pedido debe tener las siguientes características:

- ⇒ Fecha.
- ⇒ Número Preimpreso.
- ⇒ Nombre y dirección del Importador.
- ⇒ Nombre y dirección del Exportador.
- ⇒ País de Origen.
- ⇒ Lugar de Embarque.
- ⇒ Lugar de destino.
- ⇒ Vía (aérea, marítima o terrestre).
- ⇒ Términos de la mercancía (FOB, CyF, CIF)
- ⇒ Moneda de pago (en letras)
- ⇒ Forma de pago (giro directo, etc)
- ⇒ Fecha de inicio de la negociación.

2.3.2. UBICACIÓN DE LA MERCANCÍA EN EL ARANCEL DE IMPORTACIONES, CLASIFICACIÓN Y TRATAMIENTO ARANCELARIO.

La CAN tiene determinada una nomenclatura que clasifica los productos que se desea importar y exportar. Esta clasificación se denomina partida arancelaria NANDINA.

Los derechos arancelarios para los países que conforman la CAN tienen un arancel del cero por ciento.

De acuerdo al producto que se va a comercializar se debe pedir la autorización y/o licencias en los ministerios o instituciones establecidas para el efecto.

Lo anteriormente expuesto se resume en el siguiente cuadro, para este caso específico, que es la importación de duchas:

PART. ARANCELARIA NANDINA	DESCRIPCIÓN	UNIDAD / MEDIDA	IVA
8516100000	Calentadores Eléctricos de Agua de Calentamiento Instantáneo o Acumulación y Cal	Nº de Unidades / Art. (U)	12,00%

DERECHOS ARANCELARIOS		RESTRICCIONES Y AUTORIZACIONES PREVIAS
TERCEROS	CAN	
20%	0,00%	INEN Código: 56, Nombre: Sujeto al Cumplimiento de Norma INEN

2.3.3. TRAMITACIÓN.

Tanto el Importador como el Exportador deberán realizar los siguientes trámites previos al proceso de comercialización:

2.3.3.1. TRÁMITES QUE DEBE REALIZAR EL IMPORTADOR.

- a) *Registro como Importador en el Banco Central del Ecuador.* Para ello necesita previamente la Nota de Pedido y llenar el formulario que lo facilitan en el Banco Corresponsal (ANEXO C1).

- b) Con la aprobación del Banco Central del Ecuador como Importador y el visto bueno del Banco Corresponsal en el Documento Único de Importación (ANEXO C2), el importador deberá realizar los trámites pertinentes a la Autorización o Licencia en el Ministerio o los Ministerios correspondientes para la importación del producto (si se encuentra establecido por la Ley).

- c) Los requisitos por parte del INEN para la Autorización de las duchas son los siguientes:
 - ⇒ Nota de Pedido.
 - ⇒ Copia del Documento Único de Importación.
 - ⇒ Certificado de conformidad con Norma, declaración del fabricante que cumple con la norma correspondiente si el fabricante tiene la certificación ISO-9001del 2000.
 - ⇒ Copias notariadas del Certificado ISO 9001.

NOTA: El INEN revisará la documentación sin tachones, borrones o alteración de cifras de texto y en el término máximo de 72 horas

emitirá su criterio y *si lo aprueba*; emite el formulario INEN – 1, denominado Autorización del producto (ANEXO C3); *de lo contrario*: Rechaza la documentación.

- d) Además de realizar el trámite de autorización del producto, se deberá realizar el contrato de Póliza de Seguros con una empresa aseguradora radicada en el país (ANEXO C4). La empresa aseguradora solicitará los siguientes documentos:
- ⇒ Guía aérea/ marítima o terrestre.
 - ⇒ Factura.
 - ⇒ Lista de Empaque o Packing List, que no es más que el documento que indica como fue despachada la mercancía, sea en bultos, paletas, cajas estibadas, etc.⁹
- e) Con la llegada de la mercancía al País, se realiza la Solicitud de Verificación de Inspección (ANEXO C5) por parte del importador a una de las verificadoras radicadas en el país (SGS, Cotecna, Bureau Veritas o ITS).
- f) Realizada la inspección correspondiente se procede a entregar a la Aduana: el Certificado de Inspección, la Autorización del INEN, el Certificado de Origen, la Póliza de Seguro, el Conocimiento de Embarque, la Factura Comercial, para registrar en el Documento Único de Importación (DUI). Además, se entregará a la Aduana la Declaración Aduanera del Valor – DAV (ANEXO B6).

⁹ www.altavista.com

2.3.3.2. TRÁMITES QUE DEBE REALIZAR EL EXPORTADOR.

El exportador deberá realizar los trámites pertinentes para enviar al importador, el Certificado de Origen del producto (ANEXO C7) y el Manifiesto de Carga.

2.3.3.3. EXCEPCIONES EN LA TRAMITACIÓN GENERAL PARA UNA IMPORTACIÓN.

Los trámites anteriormente mencionados, se realizan en su totalidad cuando el monto de la importación es mayor a \$4000 dólares.

Si su monto es menor a \$4000 dólares no se obligatorio cumplir con algunos requisitos.

Lo anteriormente indicado se detallada en el cuadro adjunto:

DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD A REALIZAR CON UN:	
	MONTO MAYOR A \$4000 usd	MONTO MENOR A \$4000 usd
Trámite de Inscripción en el BANCO CENTRAL DEL ECUADOR como EXPORTADOR - IMPORTADOR	✓	
Trámite en el BANCO CORRESPONSAL del DUI	✓	
Trámite para la AUTORIZACIÓN de importación en el INEN	✓	✓
Costos de compra de las duchas	✓	✓
Costos de Transporte de la mercadería COLOMBIA - ECUADOR	✓	✓
Costos de Seguro de la mercancía	✓	✓
Costos de la Verificadora.	✓	
Impuestos y Tasas por Servicios Aduaneros	✓	✓

FUENTE: Autora de la tesis.

2.3.4. PAGO DE TRIBUTOS, DE TASAS POR SERVICIOS Y FORMALIDADES ADUANERAS.

Para realizar el pago de tributos, tasas por servicios y formalidades aduaneras, se entregará previamente a la Aduana, lo siguiente:

- ⇒ El Documento Único de Importación.
- ⇒ La autorización del INEN.
- ⇒ La factura comercial.
- ⇒ El conocimiento de embarque.
- ⇒ El certificado de origen.
- ⇒ La póliza de seguro, y
- ⇒ La Declaración Aduanera del Valor.

La aduana procede a verificar la información física y de documentos; es decir, revisa la mercadería para constatar que el importador a declarado y a importado las unidades físicas reales.

Una vez cumplidos los requisitos en la aduana, se realizarán los trámites de pago de tributos y tasas de servicios establecidas en el país, como se indica en el ANEXO A.

Realizados los pagos correspondientes, se procede a retirar la mercadería de las bodegas de la Aduana para la comercialización de las duchas.

2.4. MARCO EMPÍRICO.

2.4.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA DEL MERCADO.

Este proyecto se ha desarrollado para cumplir con los lineamientos del comercio internacional, a fin de participar adecuadamente, en los procesos de importación y comercialización de las duchas eléctricas. Existe la posibilidad de que Riobamba sea un mercado atractivo, ya que esta ciudad es un segmento, en el que no se encuentra posicionado este producto.

Desde el punto de vista estratégico y comercial se espera que la inversión sea rentable, por el hecho de que el inversionista introducirá un producto de calidad, como son las duchas eléctricas marca *KONTIKI*, a precios competitivos y con preferencia arancelaria de la Comunidad Andina de Naciones.

El reto será posicionar las duchas en el mercado de Riobamba, con precios de venta al público bajos y con una rentabilidad atractiva para el inversionista. Lo anteriormente citado se deberá ver reflejado, en los resultados del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

A continuación se efectúa el respectivo estudio de la oferta de mercado, con el fin de analizar, desde su origen de fabricación, las características de las duchas ya mencionadas.

Se considera que esta nueva marca, puede constituirse en un producto competitivo por sus características similares a las posicionadas en el mercado. El análisis de costos que será muy determinante, se lo realiza en el capítulo 4.

La información obtenida es la siguiente:

2.4.1.1. DUCHAS MARCA LORENZETTI .

Estas duchas como se indicó anteriormente, son de procedencia brasileña, los modelos y características se indican a continuación:

I. DUCHA LORENZETTI CROMADA CON REGULADOR DE TEMPERATURA Y CON MINIDUCHA.



- ⇒ **Acabado Cromado:** combina con los metales del cuarto de baño y facilita la limpieza externa del dispositivo.
- ⇒ **4 Temperaturas:** fría, normal, caliente y super caliente, fácilmente acondicionadas por teclas deslizantes.
- ⇒ **Alta Resistencia:** fabricado en termoplástico (no moho) de alta resistencia, soporta altas temperaturas y está protegido por una capa interna que ofrece la mayor protección contra descargas eléctricas.

- ⇒ La resistencia en liga especial, los contactos en liga de plata y el sistema de Aterramiento *LORENZETTI*, aseguran mayor rendimiento y durabilidad.
- ⇒ Disponible en las versiones 127V-4400W / 5400W y 220V-5400W / 6400W.

II. DUCHA LORENZETTI CON REGULADOR DE TEMPERATURA Y SIN MINIDUCHA.



- ⇒ Acabado en color blanco, gran salida de agua.
- ⇒ **4 Temperaturas:** fría, normal, caliente y super caliente, fácilmente acondicionadas por teclas deslizantes.
- ⇒ **Alta Resistencia:** fabricado en termoplástico (no moho) de alta resistencia, soporta elevadas temperatura.
- ⇒ La resistencia en liga especial, los contactos en liga de plata y el sistema de Aterramiento *LORENZETTI*, aseguran mayor rendimiento y durabilidad.
- ⇒ Disponible en versiones 127V-4400W / 5400W y 220V-5400W / 6400W.

III. DUCHA LORENZETTI CON REGULADOR DE TEMPERATURA.



- ⇒ Acabado en color blanco, teclas deslizantes.
- ⇒ **Espalhador Distinguido:** una salida mas grande de agua sin desperdicio, proporcionando un baño más gustoso y económico.
- ⇒ **Tres Temperaturas:** siendo un poder económico (verano), que hace posible la reducción del **30%** en el consumo de energía eléctrica.
- ⇒ **Alta Resistencia:** fabricado en termoplástico (no moho) de alta resistencia, soporta elevadas temperaturas. Resistencia en liga especial, contactos en liga de plata y sistema de Aterramento *LORENZETTI*, aseguran mayor rendimiento y durabilidad.

2.4.1.2. DUCHAS MARCA BOCCHERINI.

Estas duchas son de origen colombiano, sus características se indican a continuación:

I. DUCHA BOCCHERINI SIN REGULADOR DE TEMPERATURA Y SIN MINIDUCHA.

BOCCHERINI TRADICIONAL



- ⇒ La BOCCHERINI TRADICIONAL, es una ducha súper automática compacta no trae mini ducha y su compartimiento esta asegurado con tornillos.

- ⇒ Súper Automáticas

- ⇒ Unidad Compacta

- ⇒ Ahorro de Agua y Energía

- ⇒ Fácil Instalación

- ⇒ Agua Caliente Continua

- ⇒ Durable y Seguras

⇒ Fácil Mantenimiento

⇒ 100% Garantizada

**II. DUCHA BOCCHERINI SIN REGULADOR DE TEMPERATURA
Y CON MINIDUCHA.**

MAXI BOCCHERINI



⇒ La MAXI BOCCHERINI, es una ducha Súper automática con sistema de rosca en la parte superior y en la parte inferior, también trae mini ducha teléfono.

⇒ Súper Automáticas

⇒ Unidad Compacta

⇒ Ahorro de Agua y Energía

⇒ Fácil Instalación

⇒ Agua Caliente Continua

⇒ Durable y Seguras

⇒ Fácil Mantenimiento

⇒ 100% Garantizada

III. DUCHA BOCCHERINI CON REGULADOR DE TEMPERATURA Y CON MINIDUCHA.

BOCCHERINI MILENIO



⇒ La BOCCHERINI MILENIO , es una ducha novedosa con sistema de rosca en la parte superior y en la parte inferior, también trae mini ducha teléfono y a diferencia de las anteriores nos ofrece la posibilidad de graduarla en la temperatura deseada, porque trae selector de temperatura.

⇒ Unidad Compacta

⇒ Posee Selector de Temperatura

⇒ Ahorro de Agua y Energía

⇒ Fácil Instalación

⇒ Agua Caliente Continua

⇒ Durable y Seguras

⇒ Fácil Mantenimiento

⇒ 100% Garantizada

2.4.1.3. DUCHAS MARCA TERMO PLASTIC.

Estas duchas son de origen ecuatoriano, sus características se indican a continuación:

I. DUCHA TERMO PLASTIC SIN REGULADOR DE TEMPERATURA Y SIN MINIDUCHA.

DUCHA CD - 600



- ⇒ Automática.
- ⇒ Doble servicio.
- ⇒ Consumo de 3000w/h.
- ⇒ Disponible para instalación de 110w y bajo pedido ducha para 220w.
- ⇒ Plástico termoestable tratado.
- ⇒ Surtidor opcional con 2 metros de manguera para limpieza personal.
- ⇒ Resistencia Niquel Cromo #19 enrollada en caracol de cerámica para su completo aislamiento y garantizar un ciento por ciento de su rendimiento con un mínimo de consumo.

⇒ Práctica y de fácil conexión.

II. DUCHA SIN REGULADOR DE TEMPERATURA Y SIN MINIDUCHA.

MINICALEFON CD – 975 .



⇒ Automática.

⇒ Consumo de 2000w/h.

⇒ Disponible para instalación de 110w y bajo pedido ducha para 220w.

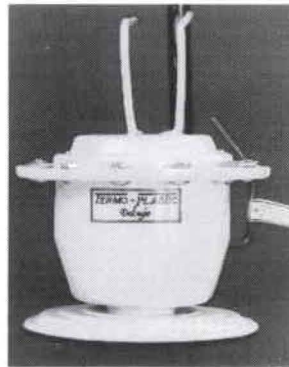
⇒ Resistencia Níquel Cromo #19 enrollada en caracol de cerámica para su completo aislamiento y garantizar un ciento por ciento de su rendimiento con un mínimo consumo.

⇒ Este modelo se caracteriza por ser plástico, económico, por su mínimo consumo de energía y con óptimo rendimiento; reduciendo los problemas que el agua fría causa a la ama de casa.

- ⇒ Por su fácil instalación, sin tener que realizar doble conexión de agua, a éste modelo lo hace original y único en el mercado.
- ⇒ Recomendable para uso dentro del hogar (cocina), clínicas, hospitales, consultorios médicos, oficinas.

III. DUCHA TERMO PLASTIC SIN REGULADOR DE TEMPERATURA Y SIN MINIDUCHA.

DUCHA CD – 680 .



- ⇒ Automática.
- ⇒ Disponible para instalación de 110w y bajo pedido para ducha de 220w.
- ⇒ Consumo de 3000w/h.
- ⇒ Cernidera de fácil limpieza, por ser desarmable.
- ⇒ Resistencia Niquel Cromo #19 enrollada en caracol de cerámica para su completo aislamiento y garantizar un ciento por ciento de su rendimiento con un mínimo de consumo.

⇒ Práctica y de fácil conexión.

IV. DUCHA SIN REGULADOR DE TEMPERATURA Y CON MINIDUCHA.

CALENTADOR SALÓN DE BELLEZA CS – 620



⇒ Automático.

⇒ Disponible para la instalación de duchas para salón de belleza de 110w y bajo pedido, duchas para salón de belleza de 220w.

⇒ Consumo de 3000w/h.

⇒ Plástico termoestable tratado.

⇒ Con manguera y surtidor de agua práctico para uso en salones de belleza.

⇒ Resistencia de Niquel Cromo #19 enrollado en caracol de cerámica para su completo aislamiento y garantizar un ciento por ciento de su rendimiento con mínimo consumo.

⇒ Práctico y de fácil conexión.

2.4.1.4. DUCHAS MARCA KONTIKI.

Esta ducha como se indicó anteriormente no es conocida en el mercado de Riobamba, pero en base a las observaciones realizadas en la ciudad de Quito, se pudo conocer que esta marca está ingresando con una muy favorable aceptación en esa ciudad, por lo que se la incluye también en este estudio de la oferta de mercado, con el fin de evaluar la posibilidad de introducir en Riobamba otro producto que tenga las mismas características que las demandadas.

La ducha marca *KONTIKI*, tiene las siguientes características:

I. DUCHA KONTIKI CON REGULADOR DE TEMPERATURA Y CON MINIDUCHA.

SUPER DUCHA Con Miniducha K-101



- ⇒ Tres opciones de temperatura: Tibia (económica), Fría y Caliente.
- ⇒ Totalmente automática, se conecta o desconecta al abrir o cerrar la llave del agua.
- ⇒ Posee miniducha auxiliar .

- ⇒ Agua caliente al instante, con solo abrir la llave del agua.
- ⇒ Resistencia climatizada para mayor duración.
- ⇒ Contactos en cobre rojo macizo.
- ⇒ Cuerpo termoplástico, aislante eléctrico y térmico.
- ⇒ Fácil instalación .
- ⇒ Fácil limpieza de la regadera.
- ⇒ Proporcionan un toque de distinción a su baño.

II. DUCHA KONTIKI SIN REGULADOR DE TEMPERATURA Y SIN MINIDUCHA.



- ⇒ Super Automática, se controla con la llave del agua únicamente.
- ⇒ Agua caliente al instante, con solo abrir la llave del agua.
- ⇒ Resistencia climatizada para mayor duración.

- ⇒ Contactos en cobre rojo macizo.
- ⇒ Cuerpo termoplástico, aislante eléctrico y térmico.
- ⇒ Fácil instalación.
- ⇒ Fácil limpieza de la regadera.
- ⇒ Proporcionan un toque de distinción a su baño.

III. DUCHA KONTIKI SIN REGULADOR DE TEMPERATURA Y CON MINIDUCHA.

SUPER AUTOMÁTICA Con Miniducha K-106



- ⇒ Super Automática, se controla con la llave del agua únicamente.
- ⇒ Posee miniducha auxiliar
- ⇒ Agua caliente al instante, con solo abrir la llave del agua
- ⇒ Resistencia climatizada para mayor duración

- ⇒ Contactos en cobre rojo macizo
- ⇒ Cuerpo termoplástico, aislante eléctrico y térmico
- ⇒ Fácil instalación
- ⇒ Fácil limpieza de la regadera
- ⇒ Proporcionan un toque de distinción a su baño

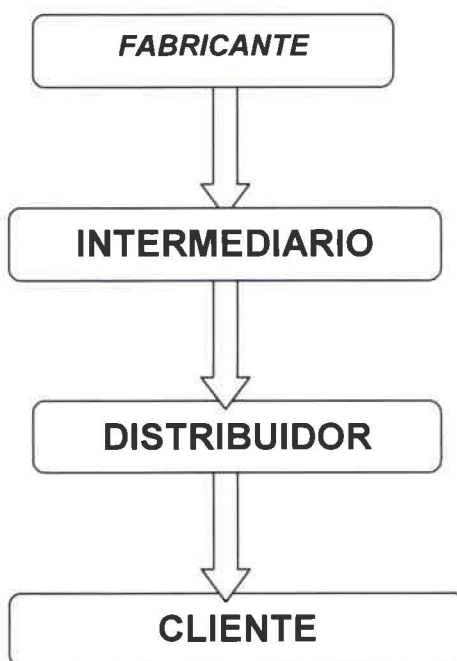
2.4.2. ETIQUETA DEL PRODUCTO.

La etiqueta del producto está diseñada por el proveedor de las duchas:



2.4.3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

El canal de distribución en el mercado de las duchas es el siguiente:



Para abaratar los costos de venta al consumidor final, y ofrecer al cliente productos de buena calidad, con garantía y a precios más bajos de la competencia, el canal de distribución que se sugiere, sería el siguiente:



2.4.4. RESUMEN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS DUCHAS QUE SE OFERTAN EN EL MERCADO.

Las características ya mencionadas de cada uno de los modelos de duchas que ofertan los fabricantes, se han resumido en el siguiente cuadro:

2.5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

La metodología que se utilizará en este estudio es un diseño mixto; es decir, el diseño cualitativo exploratorio y el diseño cuantitativo descriptivo.

- **Diseño cualitativo exploratorio.**- Este diseño contribuirá a determinar el tamaño muestral de ferreterías para apoyo del diseño cuantitativo descriptivo.

Fuente: Cámara de Comercio de Riobamba.

Instrumentos de Recolección: Base de datos de las Ferreterías afiliadas a la Cámara de Comercio de Riobamba (ANEXO D).

- **Diseño cuantitativo descriptivo.**- Servirá para determinar el volumen potencial de ventas de duchas nacionales e importadas en el mercado de Riobamba, así como de determinar los modelos más demandados y las cantidades promedio que adquieren las ferreterías en cada mes.

Fuente: Ferreterías de Riobamba.

Instrumentos de Recolección: Encuestas Personales a los Propietarios de la Ferreterías (ANEXO E).

CAPÍTULO III

CAPÍTULO III

EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

3.1. TRABAJO DE CAMPO.

3.1.1. PLAN MUESTRAL.

Para realizar este trabajo, se tomó como mercado objetivo la ciudad de Riobamba, debido a que en la misma, se halla instalada la empresa de compra y venta de materiales de construcción, que invertirá y financiará esta investigación.

Dentro de las encuestas personales que se realizó a los Propietarios de las ferreterías seleccionadas; se aplicó la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple, que se basa en el principio de igualdad de probabilidad de selección para cada integrante de la población y garantizando que la muestra representa a la población y por ende las inferencias a realizar, son validas ¹.

Para sacar la muestra representativa se decidió realizar el estudio en 14 Ferreterías, de una población de 32 inscritas en la Cámara de Comercio, se utilizó un nivel de confianza del 90%, mediante la siguiente fórmula:

¹ INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, Orozco Arturo, Página 198 y 208.

n =	Tamaño de la Muestra a determinar	↔	n = ?
N =	Tamaño de la Población	↔	N = 32
Ep ² =	Error Probabilístico.	↔	Ep ² = 10%.
p =	Probabilidad de realización de un evento. ²		
	Se recomienda que sea el 50%.	↔	p = 0.5
q =	Probabilidad de no realización de un evento ³ .		
	Se recomienda que sea el 50%.	↔	q = 0.5
Varianza =	p * q	↔	var = 0.25

$$n = (N * Var) / [((N - 1) * Ep^2) + Var]^4$$

$$n = (32 * 0.25) / [((32 - 1) * (0.1)^2) + 0.25]$$

$$n = 14.28$$

La muestra representativa para realizar las encuestas será de 14 ferreterías, inscritas a la Cámara de Comercio de Riobamba.

3.2. ANÁLISIS GENERAL DE LAS ENCUESTAS.

La codificación, el procesamiento de datos y la tabulación de las encuestas se realizó de manera manual y utilizando el mismo esquema del cuestionario de manera vertical (ANEXO F).

Se obtuvieron estos resultados a las siguientes preguntas:

² ESTADÍSTICA PARA LA ADMINISTRACIÓN Y LA INGENIERÍA, Edwin Galindo, Año 1999.

³ ESTADÍSTICA PARA LA ADMINISTRACIÓN Y LA INGENIERÍA, Edwin Galindo, Año 1999.

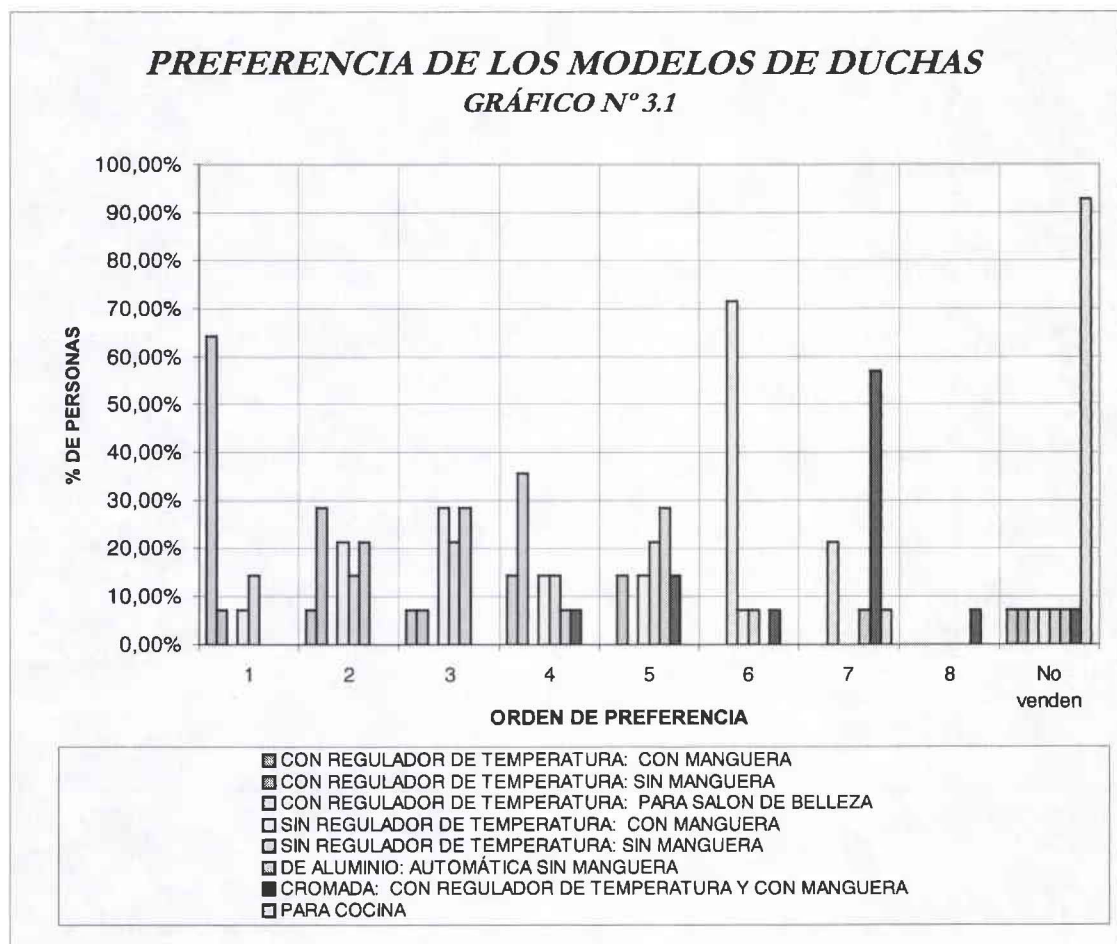
⁴ INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, Orozco Arturo, Página 222.

PREGUNTA N° 1.

Por favor, indique su preferencia del 1 al 10 de los siguientes modelos de las duchas:

N°	MATERIAL	ORDEN DE SU PREFERENCIA									TOTAL
		1	2	3	4	5	6	7	8	No Venden	
	TERMOPLÁSTICAS :										
	CON REGULADOR DE TEMPERATURA :										
1	CON MANGUERA	64,29%	7,14%	7,14%	14,29%					7,14%	100%
2	SIN MANGUERA	7,14%	28,57%	7,14%	35,71%	14,29%				7,14%	100%
3	PARA SALON DE BELLEZA						71,43%	21,43%		7,14%	100%
	SIN REGULADOR DE TEMPERATURA :										
4	CON MANGUERA	7,14%	21,43%	28,57%	14,29%	14,29%	7,14%			7,14%	100%
5	SIN MANGUERA	14,29%	14,29%	21,43%	14,29%	21,43%	7,14%			7,14%	100%
	DE ALUMINIO :										
6	AUTOMÁTICA SIN MANGUERA		21,43%	28,57%	7,14%	28,57%		7,14%		7,14%	100%
	CROMADA :										
7	CON REGULADOR DE TEMPERATURA Y CON MAGUERA				7,14%	14,29%	7,14%	57,14%	7,14%	7,14%	100%
	OTRAS ¿Cuáles? :										
8	PARA COCINA							7,14%		92,86%	100%
	ELABORADO: Autora de la tesis.										

Las respuestas obtenidas en esta pregunta se calcularon y tabularon como se indicó anteriormente. Estos datos se los grafica a continuación para tener una mejor apreciación de los resultados obtenidos:



De acuerdo al gráfico arriba expuesto, se puede deducir que los propietarios de las ferreterías encuestadas, tienen el siguiente orden de preferencia de los modelos de duchas:

- a) En *primer lugar*, las duchas termoplásticas con regulador de temperatura con manguera, 64.24%;
- b) En *segundo lugar* y *cuarto lugar* prefieren a la duchas termoplásticas con regulador de temperatura sin manguera con 28.57% y 35.71% respectivamente,

- c) En *tercer lugar* prefieren a las duchas termoplásticas sin regulador de temperatura con manguera, 28.57%; de igual manera prefieren a las duchas de aluminio automática sin manguera, 28.57%;

- d) En *quinto lugar* prefieren a las duchas de aluminio automática sin manguera, 28.57%;

- e) En *sexto lugar* prefieren las duchas termoplásticas con regulador de temperatura para salón de belleza, 71.43%;

- f) En *séptimo y octavo lugar* prefieren a las duchas cromadas con regulador de temperatura y con manguera con 57.14% y 7.14% respectivamente.

PREGUNTA N° 2.

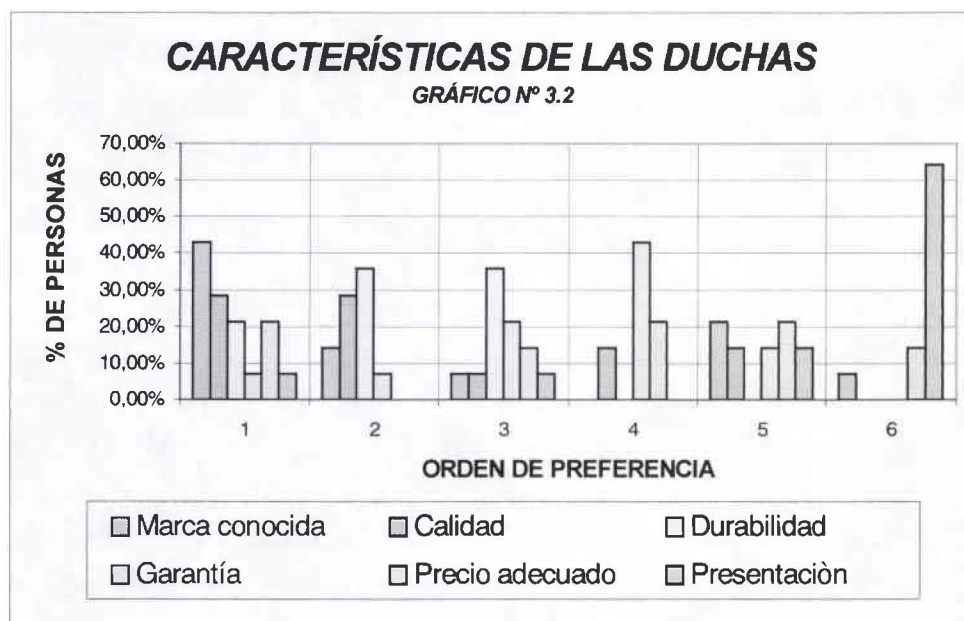
Qué le gustaría a usted obtener en una ducha, cuando la compra?

(Por favor, señale su preferencia del 1 al 6, las siguientes características.)

N°	Características	Orden de su preferencia						7*	TOTAL
		1	2	3	4	5	6		
1	Marca conocida	42,86%	14,29%	7,14%		21,43%	7,14%	7,14%	100,00%
2	Calidad	28,57%	28,57%	7,14%	14,29%	14,29%		7,14%	100,00%
3	Durabilidad	21,43%	35,71%	35,71%				7,14%	100,00%
4	Garantía	7,14%	7,14%	21,43%	42,86%	14,29%		7,14%	100,00%
5	Precio adecuado	21,43%		14,29%	21,43%	21,43%	14,29%	7,14%	100,00%
6	Presentación	7,14%		7,14%		14,29%	64,29%	7,14%	100,00%

7* = NO VENDE DUCHAS
 Elaborado: Autora de la tesis.

Igualmente, las respuestas obtenidas en esta pregunta se calcularon y tabularon. Estos datos se los grafica a continuación para tener una mejor apreciación de los resultados obtenidos:



De acuerdo al gráfico arriba expuesto, se puede deducir que los propietarios de las ferreterías encuestadas, tienen el siguiente orden de preferencia en lo que respecta a las características ya expuestas:

- a) En *primer lugar* es la marca reconocida de la ducha en el mercado con un porcentaje del 42.86%,
- b) En *segundo y tercer lugar* toman en cuenta la durabilidad con un 35.71%,
- c) En *cuarto lugar* toman en cuenta a la garantía con un porcentaje de 42.86%,
- d) En *quinto lugar* toman en cuenta al precio adecuado y la marca conocida con el 21.43%,
- e) La presentación toman en cuenta en *sexto lugar* con un 64.29%.

PREGUNTA N° 3.

Por favor, califique las características de las siguientes marcas de duchas:

- ⇒ BOCCHERINI
- ⇒ LORENZETTI
- ⇒ TERMO PLASTIC
- ⇒ CORONA
- ⇒ FAME
- ⇒ KONTIKI
- ⇒ RCG
- ⇒ RELAX
- ⇒ RELAXE

Califique según su criterio	
	VALORACIÓN
MUY BUENA	M.B (5)
BUENA	B (4)
REGULAR	R (3)
MALO	M (2)
NO LA CONOCE	N.C (1)
NO VENDE	N.V*

Las características encuestadas fueron:

- ⇒ Prestigio.
- ⇒ Durabilidad.
- ⇒ Garantía.
- ⇒ Precio.
- ⇒ Presentación.

Los resultados obtenidos a la calificación de las cinco características de las duchas se calcularon y tabularon.

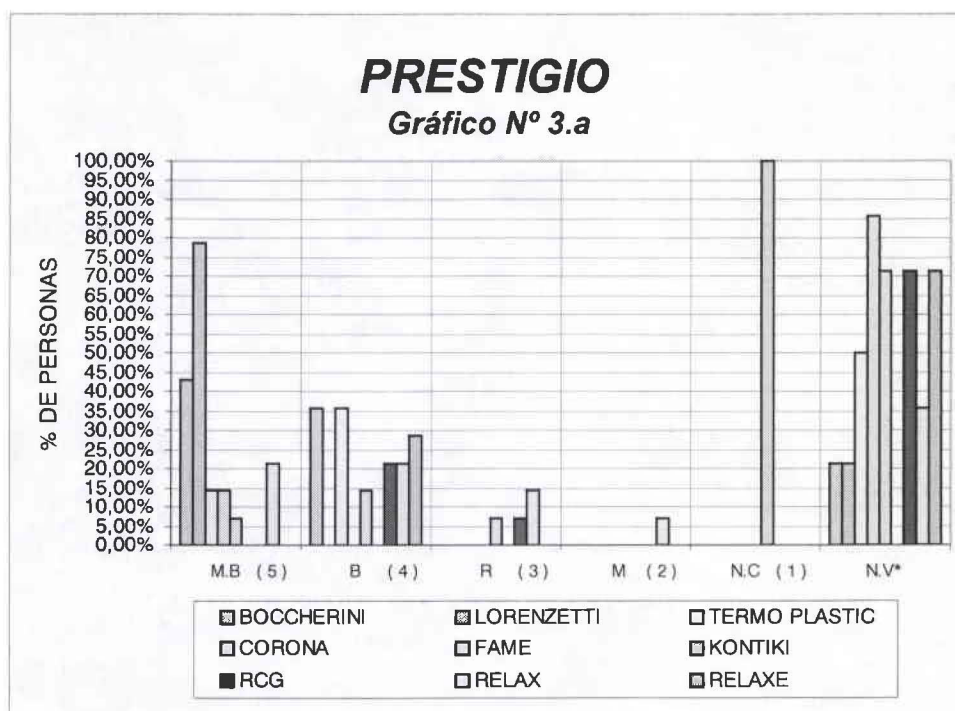
Para tener una mejor apreciación de los resultados obtenidos se procedió a graficar los resultados obtenidos.

El cuadro de la tabulación de cada característica encuestada y de su respectivo gráfico se expone a continuación:

CARACTERÍSTICA N° 1.

MARCA	PRESTIGIO						TOTAL
	5	4	3	2	1	N.V*	
BOCCHERINI	42,86%	35,71%				21,43%	100%
LORENZETTI	78,57%					21,43%	100%
TERMO PLASTIC	14,29%	35,71%				50,00%	100%
CORONA	14,29%					85,71%	100%
FAME	7,14%	14,29%	7,14%			71,43%	100%
KONTIKI					100%		100%
RCG		21,43%	7,14%			71,43%	100%
RELAX	21,43%	21,43%	14,29%	7,14%		35,71%	100%
RELAXE		28,57%				71,43%	100%

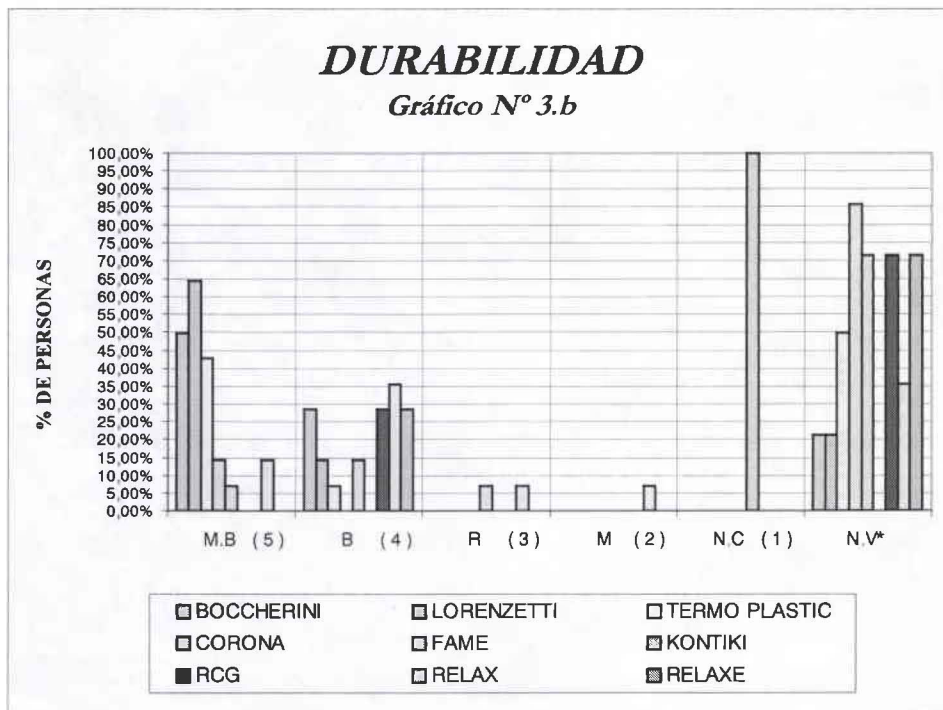
Elaborado: Autora de la tesis.



CARACTERÍSTICA N° 2.

MARCA	DURABILIDAD						TOTAL
	5	4	3	2	1	N.V*	
BOCCHERINI	50,00%	28,57%				21,43%	100%
LORENZETTI	64,29%	14,29%				21,43%	100%
TERMO PLASTIC	42,86%	7,14%				50,00%	100%
CORONA	14,29%					85,71%	100%
FAME	7,14%	14,29%	7,14%			71,43%	100%
KONTIKI					100,00%		100%
RCG		28,57%				71,43%	100%
RELAX	14,29%	35,71%	7,14%	7,14%		35,71%	100%
RELAXE		28,57%				71,43%	100%

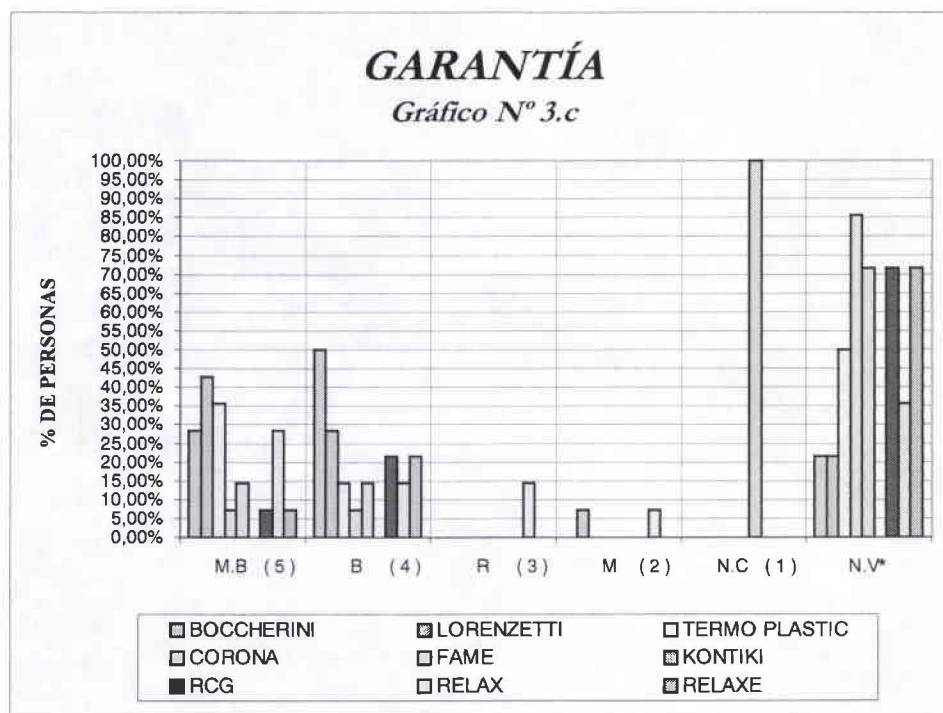
Elaborado: Autora de la tesis.



CARACTERÍSTICA N° 3.

MARCA	Garantía						TOTAL
	5	4	3	2	1	N.V*	
BOCCHERINI	28,57%	50,00%				21,43%	100%
LORENZETTI	42,86%	28,57%		7,14%		21,43%	100%
TERMO PLASTIC	35,71%	14,29%				50,00%	100%
CORONA	7,14%	7,14%				85,71%	100%
FAME	14,29%	14,29%				71,43%	100%
KONTIKI					100,00%		100%
RCG	7,14%	21,43%				71,43%	100%
RELAX	28,57%	14,29%	14,29%	7,14%		35,71%	100%
RELAXE	7,14%	21,43%				71,43%	100%

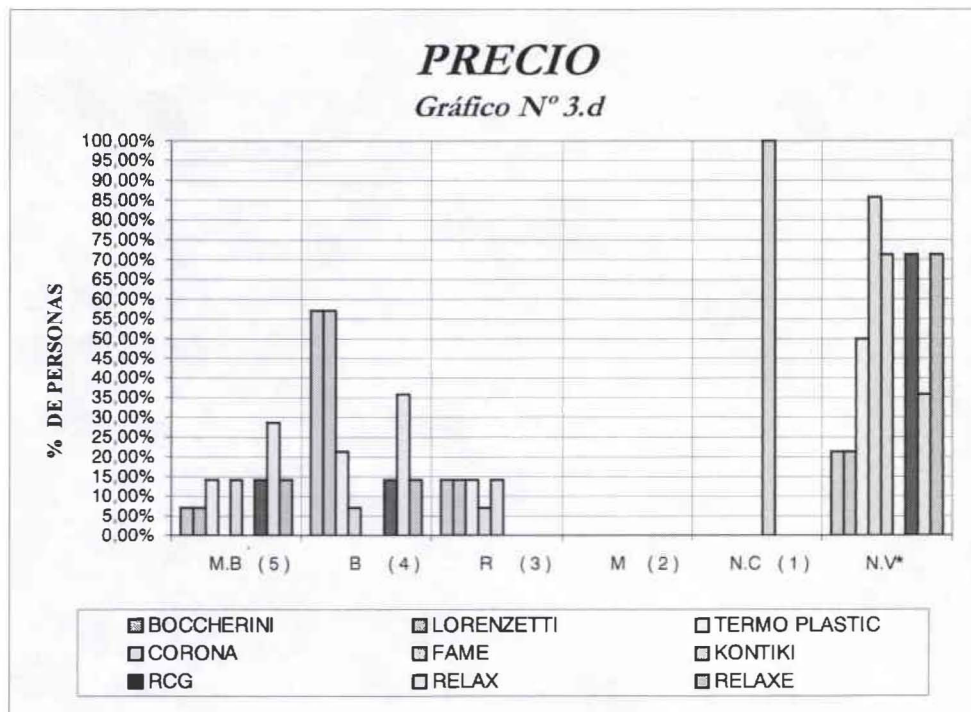
Elaborado: Autora de la tesis.



CARACTERÍSTICA N° 4.

MARCA	Precio						
	5	4	3	2	1	N.V*	TOTAL
BOCCHERINI	7,14%	57,14%	14,29%			21,43%	100%
LORENZETTI	7,14%	57,14%	14,29%			21,43%	100%
TERMO PLASTIC	14,29%	21,43%	14,29%			50,00%	100%
CORONA		7,14%	7,14%			85,71%	100%
FAME	14,29%		14,29%			71,43%	100%
KONTIKI					100,00%		100%
RCG	14,29%	14,29%				71,43%	100%
RELAX	28,57%	35,71%				35,71%	100%
RELAXE	14,29%	14,29%				71,43%	100%

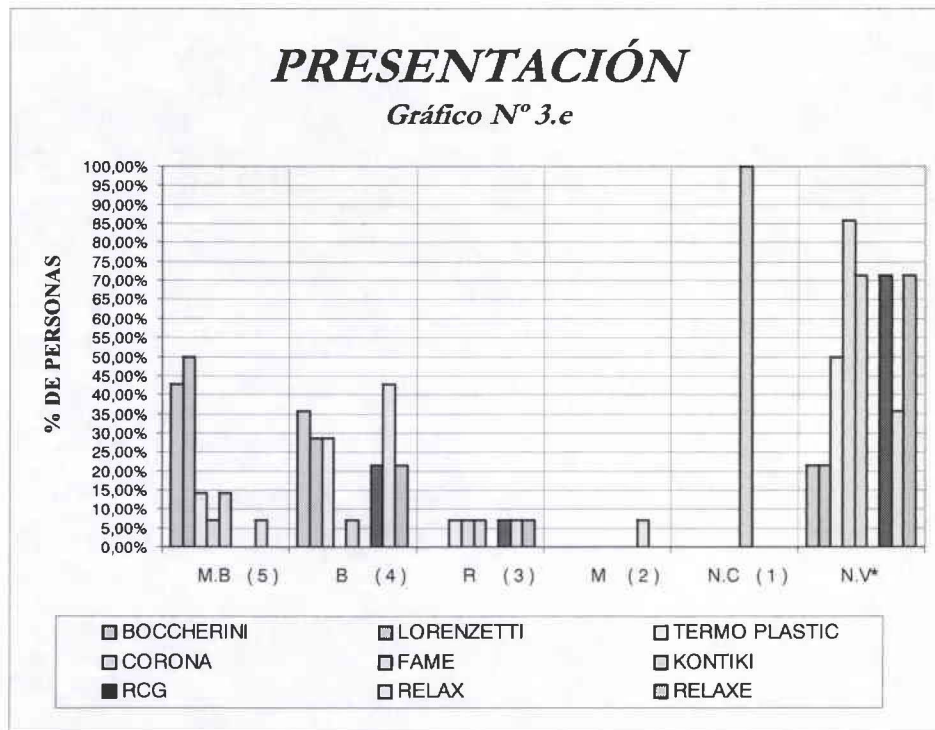
Elaborado: Autora de la tesis.



CARACTERÍSTICA N° 5.

MARCA	Presentación						
	5	4	3	2	1	N.V*	TOTAL
BOCCHERINI	42,86%	35,71%				21,43%	100%
LORENZETTI	50,00%	28,57%				21,43%	100%
TERMO PLASTIC	14,29%	28,57%	7,14%			50,00%	100%
CORONA	7,14%		7,14%			85,71%	100%
FAME	14,29%	7,14%	7,14%			71,43%	100%
KONTIKI					100,00%		100%
RCG		21,43%	7,14%			71,43%	100%
RELAX	7,14%	42,86%	7,14%	7,14%		35,71%	100%
RELAXE		21,43%	7,14%			71,43%	100%

Elaborado: Autora de la tesis.



De acuerdo a los datos expuestos arriba se puede concluir, que los propietarios de las ferreterías calificaron de la siguiente manera cada una de las características de las duchas:

- ⇒ La *ducha marca BOCCHERINI* es considerada en el prestigio de la ducha (42.86%), la durabilidad (50%) y la presentación (42.86%) es muy buena; en lo que respecta a la garantía (50%) de las duchas consideran que es buena y el precio de la *ducha marca BOCCHERINI* (57.14%) es considerado conveniente al momento de adquirirla.

- ⇒ En la *ducha marca LORENZETTI* consideran los Propietarios de las Ferreterías que el prestigio en el mercado (78.57%), la durabilidad de la ducha (64.29%), la garantía (42.86%) y la presentación (50%) es muy bueno. En lo que se refiere al precio es considerado conveniente (57.14%).

- ⇒ En las *duchas marca TERMO PLASTIC* consideran que tiene un prestigio (35.71%), durabilidad (42.86%) y presentación (28.57%) bueno, en lo que se refiere a la garantía (35.71%) de la ducha consideran que es muy buena; y el precio de la ducha es considerado conveniente (21.43%).

- ⇒ En las *duchas marca CORONA* consideran que tiene muy buen prestigio (14.29%) y muy buena durabilidad (14.29%), en lo que se refiere a la garantía que ofrece la ducha consideran que está entre muy buena (7.14%) y buena (7.14%). El precio de la ducha es considerado por los propietarios de ferretería entre conveniente (7.14%) y cara (7.14%); la presentación de la ducha es considerada muy buena (7.14%) y de regular presentación (7.14%).

- ⇒ En las *duchas marca FAME* son consideradas con un prestigio (14.29%) y durabilidad (14.29%) bueno, en lo que se refiere a la garantía es considerada

entre muy buena (14.29%) y buena (14.29%). El precio de las duchas es considerado entre convenientes (14.29%) y caras (14.29%) al momento de adquirirlas; y la presentación que ofrecen dichas duchas son considerada muy buena (14.29%).

- ⇒ Las *duchas marca KONTIKI* son duchas desconocidas en el mercado de Riobamba.
- ⇒ En las *duchas marca RCG* son consideradas duchas que tienen un prestigio (21.43%), durabilidad (28.57%), garantía (21.43%) y presentación (21.43%) buena. En lo que respecta al precio de las duchas son consideradas entre baratas (14.29%) y convenientes (14.29%) al momento de adquirirlas.
- ⇒ En las *duchas marca RELAX* son consideradas duchas de un prestigio entre muy bueno (21.43%) y bueno (21.43%), en lo que se refiere a la durabilidad (35.71%) y presentación (42.86%) son consideradas buenas. La garantía que ofrece dichas duchas es muy buena (28.57%) y en lo que se refiere al precio de las duchas (35.71%) son consideradas convenientes.
- ⇒ En las *duchas marca RELAXE* son consideradas buenas duchas en lo que respecta al prestigio (28.57%), la durabilidad (28.57%), garantía (21.43%) y presentación (21.43%) bueno. En lo que se refiere al precio son consideradas entre baratas (14.29%) y convenientes (14.29%).

PREGUNTA N° 4.

Cuántas duchas de promedio compra al mes?

De acuerdo a las condiciones del mercado de Riobamba, que es un mercado que no tiene una significativa demanda mensual, se consideró apropiado determinar los siguientes rangos de evaluación:

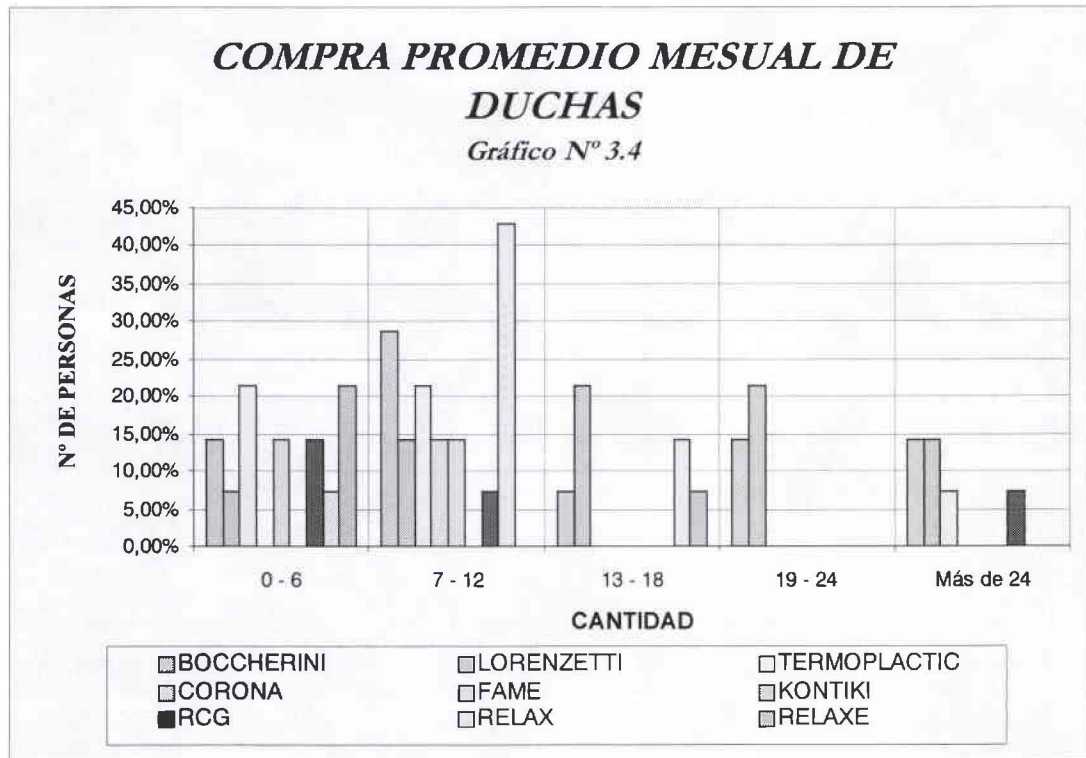
- ⇒ De 0 – 6 unidades.
- ⇒ De 7 – 12 unidades.
- ⇒ De 13 – 18 unidades.
- ⇒ De 19 – 24 unidades.
- ⇒ Más de 24 unidades.

Los resultados de la evaluación de los datos obtenidos son los siguientes:

Marca	CANTIDAD						CLIENTES NO VENDEN	TOTAL
	0 - 6	07 - 12	13 - 18	19 - 24	Más de 24			
						¿Cuántas?		
BOCCHERINI	14,29%	28,57%	7,14%	14,29%	14,29%	30+50	21,43%	100%
LORENZETTI	7,14%	14,29%	21,43%	21,43%	14,29%		21,43%	100%
TERMOPLACTIC	21,43%	21,43%			7,14%	30	50,00%	100%
CORONA		14,29%					85,71%	100%
FAME	14,29%	14,29%					71,43%	100%
KONTIKI							100,00%	100%
RCG	14,29%	7,14%			7,14%	30	71,43%	100%
RELAX	7,14%	42,86%	14,29%				35,71%	100%
RELAXE	21,43%		7,14%				71,43%	100%

Elaborado: Autora de la tesis.

A continuación se grafican estos datos:



Como se puede observar, los propietarios de las ferreterías seleccionaron el rango de compra mensual promedio de las duchas de la siguiente manera:

- ⇒ Las duchas marca *BOCCHERINI* se compran en promedio al mes entre 7 - 12 unidades, 28.57%; seguido por 0 – 6 unidades (14.29%), 19 – 24 unidades (14.29%), más de 24 unidades (14.29%) y el último lugar entre 13 – 18 unidades (7.14%).
- ⇒ Las duchas marca *LORENZETTI* se compran en primer orden entre 13 – 18 unidades (21.43%) y 19 – 24 unidades (21.43%) al mes, seguido por 7 – 12 unidades (14.29%) y más de 24 unidades (14.29%) al mes y en tercer orden se encuentra entre 0 – 6 unidades (7.14%) al mes.

- ⇒ Las *duchas marca TERMO PLASTIC* los propietarios de ferreterías compran en primera instancia de 0 – 6 unidades (21.43%) y de 7 – 12 unidades (21.43%), seguido por la compra de más de 24 unidades (7.14%) al mes.
- ⇒ Las *duchas marca CORONA* los propietarios de ferretería compran al mes entre 7 – 12 unidades promedio (14.29%).
- ⇒ Las *duchas marca FAME* compran mensualmente entre 0 – 6 unidades (14.29%) y entre 7 – 12 unidades (14.29%) al mes.
- ⇒ Las *duchas marca RCG* compran al mes entre 0 – 6 unidades (14.29%), seguido por 7 – 12 unidades (7.14%) y más de 24 unidades mensuales (7.14%).
- ⇒ Las *duchas marca RELAX* en primer orden de compra se encuentra entre 7 – 12 unidades (41.86%), seguido por 13 – 18 unidades al mes (14.29%) y en tercer orden se encuentra entre 0 – 6 unidades al mes (7.14%).
- ⇒ Las *duchas marca RELAXE* se encuentra en primer orden de compra entre 0 – 6 unidades al mes (21.43%) y en último orden se encuentra entre 13 – 18 unidades al mes (7.14%).

3.3. CONCLUSIONES OBTENIDAS DE LAS ENCUESTAS.

- ◇ En las encuestas se analizaron todos los modelos de las duchas que se ofertan en el mercado.

- ◇ Se estudiaron las principales características que tienen las duchas y que influyen en el comprador al momento de adquirirlas (marca, calidad, durabilidad, garantía, precio y presentación) .

- ◇ Con el fin de conocer el nivel de demanda general que tienen las duchas, también se hizo un estudio de las cantidades que compran los ferreteros en cada mes, para la cual se estableció rangos adecuados de compra mensual.

- ◇ De las nueve marcas de duchas encuestadas, las duchas marca *LORENZETTI*, *BOCCHERINI* y *TERMOPLASTIC* son las que tienen mayor aceptación en el mercado de Riobamba; debido a que las mismas son consideradas de buena calidad, prestigio, ofrecen garantía contra defectos de fabricación, tienen muy buena presentación y su precio para el consumidor final es conveniente.

- ◇ La *ducha marca KONTIKI* no es muy conocida en el mercado, pero reúne las características de las tres marcas que se indicaron anteriormente.

- ◇ Esta circunstancia, podría aprovecharse puesto que se podría introducir en el mercado de Riobamba una marca nueva y competitiva.

- ◇ Es importante que se haga el estudio de factibilidad de la *ducha marca KONTIKI* para determinar, si sus costos podrían permitir la introducción de una nueva marca de ducha.

3.4. ANÁLISIS DE PREFERENCIA DEL MERCADO.

En base a la encuesta se determinó que las marcas de duchas que se encuentran posicionadas en el mercado con similares características son las siguientes:

⇒ *LORENZETTI* .-

Son duchas automáticas de origen brasileño.

⇒ *BOCCHERINI* .-

Son duchas automáticas, de origen colombiano.

⇒ *TERMO PLASTIC* .-

Son duchas automáticas ecuatorianas.

3.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO.

Para determinar la demanda de las duchas y de sus modelos en el mercado de Riobamba, se ha hecho un análisis de las encuestas que se realizaron para el efecto de este estudio.

De acuerdo a los resultados de la investigación de mercado realizada, se pudo determinar las siguientes características de preferencia de las duchas que se ofertan en la ciudad de Riobamba:

- ⇒ Las prefieren de material termoplástico.
- ⇒ Las duchas de aluminio no tienen mayor preferencia, porque las consideran de un modelo obsoleto.
- ⇒ Por razones de mantenimiento, prefieren duchas eléctricas automáticas, puesto que las duchas normales requieren de una regulación eléctrica manual (por medio de switch), generando constantes inconvenientes de cortocircuitos de las resistencias de las duchas, cuando el usuario se olvida de desconectar la energía eléctrica de la ducha al acabar de bañarse.
- ⇒ Existe una similar preferencia, por adquirir duchas con manguera incorporada y sin ella.

- ⇒ Las duchas con regulación de temperatura y sin regulación, tienen igual preferencia del cliente, siendo su costo el factor que determina su compra.

Con el fin de resumir las características solicitadas, se realizó el siguiente cuadro de demanda, de los datos tabulados en las encuestas:

Del cuadro N° 3.1 expuesto, se puede obtener las siguientes conclusiones de preferencia:

- ⇒ Que las duchas sean automáticas.
- ⇒ Existe preferencia por las duchas con regulador de temperatura y con miniducha.
- ⇒ También existe una considerable acogida a las duchas con regulador de temperatura y sin miniducha.
- ⇒ A continuación se observa un interés por adquirir duchas sin regulador de temperatura y con miniducha.
- ⇒ Las duchas de menor acogida son las metálicas.
- ⇒ Las duchas de material termoplástico tienen una acogida mayoritaria.

3.6. PRECIOS DE VENTA AL PÚBLICO DE LA DUCHAS MÁS DEMANDADAS EN EL MERCADO.

Para determinar los precios de venta al público de las duchas más demandadas en el mercado, se ha realizado cotizaciones a los propietarios de ferreterías (ANEXO G1). Los precios de venta al público se indican en el ANEXO G2 y los valores promedio de las duchas más demandas en el mercado, son los siguientes:

PRECIOS PROMEDIO DE VENTA AL PÚBLICO DE LA DUCHAS MÁS DEMANDADAS EN EL MERCADO.

MARCA	MODELO	PRECIO PROMEDIO
LORENZETTI	MAXI	9,97
BOCCHERINI	MAXI	9,10
TERMO PLASTIC	CD 600	7,88

FUENTE: Autora de la tesis.

3.7. CARACTERÍSTICAS DEL TIPO DE DUCHAS QUE SE DEBERÍAN IMPORTAR.

De lo expuesto se ha determinado que las duchas que se deberían sugerir al inversionista para la importación deben contener las siguientes características:

- ⇒ Que sean de material termoplástico.
- ⇒ Deben ser automáticas.
- ⇒ Deberían importarse duchas con y sin regulador de temperatura.
- ⇒ La miniducha no es un accesorio determinante para su demanda. Se sugiere que las duchas con y sin este elemento, se adquieran en base al análisis de su precio al consumidor final.
- ⇒ No es recomendable importar duchas con un acabado cromado. Este tipo de ducha no tiene mucha demanda.

3.8. DETERMINACIÓN DE LA MARCA DE LA DUCHA PARA SU IMPORTACIÓN.

De acuerdo al análisis de las características, que analizamos en este capítulo, se puede observar que las *duchas marca KONTIKI* tienen varios modelos, que reúnen todas las características de las duchas marca *LORENZETTI*, *BOCCHERINI* y *TERMOPLASTIC*, que son demandas en Riobamba (ver cuadro N° 3.1).

Por tal razón tenemos un gran potencial para invertir en esta marca de ducha, por las siguientes razones:

- ⇒ Ofrece un año de garantía.
- ⇒ Tiene las mismas características de funcionamiento que los otros productos similares ya posicionados en el mercado.
- ⇒ Tienen resistencia climatizada para mayor duración.
- ⇒ Son de fácil instalación.
- ⇒ Ofrecen una ventaja competitiva frente a las demás duchas.
- ⇒ Son de material termoplástico (este material tiene general aceptación).
- ⇒ Es un marca nueva que generará expectativa en el consumidor, pues sus características y ventajas ya son conocidas en otras marcas.

El análisis económico sobre su costo de importación y la determinación de su costo de venta, será fundamental y determinante para que esta marca de ducha se deba importar.

Por lo tanto en el capítulo siguiente, se hará el estudio de factibilidad pertinente, en el cual se establecerán:

- a) Los costos de importación
 - ❖ Costo FOB:
 - ❖ Transporte.
 - ❖ Impuestos.
 - ❖ Verificación aduanera.
 - ❖ Seguros.
 - ❖ Registro en el Banco Central.
 - ❖ Autorización del INEN.
 - ❖ Registro del Documento Único de Importación en el banco corresponsal.

- b) Los precios de venta.

- c) Los ingresos por la comercialización de las duchas.

- d) Las utilidades esperadas que generarían esta inversión.

CAPÍTULO IV

CAPÍTULO IV

PROYECTO DE IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

4.1. PROYECCIÓN DE VENTAS E INGRESOS QUE SE OBTENDRÍAN EN LA IMPORTACIÓN DEL PRODUCTO.

4.1.1. GENERALIDADES.

Con la crisis económica y política que sufrió el Ecuador en el año de 1999, ha existido cambios que influyeron a que los precios de los bienes y servicios fueran altos al igual que su tasa de riesgo.

A partir del año 1999 hasta hoy en día, el Ecuador ha tenido una tendencia a la baja en lo que respecta a los precios de los bienes y servicios, por lo que existen factores que han incentivado a la inversión en los diferentes campos, así por ejemplo:

- El descongelamiento bancario que otorgó liquidez tanto como a oferentes como a compradores.
- La confianza en el manejo del sistema bancario.
- La dolarización, que eliminó en gran parte la incertidumbre de la economía.
- Las remesas de dinero de los emigrantes, que se están canalizando especialmente a la construcción de viviendas.

Estos cambios en la economía ecuatoriana, ha dado como resultado que los precios de todos los bienes y servicios tengan una tendencia a la baja y por lo tanto sean más reales.

El sector que ha tenido un mayor crecimiento en el Ecuador es el de la construcción, “las evoluciones del sector se mueven de manera paralela con la economía en general” ¹.

El sector de la construcción experimentó un crecimiento del 18.30% en el 2000, respecto del -24.90% que se registró en el año 1999. En el año 2001 tuvo un crecimiento del 4.0% y del 14.70% en el año 2002. Las previsiones de crecimiento para el 2003, ubican a este sector a una tasa del 3.8% (TABLA N° 4.1).

TASA DE CRECIMIENTO DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN.

TABLA N° 4.1

AÑOS	% TASA DE CRECIMIENTO
1994	7,00%
1995	0,40%
1996	1,30%
1997	2,70%
1998	-0,02%
1999	-24,90%
2000	18,30%
2001	4,00%
2002	14,70%
2003 *	3,80%
* Previsión de crecimiento para el sector de la construcción	
FUENTE: Banco Central del Ecuador	

Se ha hecho una evaluación de las variaciones de crecimiento del sector de la construcción, puesto que éste incide en el crecimiento de las soluciones

¹ REVISTA EKOS, Economía y Negocios, N° 111.

habitacionales que requiere el Ecuador, y por lo tanto incide de alguna manera en la demanda de las duchas.

4.1.2. ANÁLISIS DE LA BASE DE DATOS DE LAS DUCHAS MÁS COMERCIALIZADAS POR EL INVERSIONISTA.

Para tener un criterio claro de la variación de la tendencia de crecimiento del mercado de las duchas en la ciudad de Riobamba, se realizó su estudio en el período comprendido entre los años 2000 – 2003.

El análisis de las variaciones de precios y de las cantidades adquiridas por el inversionista, se ha efectuado a las *duchas marca LORENZETTI*, por ser la más conocida en el mercado.

Los datos se obtuvieron de las facturas de compra, que ha hecho el inversionista a la empresa importadora de este producto como se detalla en el ANEXO H.

El cuadro resumen del ANEXO H se indica a continuación:

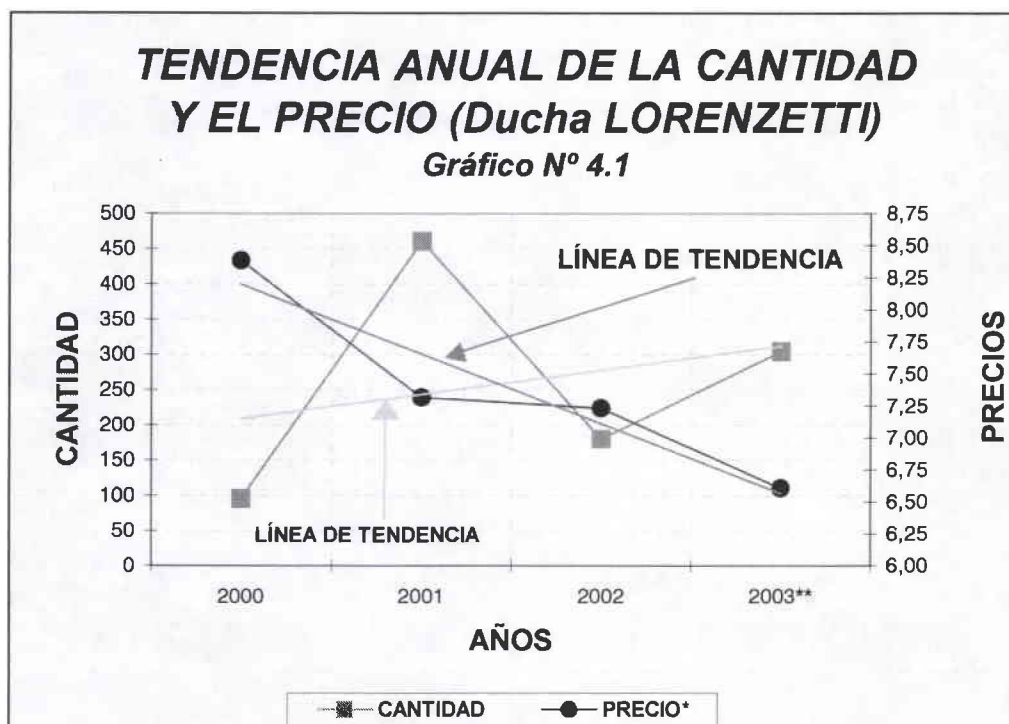
**VARIACIÓN ANUAL DEL PRECIO Y CANTIDAD ADQUIRIDA DE LAS
DUCHAS MARCA LORENZETTI
PERIODO 2000 - 2003.**

Cuadro N° 4.2

AÑOS	MODELO MAXI DUCHA		
	CANTIDAD	PRECIO*	TOTAL
2000	96	8,38	804,74
2001	461	7,32	3373,28
2002	180	7,23	1301,29
2003**	304	6,61	2007,95
TOTAL	1041	7,38	7487,27

* Precios promedio
** Hasta el mes de Agosto

El gráfico de la relación cantidad y precio de la ducha LORENZETTI es el siguiente:



Con los datos expuestos en este gráfico, se determinó las siguientes ecuaciones, que permiten relacionar las variaciones de las cantidades y sus precios:

$$Y = 8,7388 - 0,5421 X \quad \longrightarrow \text{PRECIO}$$

$$Y = 174,5 + 34,3 X \quad \longrightarrow \text{CANTIDAD}$$

Como podemos ver en el Gráfico N° 4.1, existe una tendencia sostenida a la baja del precio de las duchas.

En lo que respecta a su adquisición, tiene una tendencia al crecimiento durante los años 2000 al 2003.

4.1.3. PROYECCIÓN DE INGRESOS BRUTOS Y DE VENTAS DEL INVERSIONISTA.

Para el estudio de factibilidad, se tomó en cuenta los ingresos que obtendría el inversionista al hacer la importación para un periodo proyectado de cinco años.

Se consideró que los ingresos brutos de la inversión están definidos por la cantidad de duchas adquiridas y el precio del producto.

En el ANEXO J, se detalla la proyección de la variación de precios de venta al público por modelos, de la ducha marca *KONTIKI*.

En la determinación del precio se analizó: los costos que intervienen en la importación de las duchas, más la utilidad correspondiente al inversionista y el porcentaje de la inversión por modelo de ducha que se va a adquirir (ver el ANEXO I).

Cabe indicar que la utilidad inicial para el inversionista en este proyecto es del 20%, por tratarse de la importación de un producto que no se encuentra posicionado en el mercado. Sin embargo, se sugerirá al inversionista que una vez que ingrese al mercado este producto, la inversión sea mayor, para que sus costos de compra sean menores y obtenga una mayor utilidad. —

En base a los datos obtenidos en el ANEXO I se elaboró el cuadro que se indica en el ANEXO J.

El ANEXO K se elaboró para definir la proyección de ventas e ingresos brutos en la importación de las duchas marca *KONTIKI*, para lo cual se consideró la pendiente de la ecuación, que define las variaciones de la cantidad de las duchas *LORENZETTI* compradas, que se mencionó en el numeral anterior.

Del análisis del ANEXO I se sugiere al inversionista que sería adecuado adquirir los siguientes modelos y cantidades de *duchas marca KONTIKI* :

- ⇒ Modelo K 101, duchas con regulador de temperatura y con manguera: trescientas unidades.
- ⇒ Modelo K 106, duchas sin regulador de temperatura y con manguera: trescientas unidades.
- ⇒ Modelo K 104, duchas sin regulador de temperatura y sin manguera: doscientas unidades.

Se considera que los modelos y cantidades indicados, son adecuados para ingresar al mercado una cantidad prudente de duchas que no implican ningún riesgo puesto que se las puede comercializar en el mismo local comercial del inversionista y/o al mismo tiempo se hacer una cobertura, mediante la distribución de duchas a otros locales comerciales, para que las vendan en calidad de sub distribuidores, a precios de mercado razonables.

4.2. ANÁLISIS FINANCIERO PREVIO A LA IMPORTACIÓN DEL PRODUCTO.

4.2.1. ANTECEDENTES.

Con la importación y comercialización de las *Duchas KONTIKI*, se tiene el propósito de introducir al mercado un producto de buena calidad, bajo precio y competitivo.

- Este proyecto ha sido diseñado para ser implementado en la ciudad de Riobamba, con fines de expansión a nivel nacional.

- Para el estudio del flujos de fondos (ingresos y egresos que intervienen en la inversión), se establecerán dos escenarios, para un periodo de cinco años:
 - ▣ El primero con apalancamiento: con capital propio parcial, más el financiamiento de una institución financiera.

 - ▣ El segundo sin apalancamiento: con capital propio.

- De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los Propietarios de Ferretería, se tomó la decisión de importar los siguientes modelos de duchas:
 - Con regulador de temperatura y con manguera,
 - Sin regulador de temperatura y con manguera, y
 - Sin regulador de temperatura y sin manguera.

- Los costos de tramitación para la importación con el Banco Corresponsal y su documentación, para efectos de este estudio, se asume que se mantendrán constantes durante cinco años (tiempo que generalmente se asume para este tipo de inversiones).

- Los demás costos que generan la importación de las duchas, varían de acuerdo a la cantidad que se importe desde Colombia.

- Para determinar el precio de costo de cada ducha, los gastos fueron repartidos de acuerdo al volumen de compra por modelo.

4.3. COSTOS Y ARANCELES QUE SE PAGAN PARA LA IMPORTACIÓN DEL PRODUCTO.

Como se indicó anteriormente, el producto a importar será la ducha marca KONTIKI.

Los costos y aranceles para su importación son los siguientes:

4.3.1. COSTOS INICIALES DE LA INVERSIÓN.

Los costos iniciales para la importación de las duchas, (ANEXO K, Cuadro N° 1) se generan en los siguientes trámites:

- Inscripción como importador en el Banco Central del Ecuador,
- Aprobación del DUI en el banco corresponsal, y
- Autorización pertinente del INEN para la importación del producto con un valor de \$20 para países que conforman la CAN y \$75 para terceros países.

4.3.2. COSTOS DE COMPRA DE LAS DUCHAS MARCA KONTIKI.

El costo de compra se lo definió para un período de cinco años, período para el cual, se estableció la cantidad y el precio unitario de fábrica de cada modelo de las duchas.

Los modelos de duchas que se van a importar son:

- Modelo K 101, con regulador de temperatura y con manguera.
- Modelo K 106, sin regulador de temperatura y con manguera; y
- Modelo K 104, sin regulador de temperatura y sin manguera.

El costo de adquisición del producto en los diferentes modelos de duchas. (ANEXO K, Cuadro N° 2)

4.3.3. COSTO DE TRANSPORTE DE LA MERCADERÍA.

El costo de transporte de la mercadería es determinado por el precio del flete aéreo (en este caso), y por el peso de las duchas que se van a importar.

El peso de las duchas se obtuvo dividiendo la cantidad anual de duchas por modelo a importar, para la capacidad de embalaje de cada caja determinado por el fabricante.

El costo de transporte de la mercadería desde Colombia a Ecuador, se detalla en el ANEXO K, Cuadro N° 3.

4.3.4. COSTO DE LA PÓLIZA DE SEGURO DE LA MERCADERÍA.

El costo de la póliza de seguro, va de acuerdo al valor FOB de la mercadería (que es igual al Costo Total de Compra que se va a importar).

Los componentes del costo del seguro son los siguientes:

- El 0.60% de prima que cobra la empresa aseguradora,
- El 3.5% de contribución a la Superintendencia de Bancos,
- \$ 25 dólares de derecho de emisión de la póliza de seguros,

Los costos del seguro se obtienen multiplicando:

- El 0.60% de prima por el valor FOB,
- El 3.5% de contribución a la Superintendencia de Bancos por el valor FOB,

- \$ 25 dólares de derechos de emisión de la póliza de seguros es constante durante los cinco años de análisis,
- A la suma de la prima, la contribución a la Superintendencia de Bancos y al derecho de emisión se le debe aplicar el valor del 12% del IVA.

La determinación del costo de seguro, se detalla en el ANEXO K, Cuadro N° 4.

4.3.5. COSTOS DE LA VERIFICACIÓN.

Llegada la mercadería al País, la verificadora constata si se ha declarado y se ha importado las unidades físicas reales. El costo por verificación de la mercancía es:

- El 1% del valor FOB + IVA; ó
- Si el valor FOB es menor o igual a \$ 18.000 dólares el costo de la verificación será de \$180 dólares + IVA.

Para nuestro caso, el costo de la verificación será el mismo en los cinco años de estudio: ver ANEXO K, Cuadro N° 5.

4.3.6. IMPUESTOS Y TASAS POR SERVICIOS ADUANEROS.

Después de haber, realizada todos los procedimientos para la nacionalización del producto se paga los impuestos y tasas por servicios aduaneros.

Los impuestos y tasas aduaneras (establecidas por la ley) a pagarse son:

- El 0.50% de la Tasa de FONDINFA.
- El 0.025% de Impuestos FOB.
- El cero por ciento (0%) de Derechos Arancelarios (%Ad – Valorem) para países integrantes de la CAN ó el 20% de Derechos Arancelarios para terceros países; y,
- El 12% del IVA.

Los impuestos y tasas por servicios aduaneros se obtiene de la siguiente manera:

1. - Se calcula el valor CyF (Costo y Flete) .
2. - $CyF = Valor\ FOB + Valor\ del\ Transporte\ Aéreo.$
3. - El segundo paso es calcular el valor CIF.
4. - $CIF = Valor\ CyF + Costo\ de\ la\ Póliza\ de\ Seguro\ de\ la\ mercancía.$
5. - La tasa de FODINFA es igual a la multiplicación del Valor CIF por el 0.50%.
6. - Los impuestos FOB se calcula multiplicando el Valor CIF por el 0.025%; y;
7. - A la suma del valor CIF, la tasa FODINFA y los Impuestos FOB se le debe aplicar el valor del 12% del Impuesto al Valor Agregado.

En el ANEXO K, Cuadro N° 6 se detalla la determinación de los impuestos y tasas por servicios aduaneros.

4.4. ESTUDIO FINANCIERO.

4.4.1. FLUJO DE FONDOS.

4.4.1.1. DEFINICIÓN DEL FLUJO DE FONDOS.

El Flujos de Fondos son los ingresos y gastos realizados durante un período de análisis, para hallar el beneficio o pérdida, obtenido en dicho periodo por el inversionista.

4.4.1.2. PARÁMETROS QUE INTERVIENEN EN EL ANÁLISIS DEL FLUJO DE FONDOS.

Los parámetros que intervienen en el análisis del flujo de fondos, son los siguientes:

- ⇒ Tasa de Oportunidad.
- ⇒ Valor Actual Neto (VAN).
- ⇒ Tasa Interna de Retorno (TIR).

4.4.1.2.1. TASA O COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL.

a) DEFINICIÓN DE LA TASA O COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL.

“ La tasa o costo de oportunidad de capital es la tasa de retorno que, como mínimo, se le exige generar a una inversión. Esta tasa equivale a la rentabilidad esperada, o a la que se renuncia para invertir en un proyecto económico de riesgo similar “² .

² WWW.YAHOO.COM

b) DETERMINACIÓN DE LA TASA DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL.

En el ANEXO L, se detalla la tasa de oportunidad del proyecto, para determinar los beneficios o flujos de caja que espera el inversionista en el transcurso de la inversión con apalancamiento o sin apalancamiento.

La tasa de oportunidad se obtiene en base a:

- El índice de inflación obtenido de la información que entrega el Banco Central del Ecuador. Influye cuando se invierte con o sin apalancamiento; y,
- A la tasa de interés activa, que influye cuando la inversión es con financiamiento de una institución financiera (con apalancamiento).

La Tasa de Oportunidad se obtiene de la siguiente manera:

$$K = [(T.I. * P.In) / 100\%] + [(I * P.In) / 100\%]$$

Donde:

K = Tasa de Oportunidad.

T.I. = Tasa de Inflación Anual = 6.48% vigente desde Nov. 2002 a Nov. 2003.

I = Tasa de Interés.

P.In = Proporción de la Inversión con o sin apalancamiento.

A continuación se indican los resultados obtenidos:

TASA DE INFLACIÓN =	6,48%
TASA DE INTERES =	18,21%

PROPORCIÓN DE LA INVERSIÓN (P. IN).				
DESCRIPCIÓN	APALANCAMIENTO			
	SI		NO	
	INVERSIÓN	P. IN.	INVERSIÓN	P. IN.
CAPITAL PROPIO	3000	60%	5000	100%
FINANCIAMIENTO	2000	40%	0	0%
TOTAL	5000	100%	5000	100%

TASA DE OPORTUNIDAD CON APALANCAMIENTO = 11.17%.

TASA DE OPORTUNIDAD SIN APALANCAMIENTO = 6.48%

Los resultados obtenidos del 11.17% con apalancamiento y del 6.48% sin apalancamiento, indican los valores de la rentabilidad mínima esperada en la inversión para eliminar el riesgo.

4.4.1.2.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN).

“ El Valor Actual Neto consiste en convertir los beneficios futuros a su valor presente; considerando un porcentaje fijo, que representa el valor del dinero en el tiempo “³, tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital (incluida la inversión inicial).

³ PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Marco Caldas Molina.

El Valor Actual o Valor presente, es la cantidad de dinero que sería necesaria invertir hoy para que, a un tipo de interés dado, se obtuvieran los flujos de caja previstos.

En un proyecto de inversión, el VAN se calcula de la siguiente manera:

$$\text{VAN} = -I + \text{FF}_1 / (1+r)^1 + \text{FF}_2 / (1+r)^2 + \dots + \text{FF}_n / (1+r)^n$$

donde:

V.A.N.: Valor Actual Neto;

I: Inversión Inicial;

FF: Flujo de Fondos;

r: Tasa de oportunidad del capital.

La regla de aceptación bajo el criterio de valor presente neto requiere que éste sea mayor a cero.

VPN > 0

Criterios de evaluación del VAN:

- VAN > 0 ; el proyecto es atractivo.
- VAN = 0 ; es indiferente el proyecto.
- VAN < 0 ; el proyecto no es atractivo.

4.4.1.2.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

La tasa interna de retorno, es la tasa a la cual el valor presente neto de una inversión es cero. Es un método comúnmente utilizado para valorar los proyectos de inversión.

“ La Tasa Interna de Retorno consiste en convertir los beneficios futuros a valores presentes, sólo que en lugar de utilizar un porcentaje fijo, determina el rendimiento de la inversión expresando éste como una tasa de interés (en porcentaje) ” ⁴.

La Tasa Interna de Retorno es la rentabilidad del dinero que permanece invertido en un proyecto.

En un proyecto de inversión, la TIR se calcula de la siguiente manera:

$$TIR \Rightarrow 0 = -I + FF_1 / (1+i)^1 + FF_2 / (1+i)^2 + \dots + FF_N / (1+i)^n$$

donde:

TIR = Tasa Interna de Retorno;

I: Inversión inicial;

FF: flujo de fondos;

i : Tasa de Rentabilidad del Dinero = TIR.

⁴ PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Marco Caldas Molina.

La regla de aceptación de una inversión bajo el criterio de tasa interna de retorno indica que esta última debe ser superior a la tasa mínima aceptable o tasa de retorno requerida, es decir:

$$I > K$$

Donde:

I = **TIR** = Tasa de rentabilidad

K = Tasa o costo de oportunidad del capital.

Criterios de evaluación del TIR:

- I > K ; el proyecto es atractivo.

- I < K ; no es atractivo el proyecto.

4.4.2. DETERMINACIÓN DE LOS FLUJOS DE FONDOS.

Existen dos tipos de flujos de fondos:

1. Flujo de Fondos con apalancamiento (capital propio más endeudamiento).

2. Flujo de Fondos sin apalancamiento (con capital propio y sin endeudamiento).

Para efectos de este estudio se analizarán los dos flujos de fondos anteriormente mencionados, con un período de análisis de cinco años y una inversión total de \$ 5000 dólares.

4.4.3. FLUJO DE FONDOS CON CAPITAL PROPIO Y CON ENDEUDAMIENTO.

4.4.3.1. GENERALIDADES.

La inversión se realizará de la siguiente manera:

- a) \$ 3000 dólares financiado por el inversionista (con capital propio),
- b) Más el financiamiento de una institución financiera de \$ 2000 dólares.

En este tipo de flujo de fondos, en el plan de financiamiento interviene el costo financiero. Que es el interés que se paga a la institución financiera que otorga el financiamiento.

En el ANEXO N1, se analiza el flujo de fondos con apalancamiento. En este anexo, se detalla la inversión inicial por parte del inversionista, los costos de toda la inversión (ANEXO H), la proyección de ventas e ingresos brutos (ANEXO J), el costo de oportunidad de capital (ANEXO L) y el plan de financiamiento para la importación de duchas marca *KONTIKI* (ANEXO M).

4.4.3.2. CALCULO DE LAS CUOTAS DE PAGO DEL PLAN DE FINANCIAMIENTO – CON APALANCAMIENTO.

Para el calculo del costo financiero, se realizó una tabla de amortización para dos años, tiempo para el cual la institución financiera nos presta su capital.

El calculo de las cuotas que el inversionista deberá pagar, se lo calcula de la siguiente manera:

$$\text{Cuota Mensual a Pagar} = A \times \left[\frac{i/m}{1 - (1 + i/m)^{-(t \times m)}} \right]$$

Capital a financiarse = A

Años de Plazo = t

Tasa de Interés Anual Activa = i

Nº de períodos en el año = m

En el ANEXO M se detalla el plan de financiamiento, en el cual se podrá ver como el costo financiero va de mayor a menor valor a pagar, a medida que avanza el período de pago.

A continuación se indican los resultados obtenidos:

A = \$ 2000 dólares.

t = 2 años

i = 18.21% anual.

m = 12 aportes mensuales.

Cuota mensual a pagar = \$ 100.05 dólares.

La amortización del capital, es menor en las primeras cuotas y aumenta su valor en las últimas cuotas mensuales a pagarse.

La suma del costo financiero más la amortización del capital dan como resultado las cuotas mensuales fijas a pagarse.

4.4.4. FLUJO DE FONDOS CON CAPITAL PROPIO Y SIN ENDEUDAMIENTO.

La inversión total en el estudio de este escenario es de \$ 5000 dólares, y su inversión es del 100% con capital propio.

En este flujo de fondos, el plan de financiamiento no interviene. Por lo que se trabaja con el 100% con capital propio.

En el ANEXO N2, se analiza el flujo de fondos sin apalancamiento. En el cual, se detalla la inversión por parte del inversionista, los costos de toda la inversión (ANEXO K), la proyección de ventas e ingresos brutos (ANEXO J) y la tasa de oportunidad del capital (ANEXO L).

4.4.5. ANÁLISIS FINANCIERO.

4.4.5.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

Para realizar el flujo de fondos, se tomó en cuenta:

- ⇒ Los costos de la inversión para la importación de duchas marca *KONTIKI*, mencionado en el numeral 4.3. ó ANEXO K.

- ⇒ Los ingresos anuales proyectados para cada uno de los modelos de las *Duchas KONTIKI*, con sus respectivos precios de mercado y sus cantidades proyectadas para un periodo de 5 años, mencionado en el numeral 4.1. ó ANEXO J.

- ⇒ La tasa de oportunidad de capital describe la rentabilidad esperada en la inversión, mencionado en el numeral 4.4.1.2.1. ó ANEXO L.

- ⇒ El plan de financiamiento que interviene en la inversión con apalancamiento, mencionado en el numeral 4.4.3.2. ó ANEXO M.

En el ANEXO N1 y N2 se detalla el flujo de fondos con apalancamiento y sin apalancamiento, respectivamente.

Al realizar los Flujos de Fondos para los cinco años se obtuvo los siguientes resultados:

- Con capital propio y con financiamiento (ANEXO N1) se obtuvo:
 - VAN = \$ 2181.17;
 - TIR = 28.85%.

- Con capital propio y sin financiamiento (ANEXO N2) se obtuvo:
 - VAN = \$ 3904.76;
 - TIR = 27.70%.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES.

- Al realizar las encuestas para la elaboración de este trabajo, a los propietarios de las ferreterías, se concluyó que en el Ecuador existe poca competencia de marcas de Duchas Eléctricas (entre empresas nacionales y extranjeras).

- Según dichas encuestas, prefieren duchas eléctricas importadas.

- Las duchas eléctricas preferidas son de material termoplástico, porque no es conductor de la corriente eléctrica .

- A pesar de la fuerte crisis que azotó al Ecuador en 1999, se está estabilizando económicamente con una moneda internacional, la cual no puede ser devaluada.

- En la comercialización de las duchas, existen varios intermediarios hasta llegar al consumidor final.

- La presencia de varios intermediarios incide en el aumento de su precio, encareciéndolas y haciéndolas menos competitivas.

- El análisis financiero se lo realizó con una inversión total de \$ 5000 dólares americanos, en un periodo de 5 años.

- El Plan de Negocios es rentable. Pues en el análisis financiero, se obtuvo los siguientes resultados:
 - ◆ Con capital propio y con financiamiento (ANEXO M1):
 - VAN = \$ 2181.17;
 - TIR = 28.85%.

 - ◆ Con capital propio y sin financiamiento (ANEXO M2):
 - VAN = \$ 3904.76;
 - TIR = 27.70%.

- Los resultados del análisis financiero indican que el proyecto es atractivo y viable en los dos escenarios planteados. Es decir, que los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión, nos da un valor presente neto positivo y la rentabilidad del dinero invertido (TIR) durante el proyecto es mayor al costo de oportunidad de capital.

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES.

- Como está planteado el estudio, es factible la inversión en este proyecto porque se obtendría una rentabilidad mínima del 20%, en la inversión inicial. Esta rentabilidad es atractiva tomando en cuenta que estamos dolarizados, y que de acuerdo a la rotación que se le a la mercadería importada, la rentabilidad anual será mayor al 20% inicial.

- Se recomienda al inversionista, que para que el proyecto sea más rentable, se debe importar una mayor cantidad de duchas eléctricas para menorar los costos de importación y poder posicionarse más rápidamente en el mercado.

- Para introducir las duchas, se recomienda que se las promocióne y se realice una publicidad adecuada por los medios de comunicación como la radio, la prensa, etc.

- Una vez posicionada en el mercado, se recomienda hacer una evaluación de los precios de venta al público y de la utilidad en los precios por modelos de la ducha marca *KONTIKI*, para obtener una mayor utilidad global, en base a la preferencia en la importación del modelo de ducha más demandado.

- Ya introducidas las duchas marca *KONTIKI* en la ciudad de Riobamba, el inversionista podrá iniciar la comercialización y distribución en el centro del país, para en un futuro expandirse a nivel nacional.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA.

⇒ www.comunidadandina.org

⇒ www.bce.fin.ec

⇒ www.corpei.gov

⇒ Ley Orgánica de Aduanas.

⇒ ECONOMÍA INTERNACIONAL, Dominik Salvatore, 6° Edición.

⇒ Cámara de Comercio de Riobamba.

⇒ ESTADÍSTICA PARA LA ADMINISTRACIÓN Y LA INGENIERÍA, Edwin Galindo, Año 1999.

⇒ INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, Orozco Arturo.

⇒ www.sica.gov.ec

⇒ www.panalpina.com

⇒ www.lorenzetti.com.br

⇒ www.boccherini.net

⇒ www.altavista.com

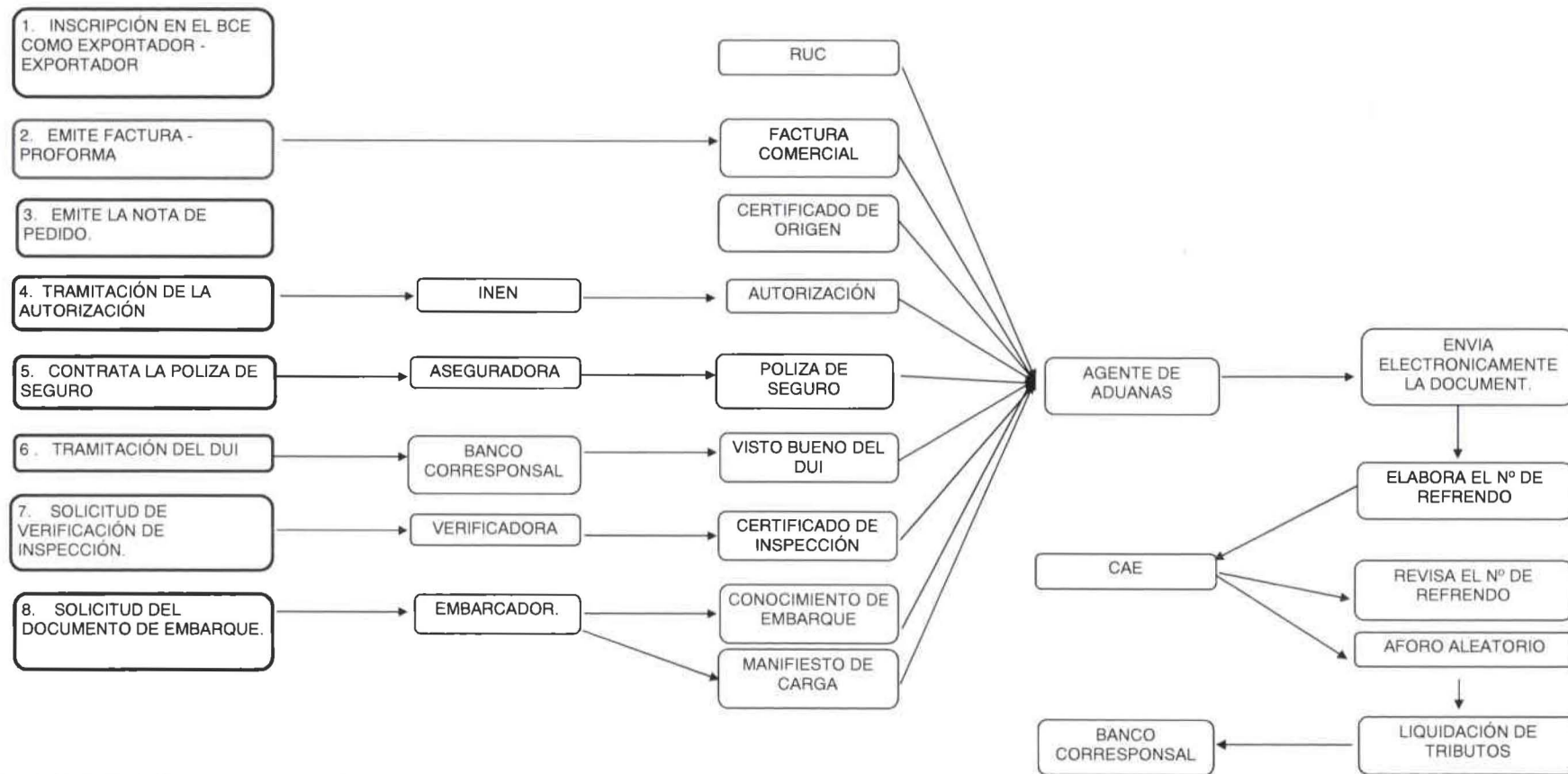
⇒ www.google.com

⇒ REVISTA EKOS, Economía y Negocios.

⇒ PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Marco Caldas
Molina.

⇒ www.yahoo.com

FLUJOGRAMA DE LA IMPORTACIÓN DEL PRODUCTO.



SIMBOLOGIA:

- TRAMITES QUE REALIZA EL IMPORTADOR.
- TRAMITES QUE REALIZA EL EXPORTADOR.

**CUADRO COMPARATIVO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS DUCHAS QUE MÁS SE OFERTAN
EN EL MERCADO vs. LA DUCHA MARCA KONTIKI.**

Cuadro N° 2.1

MARCA DE LA DUCHA	MODELO	ACABADO		CON REGULADOR DE TEMPERATURA		CON MINI DUCHA		VOLTAJE DE TRABAJO		CONTACTOS DE LA DUCHA	
		CROMADO	TERMOPLASTICO	SI	NO	SI	NO	110 W	220 W	LIGA DE PLATA	COBRE MACIZO
LORENZETTI	TRADICIONAL	✓		✓		✓		✓	✓	✓	
	LORENDUXA		✓	✓			✓	✓	✓	✓	
	MAXI BAÑO		✓	✓			✓	✓	✓	✓	
BOCHERINI	TRADICIONAL		✓		✓		✓	✓		NO INDICA	NO INDICA
	MAXI BOCHERINI		✓		✓	✓		✓		NO INDICA	NO INDICA
	MILENIO		✓	✓		✓		✓		NO INDICA	NO INDICA
TERMO PLASTIC	DUCHA CD - 600		✓		✓		✓	✓	✓	NO INDICA	NO INDICA
	MINICALEFÓN CD - 975		✓		✓		✓	✓	✓	NO INDICA	NO INDICA
	DUCHA CD - 680		✓		✓		✓	✓	✓	NO INDICA	NO INDICA
	SALÓN DE BELLEZA CS - 620		✓		✓	✓		✓	✓	NO INDICA	NO INDICA
KONTIKI	SUPER DUCHA (K-101)		✓	✓		✓		✓			✓
	SUPER AUTOMÁTICA (K-104)		✓		✓		✓	✓			✓
	SUPER AUTOMÁTICA (K-106)		✓		✓	✓		✓			✓

ELABORADO: AUTORA DE LA TESIS.

