



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE TECNOLOGÍAS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y
VENTA DIRECTA DE GRIFERÍA - LLAVES TIPO SALIDA, DE PASO Y
MEZCLADORA DESDE LA CHINA PARA LA INDUSTRIA DE LA
CONSTRUCCIÓN DE LA CIUDAD DE QUITO**

**Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de Tecnóloga
en Exportaciones e Importaciones**

**Profesor Guía
Ing. Roberto López**

**Autora
María Jose Moncayo Avilés**

**Año
2012**

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación “

**ING. ROBERTO G. LÓPEZ Z.
C.C. 171139231-4**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

MARÍA JOSÉ MONCAYO AVILÉS
C.C. 172352955-6

AGRADECIMIENTO

Con Gratitud y respeto presento el siguiente trabajo, que va especialmente dirigido a mis distinguidos Maestros, forjadores de unos profesionales nobles y justos que mañana harán del Ecuador una Patria más libre y próspera; A mis compañeros y amigos a quienes llevo en el corazón.

A mi querido Ing. Roberto López cuyas aulas son testigos de sueños que hoy los veo realizados.

DEDICATORIA

Al culminar una nueva etapa de mi vida.

Con mucho cariño dedico:

A mi Madre

Este trabajo, que refleja el esfuerzo y sacrificio que me brindó en cada momento, para hacer de mí, un ser humano digno de representar a mi Patria y honrar a mi Dios y familia.

RESUMEN

El sector de la construcción comprende un gran número de actividades económicas, desde la construcción y la reparación de viviendas particulares, hasta grandes proyectos de ingeniería. La actividad de la construcción se divide básicamente en vivienda, construcciones, pues la renovación, el mantenimiento y la demolición de edificios representan un porcentaje elevado de todas las actividades de construcción.

La gran diversidad de actividades y productos que comprenden la construcción trae consigo una diversidad similar de los agentes que intervienen en ella; existe una creciente tendencia a subcontratar grandes fases del proceso de construcción, desde servicios especializados hasta la provisión de mano de obra. Los materiales de construcción y componentes, instalaciones industriales y equipo, se compran o se alquilan en general a otras empresas.

Frente al reciente aumento del número de obras de infraestructura financiadas por los empresarios, se ve justificada la inclusión de los servicios financieros en el sector. Se puede considerar la rama de la construcción como un conjunto flexible de agentes y actividades que pueden mundializarse y desmundializarse de diversas maneras, lo que significa que cada vez se hace más latente la corriente de aperturismo internacional, que permite el intercambio creciente de tecnologías, recursos financieros y especialmente la participación del capital extranjero en empresas locales, lo que se advierte también se da en el sector de la construcción, el mismo que puede enfrentar procesos de fluctuaciones en la participación local e internacional de los mencionados recursos tecnológicos, financieros y de inversión.

La construcción desempeña un papel decisivo en el crecimiento y el desarrollo económico del país. Los productos del sector de la construcción son bienes de inversión duraderos, clasificados en la contabilidad nacional como “capital fijo”

El proyecto al ser ejecutado generará una serie de beneficios directos e indirectos a las instancias involucradas en el proceso, especialmente a la población vinculada con el sector de la construcción, mediante la generación de empleo de las personas de bajo recursos, que dispondrán de recursos para satisfacer sus necesidades.

Se dará un mayor dinamismo del sector de la construcción, al abastecerle con grifería de calidad, precios convenientes, de manera oportuna y en la demanda requerida.

De acuerdo a los resultados de encuestas se confirma la existencia de mercado para nuevas importaciones de grifería, y conforme a los datos de demanda insatisfecha estimados en el abastecimiento de la demanda de grifería, se propone una importación anual creciente, en la medida en que las nuevas partidas de bienes vayan posicionándose en el mercado.

La incursión de las ventas del proyecto en el mercado de la ciudad de Quito, se basa en la visión optimista que se ha deducido de los criterios de las personas y empresas encuestadas, y luego de advertir el crecimiento del sector de la construcción que continuará en el futuro con una tendencia significativa como se ha demostrado en los análisis correspondientes, lo que se comprueba adicionalmente con el incremento sustantivo de las importaciones, las mismas que son necesarias en vista de que las empresas ecuatorianas productoras de estos bienes, exportan cantidades significativas, disminuyendo la oferta de estos bienes al mercado nacional.

De acuerdo al análisis del mercado, se observa un crecimiento notable de las importaciones al Ecuador de grifería reflejando una demanda nacional importante para este producto tomando en cuenta el crecimiento del sector de la construcción, que a su vez responde a los requerimientos de viviendas de la población, ya que el país de China se convirtió desde el 2002 en el primer vendedor ofreciendo productos a precios muy bajos, asegurándose de la

calidad de los productos exigiendo certificaciones sobre este aspecto a los productores en ese país por lo tanto la importación de grifería resulta muy económica permitiendo así el acceso a mayor número de personas para que lo adquieran.

ABSTRACT

The construction sector comprises a large number of economic activities, from construction and repair of private homes to large engineering projects. The construction activity is basically divided into housing construction, for the renovation, maintenance and demolition of buildings representing a major proportion of all construction activities.

The great diversity of activities and products that comprise the building brings a similar diversity of actors involved in it, there is a growing trend to outsource major phases of the construction process, from specialized services to the supply of labor. Construction materials and components, industrial facilities and equipment purchased or rented to other companies in general.

Faced with the recent increase in the number of infrastructure projects financed by employers, is justified to include financial services sector. You can consider the construction industry as a flexible set of actors and activities that can be globalized and desmundializarse in various ways, which means that it is becoming more latent current international openness, which allows increased exchange of technologies financial resources and especially the participation of foreign capital in local enterprises, which can be seen also occurs in the construction sector, the same processes may face fluctuations in local and international participation of the remedies technological, financial and investment.

Construction plays a role in growth and economic development. The products of construction are durable capital goods, classified in national accounts as "fixed assets"

The project to be executed will generate a series of direct and indirect benefits to the agencies involved in the process, especially the population linked to the

construction industry, by generating employment for low-income people who have resources to meet their needs.

It will give fresh impetus to the construction industry, to supply you with quality fittings, reasonable prices, timely and in demand required.

According to survey results confirmed the existence of market for new imports of taps, and according to the data estimated unmet demand supply of taps, we propose a growing annual import, to the extent that new items of goods are positioned in the market.

The incursion of the project sales in the market town of Quito, is based on the optimistic view that has been deduced from the criteria of individuals and companies surveyed, and then notice the growth of construction sector will continue in the future with a significant trend as demonstrated in the corresponding analyzes, which further verifies the substantial increase in imports, they are necessary in view of Ecuadorian firms producing these goods, exported significant quantities, decreasing the supply of these goods domestically.

According to market analysis, we see significant growth in imports to Ecuador fittings reflecting a significant domestic demand for this product taking into account the growth of construction sector, which in turn responds to the housing requirements of the population, as the country of China since 2002 became the first vendor to offer products at very low prices, ensuring the quality of products requiring certification on this issue for producers in that country thus imports of fittings is very inexpensive allowing access to as many people to acquire it.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO I	2
1.1. Estudio de Mercado y Producción Nacional	2
1.2. Requisitos para la Creación de la Empresa.....	2
1.2.1. Requisitos para personas jurídicas en la CCQ son los siguientes .	2
1.3. Mercado Importación de Grifería.....	3
1.3.1. Fabricantes de grifería en la China.....	3
1.3.2. Mercado Local	3
1.3.3. Características de la Producción del Bien	6
1.3.4. Descripción de los bienes	8
1.4. Análisis Mercado Local Industria de la Construcción	9
1.5. Marketing Mix.....	11
1.5.1. PLaza.....	11
1.5.2. Productos.....	11
1.5.3. Precio.....	11
1.5.4. Promoción.....	12
1.6. Análisis del Mercado Existente	13
1.6.1. Análisis de las Importaciones	14
1.6.2. Análisis de las Exportaciones	15
1.6.3. Recolección de la información	17
1.7. Procesamiento de la Información	17
1.7.1. Fuentes Primarias.....	17
1.7.2. Encuesta a los Distribuidores	17
1.7.3. Encuestas a los Constructores	28
1.8. Oferta del Proyecto	41
1.9. Comercialización del Bien	41
2. CAPÍTULO II	44
2.1. Ingeniería del Proyecto	44
2.1.1. Requisitos para ser importador	44

2.1.2. Adquisición del producto e Incoterm de Negociación	44
2.1.3. Documentos de pre embarque e inspección en origen.....	46
2.1.4. Nota de pedido.....	46
2.1.5. Transporte Internacional	47
2.1.6. Bill Of Lading (B/L), Guía Aérea o Carta Porte	47
2.1.7. Póliza de seguro	48
2.1.8. Desaduanización de la mercadería.....	50
2.1.9. Transporte interno en el Ecuador.....	52
2.1.10. Descarga en bodega de la empresa	52
2.1.11. Venta y despacho del Producto	53
2.2. Flujograma de Procesos.....	55
2.3. Impuestos y Tributos al Comercio Exterior	57
2.4. Preliquidación de Tributos.....	61
2.5. Transporte a utilizar y logística	61
2.6. Costos Mercadería, tributos y comercialización.....	63
3. CAPÍTULO III	63
3.1. Activos Fijos Tangibles	64
3.1.1. Adecuaciones en Oficina y Bodega	65
3.1.2. Equipos de Oficina.....	65
3.1.3. Equipos de Computación.....	66
3.1.4. Vehículos	66
3.2. Activos Diferidos	67
3.3. Capital de Trabajo	67
3.4. Estructura del Financiamiento	68
3.5. Costos e Ingresos del Proyecto	70
3.5.1. Mercadería.....	70
3.5.2. Mano de obra directa	70
3.6. Costos de Fabricación.....	71
3.6.1. Mano de obra indirecta	71
3.7. Gastos Administrativos	72
3.8. Gastos de Ventas.....	72
3.8.1. Tramitología.....	73
3.8.2. Depreciaciones	74

3.8.3. Seguros	75
3.9. Proyección de los Costos	75
3.10. Ingresos del Proyecto	78
3.11. Evaluación Económica Financiera del Proyecto.....	80
3.11.1. Instrumentos de Evaluación.....	80
3.11.2. Estado de Situación Inicial	80
3.12. Estado de Resultados	82
3.13. Flujo de Caja	84
3.14. Indicadores de Evaluación.....	87
3.15. Valor Actual Neto	87
3.16. Tasa Interna de Retorno.....	90
3.17. Período de Recuperación de la Inversión	93
3.18. Punto de Equilibrio.....	94
3.19. Índices Financieros.....	98
3.19.1. Rentabilidad sobre la inversión	98
3.19.2. Instrumentos sobre recursos propios.....	98
3.19.3. Índice de apalancamiento	99
3.19.4. Índice de cobertura	99
3.19.5. Rentabilidad sobre ventas	99
4. CAPÍTULO IV	100
4.1. Conclusiones	100
4.2. Recomendaciones	102
BIBLIOGRAFÍA	103
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	105
ANEXOS	107

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1.1.	Valor en Millones.....	5
Cuadro No. 1.2.	Mercado Existente de grifería años 1998 A 2004 (En Toneladas Métricas)	13
Cuadro No. 1.3.	Importaciones al Ecuador de Grifería de la Partida 8481.80.10 Valores en Toneladas Años 1998 a 2005	14
Cuadro No. 1.4.	Exportación del Ecuador de grifería de la partida 8481.80.10 Valores en Toneladas AÑOS 1998 a 2055.....	15
Cuadro No. 1.5.	Encuesta a Distribuidores – Criterio respecto a Distribuidores.....	18
Cuadro No. 1.6.	Encuesta a Distribuidores – Razones respecto al criterio de la situación del sector de la construcción en el Ecuador.....	19
Cuadro No. 1.7.	Encuesta a Distribuidores – Proveedores de Grifería en China.....	20
Cuadro No. 1.8.	Encuestas a Distribuidores – Precio de Venta.....	21
Cuadro No. 1.9.	Encuestas a Distribuidores – Frecuencia de compra o Importación de grifería.....	22
Cuadro No. 1.10.	Encuestas a Distribuidores – Frecuencia de compra o Importación de grifería.....	23
Cuadro No. 1.11.	Encuesta a Distribuidores – Frecuencia mensual de compra o Importación de grifería.....	23
Cuadro No. 1.12.	Encuestas a Distribuidores – Frecuencia Trimestral de compra o Importación de grifería.....	24
Cuadro No. 1.13.	Encuesta a Distribuidores – Como se distribuye el producto.....	24
Cuadro No. 1.14.	Encuestas a Distribuidores – Distribuidores en las ciudades del Ecuador.....	25
Cuadro No. 1.15.	Encuestas a Distribuidores – Porcentaje de consumidores dispuestos a adquirir grifería de origen Chino a una nueva empresa.....	26

Cuadro No. 1.16.	Encuestas a los Distribuidores – Precio de grifería en dólares por unidad en porcentajes.....	28
Cuadro No. 1.17.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje respecto a la situación del sector de construcción de vivienda en el Ecuador.....	29
Cuadro No. 1.18.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje respecto a la situación del sector de construcción de vivienda en el Ecuador.....	30
Cuadro No. 1.19.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje de proyectos que utilizan productos Chinos.....	31
Cuadro No. 1.20.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje de empresas que compra productos chinos a distribuidores o que importan directamente.....	32
Cuadro No. 1.21.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje criterio de los materiales de construcción y accesorios Chinos.....	33
Cuadro No. 1.22.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje frecuencia compra o importa grifería.....	34
Cuadro No. 1.23.	Encuestas a los Constructores – Frecuencia mensual de compra o importa grifería.....	35
Cuadro No. 1.24.	Encuestas a los Constructores – Frecuencia trimestral de compra o importa grifería.....	36
Cuadro No. 1.25.	Encuestas a los Constructores – Frecuencia semestral de compra o importa grifería.....	36
Cuadro No. 1.26.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje precio de los materiales.....	37
Cuadro No. 1.27.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje de proveedores que cumplen a satisfacción a los clientes.....	38
Cuadro No. 1.28.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje razones de proveedores que cumplen a satisfacción a los clientes.....	39

Cuadro No. 1.29.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje de clientes que adquieren grifería a una nueva empresa.	40
Cuadro No. 2.1.	Costos Mercadería, Tributos y Comercialización.....	63
Cuadro No. 3.1.	Inversión total.....	64
Cuadro No. 3.2.	Activos Fijos Tangibles.....	65
Cuadro No. 3.3.	Costo de Adecuaciones en Oficina y Bodega.....	65
Cuadro No. 3.4.	Adquisición de Equipos de Oficina.....	66
Cuadro No. 3.5.	Adquisición de Equipos de Computación.....	66
Cuadro No. 3.6.	Adquisición de Vehículos.....	67
Cuadro No. 3.7.	Activos Diferidos.....	67
Cuadro No. 3.8.	Capital de Trabajo.....	68
Cuadro No. 3.9.	Mercadería (Grifería).....	70
Cuadro No. 3.10.	Personal para la carga de mercadería.....	71
Cuadro No. 3.11.	Adquisición de Mano de Obra Directa.....	71
Cuadro No. 3.12.	Gastos Administrativos.....	72
Cuadro No. 3.13.	Gastos de Ventas.....	73
Cuadro No. 3.14.	Tramitología.....	74
Cuadro No. 3.15.	Depreciaciones.....	74
Cuadro No. 3.16.	Seguros.....	75
Cuadro No. 3.17.	Costos Totales del Proyecto.....	76
Cuadro No. 3.18.	Clasificación de Costos.....	77
Cuadro No. 3.19.	Ingresos Totales del Proyecto.....	79
Cuadro No. 3.20.	Estado de Situación Inicial.....	81
Cuadro No. 3.21.	Estado de Resultado.....	83
Cuadro No. 3.22.	Flujo de Caja del Proyecto.....	85
Cuadro No. 3.23.	Flujo de Caja del Inversionista.....	86
Cuadro No. 3.24.	VAN del Proyecto.....	89
Cuadro No. 3.25.	VAN del Inversionista.....	90
Cuadro No. 3.26.	TIR del Proyecto.....	92
Cuadro No. 3.27.	TIR del Inversionista.....	93
Cuadro No. 3.28.	Período de Recuperación del Proyecto.....	94
Cuadro No. 3.29.	Cálculo del Punto de Equilibrio.....	97

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1.1.	PIB.....	6
Gráfico No. 1.2.	Encuestas a los Distribuidores – Criterio respecto a la situación del sector de la construcción de vivienda en el Ecuador.....	18
Gráfico No. 1.3.	Encuestas a los Distribuidores – Razones con respecto a la situación de la construcción de vivienda en el Ecuador.....	19
Gráfico No. 1.4.	Encuestas a los Distribuidores – Porcentaje de proveedores de grifería en China.....	20
Gráfico No. 1.5.	Encuestas a los Distribuidores – Precio de grifería en dólares por unidad en porcentajes.....	21
Gráfico No. 1.6.	Encuestas a los Distribuidores – Porcentaje de compra o importación de grifería.....	22
Gráfico No. 1.7.	Encuestas a los Distribuidores – Porcentaje de distribuidores de productos.....	25
Gráfico No. 1.8.	Encuestas a los Distribuidores – Porcentaje de distribuidores de productos en otras ciudades de Ecuador.....	26
Gráfico No. 1.9.	Encuestas a los Distribuidores – Porcentaje de consumidores dispuestos a adquirir grifería de origen Chino a una nueva empresa.....	27
Gráfico No. 1.10.	Encuestas a los Distribuidores – Precio de grifería en dólares por unidad en porcentajes.....	28
Gráfico No. 1.11.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje respecto a la situación del sector de construcción de vivienda en el Ecuador.....	29
Gráfico No. 1.12.	Encuestas a los Constructores – Razones en porcentajes a la situación en el sector de la construcción.....	30
Gráfico No. 1.13.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje de	

	proyectos que utilizan productos Chinos.....	31
Gráfico No. 1.14.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje de empresa que compra productos chinos a distribuidores o que importan directamente.....	32
Gráfico No. 1.15.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje criterio de los materiales de construcción y accesorios Chinos.....	33
Gráfico No. 1.16.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje frecuencia compra o importa grifería.....	34
Gráfico No. 1.17.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje precio de los materiales.....	37
Gráfico No. 1.18.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje de proveedores que cumplen a satisfacción a los clientes.....	38
Gráfico No. 1.19.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje razones de proveedores que cumplen a satisfacción a los clientes.....	39
Gráfico No. 1.20.	Encuestas a los Constructores – Porcentaje de clientes que adquieren grifería a una nueva empresa.....	40
Gráfico No. 2.1.	Ventas y Despacho del Producto	55
Gráfico No. 2.2.	Flujograma del Proceso de Importación y Comercialización	56
Gráfico No. 2.3.	Proceso de Evaluación de la Satisfacción del Cliente	57

INTRODUCCIÓN

Para orientar adecuadamente los análisis a realizarse en el estudio es necesario partir de la siguiente pregunta ¿Qué parámetros, criterios e información debemos considerar para llegar a la conclusión de si es o no factible vender grifería de origen chino en el mercado objetivo, durante los próximos 5 años?

Al existir países que se encuentran en franco proceso de desarrollo industrial, y que han logrado abaratar sus costos, como es el caso de China, es pertinente demostrar la factibilidad de importar estos materiales de dicho país, y distribuirlos a precios competitivos, pero obteniendo una rentabilidad financiera que garantice la permanencia de la empresa del proyecto.

Al concluir el presente estudio se demostrará que es factible, ya que captaremos mayor número de clientes, y consecuentemente existirá rentabilidad y productividad.

Para llevar a cabo el plan de negocios es necesario realizar una investigación que obtenga toda la información necesaria para su determinada actividad laboral con respecto al servicio que prestara.

La propuesta de importación de grifería, se inicia con 5 toneladas en el año 2010, la misma que crece en forma paulatina hasta llegar a 25 toneladas en el año 2018.

Se adoptó esta tendencia creciente de las importaciones, porque a medida que se desarrollan las actividades de comercialización se va obteniendo un mayor conocimiento del mercado y consecuentemente hay un creciente posicionamiento del producto, siendo importante señalar que de acuerdo a las perspectivas de crecimiento de la demanda, las cantidades que se introducirán en el mercado son insignificantes, pues la participación del proyecto se da en forma progresiva, lo cual garantiza la comercialización exitosa del producto de la empresa del proyecto.

1. CAPITULO I

1.1. ESTUDIO DE MERCADO Y PRODUCCIÓN NACIONAL

El sector de la construcción comprende un gran número de actividades económicas, desde la construcción y la reparación de viviendas particulares, hasta grandes proyectos de ingeniería.

Es así, que en Quito la demanda de vivienda aumenta progresivamente. En el año 2009 se construyeron 10085 unidades entre viviendas, oficinas, urbanizaciones y locales comerciales. La vivienda represento el 84% de un mercado inmobiliario total en capital 554 millones de dólares, las viviendas más apetecidas son valoradas desde USD 30.000¹

Según las estadísticas del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos – INEN, se incrementó considerablemente la construcción de nuevas viviendas, lo que ratifica la afirmación que el sector de la construcción continuó su proceso de recuperación. En efecto, en el año 2001, se construyeron 21.968 viviendas, en el 2002 alanzó a 22.267 viviendas y en el 2003 llegó a 24.762 viviendas, en tanto que el año 2004, se concedieron por parte de los municipios del país 24.367 permisos de construcción.²

1.2. REQUISITOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

1.2.1. Requisitos para personas jurídicas en la CCQ son los siguientes

- Copia de la escritura
- Una foto tamaño “ Carnet “
- Copia RUC (Registro Único de Contribuyentes)

¹ El comercio, Construir, Sábado 17 diciembre del 2010

² Instituto de Estadísticas y Censos – INEN – Encuesta de Edificaciones año 2010

- Nombramientos y aceptación del representante CCQ (Cámara de Comercio de Quito)
- Copia de la cédula representante CCQ (Cámara de Comercio de Quito)
- Llenar autorización de débito automático
- El valor a cancelar depende del monto de la compañía

1.3. MERCADO IMPORTACIÓN DE GRIFERÍA

1.3.1. Fabricantes de grifería en la China

1.3.2. Mercado Local

El proyecto al ser ejecutado generará una serie de beneficios directos e indirectos a las instancias involucradas en el proceso, especialmente a la población vinculada con el sector de la construcción, mediante la generación de empleo de las personas de bajo recursos, que dispondrán de recursos para satisfacer sus necesidades.

Se dará un mayor dinamismo del sector de la construcción, al abastecerle con grifería de calidad, precios convenientes, de manera oportuna y en la demanda requerida.

El sector de la economía ecuatoriana referente a “Construcciones”, comprende todas aquellas actividades que implican la realización de obras físicas en forma manual o mecánica, mediante la utilización de los llamados materiales de construcción, de diferente origen, sea de arcilla, metal, madera, etc.

En el presente caso se analiza, lo concerniente a la actividad de construcción en el ámbito de las viviendas.

Según la encuesta del INEC, de la superficie total que se declaró para la obtención de los permisos de construcción de edificaciones que aprueban los

Municipios del país, el 70.1% serían destinados para fines residenciales, el 28.9% para fines no residenciales y el 1% para construir garajes.³

A base de los permisos de construcción concedidos por los Municipios del país en el año 2004, se advierte que el 90% han sido concedidos para la ejecución de proyectos de nuevas construcciones, mientras que el 8% es para ampliaciones y la diferencia es para reconstrucciones.

En lo que concierne al financiamiento de la construcción de viviendas, tiene dos fuentes de origen: los recursos propios y el 18.8% con crédito. Del crédito, el 41% sería provisto por las instituciones financieras, especialmente Bancos, que han sido calificados por el Banco Ecuatoriano de la Vivienda y lo restante con recursos propios de las instituciones financieras Privadas, entre las cuales destacan las Mutualistas del país.⁴

Para comprobar la importación del sector de la construcción en la economía del país, debe analizarse su Producto Interno Bruto – PIB -, que es la agregación de valor de los factores productivos como Trabajo (sueldos y salarios), capital (intereses), recursos productivos (alquileres y arriendos) y factor empresarial (utilidades), que no es otra cosa que el valor de la producción que genera un país o cualquiera de sus sectores productivos. Otra forma de decir lo mismo sería mencionar que se trata de la generación de riqueza a nivel interno de cada país, por lo tanto no interviene en estas estimaciones, lo que significa las importaciones de bienes y servicios.

³ <http://www.inec.gob.ec/preliminares/somos.html>

⁴ <http://www.bev.fin.ec/index.php/introduccion>

Cuadro No. 1.1. Valor en Millones

FECHA	VALOR
Enero-31-2010	57978.00 millones de USD
Enero-31-2009	52022.00 millones de USD
Enero-31-2008	54209.00 millones de USD
Enero-31-2007	45504.00 millones de USD
Enero-31-2006	41705.00 millones de USD
Enero-31-2005	36942.00 millones de USD
Enero-31-2004	32646.00 millones de USD
Enero-31-2003	28409.00 millones de USD
Enero-31-2002	24718.00 millones de USD
Enero-31-2001	21271.00 millones de USD
Enero-31-2000	16283.00 millones de USD
Enero-31-1999	16896.00 millones de USD
Enero-31-1998	23290.00 millones de USD
Enero-31-1997	23715.00 millones de USD
Enero-31-1996	21483.00 millones de USD
Enero-31-1995	20288.00 millones de USD
Enero-31-1994	18662.00 millones de USD
Enero-31-1993	15153.00 millones de USD

FUENTE: Banco Central del Ecuador

ELABORADO: Autora

Gráfico No. 1.1 PIB



FUENTE: Banco Central del Ecuador

ELABORADO: Autora

1.3.3. Características de la Producción del Bien

La producción del bien que se analizan en el presente trabajo se encuentra concentrada en dos empresas que se ubican en la ciudad de Quito, estas son EDESA S.A., que se sale al mercado con la marca del mismo nombre de la empresa, es decir EDESA; y la otra empresa es Franz Viegner S.A. Industria de Porcelana Sanitaria, que expende sus productos en el mercado bajo marca FV.

A. Empresa EDESA S.A., se fundó en el años 1.981 como Cerámicos Industriales Cía. Ltda., y en 1983 se transforma en sociedad anónima cerrada, bajo la razón social de Cerámicas Industriales S.A. – CISA – En años posteriores, con la Sociedad de Inversiones Pampa Calichera, adquiere Porcelana Florencia Cía., Ltda. E inicia producción de porcelana fina en Chile. En 1994 adquiere el Holding venezolano Vencerámica y sus filiales de Ecuador y EEUU. En 1997 CISA adquiere el 100% de las acciones de Brigs Plumbing Products de EEUU. En el año 2000, se reestructura la empresa de EEUU, decidiendo que la producción de bañeras y grifería y la comercialización de productos sanitarios cerámicos. Además EDESA S.A. del Ecuador, comercializa desde hace 5 años, productos de procedencia China como la grifería,

pero lo hacen con la marca EDESA. Para garantizar la calidad de los productos chinos, el Holding tiene personal en China que revisa y controla la calidad de estos bienes antes del embarque a los diferentes países. Cuentan con repuestos y garantía, y hasta la actualidad no se han generado quejas respecto a la calidad de estos productos importados de China.

De su producción el 70% exporta a países como EEUU (Estos productos están dentro del esquema de tratamiento preferencial arancelario ATPDA). Otros destinos son Colombia, Perú, y Centro América.⁵

B. Empresa Franz Viegner FV, fue fundada en Alemania en la segunda mitad del siglo 19, mientras que en 1.920 se funda una sucursal de esta empresa en Argentina. FV fue la promotora de la creación de ECUACOBRE en 1977 y en 1991 crea la empresa FV América, para abastecer a EEUU y Canadá, con productos diseñados para abastecer las exigencias de esos mercados.⁶

Las siguientes son las líneas de grifería que elabora:

GRIFERÍA DE BRONCE

- Línea Michelangelo
- Línea Elegance
- Línea Milenium
- Línea Monocromado Swing
- Línea Acrein
- Duchas y complementos
- Grifería para cocina

Estos productos tienen acabados en cromo y en cromo oro.

⁵ <http://www.edesa.com.ec/>

⁶ <http://www.franzviegener.com/>

La producción nacional de grifería, experimenta una mayor intensidad en el impacto por efectos de la dolarización, desde el año 2001 el crecimiento es realmente significativo en el año 2003 y en adelante decrece de forma importante posiblemente ante la presencia significativa de producto extranjero originario especialmente de China.

1.3.4. Descripción de los bienes

Una alta proporción de bienes industrializados del país, dispone de normas técnicas emitidas por el organismo responsable, que es el Instituto Ecuatoriano de Normatización – INEN -, que obliga a las empresas que los elaboran a cumplir los lineamientos y guías de dicha normatividad.

En tal virtud, es pertinente registrar las definiciones y características de los bienes que son el objeto de este estudio, que se refiere a grifería.⁷

GRIFERÍA - LLAVES

Terminología de la Grifería – Llaves

- **Llave de salida:** Es una llave destinada a regular el flujo directo del líquido hacia el exterior.



⁷ INEN Norma NTE INEN 968 – 96

- **Llave de paso:** Es una llave destinada a controlar o cortar el flujo de agua en una tubería.



- **Llave mezcladora:** Es una llave destinada a regular el flujo de dos tuberías en una sola salida hacia el exterior.



1.4. ANÁLISIS MERCADO LOCAL INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN

FODA

Este es un análisis que tiene como finalidad revelar las posibles estrategias para la ejecución de un proyecto, la evaluación se realiza en forma interna y externa.

F O D A	<p>Análisis Interno</p> <p>Este análisis nos permite determinar las fortalezas y debilidades de la empresa.</p>	
	Fortalezas	Debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ La empresa contara con un stock y un amplia gama de productos de grifería – llaves. ❖ Ofrecerá un producto de calidad, a la vez la entrega de la grifería – llaves será en el menor tiempo posible para que el cliente no tenga ningún retraso en el momento de instalación. ❖ Dar énfasis en promocionar la grifería – llaves y en lo posterior poder distribuir en otras ciudades del Ecuador. ❖ Las personas encargadas de la Comercialización son profesionales. ❖ De acuerdo al volumen de compra se realizara descuentos, a la vez en pedidos a crédito se otorgará el descuento por pronto pago. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Las campañas de publicidad serán escasas por un periodo. ❖ Personal de planta con escasa capacitación
	<p>Análisis Externo</p> <p>Este análisis determina las oportunidades y amenazas que poseerá la empresa.</p>	
Oportunidades	Amenazas	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ La empresa estará ubicada en un sector muy estratégico de la ciudad, ya que es en la zona industrial de Quito. ❖ La empresa va a aplicar una política de inventario permanente, la misma nunca quedara desabastecida por lo que ganara la confianza de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Por la situación económica del país, las personas tienden a adquirir un producto de contrabando que será una principal amenaza de la empresa. ❖ El desabastecimiento de la materia prima en el extranjero. 	

1.5. MARKETING MIX

1.5.1. Plaza

Se entiende por plaza a los medios que utilizarán para que se contacten oferentes y demandantes, con el fin de realizar las negociaciones de los bienes en estudio.

En el presente caso, nosotros los importadores entregaríamos partes de los productos equivalentes al 40% en sus bodegas ubicadas en Carcelén industrial al norte de la ciudad de Quito, sea a los constructores o a distribuidores mayoristas. Otra proporción importante, estimada en 60% se entregará por pedido a los constructores en los sitios que ellos hayan elegido o en los sitios de las obras, y a los almacenes que también hayan realizado los pedidos y el pago respectivo en los lugares señalados como domicilio de esos distribuidores.⁸

1.5.2. Productos

Los productos que se ha elegido es grifería de procedencia China, destinado a construcción de vivienda de mediano costo, que ha definido atender sobre todo a los programas de construcción de vivienda para los estratos de medios y bajos ingresos de la población.

Sin embargo, hay que acotar que los productos a importarse de China, serán de calidad certificada, de acuerdo a lo que es procedimiento usual que se aplica a los bienes que se importan de China.

1.5.3. Precio

Para determinar los precios a nivel de consumidor, se realizó una visita a diferentes locales comerciales de distribuidores, almacenes y puntos de venta de las empresas productoras ecuatorianas.

⁸ De acuerdo a las encuestas realizadas

La conclusión que se puede extraer de la información recopilada, es que los precios de estos productos tienen un elevado número de variaciones conforme, las calidades, modelos y tamaños, que brinda la oportunidad a los clientes finales de seleccionar los bienes requeridos, de acuerdo a nuestro producto objeto del estudio se considero un precio de 12.00 USD cada unidad.⁹

En consecuencia, dichos datos son tan diversos y disímiles en un mismo producto, que es imposible analizarlos sistemáticamente a efectos de extraer conclusiones valiosas respecto a las características de competitividad de las diferentes marcas de los distintos orígenes.

1.5.4. Promoción

La Promoción comprende demostración del producto, promoción propiamente dicha y publicidad.

En lo referente a la demostración, se participará en las ferias exposición organizadas en el Ecuador sobre vivienda y materiales de la construcción, con el fin de exhibir los productos y de esta manera difundir las bondades de estos bienes entre los clientes potenciales.

Respecto a la promoción, se aplicará descuentos interesantes en las compras que pasen de cierto volumen y valor; y, si sus pagos son realizados al contado, Por otra parte se aplicará un plazo para el pago por los productos adquiridos.

La publicidad, cuyo costo se registra en la parte financiera de este estudio, se ejecutará de manera general, mediante anuncios en la radio, en folletos específicos y hojas volantes. Además, se desarrollará una publicidad puerta a puerta, entre los constructores, que son quienes deciden acerca de los materiales a adquirir. Se aprovechará la información que se dispone en este

⁹ De acuerdo a las encuestas realizadas

estudio en los listados de constructores y en los programas de construcción de vivienda.

1.6. ANÁLISIS DEL MERCADO EXISTENTE

El producto objeto de análisis pertenece al capítulo 84, a la partida arancelaria 8480 “los demás artículos de grifería y órganos similares”, que contiene la subpartida 8481.80.10 que es de interés del presente estudio y que se denomina “ Canillas o grifos para uso doméstico.

La producción nacional de grifería, representa los valores existentes de la producción de la partida 8481.80.10 del Ecuador y básicamente se encuentra concentrada en dos empresas que se ubican en la ciudad de Quito, estas son EDESA S.A., que sale al mercado con la marca del mismo nombre y la otra empresa es Franz Viegener S.A. Industria de Porcelana Sanitaria, que expende sus productos en el mercado bajo la marca FV.¹⁰

**Cuadro No. 1.2 Mercado Existente de grifería
AÑOS 1998 A 2004 (En Toneladas Métricas)**

AÑO	PRODUCCIÓN NACIONAL	CRECIMIENTO ANUAL (%)
1998	673	0
1999	967	43,68
2000	221	-77,15
2001	498	125,34
2002	532,5	6,93
2003	1278	140
2004	855,2	-33,08

Fuente: INEC Encuestas de Manufactura y Minería
Elaborado por: El autor

¹⁰ <http://sice1.aduana.gob.ec/ied/arancel/index.jsp>

La fuente consultada, es decir las encuestas de Manufactura y Minería que se publican anualmente por parte del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos es la única referencia que se encuentra en el país acerca de estadísticas en lo que concierne a la producción nacional del bien de estudio.

La producción nacional de grifería, experimenta una mayor intensidad en el impacto por efectos de la dolarización, pues es de 967 toneladas en 1999 baja a solo 221 toneladas en el año 2000, pero desde el año 2001 el crecimiento es realmente significativo hasta alcanzar las 1278 toneladas en el año 2003 y decrece de forma importante en -33% posiblemente ante la presencia significativa de producto extranjero originario especialmente de China.¹¹

1.6.1. Análisis de las Importaciones

Representa los valores existentes sobre las importaciones realizadas por el Ecuador del producto grifería de la partida 8481.80.10. Se ha tomado los datos históricos de los últimos años de las importaciones.

Cuadro No. 1.3 Importaciones al Ecuador de Grifería de la Partida 8481.80.10 Valores en Toneladas Años 1998 a 2005

AÑO	TONELADAS
1998	324,19
1999	176,52
2000	326,19
2001	377,37
2002	425,68
2003	683,3
2004	820,18
2005	706,57

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: El autor

Las cantidades importadas por el Ecuador desde China de canillas o grifos, han experimentado un crecimiento inusual y sostenido, reflejado un gran interés de

¹¹ INEC Encuestas de Manufactura y Minería

los constructores hacia este tipo de bienes de origen chino, y validando los análisis y pronunciamientos realizados en este estudio acerca de la recuperación y crecimiento notable del sector de construcción de viviendas y edificios en el Ecuador.

1.6.2. Análisis de las Exportaciones

En el siguiente cuadro, se registran los datos de las exportaciones de canillas o grifería para uso doméstico de la partida 84281.80.10 efectuadas desde Ecuador, para el período 1995 a 2005

Cuadro No. 1.4 Exportación del Ecuador de grifería de la partida 8481.80.10 Valores en Toneladas AÑOS 1998 a 2005

AÑOS	TONELADAS
1998	37,79
1999	36,98
2000	64,57
2001	248,05
2002	96,81
2003	246,63
2004	810,86
2005	273,93

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: El autor

Las cantidades exportadas históricamente del Ecuador y los correspondientes valores de grifos para uso doméstico varían sustancialmente de un año a otro año, significando tasas de crecimiento o decrecimiento notables, lo que da cuenta del mercado irregular existente para este tipo de bienes.

Las exportaciones presentan en comportamiento variado, registra un incremento notable de 810.86 en el año 2004, mientras que para el 2005 disminuye notablemente con 273 toneladas.¹²

En este rubro se registran como exportadores a 5 empresas, que son las siguientes:

1. Masutti S.A. de Guayaquil
2. EDESA S.A. de Quito
3. ECUA COBRE F.V. S.A. de Quito
4. Franz Viegner S.A. de Quito
5. Industria Exportadora San Pietro S.A. de Quito

La primera observación que se deriva de este listado, es que los exportadores EDESA, ECUACOBRE y Franz Veigener, también son importadores de estos bienes, lo que se explica en el hecho de que pertenecen a grupos de empresas internacionales o Holding, que producen y comercializan la grifería en los diferentes países en donde tienen sus empresas filiales, moviendo los productos de acuerdo a las conveniencias de las demandas y de los precios de los diferentes mercados.

En el caso de EDESA, importa grifería de China y la comercializa en Ecuador y a nivel internacional con la marca EDESA.

De los exportadores mencionados, los que están en la lista con los números 3,4 y 5, asoman en los registros oficiales con el mismo representante legal, lo que indica que de alguna manera, se trata de un mismo grupo empresarial, que por razones que no se ha logrado determinar en este estudio, realizan exportaciones de los mismo rubros bajo 3 figuras jurídicas distintas.

¹² Banco Central del Ecuador

1.6.3. Recolección de la información

Para tener una información objetiva que proporcione criterios orientadores sobre las posibilidades de la importación de grifería, se acudió a las fuentes primarias que contienen básicamente en investigaciones de campo por medio de visitas a los distribuidores y constructores y la aplicación de encuestas; de otra parte están las fuentes secundarias que lo forman toda la información escrita sobre el tema en mención ya sea estadísticas etc.

1.7. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Luego de la recolectada la información en las fuentes primarias y secundarias; se tabuló dicha información y se obtuvieron los siguientes resultados.

1.7.1. Fuentes Primarias

Dentro de las fuentes primarias fue necesario, realizar una encuesta a instancias representativas en cuanto a la presencia de grifería en el mercado sobre las posibilidades de comercializar cantidades adicionales de este bien de origen chino en el mercado de Quito, bajo el entendido de que requiere del criterio de quienes están trabajando diariamente en esta actividad productiva y comercial, que tiene la experiencia necesaria como para orientar de manera objetiva los análisis y conclusiones de este proyecto, para lo cual se entrevisto a distribuidores y constructores.

Los formularios respectivos para estas encuestas se hallan anexados.

1.7.2. Encuestas a los Distribuidores

De esta manera, se visitó a 30 distribuidores o almacenes de venta al público de materiales de construcción y accesorios, para recoger los precios de venta al consumidor final y tener una idea directa de la diversidad del bien, sus marcas y modelos, que se están expendiendo en el mercado de Quito. Se detalla a continuación la tabulación de la encuesta aplicada a los distribuidores:

1. De su criterio respecto a la situación del sector de la construcción de vivienda en el Ecuador.

Ha mejorado _____ Sigue igual _____ Ha mejorado (Crecido) _____
 Razones _____

De las 30 encuestas realizadas el 47% opinan que ha mejorado la situación del sector de la construcción.

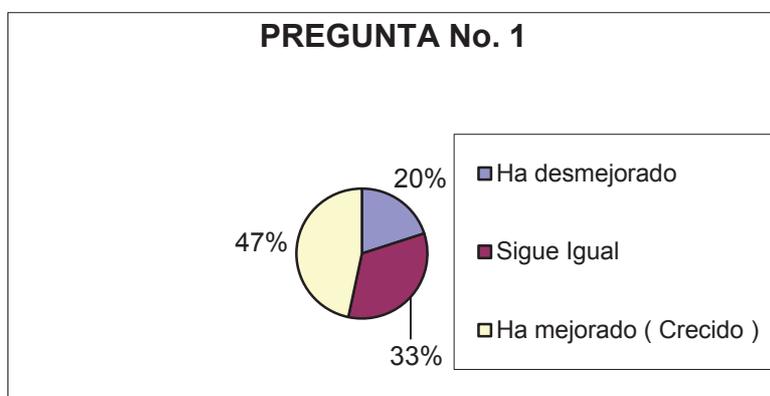
**Cuadro No. 1.5 Encuestas a Distribuidores
 Criterio respecto a Distribuidores**

PREGUNTA	No.	%
Ha desmejorado	6	20
Sigue Igual	10	33,33
Ha mejorado (Crecido)	14	46,67
TOTAL	30	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El autor

**Gráfico No. 1.2 Encuestas a los Distribuidores
 criterio respecto a la situación den sector de la construcción de
 vivienda en el Ecuador**



Elaborado por: El autor

Las razones se detallan a continuación de acuerdo a la encuesta realizada

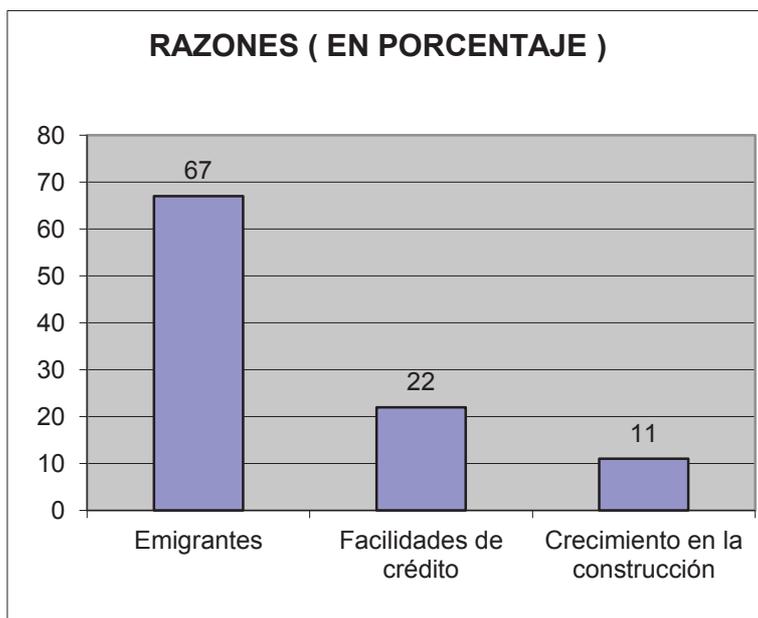
**Cuadro No. 1.6 Encuestas a Distribuidores
Razones respecto al criterio de la situación del sector
de la construcción en el Ecuador.**

RAZONES	No.	%
Emigrantes	12	67
Facilidades de crédito	4	22
Crecimiento en la construcción	2	11
TOTAL	18	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El autor

**Gráfico No. 1.3 Encuesta a los Distribuidores
Razones con respecto a la situación de la construcción de vivienda
en el Ecuador**



Elaborado por: El autor

Se puede fácilmente observar que el 67% corresponde a las remesas del exterior son un aporte importante dentro del crecimiento de la construcción del país.

2. Tiene proveedores de grifería de origen chino :

SI

NO

De las 30 encuestas realizadas el 87% tienen proveedores de productos chinos y el 13% importan directamente.

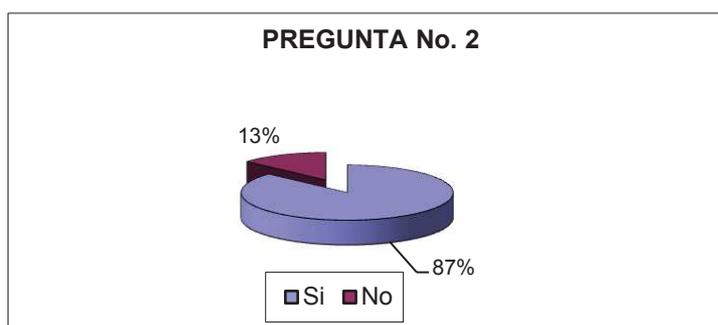
**Cuadro No. 1.7 Encuestas a Distribuidores
Proveedores de Grifería en China**

PREGUNTA	No.	%
Si	26	86,67
No	4	13,33
TOTAL	30	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El autor

**Gráfico No. 1.4 Encuestas a los Distribuidores
Porcentaje de proveedores de grifería en China**



Elaborado por: El autor

3. Precio de venta:

Grifería: entre \$ y \$ por unidad

Dentro de esta pregunta se considero necesario poner un rango de precio a fin de establecer cual seria los precios adecuados para nuestro mercado objetivo.

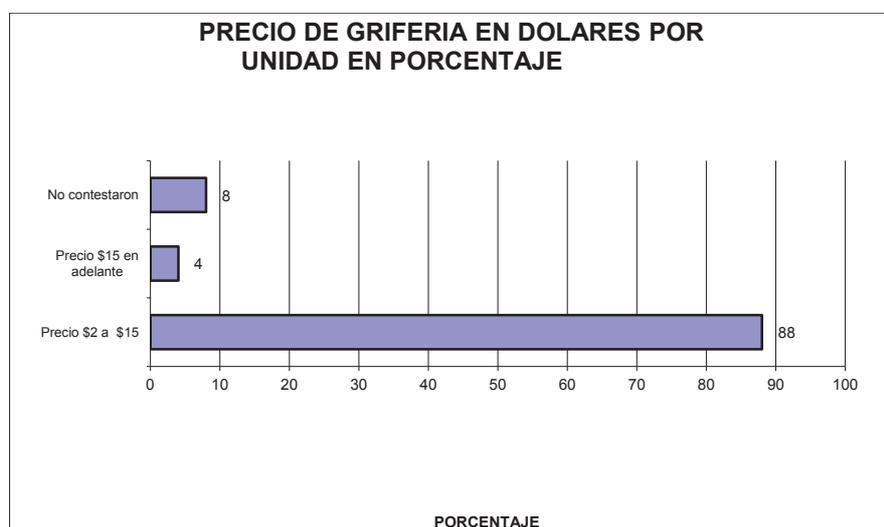
Cuadro No. 1.8 Encuestas a Distribuidores
Precio de Venta

PRECIO DE LA GRIFERÍA	No.	%
Precio \$2 a \$15	23	88
Precio \$15 en adelante	1	4
No contestaron	2	8
TOTAL	26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No. 1.5 Encuestas a los Distribuidores
Precio de grifería en dólares por unidad en porcentajes



Elaborado por: El autor

De las 26 encuestas el precio adecuado y manejable para nuestro mercado objetivo estaría dentro del rango \$ 2 a \$15 cada unidad que representa el 88% de las encuestas realizadas.

4. Con que frecuencia compra o importa grifería:

Frecuencia	Producto	Cantidad / Unidades
Semanal	Grifería	_____
Quincenal	Grifería	_____
Mensual	Grifería	_____
Trimestral	Grifería	_____

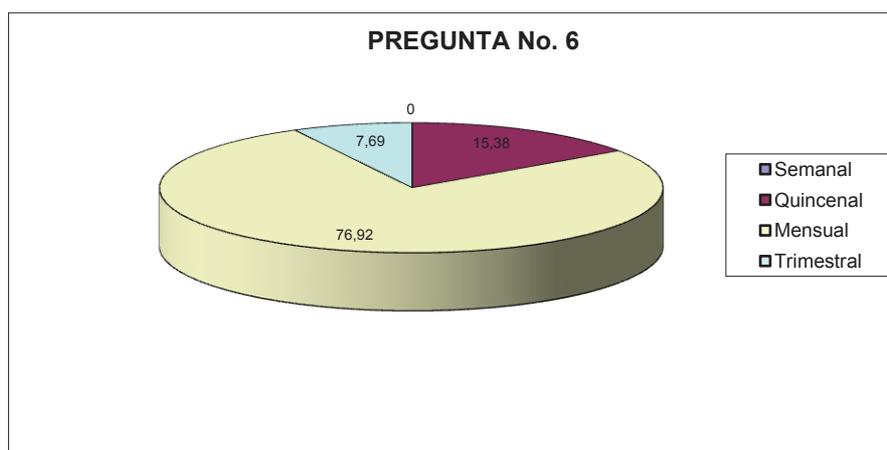
Cuadro No. 1.9 Encuestas a Distribuidores
Frecuencia de compra o importación de grifería

FRECUENCIA	No.	%
Semanal	0	0
Quincenal	4	15,38
Mensual	20	76,92
Trimestral	2	7,69
TOTAL	26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No. 1.6 Encuestas a los Distribuidores
Porcentaje de compra o importación de grifería



Elaborado por: El autor

De los 26 encuestados el 77% adquieren grifería en forma mensual, a continuación se describe en que cantidades que aproximadamente adquieren:

Frecuencia quincenal:

**Cuadro No. 1.10 Encuestas a Distribuidores
Frecuencia de compra o importación de grifería**

Quincenal No. Enc.	Grifería
1	50
2	480
3	240
TOTAL	770
PROMEDIO	257

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

El promedio de los tres distribuidores que adquieren en forma quincenal es la cantidad de 257 unidades de grifería, valor que resulta de la sumatoria total dividido para el numero de encuestados.

Frecuencia Mensual:

**Cuadro No. 1.11 Encuestas a Distribuidores
Frecuencia mensual de compra o importación de grifería**

Mensual No. Enc.	Grifería
1	400
2	500
3	120
4	200
5	50
6	100
7	170
8	150
9	400
10	400
11	100
12	60
13	40
14	1000
15	120
16	140
17	150
18	120
19	300
20	180
21	60
TOTAL	4760
PROMEDIO	227

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El autor

El promedio de los 21 distribuidores que adquieren en forma mensual es la cantidad de 227 unidades de grifería. Valor que resulta de la sumatoria total dividido para el numero de encuestados.

Frecuencia trimestral:

Cuadro No. 1.12 Encuestas a Distribuidores
Frecuencia Trimestral de compra o importación de grifería

Trimestral No. Enc.	Grifería
1	120
2	180
TOTAL	300
PROMEDIO	150

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El autor

El promedio de los 2 distribuidores que adquieren en forma trimestral es la cantidad de 150 unidades de grifería. Valor que resulta de la sumatoria total dividido para el numero de encuestados.

5. Cómo distribuye su producto

A constructores _____ A distribuidores mayoristas _____
 En sus puntos de venta _____ Cuántos puntos de venta _____
 Cuanto en Quito % _____ Cuánto en otras ciudades del país % _____

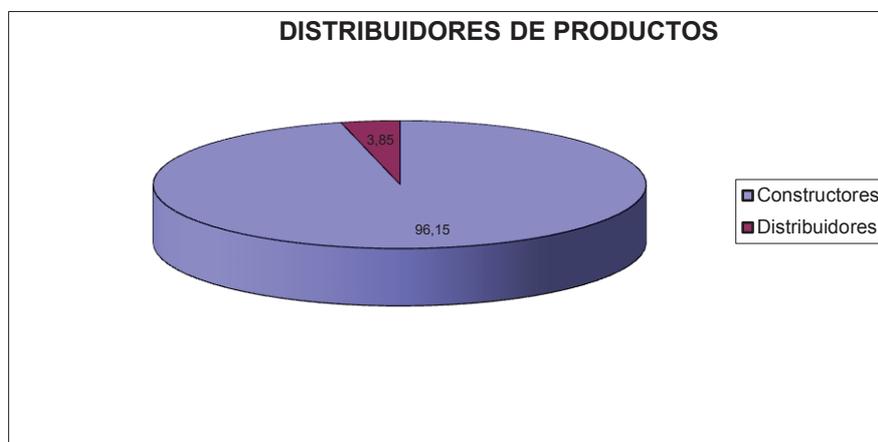
Cuadro No. 1.13 Encuestas a Distribuidores
Como se distribuye el producto

DISTRIBUIDORES	No.	%
Constructores	25	96,15
Distribuidores	1	3,85
TOTAL	26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El autor

Gráfico No. 1.7 Encuestas a los Distribuidores
Porcentaje de distribuidores de productos



Elaborado por: El Autor

De las 26 encuestas el 96% de la distribución del producto realizan a las constructoras es decir no son importadores ni distribuidores mayoristas.

De las 26 encuestas 25 contestaron que la distribución realiza en su punto de venta y uno no contestó.

De las 26 encuestas contestaron 22 que tiene 1 punto de venta; 3 tiene 2 puntos de venta y 1 tiene 3 puntos de venta.

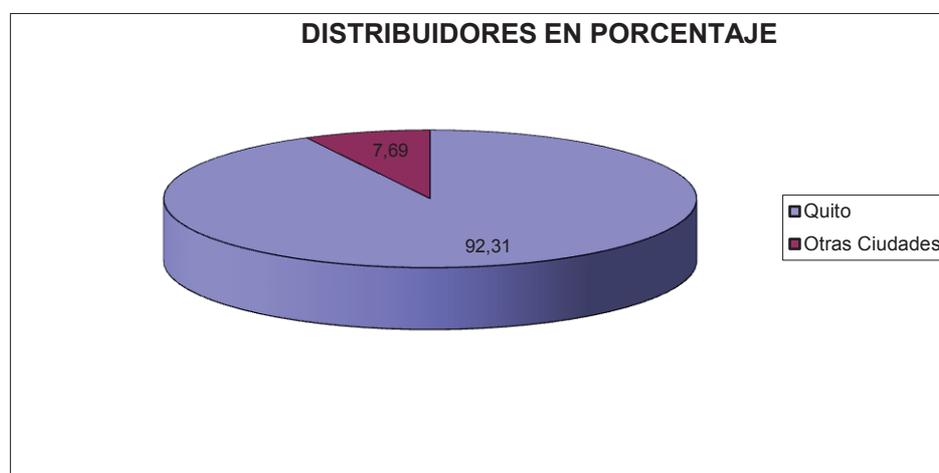
Cuadro No. 1.14 Encuestas a Distribuidores
Distribuidores en las ciudades del Ecuador

DISTRIBUIDORES CIUDADES	No.	%
Quito	24	92,31
Otras Ciudades	2	7,69
TOTAL	26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No. 1.8 Encuesta a los Distribuidores
Porcentaje de distribuidores de productos en otras ciudades de Ecuador



Elaborado por: El autor

De las 26 encuestas realizadas el 92% distribuyen su producto en la ciudad de Quito y el 7% en otras ciudades.

6. Estaría dispuesto a adquirir grifería de origen chino a una nueva empresa?

SI

NO

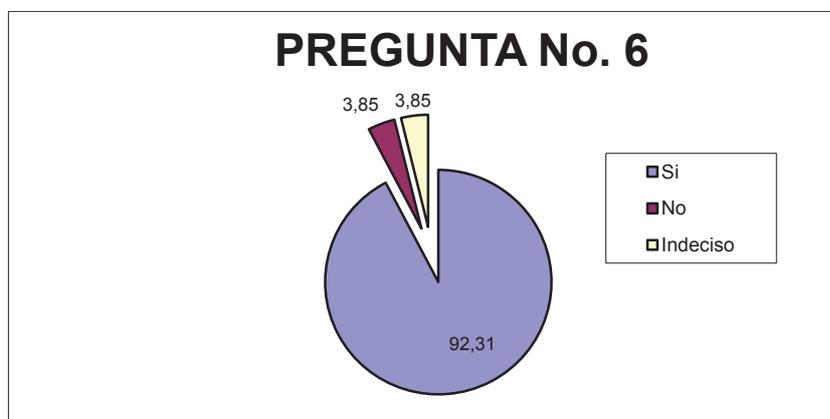
Cuadro No. 1.15 Encuestas a los Distribuidores
Porcentaje de consumidores dispuestos a adquirir grifería de origen
Chino a una nueva empresa

RESPUESTAS	No.	%
Si	24	92,31
No	1	3,85
Indeciso	1	3,85
TOTAL	26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No. 1.9 Encuestas a los Distribuidores
Porcentaje de consumidores dispuestos a adquirir grifería de origen
Chino a una nueva empresa



Elaborado por: El Autor

El 92% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir grifería de origen chino a una nueva empresa.

7. Que buscaría usted en un nuevo proveedor; en cuanto a lo siguiente:

Servicios _____

Precios _____

Calidad _____

Los requerimientos de un nuevo proveedor serían:

- Servicios: ágiles, puntuales en la entrega
- Precios: Competitivos
- Calidad

8.Cuál es su criterio acerca de los materiales de construcción y accesorios chinos.

- ❖ Muy bueno
- ❖ Bueno
- ❖ Regular
- ❖ Malo

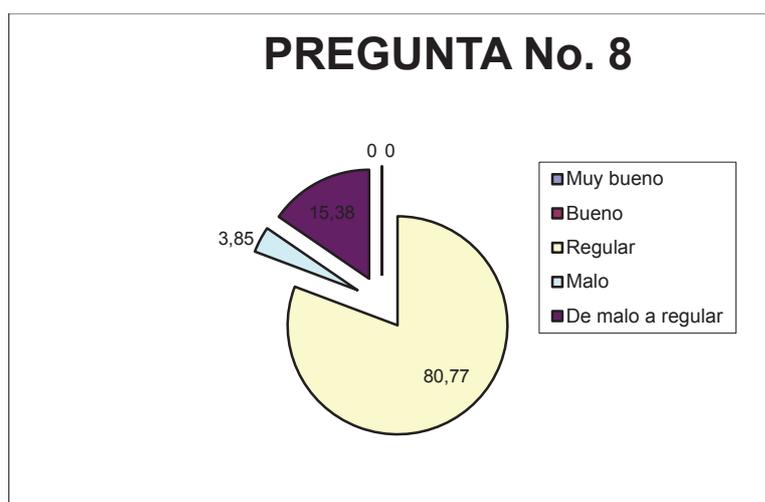
Cuadro No. 1.16 Encuestas a los Distribuidores
Precio de grifería en dólares por unidad en porcentajes

Respuestas	No.	%
Muy bueno	0	0.00
Bueno	0	0.00
Regular	21	80.77
Malo	1	3.85
De malo a regular	4	15.38
Total	26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No. 1.10 Encuestas a los Distribuidores
Precio de grifería en dólares por unidad en porcentajes



Elaborado por: El Autor

1.7.3. Encuestas a los Constructores

Se entrevistó a 23 constructores de vivienda para recabar la opinión sobre los programas de vivienda existentes, las necesidades de grifería, la calidad del producto chino y las posibilidades de utilización de grifería en los programas de vivienda del país. A continuación se detalla la tabulación de la encuesta aplicada a los constructores:

1. De su criterio respecto a la situación del sector de construcción de vivienda en el Ecuador

Ha desmejorado _____ Sigue igual _____ Ha mejorado (Crecido) _____

Razones _____

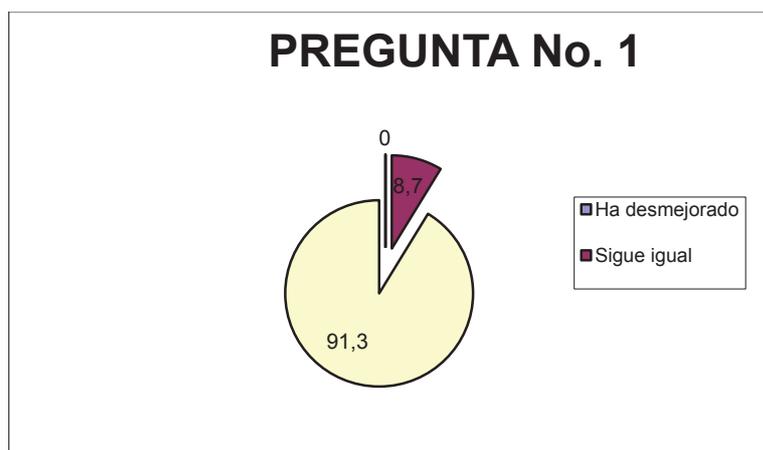
Cuadro No. 1.17 Encuestas a los Constructores
Porcentaje respecto a la situación del sector de construcción de vivienda en el Ecuador.

RESPUESTAS	No.	%
Ha desmejorado	0	0
Sigue igual	2	8,7
Ha mejorado (crecido)	21	91,3
TOTAL	23	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No. 1.11 Encuestas a los Constructores
Porcentaje respecto a la situación del sector de construcción de vivienda en el Ecuador.



Elaborado por: El Autor

De las 23 encuestas realizadas el 91% opinan que ha mejorado la situación del sector de la construcción.

Las razones se detallan a continuación:

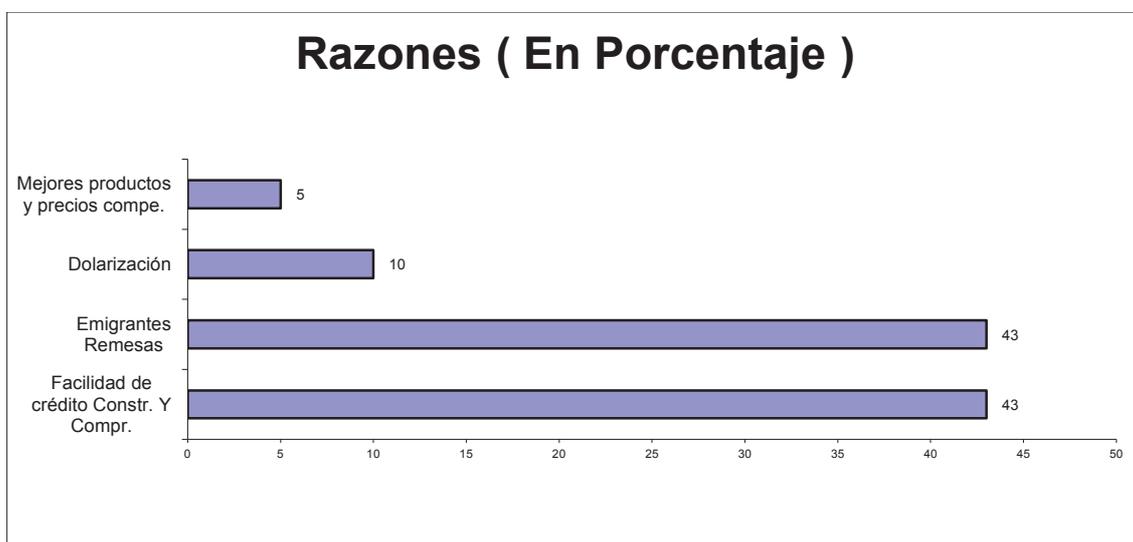
Cuadro No. 1.18 Encuestas a los Constructores
Porcentaje respecto a la situación del sector de construcción de
Vivienda en el Ecuador.

RAZONES	No.	%
Facilidad de crédito Constr. Y Compr.	9	43
Emigrantes Remesas	9	43
Dolarización	2	10
Mejores productos y precios compe.	2	5
TOTAL	21	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No. 1.12 Encuestas a los Constructores
Porcentaje respecto a la situación del sector de construcción de
Vivienda en el Ecuador.



Elaborado por: El Autor

De los 23 encuestados que opinan que ha mejorado el sector de la construcción las razones que sobresalen es las remesas que envían los emigrantes el 43% y las facilidades de crédito por plazos amplios y tasas de interés baja que el sector financiero ofrece el 43%.

1. En sus programas de construcción, utiliza productos chinos?

SI _____

NO _____

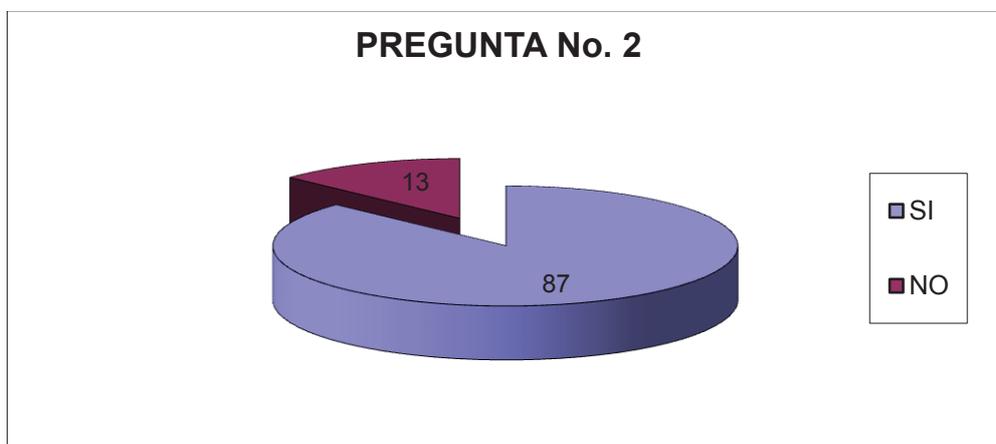
Cuadro No. 1.19 Encuestas a los Constructores
Porcentaje de proyectos que utilizan productos Chinos

RESPUESTAS	No.	%
SI	20	87
NO	3	13
TOTAL	23	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No. 1.13 Encuestas a los Constructores
Porcentaje de proyectos que utilizan productos Chinos



Elaborado por: El autor

De las 23 encuestas realizadas el 87% manifiesta que utiliza materiales de origen chino y el 13% utiliza únicamente producto nacional.

2. Su empresa compra los productos chinos a las :

Distribuidoras ó Importa Directamente

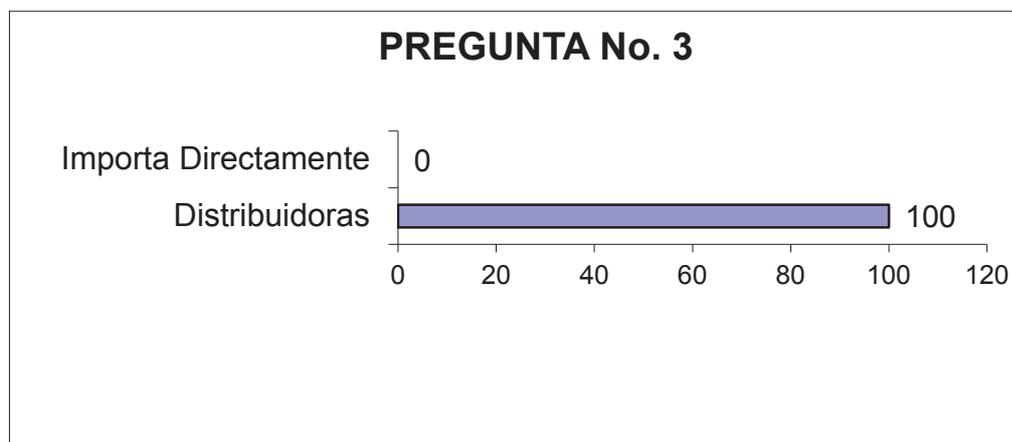
Cuadro No. 1.20 Encuestas a los Constructores
Porcentaje de empresa que compra productos chinos a distribuidores
o que importan directamente.

RESPUESTAS	No.	%
Distribuidoras	23	100
Importa Directamente	0	0
TOTAL	23	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No. 1.14 Encuestas a los Constructores
Porcentaje de empresa que compra productos chinos a distribuidores
o que importan directamente.



Elaborado por: El Autor

De las 23 personas que contestaron que utilizan productos de origen chino el 100% adquiere a las distribuidoras y no importan directamente.

3.Cuál es su criterio acerca de los materiales de construcción y accesorios chinos

- ❖ Muy bueno
- ❖ Bueno
- ❖ Regular
- ❖ Malo

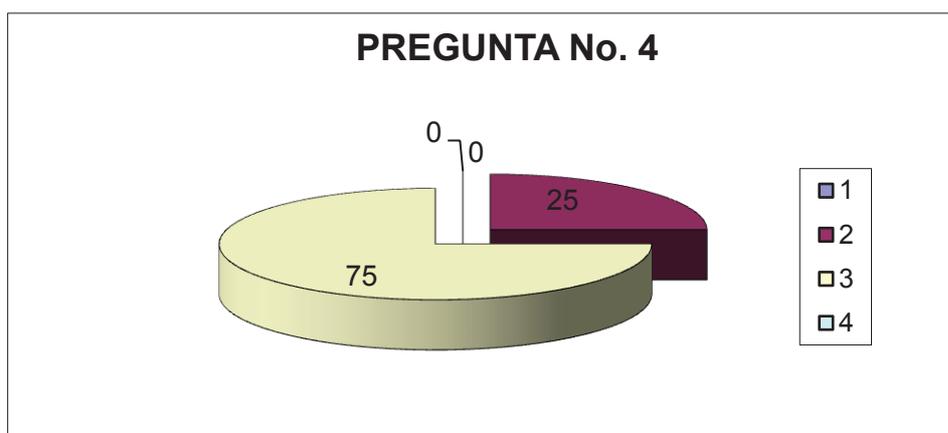
Cuadro No. 1.21 Encuestas a los Constructores
Porcentaje criterio de los materiales de construcción y accesorios Chinos

RESPUESTAS	No.	%
Muy bueno	0	0
Bueno	5	25
Regular	19	75
Malo	0	0
TOTAL	23	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No. 1.15 Encuestas a los Constructores
Porcentaje criterio de los materiales de construcción y accesorios Chinos



Elaborado por: El Autor

De las 23 personas que contestaron que utilizan productos de origen chino el 75% opina que los productos chinos son de calidad regular.

4. Con que frecuencia compra o importa grifería:

Frecuencia	Producto	Cantidad / Unidades
Quincenal	Grifería	-----
Mensual	Grifería	-----
Trimestral	Grifería	-----
Semestral	Grifería	-----

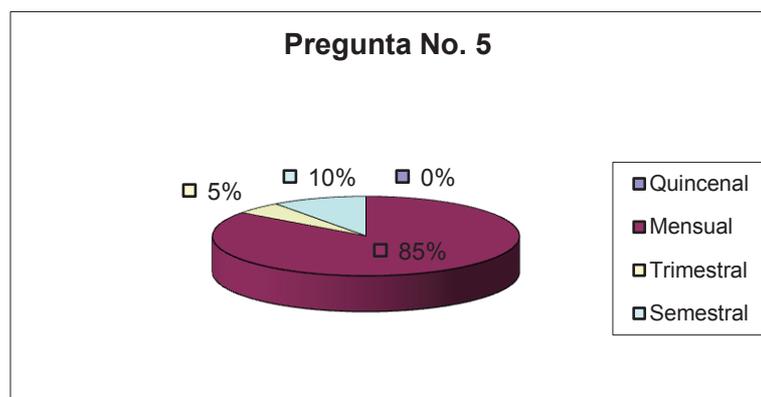
Cuadro No. 1.22 Encuestas a los Constructores
Porcentaje frecuencia compra o importa grifería

RESPUESTAS	No.	%
Quincenal	0	0
Mensual	20	85
Trimestral	1	5
Semestral	2	10
TOTAL	23	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No. 1.16 Encuestas a los Constructores
Porcentaje frecuencia compra o importa grifería



Elaborado por: El Autor

De las 23 encuestas realizadas el 85% adquieren grifería en forma mensual; 5% en forma trimestral y el 10% en forma semestral.

Frecuencia mensual

Cuadro No. 1.23 Encuestas a los Constructores
Frecuencia mensual de compra o importa grifería

Mensual No. Enc.	Grifería
1	28
2	200
3	500
4	300
5	300
6	40
7	60
8	24
9	50
10	150
11	600
12	700
13	300
14	1500
15	50
16	60
17	30
TOTAL	4892
PROMEDIO	288

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

El promedio de 17 constructoras que adquieren en forma mensual es de 288 unidades de grifería. Valor que resulta de la sumatoria total dividido para el numero de encuestados.

Frecuencia Trimestral:

Cuadro No. 1.24 Encuestas a los Constructores
Frecuencia trimestral de compra o importa grifería

Trimestral No.	
Enc.	Grifería
1	100
TOTAL	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

El promedio de 1 constructora que adquiere forma trimestral es de 100 unidades de grifería.

Frecuencia Semestral:

Cuadro No. 1.25 Encuestas a los Constructores
Frecuencia semestral de compra o importa grifería

Semestral No.	
Enc.	Grifería
1	220
2	120
TOTAL	340
PROMEDIO	170

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

El promedio de las 2 constructoras que adquieren forma semestral es de 170 unidades de grifería. Valor que resulta de la sumatoria total dividido para el número de encuestados.

5. Precio de los materiales que adquiere:

Grifería: entre \$ y \$

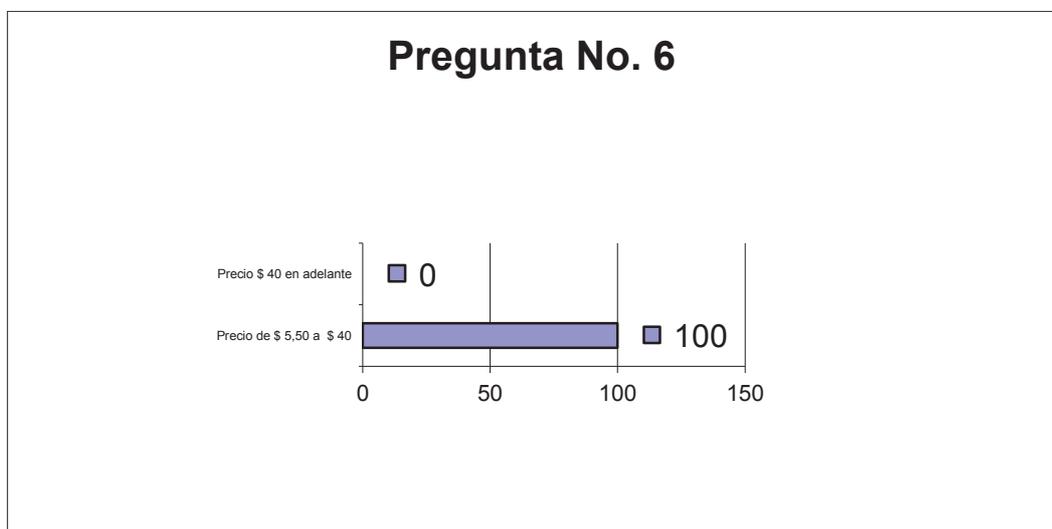
Cuadro No. 1.26 Encuestas a los Constructores
Porcentaje precio de los materiales

Precio de la Grifería	No.	%
Precio de \$ 5,50 a \$ 40	23	100
Precio \$ 40 en adelante	0	0
TOTAL	23	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por : El autor

Gráfico No. 1.17 Encuestas a los Constructores
Porcentaje precio de los materiales



Elaborado por: El Autor

De las 23 encuestas el precio que adquiere la grifería esta dentro del rango \$5.50 a \$ 40 cada unidad que representa el 100% de las encuestas realizadas.

6. Cree que los proveedores existentes cumplen a satisfacción sus expectativas?

SI

NO

Por qué? _____

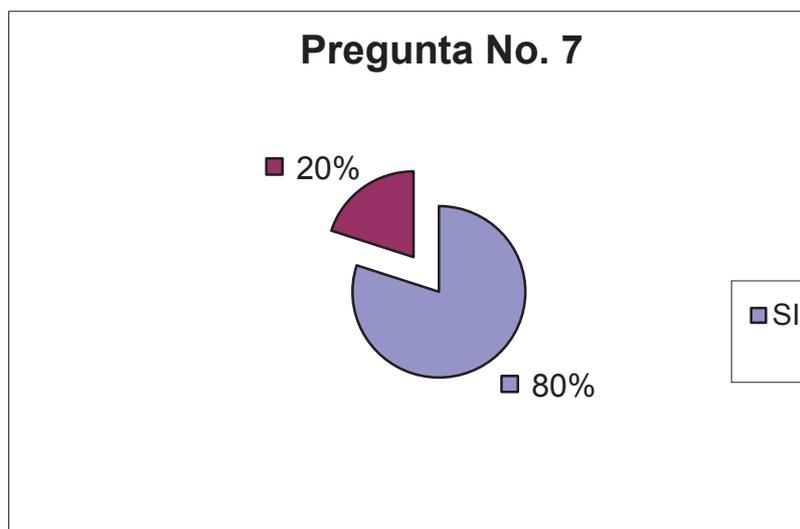
Cuadro No. 1.27 Encuestas a los Constructores
Porcentaje de proveedores que cumplen a satisfacción a los clientes

Respuesta	No.	%
SI	16	80
NO	8	20
TOTAL	23	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No. 1.18 Encuestas a los Constructores
Porcentaje de proveedores que cumplen a satisfacción a los clientes



Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

De las 23 encuestas realizadas el 80% están satisfechos con los proveedores que tienen y el 20% no está satisfecho.

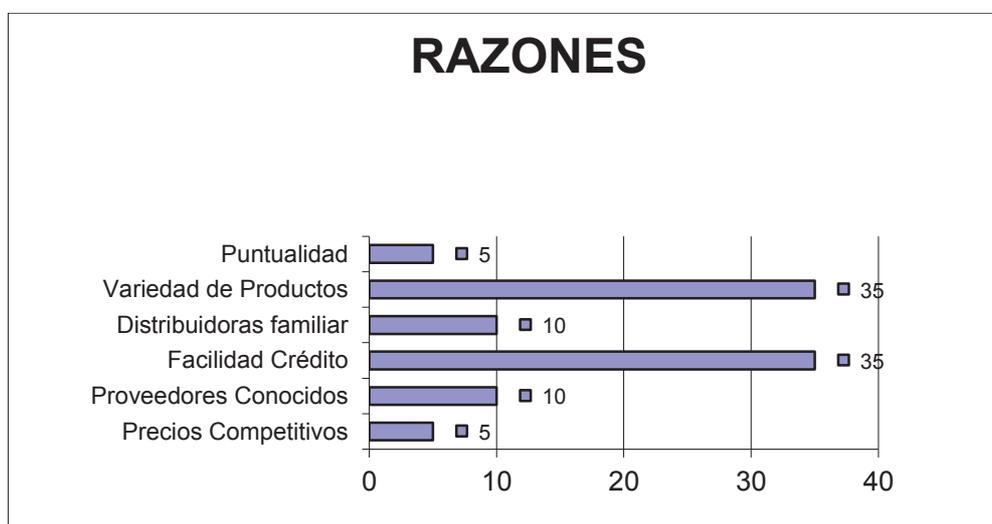
Cuadro No. 1.28 Encuestas a los Constructores
Porcentaje razones de proveedores que cumplen a satisfacción a los clientes

RAZONES	No.	%
Precios Competitivos	1	5
Proveedores Conocidos	2	10
Facilidad Crédito	7	35
Distribuidoras familiar	2	10
Variedad de Productos	7	35
Puntualidad	3	5
TOTAL	23	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El autor

Gráfico No. 1.19 Encuestas a los Constructores
Porcentaje razones de proveedores que cumplen a satisfacción a los clientes



Elaborado por: El autor

El 80% de los encuestados se encuentran satisfechos y una de las razones es la variedad de producto que les ofrecen y la facilidad de crédito en un 35% de las 23 encuestas.

7. Estaría dispuesto a adquirir grifería de origen chino a una nueva empresa?

SI

NO

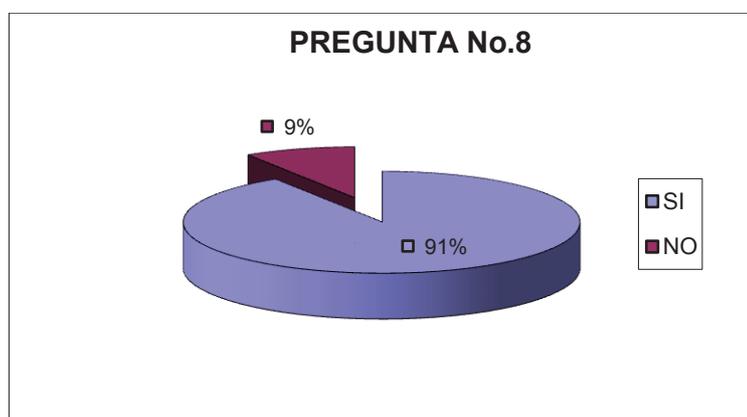
Cuadro No. 1.29 Encuestas a los Constructores
Porcentaje de clientes que adquieren grifería a una nueva empresa

RESPUESTA	No.	%
SI	19	91
NO	3	9
TOTAL	20	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No. 1.20 Encuestas a los Constructores
Porcentaje de clientes que adquieren grifería a una nueva empresa



Elaborado por: El Autor

De las 23 encuestas realizadas el 95% estaría dispuesto a adquirir a un nuevo proveedor.

8. Que buscaría usted en un nuevo proveedor, en cuanto a lo siguiente:

Servicios _____

Precios _____

Calidad _____

- ❖ Servicios : ágiles, puntuales en la entrega
- ❖ Precios: competitivos
- ❖ Calidad: buena con garantías

1.8. OFERTA DEL PROYECTO

De acuerdo a los resultados de la encuesta que confirmaron la existencia de mercado para nuevas importaciones de grifería, y conforme a los datos de demanda insatisfecha estimados en el abastecimiento de la demanda de grifería, se propone una importación anual creciente, en la medida en que las nuevas partidas de bienes vayan posicionándose en el mercado.

La incursión de las ventas del proyecto en el mercado de la ciudad de Quito, se basa en la visión optimista que se ha deducido de los criterios de las personas y empresas encuestadas, y luego de advertir el crecimiento del sector de la construcción que continuará en el futuro con una tendencia significativa como se ha demostrado en los análisis correspondientes, lo que se comprueba adicionalmente con el incremento sustantivo de las importaciones, las mismas que son necesarias en vista de que las empresas ecuatorianas productoras de estos bienes, exportan cantidades significativas, disminuyendo la oferta de estos bienes al mercado nacional.

1.9. COMERCIALIZACIÓN DEL BIEN

El bien objeto del estudio, tienen los siguientes esquemas de comercialización:

- Gerente General

- Gerente de Ventas

Bajo el gerente de ventas hay que alistar los distintos canales de distribución y todos ubicados al mismo nivel.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- **Canal directo:** Los productos son vendidos, enviados y servidos desde el almacén de importador.

- **Canal mayorista:** Responsable de la comercialización y distribución de los productos a los clientes que son distribuidores, es decir que distribuyen al por mayor, a otros comerciantes. La alternativa de distribución de grifería son los distribuidores y como demuestra en la encuesta realizada a los distribuidores el 92.31% estaría en condiciones de adquirir grifería de origen chino a una nueva importadora, quienes tienen diversidad de marcas nacionales e importadas, que demuestran mejor organización y atención al cliente que incluso es de carácter personalizado.¹³

- **Canal de concesión:** Unión de las funciones de distribución y de marketing por medio de acuerdos de concesión, que por lo general otorgan la exclusividad durante un periodo fijo de tiempo. Se utiliza con frecuencia para productos que se hallan en la etapa del crecimiento del ciclo de vida.

- **Canal minorista:** Responsable de la comercialización de los productos a los pequeños negocios, los cuales venden directo a los consumidores.

¹³ CUADRO No. 14 pág. 23

- **Canal institucional:** Responsable de la comercialización de los clientes que su naturaleza difiere de los anteriores, pero que de igual manera consumen los productos, tales como. Constructores de proyectos pequeños y grandes.

2. CAPITULO II

2.1. INGENIERÍA DEL PROYECTO

El producto a importarse y comercializarse en el mercado nacional es grifería, de distintos diseños y estilos, dando énfasis a los que cumplen con requisitos mínimos de calidad, pero que tienen precios asequibles a las viviendas de mediano costo. Su ingeniería está enfocada en todo el proceso de importación del producto, su nacionalización y su comercialización dentro del mercado objetivo que es la ciudad de Quito.

2.1.1. Requisitos para ser importador

Tratándose de que es una empresa constituida únicamente se tiene que actualizar el RUC y calificar en el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador como importador portando cédula, papeletea de votación y fotocopia de los mismos y nombramiento del representante legal.

2.1.2. Adquisición del producto e Incoterm de Negociación

El Gerente General se encargara de contactarse con la empresa exportadora de que nos proveerá el producto además se encargara de seleccionar el numero de productos que se van adquirir y los diseños de mayos aceptación en el mercado.

Por otra parte el Gerente General consultara en el área de importación los términos de negociación internacional que se realizara con la empresa exportadora China y verificará la correcta relación y fluidez de la información entra las diferentes áreas de la empresa.

La forma de pago que se ha acordado con la empresa exportadora es mediante carta de crédito irrevocable. Esta carta es abierta en el Ecuador, la cual debe ser transmitida e informada al exportador en China a través de su banco.

La grifería por ser un producto no perecible se la puede transportar tranquilamente en un contenedor para carga seca, se ha escogido un contenedor de 40 debido a que permite transportar una mayor cantidad de producto.

La grifería es entregada en caja de diez de cartón con divisiones internas que permite una adecuada conservación de la mercadería.

El término de la negociación y cotización de la mercadería es efectuada bajo el Incoterm FOB (Free On Board / Libre a Bordo) **franco a bordo, puerto de carga convenido»** se refieren a un incoterm, o cláusula de comercio internacional, que se utiliza para operaciones de compraventa en que el transporte de la mercancía se realiza por barco (mar o vías de navegación interior) el cual marca el fin y el inicio de la responsabilidad de la mercancía.

Bajo este término la responsabilidad del vendedor termina cuando la mercancía sobrepasa el borde del buque en el puerto de embarque del convenio, las obligaciones del vendedor son:

- La obtención de licencias, autorizaciones etc. que se necesita para la exportación
- Asumir todos los gastos de transporte interno
- La contratación de seguro durante el tránsito interno de la mercadería
- Asumir todos los gastos de aduana en el puerto de origen donde se realiza el embarque de la mercadería
- Todos los gastos por carga de la mercadería en el puerto de origen

Bajo este término la responsabilidad del importador o comprador inicia cuando la mercadería ha sobrepasado el borde del buque en el puerto de embarque convenido.

Son obligaciones del comprador:

- La obtención de cualquier licencia o autorización que se necesite para importar.
- El contrato de transporte internacional y su seguro correspondiente
- Todos los gastos que se incurran para la desaduanización de la mercadería en destino y el traslado de la misma hasta el lugar del convenio

2.1.3. Documentos de pre embarque e inspección en origen

Una vez acordada la negociación en el incoterm FOB y para que la mercadería pueda ser embarcada se debe cumplir con la formalidad que nos exigen las leyes ecuatorianas para una importación a consumo.

Los documentos de pre embarque son los siguientes:

2.1.4. Nota de pedido

La nota de pedido sirve para el DUI, el seguro y debemos entregarlo en la aduana. (ANEXO No. 5)

Este documento consta la siguiente información:

- Fecha
- Numero pre impreso
- Nombre y dirección del importador
- Nombre y dirección del exportador
- País de origen

- ❑ Lugar de embarque
- ❑ Lugar de destino
- ❑ Vía (aérea, marítima o terrestre)
- ❑ Termino de la mercadería FOB, CIF , etc.
- ❑ Moneda (en letras)
- ❑ Fecha de inicio de la negociación

2.1.5. Transporte Internacional

Como la mercadería se adquiere en la República Popular de China el medio más conveniente es para la grifería y tomando en cuenta la cantidad de mercancía que se importa, el transporte marítimo es la mejor opción por que es más económico.

Bajo los términos del Incoterm FOB la mercancía se entrega sobrepasando la borda del buque en el Puerto de Quindao en la Republica Popular de China para el transporte se contrataron los servicios de la empresa LAT Transporte Internacional de Carga a un valor de 5230.00 USD por un contenedor de 40 t a ka aseguradora Alianza que nos cobra una tarifa de 0.06% del valor asegurado para la protección contra todo riesgo de la mercadería con un deducible del 1.5% del valor asegurado.

El tiempo estimado de transito es de 30 días.

La obtención de los documentos que se genera por motivo del transporte internacional junto con su movimiento y designación a las entidades correspondientes son las siguientes:

2.1.6. Bill Of Lading (B/L), Guía Aérea o Carta Porte

Estos documentos son entregados al importador el cual debe entregar el original o una copia a la Aduana.

El medio de transporte es lo que determina este documento para el transporte marítimo es el Bill Of Lading o B/L, para el transporte aéreo es la Guía Aérea y para el transporte terrestre es la Carta Porte.

Los contenedores vienen con sello de seguridad denominado precinto el mismo que posee un código, el cual debe constar en el conocimiento de embarque.

Cuando la mercadería es de varios dueños la empresa de transporte consolida la mercadería es decir la unifica dentro de un solo contenedor para lo cual se expide un conocimiento de embarque madre que luego es entregado en varias suyas hijas. (ANEXO No.6)

2.1.7. Póliza de seguro

Este documento hay que entregarlo en la aduana y de acuerdo a la legislación ecuatoriana debemos adquirirlo en una aseguradora radicada en el Ecuador.

Este documento es de carácter obligatorio.

La póliza de seguro es el conjunto de documentos que recogen las condiciones y acuerdos que componen un contrato de seguro.

Es, por tanto, el documento aprobatorio de existencia de un contrato de seguro entre dos partes y de las condiciones y acuerdos en que se basa la relación contractual.

Necesariamente este contrato estará en función de las declaraciones realizadas en la propuesta y/o solicitud del seguro. La póliza tiene que estar firmada por la entidad aseguradora y el tomador del seguro y supone la culminación de un proceso que se inicio con la solicitud y que pasa por la estimación del riesgo por la entidad aseguradora y la proposición del seguro

para obtener del tomador su aceptación y su firma. Este ciclo queda totalmente completado con el pago de la prima.¹⁴ (ANEXO No. 7)

La siguiente información está estructurada en una póliza de seguro de transporte:

- Número de Póliza
- Número de la aplicación (si es el caso)
- Nombre del asegurado
- Ruta del viaje (desde el origen hasta el destino)
- Tipo de transporte
- Nombre de la compañía transportadora
- Fecha de arribo (se puede señalar que una “Fecha por confirmar”) Caber resaltar 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 Banco Corresponsal) de esta manera la póliza sirve como garantía financiera.
- Marcas (que son iniciales del importador y números) que indican la cantidad de paquetes que transportan, por ejemplo 1/300 que significa 1 de 300 cajas.
- Embalaje
- Peso en kilos neto
- Peso en kilos bruto
- Subpartida arancelaria
- Descripción
- Cantidad de bultos y contenidos
- Valor unitario
- Valor FOB

¹⁴ [http:// www.unespa.es/Nociones_seguro/5_2.cfm](http://www.unespa.es/Nociones_seguro/5_2.cfm)

- Valor total
- Lugar y fecha
- Firma del importador

2.1.8. Desaduanización de la mercadería

La ley establece que desde la fecha de llegada de la mercadería se tiene 7 días hábiles antes y 15 días después para que el importador presente su declaración a la Aduana. Se entiende por fecha de llegada de la mercadería cuando esta ingresa a una bodega habilitada (almacenera temporal).

La mercadería llega al puerto de Guayaquil; por lo que, es ante este distrito Aduanero que se debe presentar la declaración, para desaduanización de la mercadería se debe presentar todos los documentos y cumplir con todas las formalidades requeridas por las autoridades. Estos documentos, las formalidades y su procedimiento está encargado el Ing. Comercio Exterior.

Dentro de la tarifa marítima correspondiente a 5320.00 USD está incluido el alquiler del equipo además de los servicios de desestiba, descarga y el movimiento requerido de los contenedores dentro de la Aduana.

Por manejarse un valor FOB superior a los 2.000.00 USD, la ley nos exige la contratación de un agente afianzado para el proceso de desaduanización de la mercadería.¹⁵

Los documentos necesarios para la desaduanización, así como las actividades que ejerce el agente de aduana para la nacionalización de la mercadería son las siguientes:

¹⁵ <http://www.latgyk.com/index-4.html>

- **Factura Comercial:** La factura comercial se entrega en la Aduana y este documento nos sirve de base para la declaración aduanera.(ANEXO No. 8)
- **Declaración Aduanera Única (DAU):** Obligatoriamente en todos los casos de mercadería bajo el régimen de consumo. (ANEXO No.9)
- **Declaración Aduanera de Valor (DAV):** Este documento se lo entrega en aduana. Para realizar los trámites en la Aduana ecuatoriana se requiere el DUI electrónico, sin embargo se debe presentar el DAV que es de uso obligatorio en el comercio andino, así que también aplicamos el DAV como uso obligatorio.

Según la ley, el DAV no es otra cosa que una declaración juramentada por parte del importador de que el valor consignado es el valor verdadero. Y esto es muy importante, pues toda declaración juramentada tiene implicaciones legales. (ANEXO No.10)

- **Procedimiento del agente afianzado:** Después de obtener todos los documentos para la desaduanización (Factura original, B/L y Póliza de Seguro) El agente de aduanas ingresa la información al sistema SICE (sistema Interactivo de Comercio Exterior) el mismo que genera el DAV y el DAU respectivo después de ser aprobado en el sistema estos documentos son refrendados por el agente de aduana y entregados en el departamento de ingreso de documentos del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.
- Al siguiente día de ser ingresado los documentos en el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador se procede con la cancelación de los tributos respectivos como es el pago de derechos arancelarios de 15% ad-valorem, 12% de IVA, además de 0.025% del valor FOB, como contribución redimible a la CORPEI y el 0.5% de impuestos para el FODINFA.

El agente de aduanas mirará en su sistema si ya tiene el pago autorizador de dicha liquidación, al momento de obtenerlo, adquirirá cuatro copias de la misma, esta liquidación o estos documentos serán entregados al banco con su respectivo valor de la liquidación, en el banco se quedara con una copia y nos refrendará el pago respectivo posteriormente se cancelara el bodegaje y al igual que el banco se quedara con otra copia. La almacenera o la bodega emiten el documento correspondiente y después del pago respectivo y con este documento mas lo anteriormente descrito son entregados al S:V:A (Servicio de Vigilancia Aduanera) el mismo que dará la autorización de salida la mercadería.

2.1.9. Transporte interno en el Ecuador

La mercadería se puede retirar de las bodegas de la Aduana una vez hecha la cancelación en el banco. La misma empresa LAT Transporte Internacional de Carga nos otorga el servicio de transporte interno, la cual llevara el contenedor a las bodegas de la empresa.

Por el traslado de la Aduana Guayaquil a las bodegas de la aduana en Quito nos cobran 650.00 USD, no está incluido la cuadrilla.¹⁶

2.1.10. Descarga en bodega de la empresa

Una vez que el contenedor llega a la bodega, el jefe de bodega recibe la mercadería. Los cargadores de la empresa junto con los jornaleros bajan la mercadería del contenedor y la acomodan dentro de la bodega.

La mercadería ya acomodada dentro de las instalaciones de la empresa es registrada por el Jefe de Bodega para su contabilización.

¹⁶ <http://www.latgyk.com/index-2.html>

2.1.11. Venta y despacho del Producto

La empresa maneja una cuenta en el Banco del Pichincha para sus transacciones comerciales, este banco ha sido seleccionado por ser uno de los bancos de mayor prestigio y solidez en el Ecuador, además de contar con gran cantidad de sucursales y cajeros en todo el país, lo cual facilita en gran medida la forma de operar de la empresa.

El Gerente informara a los ejecutivos de ventas que la mercadería ya esta nacionalizada, para que ellos salgan a los diferentes lugares a ofrecer el producto tanto a mayoristas como los detallistas. Los ejecutivos de ventas otorgan a nuestros clientes información de la empresa, como la dirección, los números de teléfonos y se les invita a conocer nuestras instalaciones, entre otras cosas.

Los ejecutivos de ventas llevaran catálogos donde se podrán apreciar los diseños del producto, sus características físicas, calidad, variedad y precios. Los vendedores realizaran visitas a los clientes en un tiempo de cada 15 días aproximadamente.

En las visitas a los clientes, los vendedores registraran las peticiones en notas de pedido, una vez llenado este documento se le hace firmar al cliente para que quede constancia de que se le envía el producto que él ha solicitado en cantidad, modelo y precio. Las notas de pedido serán transferidas a bodega.

Los jefes de Bodega reciben las notas de pedido y junto con los cargadores clasifican los productos de cada nota de pedido. Una vez clasificados la mercadería de cada cliente, los cargadores acoplan la mercadería para su transporte, para lo cual empaacan con piolas paquetes de 2 bultos para que tengan mayor firmeza durante la movilización hasta el destino final.

Una vez hecha esta actividad, el jefe de bodega trasfiere la factura a la secretaria contadora, la misma que transfiere al Jefe emite la correspondiente factura a los clientes para que los clientes firmen aseverando la conformidad de la mercadería, el pago del flete y del IVA.

Para los clientes que retiren la mercadería en bodega no se le carga el valor del transporte.

El jefe de sucursal transfiere las facturas, junto con el recibo de cobro y el comprobante de depósito y salida del banco a la secretaría contadora, para que registre los ingresos y egresos de dinero y mercadería. Una vez registrada las facturas se archivan en el lugar correspondiente.

Las primeras compras que realicen nuestros clientes serán de contado, una vez que vayan aumentando las relaciones comerciales y vayamos conociendo la calidad de cliente que se dará crédito de 30 y 60 días según monto de la compra.

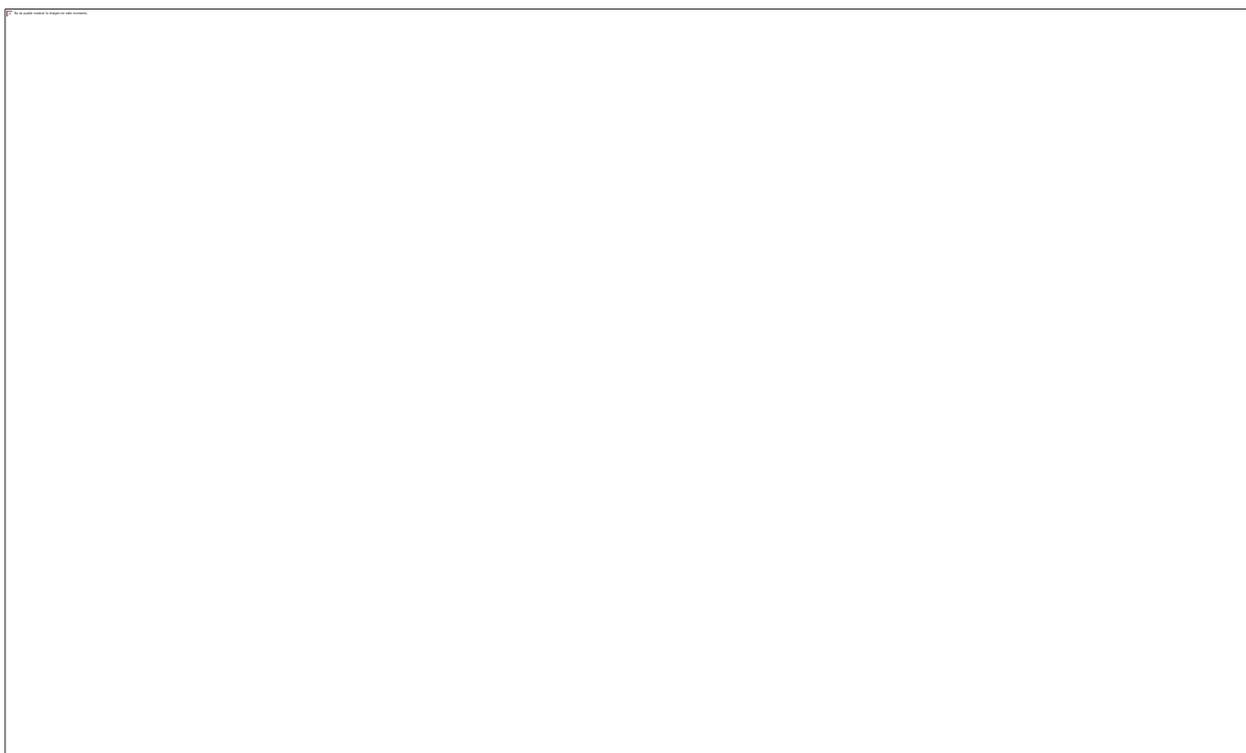
Cuando las cancelaciones se realicen con cheques e exigirá que estos sean cruzados, de esta forma se protege en algo mas ante la posibilidad de un asalto.

Para los pagos, sea en efectivo o en cheque cruzado, cuando las compras se realicen directamente en las bodegas de la empresa la persona responsable de recibir la cancelación será la secretaria contadora, los mismo que harán los depósitos correspondientes.

Cuando los cobros son en las oficinas de los clientes el vendedor emitirá el recibo de cobro sea este en cheque o efectivo donde consta nombre de la empresa del cliente, dirección, datos de pago, No. de factura, etc. y se colocara en la factura cancelado. Los vendedores deben el mismo día realizar el depósito y deberán entregar los respaldos a la secretaria contadora.

En el caso de pago con cheques, en la parte inferior de la factura se colocara una nota en la que se uniformara al cliente que la factura debe ser cancelada a nombre de la empresa.

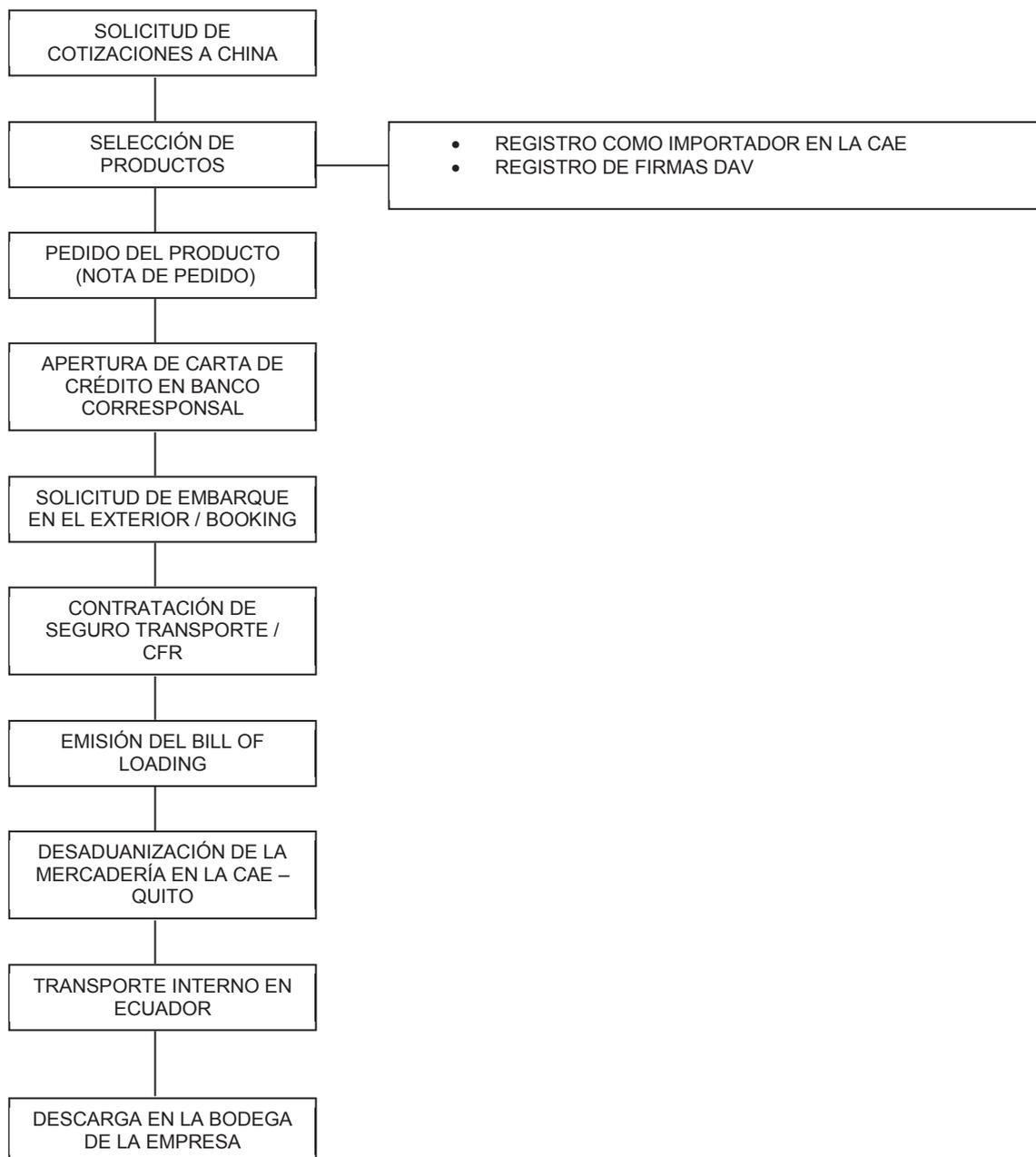
Gráfico No. 2.1 Ventas y Despacho del Producto



Elaborado por: El Autor

2.2. FLUJOGRAMA DE PROCESOS

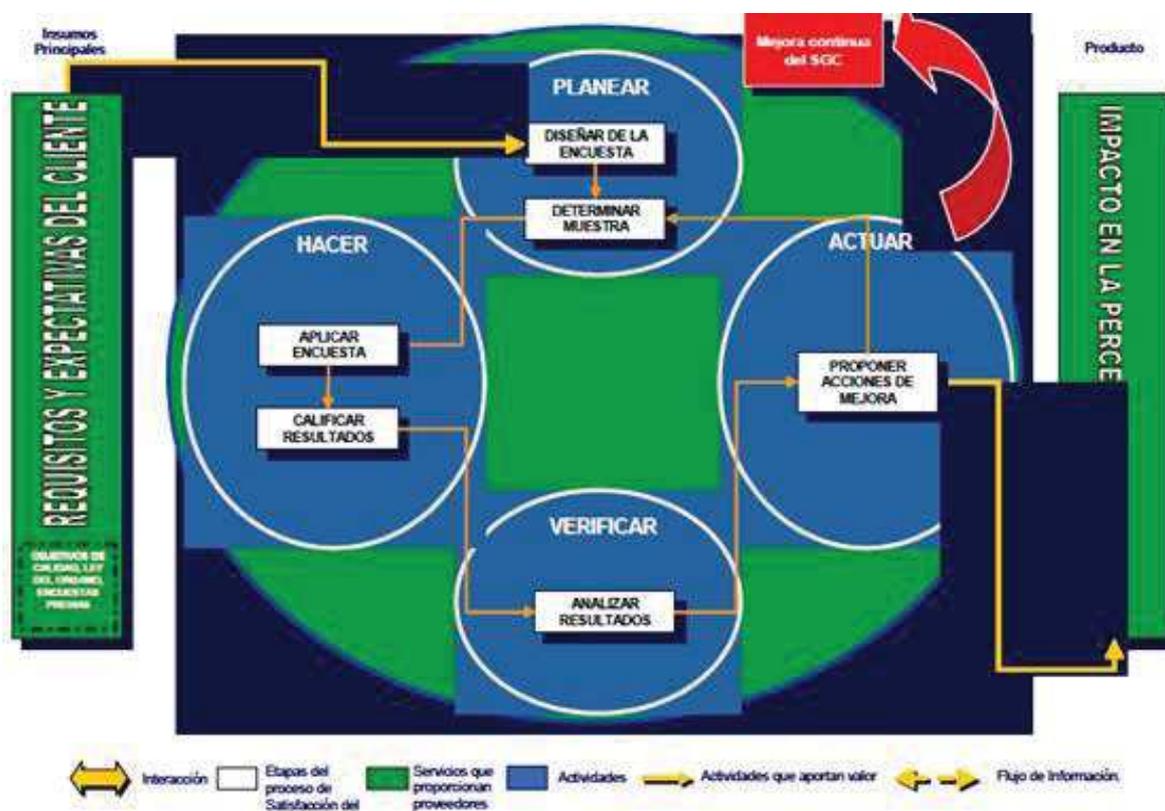
Es una descripción gráfica cronológica de los pasos que se deben desarrollar, para cumplir con el proceso de importación y transporte de los productos previstos en el proyecto.

Gráfico No. 2.2 Flujograma del Proceso de Importación y Comercialización

FUENTE: Cotizaciones

ELABORADO POR: El Autor

Gráfico No. 2.3 Proceso de Evaluación de la Santificación del Cliente



FUENTE: Cotizaciones

ELABORADO POR: El Autor

2.3. IMPUESTOS Y TRIBUTOS AL COMERCIO EXTERIOR

Según lo establece la LOA (Ley Orgánica de Aduanas), los tributos al comercio exterior son:

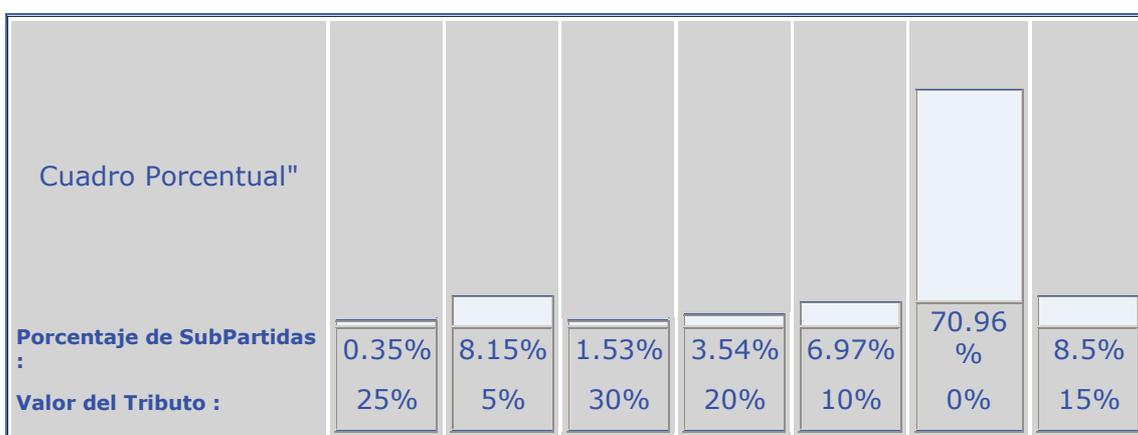
- Los derechos arancelarios establecidos en los respectivos aranceles;
- Los impuestos establecidos en leyes especiales; y,
- Las tasas por servicios aduaneros¹⁷

¹⁷ <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/arancel/index.jsp>

ADVALOREM

Número Total de Sub Partidas Nacionales: **847**

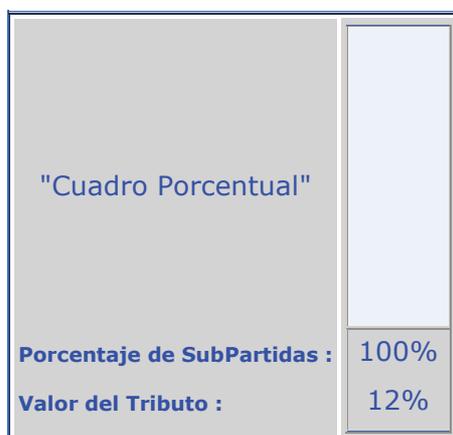
Nro. de Sub Partidas	Valor del Tributo	Porcentaje
3	25 %	0.35 %
69	5 %	8.15 %
13	30 %	1.53 %
30	20 %	3.54 %
59	10 %	6.97 %
601	0 %	70.96 %
72	15 %	8.5 %



IVA

Número Total de Sub Partidas Nacionales: **847**

Nro. de Sub Partidas	Valor del Tributo	Porcentaje
847	12 %	100 %



ICE

Número Total de Sub Partidas Nacionales: **847**

Nro. de Sub Partidas	Valor del Tributo	Porcentaje
847	0 %	100 %

"Cuadro Porcentual"	
Porcentaje de SubPartidas :	100%
Valor del Tributo :	0%

ANTIDUMPING

Número Total de Sub Partidas Nacionales: **847**

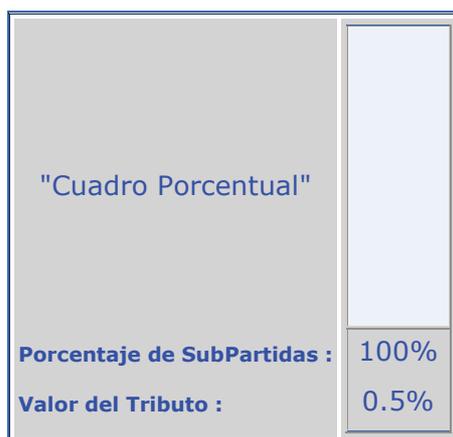
Nro. de Sub Partidas	Valor del Tributo	Porcentaje
847	0 %	100 %

"Cuadro Porcentual"	
Porcentaje de SubPartidas :	100%
Valor del Tributo :	0%

FONDO DE DESARROLLO PARA LA INFANCIA

Número Total de Sub Partidas Nacionales: **847**

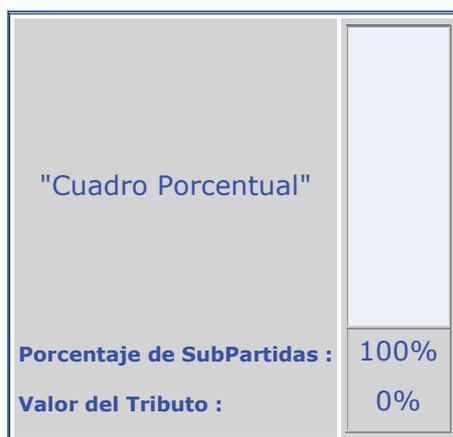
Nro. de Sub Partidas	Valor del Tributo	Porcentaje
847	0.5 %	100 %



SALVAGUARDIA

Número Total de Sub Partidas Nacionales: **847**

Nro. de Sub Partidas	Valor del Tributo	Porcentaje
847	0 %	100 %



2.4. PRELIQUIDACIÓN DE TRIBUTOS¹⁸

Sección XVI :	MAQUINAS Y APARATOS, MATERIAL ELÉCTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE IMAGEN Y SONIDO EN TELEVISIÓN, Y LAS PARTES Y ACCESORIOS DE ESTOS APARATOS
Capítulo 84 :	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos
Partida Sist. Armonizado 8481 :	Artículos de grifería y órganos similares para tuberías, calderas, depósitos, cubas o continentes similares, incluidas las válvulas reductoras de presión y las válvulas termostáticas
SubPartida Sist. Armoniz. 848180 :	- Los demás artículos de grifería y órganos similares:
SubPartida Regional 84818010 :	- - Canillas o grifos para uso doméstico
Código Producto Comunitario (ARIAN) 8481801000-0000 :	
Código Producto Nacional (TNAN) 8481801000-0000-0000 :	

Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	20 %
FDI	0.5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Salvaguardia por Porcentaje	0 %
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	0 %
Afecto a Derecho Específico	
Unidad de Medida	Unidades (UN)
Observaciones	
Es Producto Percible	NO

2.5. TRANSPORTE A UTILIZAR Y LOGÍSTICA

Cargar una carga de contenedor completo (FCL) FULL CONTAINER LOAD significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entregar la mercancía

¹⁸ <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/arancel/index.jsp>

cuando la ha puesto, despachada de aduana para la exportación a cargo del transportista nombrado por el comprador, en el lugar o punto fijado, este puede parecer ser muy fácil, sin embargo, existe un número de reglas que deben ser respetadas, para evitar que la carga no tenga daños y para garantizar un viaje seguro.

Antes de cargar cualquier carga en el contenedor, debe verificar cuidadosamente la condición del contenedor, es decir, para fugas (agujeros) sobre la función y el techo. Permanecer dentro del contenedor al día-tiempo - con puertas cerradas - cualquier fuga puede ser detectada fácilmente.

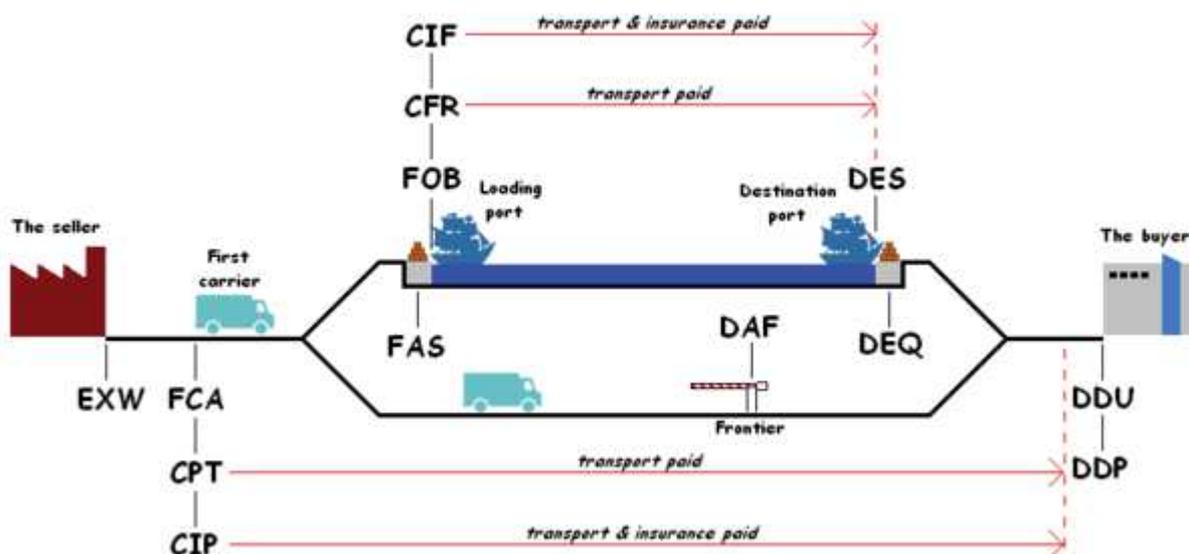
El peso cargado en el contenedor no podrá sobrepasar:

- La carga máxima indicada en el contenedor
- El peso máximo (carga + Tara del contenedor) al origen o al destino.

La carga debe ser igualmente distribuida y suficientemente segura dentro del contenedor. Los buques modernos normalmente viajarán a toda velocidad incluso en condiciones climáticas adversas y su carga debe ser suficientemente protegido y asegurado en el contenedor para soportar estas fuerzas. Sin embargo, los métodos actuales de transporte también pueden prever transporte intermodal por carretera y por ferrocarril, por lo tanto su carga puede estar sujeto a paradas repentinas y en consecuencia deben reforzarse bien al contenedor.

El equipo utilizado para cargar el contenedor debe ser adecuado para a si no dañar el contenedor. Durante el transporte marítimo y almacenamiento en los puertos, los contenedores pueden ser sujetos a producir considerable condensar agua, debido a la humedad durante la carga de las operaciones y el sol durante el almacenamiento y el viaje. La grifería debe ser suficientemente embalada para resistir el tiempo normal de tránsito, así como el período de almacenamiento posible.

Incoterms 2000: Transfer of risk from the seller to the buyer



2.6. COSTOS MERCADERÍA, TRIBUTOS Y COMERCIALIZACIÓN

Cuadro No. 2.1 Costos Mercadería, Tributos y Comercialización

DESCRIPCIÓN	PRECIO VENTA UNITARIO	PRECIO VENTA TOTAL
# UNIDADES 9900		
FOB	12	118.800
+ FLETE	5.230	5.230
TOTAL	5.242	124.030
x 0.06%	314,52	7.441,80
BASE IMPONIBLE	5.556,52	131.471,80
AD- VALOREM 20%	1111,304	26294,36
FODINFA 0.5%	277,826	6573,59
ICE 0%	0	0
IVA 12%	166,6956	3944,154
TOTAL IMPUESTOS A PAGAR	1555,8256	36812,104
+ GANANCIA 25%	388,9564	9203,026

Fuente: Encuestas, Impuestos y tributos al Comercio Exterior

Elaborado por: El autor

3. CAPITULO III

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

La inversión es el capital necesario para que el proyecto se ejecute. En la inversión intervienen los activos fijos tangibles, los activos intangibles o diferidos y el capital de trabajo.

El siguiente muestra la inversión total que se requiere para el presente proyecto.

Cuadro No. 3.1 Inversión Total

DETALLE	VALOR TOTAL
Activos fijos tangibles	27,024,90
Activos fijos intangibles	2,218,50
Capital de trabajo	105,331,58
TOTAL	134,574,98

FUENTE: Estado de Situación Inicial

ELABORADO POR: El Autor

3.1. ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

Corresponde de acuerdo a nuestro proyecto a todas las inversiones que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto.

A continuación se detalla los activos fijos más importantes dentro de del proyecto:

Cuadro No. 3.2 Activos Fijos Tangibles

DETALLE	VALOR TOTAL
Adecuaciones	4,692,00
Equipos de Oficina	415,14
Equipos de Computación	2,305,20
Vehículo	17,082,96
Muebles de oficina	2,529,60
TOTAL	27,024,90

FUENTE: Estado de Situación Inicial

ELABORADO POR: El Autor

3.1.1. Adecuaciones en Oficina y Bodega

En el estudio de localización de la empresa, corresponde al estudio técnico, se determinó la necesidad de arrendar una bodega junto a las oficinas de la empresa que está ubicada en la Av. de la Prensa N58-328 y Vaca de Castro en el sector de Cotocollao, en consideración al mercado objetivo previsto.

Cuadro No. 3.3 Costo de Adecuaciones en Oficina y Bodega

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Adecuaciones Oficina	m 2	80	20	1,600,00
Adecuaciones Bodega	m 2	150	20	3000
Subtotal				4600
2 % Imprevistos				92
TOTAL				4692

FUENTE: Estado de Situación Inicial

ELABORADO POR: El Autor

3.1.2. Equipos de Oficina

Se destinan dos computadoras a la oficina en el área administrativa, de igual forma se tiene previsto la adquisición de una impresora.

Cuadro No. 3.4 Adquisición de Equipos de Oficina

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfonos Convencionales	Unidades	2	46	92
Teléfonos Celulares	Unidades	3	85	255
Sumado CASIO	Unidades	1	60	60
Subtotal				407
2 % Imprevistos				8,14
TOTAL				415,14

FUENTE: Estado de Situación Inicial

ELABORADO POR: El Autor

3.1.3. Equipos de computación

Se tiene previsto la compra de dos computadoras considerando dos puestos de trabajo adicionales y una impresora.

Cuadro No. 3.5 Adquisición de Equipos de Computación

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras	Unidades	2	990	1980
Impresoras	Unidades	1	280	280
Subtotal				2260
2 % Imprevistos				45,2
TOTAL				2305,2

FUENTE: Estado de Situación Inicial

ELABORADO POR: El Autor

3.1.4. Vehículos

Para la distribución de la mercadería dentro de la Provincia de Pichincha se tiene previsto adquirir una camioneta.

Cuadro No. 3.6 Adquisición de Vehículos

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta Dimax	Unidades	1	16748	16748
Subtotal				16748
2 % Imprevistos				334,96
TOTAL				17,082,96

FUENTE: Estado de Situación Inicial

ELABORADO POR: El Autor

3.2. ACTIVOS DIFERIDOS

Representa la inversión que se efectúa sobre los activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, los cuales son indispensables para que el proyecto entre en ejecución.

Cuadro No. 3.7 Activos Diferidos

DETALLE	VALOR
Estudios y diseños	1560
Registro del importador	45
Actualización RUC	120
Capacitación personal	450
Subtotal	2175
TOTAL	43,5
PROMEDIO	2218,5

FUENTE: Estado de Situación Inicial

ELABORADO POR: El Autor

3.3. CAPITAL DE TRABAJO

- C. Es la cantidad de dinero en efectivo que el inversionista requiere para que la empresa realice sus actividades con normalidad, sin que se detenga hasta que los recursos generados por el propio proyecto puedan cubrir dichos gastos. El capital de trabajo no es sujeto de

depreciación ni amortización y forma parte del patrimonio de inversionista.

Cuadro No. 3.8 Capital de Trabajo

DETALLE	ANUAL
Mercadería Grifería	42,411,60
Mano de obra directa	1560,6
Mano de obra indirecta	872,1
Gastos de Venta	43260,85
Perdida del Proyecto	17,226,43
TOTAL	105,331,58

FUENTE: Estado de Situación Inicial

ELABORADO POR: El Autor

3.4. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

La estructura financiera es la forma en que se financian los activos de una empresa.

Cada uno de los componentes de la estructura patrimonial: Activo = Pasivo + Patrimonio Neto, tiene su costo, que está relacionado con el riesgo: "La deuda es menos riesgosa que el Capital, porque los pagos de intereses son una obligación contractual y porque en caso de quiebra los tenedores de la deuda tendrán un derecho prioritario sobre los activos de la empresa. Los dividendos, la retribución de capital son derechos residuales sobre los flujos de efectivo de la compañía, por lo tanto son más riesgosos que una deuda.

Se propone que la inversión sea financiada en 45% que corresponde al valor de \$ 52.326.91 con crédito, acudiendo a las ventajas que tiene el proyecto, en cuanto a su adecuada rentabilidad y las facilidades de ejecución del proyecto que es factible en su mercado y en su tecnología.

El crédito se solicitará a la Corporación Financiera Nacional, que entrega a través del sistema financiero, con un plazo de 5 años y un interés máximo de 12% anual, los pagos serán trimestrales.

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

MONTO	52.326.91
PLAZO	5 AÑOS
PERIODO DE PAGO	TRIMESTRAL
FORMA DE AMORTIZACIÓN	CAPITAL CONSTANTE
TASA DE INTERÉS	12
TRIMESTRAL	3
CUOTAS	20

No. CUOTA	SALDO	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA
1	52,326,91	2,616,35	1,569,81	4,186,15
2	49,710,56	2,616,35	1,491,32	4,107,66
3	47,094,21	2,616,35	1,412,83	4,029,17
4	44,477,87	2,616,35	1,334,34	3,950,68
5	41,861,52	2,616,35	1,255,85	3,872,19
6	39,245,18	2,616,35	1,177,36	3,793,70
7	36,628,83	2,616,35	1,098,87	3,715,21
8	34,012,49	2,616,35	1,020,37	3,636,72
9	31,396,14	2,616,35	941,88	3,558,23
10	28,779,80	2,616,35	863,39	3,479,74
11	26,163,45	2,616,35	784,9	3,401,25
12	23,547,11	2,616,35	706,41	3,322,76
13	20,930,76	2,616,35	627,92	3,244,27
14	18,314,42	2,616,35	549,43	3,165,78
15	15,698,07	2,616,35	470,94	3,087,29
16	13,081,73	2,616,35	392,45	3,008,80
17	10,465,38	2,616,35	313,96	2,930,31
18	7,849,04	2,616,35	235,47	2,851,82
19	5,232,69	2,616,35	156,98	2,773,33
20	2,616,35	2,616,35	78,49	2,694,84
TOTAL		52,326,91	16482,98	68,809,88

FUENTE: Corporación Financiera Nacional

ELABORADO POR: El Autor

3.5. COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

El costo es el valor de los recursos que intervienen para la producción o comercialización de un bien, los costos están determinados por el tipo de función que desarrolla la empresa y este puede clasificarse costo de producción y costo de ventas, para el presente estudio debido al tipo de actividad nuestros costos están determinados por las ventas.

3.5.1. Mercadería

Para el presente proyecto la mercadería constituye la grifería

Cuadro No. 3.9 Mercadería (Grifería)

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Grifería	Unidades	9900	4,2	41,580,00
Subtotal				41,580,00
2 % Imprevistos				831,6
TOTAL				42,411,60

FUENTE: Encuestas y Estado de Situación Inicial

ELABORADO POR: El Autor

3.5.2. Mano de obra directa

Es el personal de la empresa que está en contacto y trabaja directamente con el producto.

Se considera 4 personas para la carga y descarga de la mercadería de los camiones a las bodegas y el respectivo acomodo en dichos espacios.

Cuadro No. 3.10 Personal para la carga de mercadería

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cargadores	Mensual	2	250	6000
Jornaleros	Jornales	4	30	120
Subtotal				6120
2 % Imprevistos				122,4
TOTAL				6242,4

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

3.6. COSTOS DE FABRICACIÓN

3.6.1. Mano de obra indirecta

Es el valor destinado a la cancelación del personal que no está íntimamente relacionado con el producto pero que directamente tiene que ver con él y se encarga de la supervisión del personal que si se encuentra relacionado directamente al producto.

Cuadro No. 3.11 Adquisición de Mano de Obra Directa

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Bodeguero	Sueldo	1	260	3120
Guardia	Sueldo	1	300	300
Subtotal				3420
2 % Imprevistos				68,4
TOTAL				3488,4

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

3.7. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son los valores destinados al área administrativa para que pueda desempeñar con la normalidad y facilidad.

Cuadro No. 3.12 Gastos Administrativos

DETALLE	UNIDAD DE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR TOTAL
	MEDIDA			MENSUAL	ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Gerente General	Sueldo	1	1200	1200	14,400
Gerente de Comercio Exterior		1	800	800	9,600
Secretaria Contadora	Sueldo	1	350	350	4,200
SUBTOTAL					28,200
GASTOS GENERALES					
Luz	KW/h	39037	0,0015	58,56	702,67
Agua	M3	52	0,80	41,60	499,20
Teléfono	Min.	4000	0,03	120	1440
Suministro de oficina	Mensual	1	20	20	240
Material de limpieza	Mensual	1	10	10	120
SUBTOTAL					3,001,87
Subtotal					31,201,87
2 % Imprevistos					624,04
TOTAL					31,825,90

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

3.8. GASTOS DE VENTAS

Son todos los gastos incurridos como consecuencia del traslado del producto desde el extranjero hasta el mercado local, de igual forma la venta del mismo en Ecuador.

Cuadro No. 3.13 Gastos de Ventas

DETALLE	UNIDAD DE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR TOTAL
	MEDIDA			MENSUAL	ANUAL
Agente Afianzado	Honorarios	1	280	23,33	280
Jefe de ventas	Sueldo	1	600	600	7200
Vendedores	Sueldo	2	350	700	8400
Flete internacional	Flete	1	5,200	433,33	5200
Flete Guayaquil - Quito	Flete	1	650	54,17	650
Handling local import	Salario	1	65	5,42	65
THCD - destino	Salario	1	180	15	180
Almacenaje	Almacenera	1	320,00	26,67	320,00
Seguro	0,6% C y F	1		233,9	2,806,80
Derechos Arancelarios	15% del CIF	1		826,45	9,917,36
IVA	12%	1		595,04	7,140,50
Tasa FODINFA	0,5% del CIF	1		20,66	247,93
Aportación CORPEI	Papel	1	5	0,42	5,00
Subtotal					42,412,59
2 % Imprevistos					848,25
TOTAL					43,260,85

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

3.8.1. Tramitología

Fomentar la actividad de los recursos humanos, la optimización de los recursos materiales y financieros.

Cuadro No. 3.14 Tramitología

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL TOTAL
Emisión (validez 90 días)	4,00%	1	424,12	424,12
Plazo proveedor (60 días)	4,00%	1	282,74	282,74
Revisión de documentos	0,50%	1	35,34	35,34
Apertura carta de crédito	Papel	1	234,430	234,43
Emisión B/L Master	papel	1	45,00	45,00
Mensaje Telex	papel	1	25,00	25,00
Portes	Papel	1	15,00	15,00
Reconocimiento de firmas	Papel	1	11,00	11,00
Subtotal				10,72
2 % Imprevistos				21,45
TOTAL				1,094,09

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO POR: EL AUTOR

3.8.2. Depreciaciones

Las depreciaciones están dadas por la pérdida de los activos, debido al desgaste que sufren por el uso al cual están sometidos.

Cuadro No. 3.15 Depreciaciones

DEPRECIACIÓN	INVERSIÓN	VIDA ÚTIL	%	VALOR TOTAL ANUAL
Vehículo	17083,0%	5	20	3416,59
Equipo de computación	2305,20%	3	20	461,04
Muebles y enseres	2529,60%	10	20	252,96
TOTAL				4130,59

3.8.3. Seguros

Es el desembolso de dinero que la empresa realiza por proteger sus activos tangibles contra cualquier siniestro que pueda ocurrir. Los porcentajes están dados por las empresas aseguradoras.

Cuadro No. 3.16 Seguros

SEGUROS	VALOR	%	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
				MENSUAL	ANUAL
Vehículo	17083,0%	0,04	683,32	56,94	683,32
Equipo de computación	2305,20%	0,03	69,16	5,76	69
Muebles y enseres	2529,60%	0,03	75,89	6,32	76
TOTAL					828,36

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

3.9. PROYECCIÓN DE LOS COSTOS

Los costos totales se los ha proyectado en base a la inflación, que para nuestro caso se toma dos inflaciones equivalentes a 9.97% y la inflación de China con un porcentaje de 7.7 % se ha tomado las dos inflaciones debido a que la mercadería es adquirida en el extranjero, transportada y nacionalizada en el Ecuador. Por lo que, la inflación del Ecuador afecta los rubros con excepción de la mercadería, debido a que la empresa está ubicada en el territorio ecuatoriano y ejerce sus actividades y función dentro de los mismos, mientras que la mercadería es adquirida en la república Popular de China por lo que el valor de adquisición de este rubro a través de los años se regirá por la inflación vigente en el país asiático.¹⁹

¹⁹ Banco Central del Ecuador

Cuadro No. 3. 17 Costos Totales Del Proyecto

Inflación China 7.70%
 Inflación Ecuador 9.97%

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
M.O. Directa	6000,00	6696,20	7266,04	7979,47	8775,02	9649,69	10611,96	11670,00	12839,50	14119,00
Mercadería	42411,60	45677,29	49194,44	52982,42	57062,06	61455,84	66187,94	71284,41	76779,31	82684,86
Mano de obra indirecta	6720,00	7389,96	7989,96	7989,96	7989,96	7989,96	7989,96	7989,96	7989,96	7989,96
Total de costos de ventas	56131,60	59665,46	63840,47	68351,87	73227,07	78495,72	84189,91	90344,40	96996,80	104187,84
GASTOS ADMINISTRATIVOS	26200,00	31011,54	31011,54	31011,54	31011,54	31011,54	31011,54	31011,54	31011,54	31011,54
GASTOS DE VENTAS	15600,00	17155,32	17155,32	17155,32	17155,32	17155,32	17155,32	17155,32	17155,32	17155,32
GASTOS FINANCIEROS	5008,06	4552,26	3296,46	2040,68	784,86	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones	4130,59	4130,59	4130,59	4130,59	4130,59	252,96	252,96	252,96	252,96	252,96
Seguros	828,36	670,26	512,20	354,11	196,03	37,94	30,36	22,77	15,18	7,59
TOTAL	109698,63	117185,48	119946,59	123044,11	126505,42	126953,48	132640,09	138786,98	145431,79	152615,25

FUENTE: Activos Fijos

ELABORADO POR: El Autor

Cuadro No. 3.18 Clasificación de Costos

COSTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
M.O. Directa	6000	6398,2	7256,04	7979,47	8773,02	9649,89	10611,98	11670	12833,2	14113
Mercadería	42411,6	45677,39	49194,44	52982,42	57062,06	61459,84	66187,94	71284,41	76773,31	82684,86
TOTAL DE COSTOS VARIABLES	48411,6	52275,49	56450,49	60961,89	64835,08	71109,73	76799,93	82954,41	89606,51	96797,86
Meno de Obra indirecta	6720	7389,98	7389,98	7389,98	7389,98	7389,98	7389,98	7389,98	7389,98	7389,98
GASTOS ADMINISTRATIVOS	38200	31011,34	31011,34	31011,34	31011,34	31011,34	31011,34	31011,34	31011,34	31011,34
GASTOS DE VENTAS	12900	17133,32	17133,32	17133,32	17133,32	17133,32	17133,32	17133,32	17133,32	17133,32
GASTOS FINANCIEROS	2508,08	4002,28	3296,48	2040,68	784,88	0	0	0	0	0
Depreciación	4130,29	4130,29	4130,29	4130,29	4130,29	252,96	252,96	252,96	252,96	252,96
Seguros	828,36	670,28	912,2	394,11	196,03	37,94	30,36	22,77	13,18	7,59
TOTAL COSTOS FIJOS	61287,03	64909,99	63496,11	62082,22	60668,34	59847,75	59840,16	59832,57	59824,98	59817,39
COSTO TOTAL	109698,63	117185,48	119946,59	123044,11	125503,42	128957,48	132640,09	136786,98	140431,79	143615,25

FUENTE: Activos Fijos
ELABORADO POR: El Autor

3.10. INGRESOS DEL PROYECTO

Los ingresos representan la cantidad de dinero recibido por la empresa, como consecuencia de la venta del producto durante un periodo determinado, y se lo obtiene, multiplicando el número de productos vendidos por el precio de venta al consumidor.

Los ingresos están íntimamente ligados a los niveles de oferta en el proyecto, de la demanda insatisfecha calculada en el estudio de mercado.

Los ingresos provendrán de la venta de grifería cuyo valor se determino en base al precio de la competencia, establecida por otros importadores en el mercado ecuatoriano.

Los ingresos se han proyectado tomando en cuenta la inflación del Ecuador equivalente a la fecha 9.97% anual.²⁰

²⁰ Banco Central del Ecuador

Cuadro No. 3.19 Ingresos Totales del Proyecto

Inflación Ecuador 9,97%

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Grifería Unidades	9900,00	19800	29700	39600	49500	49500	49500	49500	49500	49500
Precio de Venta	12,00	13,20	14,51	15,96	17,55	19,3	21,22	23,34	25,67	28,23
Ingreso de Grifería	118800,00	261288,72	431008,81	631973,9	868727,05	955339,14	1050596	1155329,92	1270516,31	1397186,79

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: El Autor

3.11. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERO DEL PROYECTO

La evaluación del proyecto permite determinar si resulta beneficioso o no el invertir la grifería al mercado ecuatoriano. La evaluación se realiza como resultado de minimizar el riesgo y de establecer las ganancias o pérdidas que generaría el proyecto al inversionista y al proyectista, para que este tome una decisión.

La evaluación se la hace tomando en cuenta los costos de la inversión versus los ingresos que se percibirían por las ventas.²¹

3.11.1. Instrumentos de Evaluación

Son los medios que sirven para demostrar la viabilidad financiera del proyecto, utilizando la información obtenida del estudio de mercado (Ingresos, cantidades a importarse y precios) y del estudio técnico (Inversiones, costos y gastos).²²

3.11.2. Estado de Situación Inicial

Consiste en indicar como está compuesta la Empresa en su activo, pasivo y patrimonio en forma global al inicio de la implementación del proyecto.

Los activos son el conjunto de dinero en efectivo y bienes que posee la empresa.

Los pasivos son las deudas u obligaciones que tienen la empresa con terceros y que debe cancelar.

El patrimonio son las aportaciones de los socios y representa el capital neto con el que dispone la empresa.²³

²¹ <http://www.monografias.com/trabajos26/proyecto-ampliacion/proyecto-ampliacion.shtm>

²² <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/evaluacion-proyectorol>

²³ <http://www.definicion.org/estado-de-situacion-financiera>

Cuadro No. 3.20 Estado de Situación Inicial

ACTIVOS

Corrientes

Caja/ Bancos 105,331,58

Total Activos corrientes 105,331,58

Fijos

Adecuaciones 4,692,00

Muebles y Enseres 2,529,60

Equipos de oficina 415,14

Equipos de computación 2,305,20

Vehículo 17,082,96

Total Activos Fijos 27,024,90

Activos Diferidos 2,218,50

TOTAL ACTIVOS 134,574,98

PASIVO

Largo Plazo

Préstamo 52,326,91

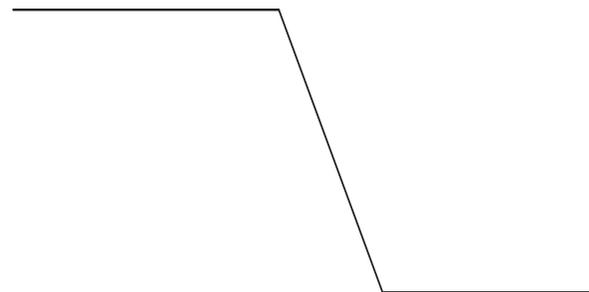
Total Pasivo largo plazo 52,326,91

PATRIMONIO

Capital 82,248,07

Total Patrimonio 82,248,07

TOTAL PASIVO+PATRIMONIO 134,574,98



3.12. ESTADO DE RESULTADOS

Es un documento contable que refleja la utilidad neta o pérdida de la compañía, es decir la utilidad real que percibe el inversionista. Para obtenerlo se utiliza como parámetros los ingresos totales y a este se le resta los costos, los gastos, el 15% que les corresponde a los empleados y trabajadores y el impuesto a la renta del 25%. En efecto, el primer año registra una pérdida.²⁴

²⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Estado_de_resultados

Cuadro No. 3.21 Estado de Resultados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas	118800,00	261288,72	431008,81	631973,85	868727,05	955339,14	1050896,45	1155329,92	1270516,21	1397186,79
➤ Costos de ventas	55131,60	59665,48	63840,47	68351,87	73227,07	78495,72	84189,91	90344,40	96996,80	104187,84
= Utilidad Bruta	63668,40	201623,24	367168,34	563621,98	795499,98	876843,42	966396,54	1064985,52	1173519,52	1292398,95
➤ Gastos Administrativos	31825,90	34988,95	38488,24	42325,63	46545,49	51186,08	56289,33	61901,38	68072,94	74859,82
➤ Gastos de Ventas	43260,85	47573,95	52317,07	57533,09	63269,14	69577,07	76513,90	84142,34	92531,33	101756,70
= Utilidad Operativa	-11418,35	119050,35	278362,92	463773,26	685685,35	758080,27	833992,31	912941,81	1012915,24	1116382,43
➤ Gastos Financieros	5803,29	45552,44	3296,60	2040,75	784,90	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
= Utilidad Operativa	-17226,63	114497,90	273066,32	461722,52	684900,45	758080,27	833992,31	912941,81	1012915,24	1116382,43
➤ Participación Trabajadores	0,00	17174,69	40959,95	69258,38	102735,07	113412,04	125039,00	137841,27	151937,29	167457,36
= Utilidad antes de impuestos	-17226,63	97323,22	232106,37	392464,14	582165,38	642668,23	708554,31	781100,54	860977,96	948925,06
➤ 25 % impuesto Renta	0,00	24330,80	58026,59	98116,03	145541,35	160667,06	177138,58	195275,13	215244,49	237231,27
= Utilidad Neta	-17226,63	72992,41	174079,78	294348,10	436624,04	482001,18	531415,73	585825,40	645733,47	711693,80

FUENTE: Cuadro No. 46
ELABORADO POR: El Autor

3.13. FLUJO DE CAJA

Representa uno de los elementos más importantes dentro del análisis del proyecto de inversión, debido a que sobre la base de los resultados que arroje se realiza la evaluación financiera del proyecto.

En el flujo de caja intervienen las depreciaciones, que no representan salida de dinero pero que los emplea para la reducción de tributos.

También se incluye valor residual, los recursos ajenos, el capital de trabajo, la inversión inicial.²⁵

²⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Flujo_de_caja

Cuadro No. 3.22 Flujo de Caja del Proyecto

AÑOS	UTILIDAD NETA	DEPRECIACIONES	VALOR RESIDUAL	CAPITAL DE TRABAJO	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO DE CAJA
0					134574,98	-134574,98
1	-1722663	4130,59				-13095,04
2	72992,41	4130,59				77123,01
3	174079,78	4130,59				178210,38
4	294348,10	4130,59			2305,20	296173,50
5	436624,04	4130,59				440754,63
6	48200,18	252,96				482254,14
7	531415,73	252,96			2305,20	529563,49
8	585825,4	252,96				586078,36
9	645733,47	252,96				645986,43
10	711693,8	252,96	5107,14	105331,58	2305,20	820080,27

FUENTE: Estado de Resultados
ELABORADO POR: El Autor

Cuadro No. 3.23 Flujo de Caja del Inversionista

AÑOS	UTILIDAD NETA	DEPRECIACIONES	VALOR RESIDUAL	CAPITAL DE TRABAJO	PRÉSTAMO	INVERSIÓN INICIAL	AMORTIZACIONES	FLUJO NETO DE CAJA
0					52326,91	134574,98		-82248,07
1	-1722663	4130,59					4657,09	-17753,14
2	72992,41	4130,59					5912,94	71210,07
3	174079,78	4130,59					7168,79	171041,59
4	294348,10	4130,59				2305,20	8424,63	287748,86
5	436624,04	4130,59					9680,48	431074,15
6	48200,18	252,96						482254,14
7	531415,73	252,96				2305,20		529363,49
8	585825,4	252,96						586078,36
9	645733,47	252,96						645986,43
10	711693,8	252,96	5107,14	105331,58		2305,20		820080,27

FUENTE: Estado de Resultados y Flujo de Caja del Proyecto
ELABORADO POR: El Autor

3.14. INDICADORES DE EVALUACIÓN

Para conocer si conviene invertir en esta idea de negocio, se calcularán algunos indicadores financieros que darán cuenta de los niveles de rendimiento del capital invertido en el proyecto en el tiempo de 10 años.

3.15. VALOR ACTUAL NETO

La evaluación financiera del proyecto tiene como fin pronosticar el comportamiento de ingresos, gastos y utilidades, en términos de **valor del dinero en el tiempo**, mediante unidades monetarias homogéneas en los años necesarios para recuperar la inversión total y establecer si el proyecto tiene mérito desde el punto de vista de rentabilidad financiera.

En otras palabras, se trata de evaluar estos rubros a través de un denominador común y homogéneo del valor del dinero está influenciado por la inflación o elevación de precios y también por la devaluación, es decir, un dólar de hoy no es lo mismo que un dólar después de un tiempo, pues pierde su capacidad adquisitiva.

Si el valor actual neto obtenido es positivo, el retorno o valor de la inversión es mayor que la tasa de interés a la que se descontó. Mientras más alto es el VAN a un nivel de interés dado, mejor es la inversión en términos financieros.

La decisión económica en este criterio consiste en que al final de la vida útil de un proyecto, el VAN sea positivo ($VAN > 0$) se usa una tasa de descuento apropiada, que generalmente es el costo de oportunidad del capital, de la cual depende el valor absoluto del VAN, en una relación tipo inversa, de donde después de cierto valor crítico de la tasa de descuento del VAN se torna negativo²⁶

²⁶ <http://www.tasabadlar.com.ar/van-valor-actual-neto/>

Para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN), se debe aplicar la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \frac{FCN}{(1+i)^n} \cdot lo$$

Donde:

Lo	=	Inversión inicial
FCN	=	Flujo de Caja Neto
i	=	Tasa de descuento
n	=	Período de tiempo

Para la aplicación correcta de la fórmula anteriormente mencionada, se necesitan de algunos datos previos, tales como la tasa de descuento (i).

La tasa de descuento o costo de oportunidad corresponde a la rentabilidad que el inversionista exige por la inversión por renunciar al uso alternativo de esos recursos, se la obtiene mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

Fórmula para el cálculo de la tasa de descuento para el proyecto:

$$i = TA - (\text{peso \% de recursos propios}) + \% \text{ Riesgo País}$$

Fórmula para el cálculo de la tasa de descuento para el inversionista:

$$i = (TA)(1-t)(\text{peso \% de préstamo}) + (TP)(\text{peso \% de recursos propios}) + \% \text{ Riesgo País}$$

Donde:

Tasa Activa (TA)	9.14%
Recursos Propios (RP)	55.00 %
Riesgo País	4.4%
Participación de trabajadores e	
Impuestos a la Renta	40% (Imp.)

Tasa Pasiva (TP)	5.05%
Recursos Ajenos (RA)	45.00 %
Inflación Ecuador	9.97% (Inf)
t	0.3625

Una vez obtenidos estos datos, se procede reemplazar la fórmula de la tasa de descuento:

Tasa de descuento para el Proyecto:

$$i = 0.091 * 0.061 + 0.044$$

$$i = 0.099 \approx \text{Costo de oportunidad del Proyecto} = 9.9 \%$$

VAN DEL PROYECTO

Cuadro No. 3.24 VAN del Proyecto

PERIODO	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO DESCONTADO
0	-134574,98	-134574,98
1	-13096,04	-11908,16
2	77123,01	63766,54
3	178210,38	133981,96
4	296173,50	202471,54
5	440754,63	273980,17
6	482254,14	272585,44
7	529363,49	272072,81
8	586078,36	273899,53
9	645986,43	274513,33
10	820080,27	316884,40
		1937672,60

FUENTE: Flujo de Caja Proyecto e Inversionista

ELABORADO POR: El Autor

Tasa de descuento para el Inversionista:

$$i = (TA) (1 - t) (\text{peso \% de préstamo}) + (TP) (\text{peso \% de recursos propios}) + \% \text{ Riesgo País}$$

$$i = 0.09 (1 - 0.3625) (0.39) + (0.05) (0.61) + 0.04$$

$$i = 0.097 \approx \text{Costo de oportunidad de un Proyecto} = 9.7 \%$$

VAN DEL INVERSIONISTA

Cuadro No. 3.25 VAN del Inversionista

PERIODO	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO DESCONTADO
0	-82248,07	-82248,07
1	-17753,14	-16175,55
2	71210,07	59116,56
3	171041,59	129375,88
4	287748,86	198312,04
5	431074,15	270689,44
6	482254,14	275917,45
7	529363,49	275956,77
8	586078,36	278372,69
9	645986,43	279562,04
10	820080,27	323366,51
		1992245,76

FUENTE: Flujo de Caja

ELABORADO POR: El Autor

3.16. TASA INTERNA DE RETORNO

Es un método que nos permite evaluar la inversión del proyecto mediante el cálculo de una tasa de interés que nos indica la rentabilidad que obtendría el inversionista si decidiera ejecutar el proyecto.

Si la tasa que ofrece el TIR es mayor o igual al costo de oportunidad se acepta la inversión, si es menor que el costo de oportunidad se rechaza el proyecto.

La TIR es una tasa que permite que el VAN sea igual a cero, para lo cual en este caso debemos interpolar, es decir debemos encontrar dos porcentajes cercanos, de tal forma que con el cálculo de un porcentaje me dé un resultado positivo y con el cálculo del otro porcentaje me dé un resultado negativo, hasta lograr acercar la función a cero con lo cual se resuelve la ecuación.²⁷

A continuación se desarrolla el cálculo de la Tasa Interna de Retorno, utilizando la fórmula respectiva tanto para el Proyecto como para el inversionista:

$$\text{TIR} = \text{tm} + (\text{TM} - \text{tm}) \times \frac{\text{VAN tm}}{\text{VAN tm} - \text{VAN TM}}$$

Donde:

Tm = Tasa menor

TM = Tasa mayor

VAN tm = Valor actual neto con la tasa menor

VAN TM = Valor actual neto con la tasa mayor

A continuación se detallan los valores obtenidos con la Tasa Mayor y la Tasa Menor, para obtener con la tasa menor un VAN positivo y con la Tasa Mayor un

VAN negativo para el proyecto de la siguiente manera:

$$\text{TIR} = 0.7833 + (0.8033 - 0.7833) \times \frac{3035080.70}{3035080.70 - 3115939.26}$$

TIR = 79.33 DEL PROYECTO

²⁷ <http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>

Cuadro No. 3.26 TIR del Proyecto

PERIODO	FLUJO NETO DE CAJA	TASA 78,33 %	FLUJO DESCONTADO
0	-134574,98	-134574,98	-134574,98
1	-13096,04	-10267,30	-10529,22
2	77123,01	60464,44	62006,90
3	178210,38	139716,94	1443281,14
4	296173,50	232200,02	238123,49
5	440754,63	345551,63	354366,72
6	482254,14	378087,24	387732,32
7	529363,49	415020,98	425608,25
8	586078,36	459485,44	471207,00
9	645986,43	506453,36	519373,09
10	820080,27	642942,93	659344,54
		3035080,70	3115939,26

FUENTE: Flujo de Caja y TIR Proyecto

ELABORADO POR: El Autor

A continuación se detallan los valores obtenidos con la Tasa Mayor y la Tasa Menor, para obtener con la tasa menor un VAN positivo y con la Tasa Mayor un VAN negativo para el inversionista de la siguiente manera:

$$TIR = 0.9649 + (0.9849 - 0.9649) \times \frac{3912414.20}{3912414.20 - 3992555.88}$$

TIR = 97.49 INVERSIONISTA

Cuadro No. 3.27 TIR del Inversionista

PERIODO	FLUJO NETO DE CAJA	TASA 96.49 %	TASA 98.49 %
0	-82248.07	-82248.07	-82248.07
1	-17753.14	-17698.10	-18053.17
2	71210.07	70989.31	72413.52
3	171041.59	170511.36	173932.19
4	287748.86	286856.84	292611.82
5	431074.15	429737.82	438359.31
6	482254.14	480759.15	490404.23
7	529366.49	527722.47	538309.74
8	586078.36	584261.52	595983.09
9	645986.43	643983.87	656903.60
10	820080.27	817538.02	833939.63
		3912414.20	3992555.88

FUENTE: Flujo de Caja y TIR Inversionista

ELABORADO POR: El Autor

3.17. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Es un indicador que nos permite conocer el periodo de tiempo en el cual se recuperaría la inversión inicial. Es decir en cuanto tiempo los ingresos futuros generados por el proyecto pueden cubrir la inversión inicial del mismo.

El periodo de Recuperación de la Inversión debe ser comparado con el periodo de recuperación de la empresa para establecer su aceptación o no.²⁸

²⁸ <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

Cuadro No. 3.28 Periodo de Recuperación del Proyecto

PERIODO	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO DESCONTADO	FLUJO DESCONTADO ACUMULADO
0	-134574.98	-134574.98	-134574.98
1	-13096.04	-11908.16	-146483.13
2	77123.01	63766.54	-82716.59
3	178210.38	133981.96	51265.37
4	296173.50	202471.54	253736.91
5	440754.63	273980.17	527717.08
6	482254.14	272585.44	800302.53
7	529366.49	272072.81	1072375.33
8	586078.36	273899.53	1346274.86
9	645986.43	274513.33	1620788.19
10	820080.27	316884.40	1937672.60

FUENTE: VAN del Proyecto

ELABORADO POR: El Autor

Este proyecto se recuperaría la inversión al año 3, por que el flujo se vuelve positivo en este periodo y quiere decir que la inversión inicial fue cubierta en este año.

3.18. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas y las sumas de los costos fijos y variables, los mismos que están estrechamente relacionados. Este mecanismo de control señala a que los volúmenes de ingresos cubren los gastos; a un volumen inferior al punto de equilibrio indicara perdida y a un volumen mayor ganancia.

Cabe señalar que el punto de equilibrio no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión sino solo como una referencia importante.

Es aquel punto en donde se cruzan los costos totales con los ingresos totales, es decir, el volumen de ventas necesario para que no haya ganancias ni pérdidas.

A manera de ejemplo se toman los datos del año 1 y se aplica la fórmula respectiva, dando como resultado que las ventas requeridas para que a la empresa no gane ni pierda equivalen a 103439.26 dólares.²⁹

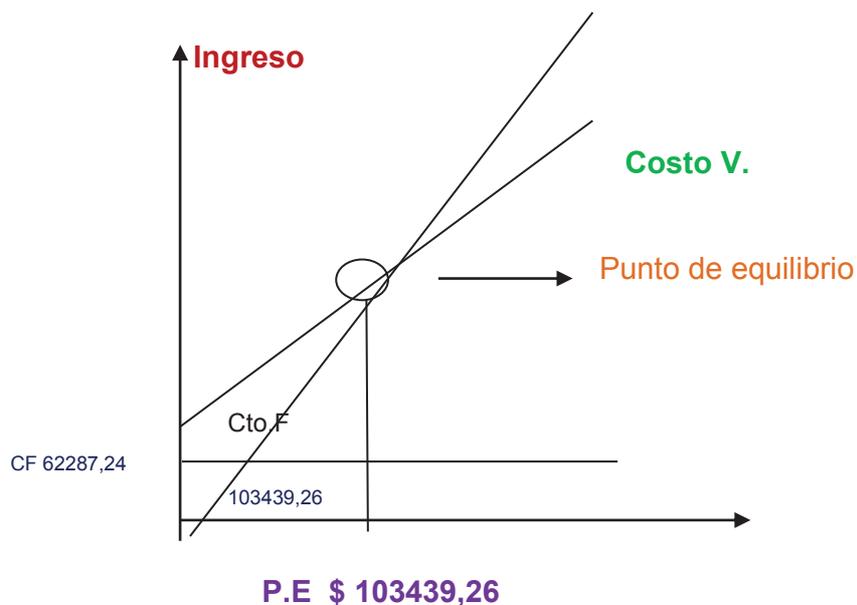
$$PE = \text{Costos Fijos Totales} / (1 - \text{Costos Variables Totales} / \text{Ventas})$$

$$PE = 61287.03 / (1 - 48411.60 / 118800.00)$$

$$PE = 103439.26 \text{ Dólares}$$

$$\text{VENTAS EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO} = 103439.26 \text{ Dólares}$$

Gráfico No. 3.1 Punto de Equilibrio



²⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_del_punto_de_equilibrio

EXPLICACIÓN DEL CUADRO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El Cálculo de Costos se integra al sistema de informaciones indispensables para la gestión de la empresa.

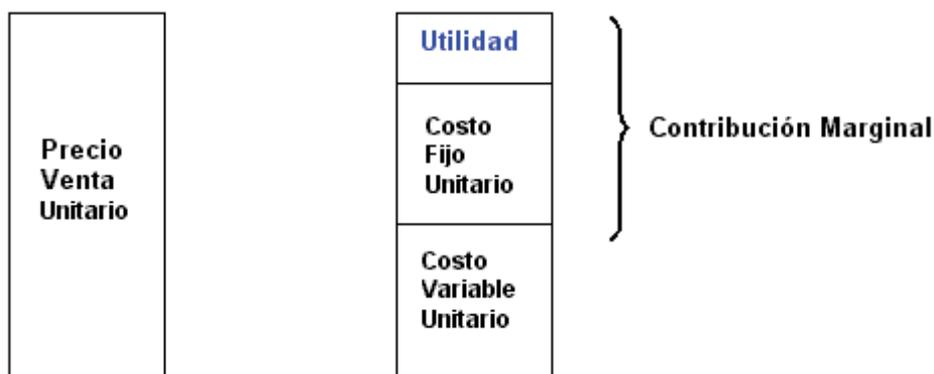
El análisis de los costos empresariales es sumamente importante, principalmente desde el punto de vista práctico, puesto que su desconocimiento puede acarrear riesgos para la empresa, e incluso, como ha sucedido en muchos casos, llevarla a su desaparición.

Conocer no sólo que pasó, sino también dónde, cuándo, en qué medida (cuánto), cómo y porqué pasó, permite corregir los desvíos del pasado y preparar una mejor administración del futuro.

Se llama "contribución marginal" o "margen de contribución" a la diferencia entre el Precio de Venta y el Costo Variable Unitario.

$$\text{Contribución Marginal} = \text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable Unitario}$$

Se le llama "margen de contribución" porque muestra como "contribuyen" los precios de los productos o servicios a cubrir los costos fijos y a generar utilidad, que es la finalidad que persigue la empresa.



$$\text{Punto de Equilibrio en \$} = \text{Cantidades} \times \text{Precio de Venta}$$

Cuadro No. 3.29 Cálculo del Punto de Equilibrio

COSTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS VARIABLES	48411,6	52275,49	56450,49	60961,88	65837,08	71105,08	76799,93	82954,41	89606,81	96797,86
COSTO FIJO	61287,24	64910,16	63496,23	62082,3	60668,37	55847,75	55840,16	55832,57	55824,57	55817,39
COSTO TOTAL	109698,84	117185,65	119946,71	123044,18	126505,45	126953,48	132640,09	13876,98	145431,79	152615,25
INGRESOS	118800	261288,72	431008,81	631973,85	86727,05	955339,14	1050586,5	1155329,9	1270516,3	1397186,79
PUNTO DE EQUILIBRIO	1003439,3	81144,58	73065,88	68710,27	65643,18	60338,75	60244,12	60151,54	60060,95	59972,31

FUENTE: Cuadro Clasificación de Costos

ELABORADOR POR: El Autor

3.19. ÍNDICES FINANCIEROS

Es la toma de decisiones en los negocios analizando los estados financieros a fin de determinar la situación financiera de la empresa, además realizar informes de la empresa con el propósito de formarse una idea del comportamiento de esta.³⁰

3.19.1. Rentabilidad sobre la inversión

La rentabilidad sobre la inversión del proyecto nos da un 54,23 % y representa la pérdida neta obtenida en el primer año.

$$\text{RI} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}} = \frac{72992,41}{134574,98} = 0,54239$$

3.19.2. Rentabilidad sobre recursos propios

$$\text{RSP} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} = \frac{72992,41}{82248,07} = 0,88747$$

La rentabilidad de recursos propios nos da como resultado 0,8874 lo que quiere decir que por cada dólar invertido en recursos propios por el inversionista este recibe 0,88 del mismo.

³⁰ <http://html.rincondelvago.com/indicadores-financieros.html>

3.19.3. Índice de apalancamiento

$$\text{AP} = \frac{\text{Préstamo}}{\text{Inversión Total}} = \frac{52326,91}{134574,98} = 0,38883$$

El índice de apalancamiento representa el 38,88% de la proporción de la inversión de los activos totales que son financiados con recursos ajenos.

3.19.4. Índice de cobertura

$$\text{Cobertura} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Gastos Financieros}} = \frac{119050,35}{5808,29} = 20,49664$$

El índice de la cobertura es de 20,49 y significa las veces que se requiere para saldar el interés generado por el préstamo.

3.19.5. Rentabilidad sobre ventas

$$\text{RV} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos}} = \frac{72992,41}{118800,00} = 0,61441$$

El índice de rentabilidad sobre las ventas es de 61,44 % lo que significa el impacto de rentabilidad sobre la utilidad neta, fruto de las variaciones producidas en las ventas.

4. CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis del mercado, se observa un crecimiento notable de las importaciones al Ecuador de grifería reflejando una demanda nacional importante para este producto tomando en cuenta el crecimiento del sector de la construcción, que a su vez responde a los requerimientos de viviendas de la población, ya que el país de China se convirtió desde el 2002 en el primer vendedor ofreciendo productos a precios muy bajos, por lo que la importación de grifería resulta muy económica permitiendo así el acceso a mayor número de personas para que lo adquieran.

- La empresa si bien no genera divisas para el país, genera plazas de empleo tanto obrera como técnica y proporciona ingresos al fisco a través del pago de tributos
- No existe convenios con China que permitan facilitar el ingreso de grifería al Ecuador ni tampoco acuerdos comerciales que nos otorguen preferencias arancelarias y paraarancelarias que puedan limitar la importación de grifería.
- La producción nacional de grifería las empresas EDESA S.A. y FRANZ VEIGENER son las dos únicas que elaboran estos bienes en el país, y también constan como importantes exportadores e importadores de estos productos.
- El VAN para el presente proyecto es de 1937672,60 por lo que, al ser un valor positivo es aceptable.

- La TIR obtenida en el proyecto es de lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto el inversionista recibirá extra 0,79 centavos USD.

- La China representa un mundo nuevo, lleno de oportunidades y significa la expansión de las relaciones comerciales de Ecuador América Latina, el aprovecharlo o no depende de la decisión de cada uno de nosotros.

4.2. RECOMENDACIONES

- ✚ Luego de analizar las cotizaciones solicitadas a los fabricantes, se tiene que hacer el pedido en firme de los productos, acordando las características de la negociación en cuanto a cantidad, precios y forma de pago, modelos y calidades, medio de transporte, etc.
- ✚ La empresa del proyecto debe asegurarse de la calidad de los productos chinos, exigiendo certificaciones sobre este aspecto, a los productores y/o exportadores chinos.
- ✚ Mínimo con un mes de anticipación al arribo de los productos, se tiene que realizar la promoción y publicidad y recibir los pedidos de los clientes, de tal forma que el tiempo de almacenaje no sea muy largo.
- ✚ Luego de la conformación del equipo de trabajo de la empresa, se les debe dictar cursos sobre la operación y manejo del almacenaje, de las ventas y de la atención al cliente, para que los empleados estén informados en detalle de los procesos de comercialización y de las características de los bienes a mercadear.
- ✚ Es importante mantener una base de datos de programas de construcción de la provincia de Pichincha y de otras ciudades del país tanto públicos como privados, especialmente de aquellos dirigidos a los estratos de menores recursos, así como contactos con constructores y con la Cámara de Construcción de Pichincha, para sustentar adecuadamente la demanda potencial de materiales de construcción , accesorios y estar enterado del desenvolvimiento de la competencia.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- ✚ ALCARAZ VARÓ, Enrique Castro Calvin, José. Diccionario de comercio Internacional de Importación y Exportación, Barcelona – España, Editorial Ariel 2007, Volúmen 1, Pág.: 1144
- ✚ ANDERSON R. A.; SWEENEY, D. J.; WILLIAMS, T.: Introducción al Control de Inventarios. Grupo editorial Iberoamérica. 1998
- ✚ Arancel Aduanero
- ✚ BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A., Cuarta Edición, 2001
- ✚ ROBLES, José Quinta Edición 2003, Elementos de economía, Gráficas Carolina, Quito
- ✚ ROMERO LÓPEZ, C.: Técnicas de Programación y Control de Proyectos. Pirámide. 2005
- ✚ Revista Construir de "El Comercio "
- ✚ Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda – MIDUVI
- ✚ Banco Central del Ecuador, Arancel Nacional de Aduanas
- ✚ Instituto Ecuatoriano de Normalización – INEN – Norma de calidad NTE – INEN 968-96

Internet

- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-deficit-de-vivienda-social-asciende-a-1-2-millones-230616-230616.html>
- <http://bibliopress.wordpress.com/2007/06/11/las-fuentes-documentales-y-el-tratamiento-de-la-informacion-en-el-proceso-de-investigacion/>
- <http://es.thefreedictionary.com/an%C3%A1lisis>
- <http://www.nferias.com/feria-internacional-quito-construccion/>
- <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=8482800000>

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Empresa.- Una empresa es un sistema que interacciona con su entorno materializando una idea, de forma planificada, suministrando productos o servicios, dando satisfacción a unas demandas y deseos de los clientes, a través de una actividad económica, que requiere de objetivos, misión, planificación.

Mercado.- Es el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados. Se conoce como mercado aquel lugar físico o no, donde se materializan las relaciones monetarias-mercantiles; conjunto de personas u organizaciones que tienen una necesidad, poseen capacidad de compra y están dispuestas a comprar.

Calidad.- Conjunto de características de un producto o servicio que influyen en la preferencia y satisfacción del cliente.

Capital.- Recursos, bienes y valores disponibles en un momento determinado para la satisfacción de necesidades futuras, es decir, es el patrimonio poseído susceptible de generar una renta. Constituye uno de los tres principales elementos que se requieren para producir un bien o servicio.

Cliente.- El cliente es el individuo más importante en una empresa, ya sea en persona o por correo, Un cliente depende de nosotros, nosotros dependemos de ellos, El cliente es la persona que trae sus deseos y nuestra labor será manejarla con provecho para él y para nosotros mismos.

Proyecto.- un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.

Oferta.- Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado

Demanda.- es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

Precio.- Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.

Competitividad.- Capacidad para producir productos al mismo nivel de otros competidores, producción de alto desempeño.

Eficacia: Se refiere al grado de cumplimiento de los objetivos planteados, es decir, en qué medida el área, o la institución como un todo, está cumpliendo con sus objetivos, sin considerar necesariamente los recursos asignados para ello.

Eficiencia: Logro de los objetivos previamente establecidos, utilizando un mínimo de recursos. El concepto de eficiencia describe la relación entre dos magnitudes físicas: la producción física de un bien o servicio, y los insumos que se utilizaron para alcanzar ese nivel de producto.

Efectividad: Logro de los objetivos al menor costo y con el menor número de consecuencias imprevistas. Se relaciona con el impacto de las acciones de la organización.

Ganancias.- Beneficios obtenidos por una empresa como resultado de sus ventas o servicios.

Pérdidas.- Es el resultado del gasto o inversión que no ha sido recuperado y déficit para empresa en tiempo y dinero.

ANEXOS

Anexo

No. 1

Anexo No. 1 Diseño y características técnicas de Grifería a Importar



GRIFERÍA-
LLAVES
MEZCLADORA



GRIFERÍA-
LLAVES
DE PASO



GRIFERÍA-
LLAVES
DE SALIDA

○ GRIFERÍA - LLAVE DE SALIDA:

- **Acabados Disponibles:** Cromo
- **Incluye :** Desagüe Push Button, Sifón de bronce y mangueras flexibles
- **Especificaciones:**
 - **RETRO!...** Diseño de manillas tipo cruz para un fácil deslizamiento al momento de usarlas.
 - Con un leve y suave movimiento alcanza su óptima funcionalidad y temperatura adecuada por tener cartuchos con discos de cerámica 1/4 de vuelta.
 - Garantiza larga duración e impide la corrosión por estar fabricada totalmente en bronce fundido (all brass).
 - No es tóxico, por su bajo contenido de plomo.

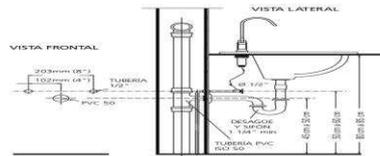
SICILIA JUEGO MONOBLOCK ALTO PARA LAVAMANOS



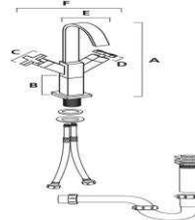
INCLUYE
 Desagüe Push Button, Sifón de bronce
 y Mangueras Flexibles
ACABADOS DISPONIBLES
 Cromo

BENEFICIOS

- **EFICIENTE** ... Diseño de manillas tipo cruz para un fácil desplazamiento al incrementar las caudales.
- **CON UN LEVE MOVIMIENTO** permite alcanzar el caudal de 2.2 galones por minuto a 60 PSI, logrando ahorrar agua y cuidar el planeta.
- **CON UNA LARGA DURACIÓN** se evita la corrosión, brindando un funcionamiento totalmente en bronce.
- **NO ES NECESARIO** para su bajo consumo de agua.



A: 42.9 cm
 B: 1.0 cm
 C: 4 cm
 D: 1.5 cm
 E: 1.2 cm
 F: 19.5 cm



BRIGGS
 THE PREMIUM BATH COLLECTION

○ GRIFERÍA – LLAVES MEZCLADORA

- **Acabados Disponibles:** Cromo
- **Incluye :** Desagüe Push Button, Sifón de Bronce y Mangueras Flexibles de 40 cm
- **Especificaciones:** • BAJO CONSUMO DE AGUA.

Su alta tecnología permite un consumo máximo de 2.2 galones por minuto a 60 PSI, logrando ahorrar agua y cuidar el planeta.

- **CERO GOTEOS Y FUGAS.**

Contiene cartuchos cerámicos de cierre hermético (monomando), garantizando mayor duración, cero goteos y evitar fugas de agua.

- **FÁCIL CONTROL DE CAUDAL Y TEMPERATURA.**

Con un leve movimiento permite tener control del caudal y además regular gradualmente la temperatura

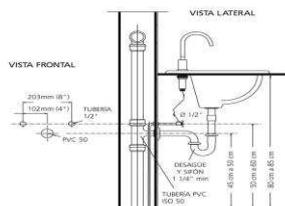
SCARLET JUEGO 8" PARA LAVAMANOS



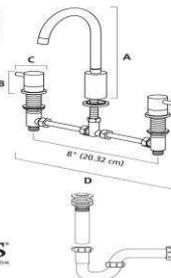
INCLUYE
 Desagüe Push Button, Sifón de bronce y
 mangueras flexibles de 40 cm.
ACABADOS DISPONIBLES
 Cromo

BENEFICIOS

- **BAJO CONSUMO DE AGUA.** Su alta tecnología permite un consumo máximo de 2.2 galones por minuto a 60 PSI, logrando ahorrar agua y cuidar el planeta.
- **CERO GOTEOS Y FUGAS.** Contiene cartuchos cerámicos de cierre hermético (monomando), garantizando mayor duración, cero goteos y evitar fugas de agua.
- **FÁCIL CONTROL DE CAUDAL Y TEMPERATURA.** Con un leve movimiento permite tener control del caudal y además regular gradualmente la temperatura.



A: 27 cm
 B: 5.5 cm
 C: 7 cm
 D: 27 cm



BRIGGS
 THE PREMIUM BATH COLLECTION

○ GRIFERÍA – LLAVES DE SALIDA

● **Acabados Disponibles:** Cromo

● **Incluye:** Sifón de Plástico, Mangueras Flexibles.

● **Especificaciones:** • Alta resistencia a la presión de agua, presión efectiva de trabajo de 20 a 80 PSI.

• Garantiza larga duración e impide la corrosión por estar fabricada totalmente en bronce.

• Son cómodos por tener una sola manilla para la apertura y cierre de agua.

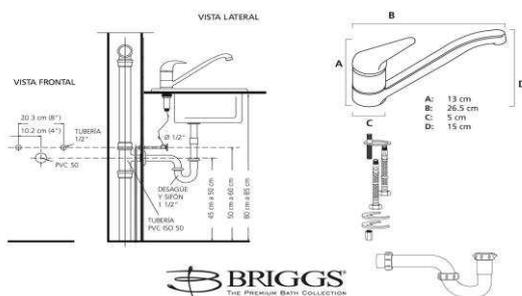
• Cartucho cerámico monomando 40 mm.

• No es tóxico, por su bajo contenido en plomo.

MONOMANDO JUEGO MONOMANDO DE MESA PARA COCINA



- INCLUYE**
Sifón de plástico y mangueras flexibles.
ACABADOS DISPONIBLES
Cromo.
- BENEFICIOS**
- Alta resistencia a la presión de agua, presión efectiva de trabajo de 20 a 80 PSI
 - Garantiza larga duración e impide la corrosión por estar fabricada totalmente en bronce.
 - Son cómodos por tener una sola manilla para la apertura y cierre de agua.
 - Cartucho cerámico monomando 40 mm.
 - No es tóxico, por su bajo contenido de plomo.



Anexo

No. 2

Anexo No. 2 Norma Técnica Ecuatoriana NTE 0968:1996

Clasificación:	NTE
Ubicación física:	BG-
Título Español:	Grifería. Llaves. Requisitos
Título Inglés:	Plumbing fixture fittings. Cocks. Specifications
Carácter:	Obligatoria
Des regularización:	
Revisión:	1. rev
Fecha Publicación:	1996-01-11
Fecha aprobación:	1995-10-24
Nro. Acuerdo ministerial:	0799
Fecha acuerdo ministerial:	1995-12-26
Nro. Registro oficial:	860
Fecha registro oficial:	1996-01-11
Descriptor temáticos:	Construcción, instalaciones de agua, grifería, accesorios, requisitos
Categoría temática primaria:	MECÁNICA;
Categoría temática secundaria:	
ICS:	23.040.40
CO:	MC 06.02-401
CDU:	621.646:621.762
CIIU:	3819
Nombre Archivo PDF:	
Tamaño archivo PDF (kb):	
Páginas:	10
Precio Nacional (Ecuador):	\$ 2,20
Precio Internacional:	\$ 10,00
Comité técnico:	Grifería
Miembros participantes:	
Bases de estudio:	ASME Designation A112.18.1 M.
Estado:	
Resumen:	Establece los requisitos generales que deben cumplir las llaves utilizadas en grifería, definidas en la norma INEN 965

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

* 1 Esta norma sin ningún cambio en su contenido fue REGULARIZADA pasando de VOLUNTARIA, a OBLIGATORIA según Resolución de Consejo Directivo de 1985-11-13 y oficializada mediante Acuerdo Ministerial No. 893 de 1985-11-21, publicado en el Registro Oficial No. 333 del 1985-12-12

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

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

* 4 Esta norma sin ningún cambio en su contenido fue DESREGULARIZADA, pasando de OBLIGATORIA a VOLUNTARIA, según Resolución de Consejo Directivo de 1998-01-08 y oficializada mediante Acuerdo Ministerial No. 235 de 1998-05-04 publicado en el Registro Oficial No. 321 del 1998-05-20

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

* 6 Esta norma sin ningún cambio en su contenido fue DESREGULARIZADA, pasando de OBLIGATORIA a VOLUNTARIA, según Resolución de Consejo Directivo de 1998-01-08 y oficializada mediante Acuerdo Ministerial No. 03 612 de 2003-12-22, publicado en el Registro Oficial No. 248 del 2004-01-09

* 7 Esta norma sin ningún cambio en su contenido fue DESREGULARIZADA, pasando de OBLIGATORIA a VOLUNTARIA, según Resolución de Consejo Directivo de 2004-12-10 y oficializada mediante Acuerdo Ministerial No. 05079 de 2005-01-28, publicado en el Registro Oficial No. 532 del 2005-02-25.

* 8 Esta norma sin ningún cambio en su contenido fue DESREGULARIZADA, pasando de OBLIGATORIA a VOLUNTARIA, según Resolución de Consejo Directivo de 2004-10-06 y oficializada mediante Acuerdo Ministerial No. 06-159 de 2006-04-18, publicado en el Registro Oficial No. 269 del 2006-05-12.

* 9 Esta norma sin ningún cambio en su contenido fue DESREGULARIZADA, pasando de OBLIGATORIA a VOLUNTARIA, según Resolución del Directorio del INEN No. 009-2010 de 2010-03-05, publicada en el Registro Oficial No. 152 del 2010-03-17.

Anexo

No. 3

Anexo No. 3 Cotizaciones de Grifería desde la China

Seller				
Rui'an Homtek Sanitary Wares Co.,LTD				
NO.50 Puxing East Road,Changjiao Town,Rui'an,China				
Tel:0086-577-65293968 Fax:0086-577-65293958				
Website: www.homtek.com.cn				
E-mail:jamiesanitary@yahoo.com/luozhiping198485@126.com				
MSN:lzpsunny@hotmail.com				
Contact:Jamie Luo				
Item No.	Picture	Description	Unit Price USD(FOB Ningbo)	Weight(g)
HT-1115		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$52.00	1350
HT-2021		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$21.00	959
HT-2024		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$21.00	910
HT-2031		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$13.50	780
HT-2032		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$17.00	870
HT-2041		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.00	608

HT-2042		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.00	658
HT-2043		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$14.50	637
HT-2044		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$11.00	510
HT-2045		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$9.00	495

HT-2051		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.00	550
HT-2052		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.00	868
HT-2053		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$13.50	858
HT-2054		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$11.00	510

HT-2061		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.50	500
HT-2062		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$13.00	625
HT-2063		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.00	626
HT-2064		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.00	460

HT-2065		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$9.00	452
HT-2081		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$22.50	1664
HT-2082		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$20.50	1378
HT-2083		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$29.00	1680

HT-2084		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$22.50	1308
HT-2091		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.50	743
HT-2093		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$17.50	915
HT-2094		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$19.50	951

HT-2095		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.50	615
HT-2111		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$21.00	1025
HT-2112		bidet mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$21.50	1005
HT-2113		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$29.00	1640

HT-2114		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$26.00	990
HT-2115		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$21.50	912
HT-2121		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$22.50	1664
HT-2124		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$29.00	1680

HT-2125		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$22.50	1300
HT-2126		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$20.50	1100
HT-2131		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$11.50	550
HT-2132		bidet mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.00	483

HT-2133		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$13.50	700
HT-2134		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.00	650
HT-2135		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.50	800
HT-2136		wall-mounted kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.00	480

HT-2137		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$9.00	480
HT-2138		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.00	980
HT-2141		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$13.50	450
HT-2142		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$14.50	723

HT-2143		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$16.00	702
HT-2144		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$13.50	458
HT-2145		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$10.00	460
HT-2151		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.00	560

HT-2152		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$13.50	758
HT-2153		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.50	737
HT-2154		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.00	560
HT-3001		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$31.50	1900

HT-3002		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$43.00	2460
HT-3003		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$13.00	715
HT-3004		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.50	716
HT-3007		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$16.00	860

HT-3009		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$27.00	1350
HT-3014		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$9.00	816
HT-3016		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$31.50	2950
HT-3017		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$36.00	3600

HT-3019		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$22.50	1280
HT-3023		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$20.50	1015
HT-3024		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$20.00	995
HT-3025		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$22.50	1215

HT-3026		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$22.50	1210
HT-3027		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$22.50	1210
HT-3028		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$26.00	1012
HT-3029		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$19.50	1075

HT-3032		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$26.00	1185
HT-3033		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.00	875
HT-3034		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.00	630
HT-3035		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$11.50	690

HT-3039		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.50	750
HT-3040		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.00	750
HT-3041		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$10.00	460
HT-3042		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$20.00	1500

HT-3045		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$16.00	1200
HT-4001		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$11.00	444
HT-4001-1		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$10.00	373
HT-4001-2		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$9.00	306

HT-4002		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$11.00	444
HT-4002-1		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$10.00	373
HT-4002-2		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$9.00	306
HT-4003		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.00	680

HT-4003-1		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$11.00	650
HT-4003-2		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$10.00	550
HT-4015		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.50	810
HT-4016		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$13.00	820

HT-4017		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$28.00	1525
HT-4019		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$14.00	825
HT-4020		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$14.00	1080
HT-4021		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$22.50	750

HT-4022		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.00	750
HT-4023		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.00	752
HT-4031		waterfall basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.00	1000
HT-4032		waterfall basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$16.00	1125

HT-4034		waterfall basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.00	986
HT-4035		waterfall basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$16.50	1002
HT-4037		waterfall basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$19.00	926
HT-4038		waterfall basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$17.00	905

HT-5003		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$24.00	1150
HT-5013		wall-mounted kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$23.00	1150
HT-6001		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$17.00	970
HT-6002		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$21.50	1165

HT-6003		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$22.00	1225
HT-6004		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$22.50	1400
HT-6005		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$21.50	1225
HT-6011		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$20.50	1126

HT-6012		bidet mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$21.00	950
HT-6013		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$20.50	900
HT-6014		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$27.00	1643
HT-6015		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$20.50	1199

HT-6016		wall-mounted kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$21.00	1450
HT-6021		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$27.00	1700
HT-6033		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$26.00	2190
HT-6054-1		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$25.00	1154.5

HT-6061		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.50	750
HT-6062		bidet mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$13.00	760
HT-6063		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$16.00	780
HT-6064		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.00	850

HT-6065		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$14.50	510
HT-6066		kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$9.00	450
HT-6071		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$22.50	1200
HT-6071-2		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$35.50	1600

HT-6081		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$16.50	975
HT-6081-1		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.50	833
HT-6082		bidet mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.00	823
HT-6083		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$26.50	1440

HT-6084		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$19.00	1088
HT-6121		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$14.50	510
HT-6122		bidet mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.00	505
HT-6125		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$15.00	850

HT-6221		basin mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$10.00	428
HT-6222		bidet mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$10.00	448
HT-6223		bathtub mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.00	515
HT-6224		shower mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$10.00	325

HT-6224-1		wall-mounted kitchen mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$12.50	420
HT-6224-2		sink mixer,brass body,zinc alloy handle,chrome finished	\$9.00	495

Anexo

No. 4

**Anexo No. 4 Formulario de Solicitud de Afiliación CCQ
(Personas Jurídicas)**

REQUISITOS PERSONAS JURÍDICAS

- Copia de la Escritura
- Una Foto tamaño " CARNET"
- Copia RUC
- Nombramiento y Aceptación del Representante CCQ
- Copia de la Cedula Representante CCQ
- Llenar autorización de débito automático
- El valor a cancelar depende del montón de la compañía

Anexo

No. 5

Anexo No. 5 Certificado Top Line UDLA



Quito, 27 de abril 2012

Señores
UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
Presente

CERTIFICADO DE RECOMENDACIÓN

Yo, Humberto Benjamín Chávez Vascones en mi calidad Gerente de la empresa IMPORTACIONES LÍNEAS EXCLUSIVAS EN ACABADOS TOP LINE CÍA. LTDA., certifico que la Srta. María José Moncayo Avilés ha entregado a nuestra empresa su Tesis de Grado previa la obtención del título Tecnóloga en Exportaciones e Importaciones, cuyo tema es IMPORTACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y VENTA DIRECTA DE GRIFERÍA DESDE LA CHINA.

Debo manifestar que esta tesis de grado será implementada por nuestra empresa; reconocemos y agradecemos el esfuerzo, la investigación y los conocimientos desarrollados por nuestra colaboradora Srta. Moncayo para aportar al crecimiento de las importaciones con ésta línea de griferías, la misma que nos brinda la oportunidad de ofrecer nuevas alternativas en la comercialización para el mercado nacional.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad y autorizo a la Srta. María José Moncayo Avilés para que haga uso de este certificado como a bien tuviere.

Atentamente,

Ing. Humberto Chávez V
GERENTE TOP LINE CIA. LTDA.

Anexo

No. 6

Anexo

No. 7

Anexo

No. 8

Anexo No. 8 Póliza de Seguro



F. 870

PÓLIZA DE SEGUROS DE CAUCIÓN PARA GARANTIZAR OPERACIONES ADUANERAS

CONDICIONES PARTICULARES

TRANSACCIÓN ARIP N°			DEPENDENCIA DGA N°	PÓLIZA N°	RENOVACIÓN	ENDOSO
SETI	SUG	SIM				

TOMADOR (IMPORTADOR/ EXPORTADOR)

RAZÓN SOCIAL / APELLIDO Y NOMBRE	DOMICILIO FISCAL	C.U.I.T.

DESPACHANTE

RAZÓN SOCIAL / APELLIDO Y NOMBRE	C.U.I.T.

COMPAÑÍA DE SEGUROS (ASEGURADOR)

RE.E.G. N°

RAZÓN SOCIAL / APELLIDO Y NOMBRE	DOMICILIO LEGAL	C.U.I.T.

PRODUCTOR

RAZÓN SOCIAL / APELLIDO Y NOMBRE	MATRÍCULA N°	C.U.I.T.

OPERACIÓN GARANTIZADA

MOTIVO		CLASE DE GARANTÍA		DESTINACIÓN ADUANERA
DESCRIPCIÓN	CODIGO	DESCRIPCIÓN	CODIGO	

SUMA MÁXIMA ASEGURADA		GASTOS DE ADQUISICIÓN		GASTOS DE EXPLOTACIÓN	
IMPORTE	MONEDA	IMPORTE	MONEDA	IMPORTE	MONEDA

COASEGURADORES

C.U.I.T.	C.U.I.T.	C.U.I.T.
N° REEG	N° REEG	N° REEG
PÓLIZA N°	PÓLIZA N°	PÓLIZA N°

El Asegurador, con arreglo a las Condiciones Generales que forman parte de esta póliza y a las particulares que seguidamente se detallan, asegura a la ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS (el Asegurado), con domicilio en Hipólito Yrigoyen 370, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el pago en efectivo de hasta la suma máxima asegurada correspondiente a los tributos generales y adicionales vigentes a la fecha de producción del hecho imponible, con más los intereses y demás accesorios previstos en el párrafo siguiente, que resulte obligado a efectuarle el Tomador por aplicación de las disposiciones legales y/o reglamentarias vigentes en materia aduanera e impositiva, como consecuencia de la operación garantizada.

Queda especialmente convenido que el Asegurador responderá con los mismos alcances y en igual medida en que resulte obligado el Tomador o proponente de acuerdo con las leyes o reglamentaciones aduaneras vigentes, causa eficiente del presente seguro y que la suma máxima asegurada no comprenderá a los intereses previstos en los artículos 794 y 797 del referido Código Aduanero y artículos 37 y 52 de la Ley N° 11.683 (t.o. en 1998 y sus modificaciones) según corresponda, los cuales deberán abonarse aún en el caso que excedieran la misma.

El presente seguro regirá desde la fecha de inicio de vigencia hasta la extinción de las obligaciones del tomador.

Lugar y fecha de emisión	Inicio de vigencia
Buenos Aires,	

*Los asegurados podrán solicitar información ante la Superintendencia de Seguros de la Nación con relación a la situación económica financiera de la entidad aseguradora, dirigiéndose personalmente o por nota a la Avenida Julio A. Roca 721 (C.P. 1067), Ciudad Autónoma de Buenos Aires o telefónicamente al N° 4338-4000 o por Internet a www.ssn.gov.ar
Esta póliza ha sido aprobada por la Superintendencia de Seguros de la Nación*

Anexo

No. 9

Anexo

No. 10

