

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

UNIDAD DE POSTGRADOS

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA TITULACIÓN DE MAGISTER
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA IMPORTADORA DE MAQUINARIA INDUSTRIAL
DESDE LA CHINA, Y SU POSTERIOR COMERCIALIZACIÓN EN
QUITO, PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR DE LA
CONFECCIÓN**

AUTOR:

YURI IVÁN GARCÍA GONZÁLEZ

DIRECTOR:

ING. MSC. PATRICIO ESTRADA H

QUITO, FEBRERO DEL 2012

DECLARATORIA

El presente trabajo de Investigación titulado:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA IMPORTADORA DE MAQUINARIA INDUSTRIAL DESDE LA CHINA, Y SU POSTERIOR COMERCIALIZACIÓN EN QUITO, PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR DE LA CONFECCION”

Realizado por el alumno:

YURI IVAN GARCIA GONZALEZ,

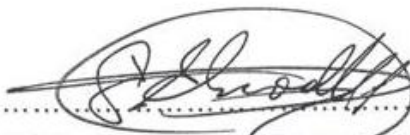
como requisito para la obtención del título de:

MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Ha sido dirigida por el profesor:

ING. PATRICIO ESTRADA H.

Quien considera que constituye un trabajo original del su autor.



ING. PATRICIO ESTRADA H.

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Yuri Iván García González, declaro que la tesis aquí descrita es de mi autoría, y los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de mi exclusiva responsabilidad.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Yuri Iván García González', is written over a horizontal dotted line. Below the dotted line is a solid horizontal line.

YURI IVAN GARCIA GONZALEZ

CC 1709615718

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a mi esposa Aida, y a mis hijos Daniela Alejandra y Luis Alberto; por ser quienes, que con su cariño siempre son un estímulo de superación.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer al Ing. Patricio Estrada H., por su acertada dirección en el desarrollo del presente trabajo de investigación; quien con sus conocimientos y sugerencias me permitieron mejorar el contenido de mi Tesis.

2.5.3	DISTRIBUCIÓN	58
2.5.4	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	60
CAPÍTULO III		62
3.	EL PROCESO DE IMPORTACIÓN	62
3.1.	MARCO LEGAL.....	62
3.1.1.	LEY ORGÁNICA DE ADUANAS.....	62
3.1.2.	REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE ADUANAS	63
3.2.	TÉCNICAS, TRÁMITES Y PROCEDIMIENTOS PARA IMPORTACIÓN	63
3.2.1	REGISTRARSE COMO IMPORTADOR	64
3.2.2	CONSEGUIR PRO-FORMA DEL VENDEDOR O SOLICITAR UNA COTIZACIÓN	65
3.2.3	ELABORACIÓN DE LA NOTA DE PEDIDO	65
3.2.4	CONTRATACIÓN DE LA PÓLIZA DE SEGURO	66
3.2.5	ELABORACIÓN DECLARACIÓN ADUANERA DE VALOR DAV.....	67
3.2.6	DECLARACIÓN ADUANERA ÚNICA DAU.....	67
3.2.6.1.	Declaración Aduanera Única (DAU) A	68
3.2.6.2.	Declaración Aduanera Única (DAU) B	68
3.2.6.3.	Declaración Aduanera Única (DAU) C	68
3.2.7	PROCESO DE NACIONALIZACIÓN.....	69
3.3.	DOCUMENTACIÓN REQUERIDA EN UNA IMPORTACIÓN	69
3.4.	LOGÍSTICA, TRANSPORTE INTERNACIONAL Y SEGUROS	69
3.4.1	LA LOGÍSTICA.....	69
3.5.	IMPUESTOS, RECARGOS Y GARANTÍAS	71
3.5.1.	DERECHOS ARANCELARIOS	72
3.5.2.	IMPUESTOS ESTABLECIDOS	73
3.5.3.	TASAS POR SERVICIOS ADUANEROS.....	74
3.6.	VALORACIÓN DE MERCANCÍAS EN ADUANA.....	74
3.7.	SALVAGUARDIAS.....	74
3.8.	FINANCIAMIENTO DE IMPORTACIONES	75
3.9.	LOS ORGANISMOS NACIONALES E INTERNACIONALES DEL COMERCIO EXTERIOR	
	77	
CAPÍTULO IV.....		83
4.	ESTUDIO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO	83
4.1.	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	83
4.2.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	85

4.2.1	MACROLOCALIZACIÓN	86
4.2.2.	MICROLOCALIZACIÓN	86
4.3.	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	87
4.3.1.	CARACTERÍSTICAS.....	87
4.3.1.1	Incoterms	88
4.4.	ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN.....	91
4.4.1.	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	92
4.4.2.	MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS.....	92
4.4.2.1.	Misión.....	92
4.4.2.2.	Visión.....	92
4.4.2.3.	Objetivos	93
4.4.3.	MARCO LEGAL.....	93
4.4.3.1.	El Nombre.....	94
4.4.3.2.	Solicitud de Aprobación	94
4.4.3.3.	Número mínimo y máximo de Socios	94
4.4.3.4.	Capital Mínimo	95
	CAPÍTULO V.....	96
5.	ESTUDIO FINANCIERO	96
5.1.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO FINANCIERO.....	96
5.2.	INVERSIONES.....	97
5.2.1.	INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS.....	98
5.2.1.1	Obra Civil e Instalaciones	99
5.2.1.2	Equipo de oficina.....	99
5.2.1.3	Equipo de Computación	100
5.2.1.4	Muebles y Enseres.....	100
5.2.1.5	Vehículos	100
5.2.2.	INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	101
5.3.	COSTOS DE OPERACIÓN.....	101
5.3.1.	GASTOS GENERALES	102
5.3.2.	GASTOS SUELDOS Y SALARIOS	102
5.3.3.	GASTOS DE VENTAS.....	103
5.3.4.	DEPRECIACIONES	103
5.3.5.	AMORTIZACIONES	104
5.3.6.	COMPRAS.....	104

5.3.7.	COSTOS DE IMPORTACIÓN	105
5.3.8.	COSTOS DE TRANSPORTACIÓN INTERNA	107
5.4.	DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	107
5.4.1.	DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS DEL PROYECTO	108
5.4.2.	DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS.....	109
5.4.3.	DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS VARIABLES	109
5.4.4.	PUNTO DE EQUILIBRIO EN TÉRMINOS MONETARIOS	110
5.4.5.	PUNTO DE EQUILIBRIO EN VOLUMEN DE VENTAS	110
5.5.	DETERMINACION DEL CAPITAL DE TRABAJO.....	110
5.6.	FINANCIAMIENTO DE COSTOS E INVERSIONES	111
5.6.1.	ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN	112
5.6.2.	ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO DE LOS COSTOS	112
5.7.	FLUJO DE CAJA Y CAPACIDAD DE PAGO.....	113
5.7.1.	PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS DEL PROYECTO.....	114
5.7.2.	PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE OPERACIÓN.....	115
5.7.3.	ESTADO DE RESULTADOS.....	116
5.7.4.	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	117
5.8.	INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA	117
5.8.1.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	118
5.8.2.	VALOR ACTUAL NETO	119
5.8.3.	TASA INTERNA DE RETORNO	121
5.8.4	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	123
5.8.4.1	Análisis de Sensibilidad del Costo de Oportunidad.....	123
5.8.4.2	Análisis de Sensibilidad del Flujo Neto.....	124
CAPÍTULO VI.....	125	
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	125
6.1	CONCLUSIONES	125
6.2.	RECOMENDACIONES.....	126
BIBLIOGRAFÍA.....	128	
ANEXOS	130	

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo toma como base el desarrollo de la industria de la confección textil, en la actualidad el desarrollo de la moda y la globalización de los mercados, han permitido crear y optimizar los nexos comerciales con los fabricantes de la maquinaria industrial. La mano de obra ecuatoriana tiene gran afinidad en la actividad de la confección textil, que siempre ha sido una industria en constante crecimiento, encontrándose limitaciones en cuanto a la maquinaria utilizada en esta actividad, por lo que las industrias de la confección no se han permitido modernizar sus equipos. La oportunidad de obtener y renovar la maquinaria industrial con el adecuado asesoramiento y soporte técnico, además de la disponibilidad de repuestos, la facilidad de gestión de recursos financieros con servicios postventas integrales, y todo esto a precios competitivos con nuestro mercado, han permitido la opción de realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de venta de maquinaria industrial proveniente de la República de China, focalizada a la confección textil en la ciudad de Quito.

En el Capítulo I, para analizar el contexto mundial de esta industria, se han analizado los informes de la Organización Mundial del Comercio (OMC), que nos ha permitido tener una clara información de la tendencia de los mercados mundiales. Para el caso puntual de nuestro país, hemos revisado la información de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), Instituto de Censos y Estadísticas (INEC) y Banco Central del Ecuador (BCE), en donde se visualiza el desarrollo de este mercado, y su proceso dentro de la Comunidad Andina, Venezuela, EEUU, Europa y Asia.

Para la definición del mercado objetivo, en el Capítulo II se ha investigado la información emitida por la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha, y la Superintendencia de Compañías de Ecuador, de esta forma se ha determinado cuales son las empresas registradas dedicadas a esta actividad, y en función a

ello se planificó la investigación de mercado utilizándose la encuesta como método base de exploración para el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia, como lo son los clientes, competidores y el Mercado, y que permita realizar el plan estratégico de la nueva empresa.

Posteriormente, como parte ya de la operación de la nueva empresa es necesario tener conocimiento del proceso de importación, por lo que en el capítulo III, y de la forma más práctica se realiza una descripción de la gestión a realizarse, glosario de términos utilizados, instituciones inmersas en el proceso, trámites aduaneros, impuestos, etc., todo esto como guía para el proceso de importación de la maquinaria.

A continuación en el capítulo IV se hace un análisis técnico y organizacional del negocio, esto es con el fin de saber la capacidad física de las instalaciones, ubicación estratégica de la misma para la comercialización, además la constitución de la empresa y su estructura organizacional; número de socios, capital mínimo, etc. Es decir los recursos necesarios de la empresa para cumplir con su objetivo de negocio.

En el capítulo V, se realiza un análisis financiero estableciendo la viabilidad del negocio buscando la rentabilidad económica; para ello se desglosan los costos de inversión y se proyecta recuperación de la misma, guardando la utilidad merecida del negocio. Se analiza el punto de equilibrio y los principales indicadores financieros, se establece el flujo de caja para un período presupuestado de 10 años, verificándose la oportunidad financiera del negocio.

Finalmente como resultado de este estudio en el Capítulo VI, se realiza la reflexión del Proyecto motivo de este estudio, mediante la emisión de las Conclusiones y Recomendaciones oportunas para el desarrollo y materialización del Negocio.

CAPÍTULO I

1. LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN

Dentro del desarrollo de la economía a nivel mundial, el sector textil, es uno de los más importantes, ya que la generación de ingresos y empleo para muchos países ha sido un factor fundamental para el sostenimiento de su economía. Como ha sucedido con los países asiáticos, que en un inicio se limitaban a la confección con telas importadas, y que posteriormente daría paso a la industrialización de la rama textil.

A partir de la nueva perspectiva económica mundial, se han presentado cambios importantes en todos los frentes económicos, el sector textil no ha sido la excepción, debido a que con la introducción de nueva tecnología y mejores formas de distribuir la fuerza laboral, el comercio internacional se ha favorecido y con ello las exportaciones e importaciones de cada uno de los países, especialmente de aquellos que se encuentran en un franco crecimiento.

1.1 EXPORTACIÓN MUNDIAL TEXTIL

A partir de la nueva perspectiva global que va teniendo el comercio mundial, con la liberación de barreras a las importaciones y exportaciones, con la globalización de los mercados, entre otros, han sido factores que han permitido diseñar nuevos procesos de industrialización textil, a nivel mundial.

Ejemplo de ello, es que las empresas multinacionales han trasladado sus fábricas hacia países orientales, en donde el costo de la mano de obra es mucho más barato y la disponibilidad de los recursos es prioritario, a fin de dinamizar los niveles de productividad de estos países, convirtiéndolos cada vez más en potencias productivas en materia textil.

En el siglo pasado, surgieron dos países que luego se convertirían en potenciales productores de la rama textil, estos fueron Estados Unidos e Inglaterra, el primero tuvo su desarrollo a partir de la aplicación de estrategias de producción basados en la sustitución de las importaciones, mientras que el segundo, se respaldó por la excesiva protección que el estado brindó a este sector productivo.

Un evento, que es conveniente mencionar, “es el que surgió durante los años 1940 y 1950, en donde Inglaterra y Estados Unidos, pierden participación en el mercado, debido a que países como Japón, de América Latina y los asiáticos, van teniendo más presencia, que gracias a la asignación de recursos, reestructuración y modernización del sector, pudieron producir y ofertar productos a mejores precios y de igual calidad”¹.

Cabe mencionar que los índices de crecimiento de la industria textil de los países más desarrollados ha disminuido en comparación con la de los países menos desarrollados, todo esto debido a la nueva configuración de la economía mundial, basado en los cambios presentados en los modelos económicos aplicados en aras de buscar mejores oportunidades en los mercados globalizados.

“A partir del año 1960, la redistribución de la industria textil, sufre grandes cambios ya que con la expansión de los centros productivos en Asia, permitió su crecimiento, debido a la asignación de costos más bajos a los procesos productivos”².

De acuerdo a la información emitida por la OMC, considera que desde hace veinte años, “el volumen de la producción textil, crece a un promedio del 1,2%,

¹ MIGUEL A. AGUILAR Aguilar, La competitividad de la industria textil en un contexto de globalización, 1980 -2003, Editorial Edumed, 2004, pág. 25

² MONTENEGRO Santiago, El arduo tránsito hacia la modernidad; historia de la industria textil, Editorial Uniandes, 2002, pág. 34

a nivel mundial, en tanto que los países en desarrollo lo han hecho al 2,7%, y en 3,6%, los países asiáticos que se encuentran en vías de desarrollo”³.

Si bien es cierto, esta redistribución industrial, permitió que las grandes transnacionales trasladaran sus fábricas a países que les ofrecieran menores costos de los insumos de la producción, ya que esto les permitirían crecer de manera global, en contraparte, se debería analizarlo desde la óptica que lo que se transfiere son los procesos, no así los estudios e investigaciones de desarrollo, que aun sigue siendo labor de los países dueños de las patentes de ropa.

Un hito que ha marcado el mercado internacional, no solo en la industria textil, sino de las demás, ha sido la incorporación de China a la OMC, país que se ha beneficiado al haberse eliminado las barreras y cuotas a las importaciones.

Cuadro 1.1 Crecimiento Porcentual de la Industria Textil

EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA TEXTIL (%)				
PAÍS	2000-2008	2006	2007	2008
China	16	29	21	4
Unión Europea	9	7	15	7
Hong Kong, China	2	4	1	-3
Turquía	10	2	15	-2
Bangladesh	10	21	6	23
India	8	11	3	11
Vietnam	22	19	33	21
Indonesia	4	16	2	7
México	-7	-13	-19	-5
Estados Unidos	-8	-2	-12	3
Tailandia	2	4	-4	4
Pakistán	8	8	-3	3
Túnez	7	-3	18	5
Camboya	18	13	39	4
Malasia	6	15	11	15
PROMEDIO	7	9	9	7

Fuente: OMC

El Banco Mundial, estimó, que para la primera década del siglo XXI, “China abarcaría alrededor del 45% de las exportaciones mundiales textiles, todo ello en cierta forma a originado una deflación global, debido al gran volumen de

³ MONTENEGRO Santiago, El arduo tránsito hacia la modernidad; historia de la industria textil, Editorial Uniandes, 2002, pág. 39

producción que oferta China, ocasionando incluso el cierre de industrias en aquellos países donde el país asiático vende su producción, basado esencialmente en una competencia desleal con estrategias de introducción al mercado con bajos costos”⁴.

De acuerdo a la información emitida en el cuadro 1.1, queda demostrado que los países asiáticos, son los que han tenido el mayor crecimiento en el sector textil, entre los cuales se encuentran China, Vietnam, Camboya, entre otros.

A nivel de América, cabe mencionar que los únicos países que en cierta forma compiten con los grandes productores mundiales de prendas de vestir, son México y Estados Unidos, pero durante este periodo al cual se menciona, han mostrado un decrecimiento de su producción nacional en este sector.

Cuadro 1.2 Participación por Países en el Mercado Mundial

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO MUNDIAL (%)					
PAÍS	1980	1990	2000	2008	2010
China	4,0	8,9	18,2	33,2	35,5
Unión Europea	-	-	28,4	31,1	33,2
Hong Kong, China	11,5	8,6	5,0	0,8	0,9
Turquía	0,3	3,1	3,3	3,8	4,0
Bangladesh	0,0	0,6	2,6	3,0	3,2
India	1,7	2,3	3,0	3,0	3,2
Vietnam	0,9	2,5	2,7
Indonesia	0,2	1,5	2,4	1,7	1,9
México	0,0	0,5	4,4	1,4	1,5
Estados Unidos	3,1	2,4	4,4	1,2	1,3
Tailandia	0,7	2,6	1,9	1,2	1,3
Pakistán	0,3	0,9	1,1	1,1	1,2
Túnez	0,8	1,0	1,1	1,0	1,1
Camboya	0,5	1,0	1,1
Malasia	0,4	1,2	1,1	1,0	1,1

Fuente: OMC

A nivel general, se menciona al año 2006 y 2007, como periodos de gran crecimiento productivo, especialmente por la participación global de los países de Asia Meridional, cuyo crecimiento promedio anual alcanzo el 9%.

Durante el periodo 2000-2008, se lo ha considerado como estable, obteniendo un promedio general de 7%, mismo que servirá para poder proyectar la evolución del sector, pero en términos monetarios.

⁴ Ibídem, pág. 45

Tomando la información del cuadro 1.2, se asume que China es el país con la mayor participación de la industria textil, en el mundo, con una participación estimada actual del 35,5%, seguido por la producción de la Unión Europea, con una participación del 33,2%. Detrás de ellos vienen otros países, con un menor porcentaje participativo, pero que sin embargo, han realizado nuevas inversiones con el fin de mejorar su posicionamiento en el mercado mundial.

Cuadro 1.3 Principales Exportadores

EXPORTACIONES TEXTILERAS			
(Miles de millones de dólares)			
PAÍS	2008	2009	2010
China	120,0	128,4	137,4
Unión Europea	112,4	120,2	128,7
Hong Kong, China	27,9	29,9	32,0
Turquía	13,6	14,5	15,6
Bangladesh	10,9	11,7	12,5
India	10,9	11,6	12,4
Vietnam	9,0	9,6	10,3
Indonesia	6,3	6,7	7,2
México	4,9	5,3	5,6
Estados Unidos	4,4	4,8	5,1
Tailandia	4,2	4,5	4,9
Pakistán	3,9	4,2	4,5
Túnez	3,8	4,0	4,3
Camboya	3,6	3,9	4,2
Malasia	3,6	3,9	4,1
TOTAL	339	363	389

Fuente: OMC

Durante esta última década, se debe mencionar que las ventas de los exportadores a nivel mundial alcanza los \$389.000'000.000 USD, ratificando nuevamente a China como el líder productor y exportador a nivel mundial, con un crecimiento de la industria del 7% anual.

1.2 IMPORTACIÓN MUNDIAL TEXTIL

Por el crecimiento vertiginoso de la industria textil a nivel mundial, y con la influencia directa de China como su mayor productor, ha permitido que los

precios de estos artículos se hayan reducido, razón por la cual muchos países han optado por fomentar la importación de gran parte de este tipo de productos, con el fin de satisfacer las necesidades de la sociedad en general.

Cuadro 1.4. Evolución de las Importaciones Mundiales

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES TEXTILES (%)				
	2000-2008	2006	2007	2008
Importadores				
Unión Europea	10	10	14	8
Estados Unidos	3	4	2	-3
Japón	3	6	1	8
Rusia, Federación	30	2	79	48
Hong Kong, China	2	2	2	-3
Canadá	11	17	12	8
Suiza	8	5	11	12
Emiratos Árabes Unidos	27	72	64	10
Australia	11	5	13	16
Corea, República de	16	29	15	-2
Noruega	10	7	16	19
México	-4	0	-2	3
China	8	6	15	15
Singapur	2	17	-3	-8
Turquía	30	39	43	41
PROMEDIO	11	15	19	11

Fuente: OMC

Por otro lado el acelerado crecimiento de las industrias asiáticas, han ocasionado una serie de efectos colaterales a tal crecimiento, “tal es caso de la baja en la calidad de su mercadería, el incremento del contrabando, etc., que en contrapartida de una mejor armonización del libre mercado, los recaudos fiscales se han reducido, debido a la evasión, en perjuicio de las arcas fiscales, disminuyendo el desarrollo económico y social de los países afectados”⁵.

El principal bloque económico con el mayor porcentaje de importaciones, es la Unión Europea, con un crecimiento promedio del 10%, entre los años 2000-

⁵ MIGUEL A. AGUILAR Aguilar, La competitividad de la industria textil en un contexto de globalización, 1980 -2003, Editorial Edumed, 2004, pág. 32

2008, seguido por los Estados Unidos con el 3%, detrás de ellos Japón con el 3%.

Cuadro 1.5 Participación mundial de las Importaciones

IMPORTACIONES MUNDIALES % DE PARTICIPACION				
	1980	1990	2000	2008
Importadores				
Unión Europea	-	-	39,8	47,3
Estados Unidos	16,4	24,0	32,1	22,0
Japón	3,6	7,8	9,4	6,9
Rusia, Federación de	-	-	1,3	5,7
Hong Kong, China	-	-	-	-
Canadá	1,7	2,1	1,8	2,3
Suiza	3,4	3,1	1,5	1,5
Emiratos Árabes Unidos	0,6	0,5	0,4	1,5
Australia	0,8	0,6	0,9	1,1
Corea, República de	0,0	0,1	0,6	1,1
Noruega	1,7	1,1	0,6	0,7
México	0,3	0,5	1,7	0,7
China	0,1	0,0	0,6	0,6
Singapur	0,3	0,8	0,9	0,6
Turquía	0,0	0,0	0,1	0,6
TOTAL	29,0	40,7	91,8	92,6

Fuente: OMC

Si bien es cierto, cabe recalcar que siendo la Unión Europea uno de los bloques económicos, es el mayor importador de textiles a nivel mundial, esto se debe en gran parte a que un sinnúmero de multinacionales europeas han trasladado sus plantas de producción a otros países, especialmente a Asia, lo que ha originado a que éstas se vean obligadas a comprar estas mercaderías fruto de estas alianzas estratégicas.

Por otra parte, hay que mencionar que el crecimiento porcentual mundial de las importaciones se mantiene en 11%.

Para efectos del análisis del bloque económico con el mayor porcentaje participativo en ámbito de las importaciones, se ha considerado a la Unión Europea, conformada por las 27 naciones.

Cuadro 1.6 Cifras de las Importaciones

IMPORTACIONES A NIVEL GENERAL			
(Miles de millones de dólares)			
	2008	2009	2010
Importadores			
Unión Europea	177,7	197,3	219,0
Estados Unidos	82,5	91,5	101,6
Japón	25,9	28,7	31,9
Rusia, Federación de	21,4	23,8	26,4
Hong Kong, China	18,5	20,6	22,9
Canadá	8,5	9,4	10,4
Suiza	5,8	6,4	7,2
Emiratos Árabes Unidos	5,5	6,1	6,8
Australia c	4,3	4,8	5,3
Corea, República de	4,2	4,7	5,2
Noruega	2,7	3,0	3,4
México	2,5	2,8	3,1
China	2,3	2,5	2,8
Singapur	2,2	2,5	2,7
Turquía	2,2	2,5	2,7
TOTAL	347,8	406,6	451,3

Fuente: OMC

“A nivel mundial, hasta el año 2008, las importaciones textiles de los grandes consumidores y demandantes de este tipo de bienes, abarca el 92,6% de las importaciones textiles a nivel mundial”⁶.

Para proyectar las importaciones de la industria textil, representada en valores, se ha tomado en consideración, el crecimiento porcentual del sector importador que oscila en 11%.

“Para el año 2010, se ha estimado una demanda potencial de US\$451.300`000.000, de los cuales, el 50% corresponde a la Unión Europea, seguida por los Estados Unidos con el 20%, del valor total de los principales importadores”⁷.

⁶ CARDENAS Ernesto, Análisis del Sector Confecciones,2009, Editorial Panda, pág. 54

⁷ CARDENAS Ernesto, Ibídem, pág. 61

1.3

LA INDUSTRIA TEXTIL Y EL AMBIENTE

En todo lo referente a la relación que mantiene la industria textil y el medio ambiente, ha sido muy cuestionada en las reuniones mantenidas por el GATT y la OMC, dentro de los cuales se han establecido políticas ambientales, que permitan regular la repercusión de las grandes industrias, hacia el medio ambiente, por efecto de la contaminación, del abuso excesivo de los recursos disponibles.

Ejemplo de ello, es importante analizar al algodón como materia prima de la industria textil, la misma que ha implicado el uso excesivo de pesticidas, fertilizantes y demás recursos naturales necesarios para desarrollar los grandes proyectos industriales, lo que ha ocasionado que gran parte del territorio de algunos países, entre ellos los Estados Unidos, Rusia, se haya desertizado.

Sin embargo, se estima que la producción de algodón consume alrededor del 25% de pesticidas a nivel mundial, lo que ha provocado un sinnúmero de muertes asociadas con el envenenamiento, además el mal manejo de los desechos tóxicos está ocasionando serias lesiones a la biodiversidad de los sitios donde están ubicadas las plantaciones.

Otro aspecto a considerar, son los nuevos métodos aplicados a la industrialización del algodón, tal como la ingeniería genética, que pretende en cierta forma reducir el uso de pesticidas en la producción de este producto, pero sin embargo esto no ha servido para reducir el consumo de herbicidas y insecticidas.

Por último se ha considerado el daño ambiental a nivel mundial, que ha ocasionado el desecho de ropa usada, además de las mermas y residuos de productos de los procesos de obtención, que no han sido tratadas

racionalmente ocasionando serias lesiones al medio ambiente, además del abuso indiscriminado de los recursos naturales no renovables, como el agua, suelo, aire, etc.

1.3.1 Exportaciones del sector textil ecuatoriano

Como referencia del progreso de la industria textil, es importante remontarse a la época de la colonia, cuando por aquellos tiempos la comercialización e industrialización de la lana de oveja tomada gran importancia en la fabricación y diseño de las prendas de vestir.

“Posteriormente por el año de 1950, la industria textil del Ecuador se vio favorecida con la introducción de otros materiales a la confección textil, tal es el caso de el algodón, poliéster, nylon, seda, etc.”⁸

Dentro del contexto ecuatoriano, es importante recalcar que la industria textil está concentrada mayoritariamente en las provincias de “Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Azuay y Guayas, en donde se han desarrollado grandes centros productivos, no solo de la confección, sino que además en la producción de hilos, fibras, tejidos, que han permitido su diversificación incluso llegando a ofertar hasta productos para el uso de los hogares”⁹.

Es necesario mencionar, que el sector textil, es uno de los más importantes dentro del desarrollo económico ecuatoriano, que a pesar de las grandes dificultades presentadas a inicios del 2000, debido a la excesiva importación de productos chinos, que han relegado el progreso de este importante sector productivo, ha sabido reponerse, fruto de ello en la actualidad se encuentran organizados por medio de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, “quien ha estimado que el país se ha beneficiado directa e indirectamente con este sector productivo, tal es así que la Asociación, ha estimado que en la

⁸ FIGUEROA Byron, Exportaciones totales: 2000-2009”. Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. Cifras hasta octubre de 2009. Pág. 45

⁹ FIGUEROA Byron, Ibídem. Pág. 48

actualidad más de 50.000 personas laboran directamente en las empresas textiles y que otras 200.000, lo hacen de manera indirecta”¹⁰.

Por otra parte, a partir de la adopción de la dolarización en el año 2000, el sector exportador textil se ha beneficiado por la creciente demanda mundial de este tipo de productos, esto ha exigido a que los productores hayan hecho grandes erogaciones económicas con el fin de adquirir nueva tecnología que les permitan ser muchos más competitivos en los mercados globalizados.

Lógicamente que este esfuerzo debe ir respaldado en gran parte por los gobiernos de turno, que deberían brindar más apoyo al sector, en miras de ofertar servicios públicos más económicos, además de un marco legal que regule tanto la legislación laboral, así como al sector aduanero, todo ello a fin de obtener costos de producción mucho más bajos que les permitan ser más competitivos a nivel mundial.

“Esta actividad industrial representó el 14% del PIB manufacturero y el 2,4% del PIB no petrolero total, haciéndolo como uno de los más relevantes en la economía, con su aportación en creación de fuentes de empleo, así como en el consumo de bienes intermedios necesarios en los procesos de transformación de las materias primas”¹¹.

En lo que respecta a la aportación de la demanda de mano de obra, el sector habría empleado directamente alrededor de 65.000 personas a nivel nacional. Este sector aporta con el 11,6% del empleo manufacturero.

“Las exportaciones de los productos textiles, prendas de vestir, cuero y productos de cuero, alcanzaron \$202MM en el período enero-noviembre 2009, un 28,4% más que el monto obtenido en ene/nov-08. Dentro de este grupo, las exportaciones de manufacturas textiles representaron el 42,2% del total de exportaciones del sector mientras el cuero y sus manufacturas significaron el

¹⁰ FIGUEROA Byron, Exportaciones totales: 2000-2009”. Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. Cifras hasta octubre de 2009, pág. 51

¹¹ CAMARA de Industrias de Guayaquil, Estadísticas Económicas, PIB, informe Marzo 2009

16,4% de dicho total. Las exportaciones de manufacturas textiles crecieron en un 76,5% entre ene/nov-08 y ene/nov-09 mientras que las manufacturas de cuero se redujeron en un 6,2% en el período señalado.

Otro grupo importante corresponde a los productos especiales (11,5% del total del grupo), con exportaciones que crecieron en un 1957%. Finalmente, las reducciones más significativas se evidenciaron en hilado (4,3% del total de exportaciones del grupo) y prendas de vestir, -28,5% y -16,9% respectivamente.”¹²

Las exportaciones ecuatorianas se dirigieron mayoritariamente hacia países como Venezuela y Colombia y otra proporción hacia los Estados Unidos y México.

Cuadro 1.7 Exportaciones Textiles

EXPORTACIONES VALORES USD			
TIPO DE PRODUCTO	2008	2009	mar-2010
Materias Primas	14.407.485,00	12.975.346,00	3.531.945,00
Hilados	12.777.212,00	9.395.579,00	2.833.200,00
Tejidos	25.937.211,00	22.431.432,00	4.124.732,00
Prendas de vestir	26.651.498,00	21.385.527,00	11.465.823,00
Manufacturas	63.991.052,00	87.640.039,00	11.465.823,00
Productos Especiales	1.220.002,00	25.432.272,00	14.346.512,00
TOTAL	144.984.460,00	179.260.695,00	47.768.035,00

Fuente: AITE

“El total de las exportaciones textiles del Ecuador está mayoritariamente representado por las manufacturas, los tejidos y las prendas de vestir, valores que para el año 2008 fueron de USD144.984.460.00, en tanto que para el año 2009 alcanzo los USD179.260.695.00, demostrando un nivel de crecimiento aceptable del 23,64% anual¹³.

¹² Cámara de Industrias y Producción; Informe de Actividades 2.009; Pág., 20.

¹³ CAMARA de Industrias de Guayaquil, Estadísticas Económicas, PIB, informe Marzo 2009

Cuadro 1.8 Exportaciones Textiles

EXPORTACIONES TONELADAS			
TIPO DE PRODUCTO	2008	2009	Mar-2010
Materias Primas	12.028.245,00	10.397.578,00	2.923.602,00
Hilados	2.831.131,00	2.006.002,00	597.020,00
Tejidos	3.653.140,00	3.620.154,00	920.599,00
Prendas de vestir	3.291.082,00	2.252.345,00	373.147,00
Manufacturas	9.480.206,00	9.672.924,00	2.459.505,00
Productos Especiales	586.623,00	903.969,00	262.583,00
TOTAL	31.870.427,00	28.852.972,00	7.536.456,00

Fuente: AITE

En lo que respecta al total de las exportaciones textiles ecuatorianas, para el año 2009 alcanzó una cantidad de 31.870.427 de toneladas, en tanto que para el año 2008 fue de 28.852.972 toneladas. De ello se desprende que el sector al cual va dirigido el presente proyecto, tuvo un nivel de exportación de 2'252.345 toneladas.

A nivel general y tomando como referencia la información emitida en el cuadro 1.9, se asume que los mayores demandantes de los productos textiles ecuatorianos son los países que conforman la Comunidad Andina con un monto de 13'129.873 toneladas para el año 2009, representado en un valor \$43'463.412, pero demostrando un decrecimiento del 5,98%, especialmente por efectos de la ruptura de las relaciones comerciales con el hermano país colombiano.

Cuadro 1.9 Exportaciones Textiles por Bloque Económico

BLOQUES ECON.	EXPORTACIONES				VARIACIÓN	
	2008		2009		VAR %	VAR %
	TON	FOB	TON	FOB	TON	FOB
VENEZUELA	2.871,513	52.352,615	2.408,255	100.038,147	-16,13	91,09
COMUNIDAD ANDINA	13.965,635	53.006,797	13.129,873	43.463,412	-5,98	-18,00
UNION EUROPEA	6.328,994	10.404,384	4.986,177	8.410,237	-21,22	-19,17
ESTADOS UNIDOS	881,187	10.688,708	863,986	7.902,305	-1,95	-26,07
RESTO ASIA	5.905,105	7.355,550	4.993,540	6.274,076	-15,44	-14,70
RESTO NAFTA	350,579	3.374,624	365,347	3.177,266	4,21	-5,85
PANAMA	119,529	1.023,711	144,531	2.824,196	20,92	175,88
MERCOSUR	95,259	471,770	591,122	2.352,963	520,54	398,75
OTROS PAISES	332,489	2.004,173	288,853	1.771,822	-13,12	-11,59
CHILE	887,875	3.473,982	328,764	1.693,637	-62,97	-51,25
CHINA	5,480	14,481	647,500	725,545	11.715,69	4.910,32
CAFTA	126,782	813,665	105,024	627,089	-17,16	-22,93
Total general	31.870,427	144.984,460	28.852,972	179.260,695	-9,47	23,64

Fuente: AITE

Otro mercado que es muy importante mencionar, son los países Asiáticos, que gracias a la iniciativa tomada por el gobierno, estableció relaciones comerciales con estos países, en su afán de expandir el mercado de los productos ecuatorianos, ha permitido mirar esta parte de la región mundial como una mejor alternativa para las exportaciones de los productos ecuatorianos, es así que para el año 2009, se vendió alrededor de 4´993.540 de toneladas de industria textil, representado en \$6´274.076.

1.3.2 Importaciones textiles al Ecuador

En lo referente a las importaciones nacionales de bienes textiles, es importante señalar que el principal proveedor de estos productos son los países de la región andina, con Colombia a la cabeza, que entre los productos que conforman su portafolio constan, productos textiles, prendas de vestir y productos de cuero.

No se puede dejar de analizar a los proveedores chinos, puesto que gran parte de ellos han mirado al Ecuador como un excelente mercado para ofertar sus productos.

Cuadro 1.10 Importaciones Textiles

IMPORTACIONES VALORES USD			
TIPO DE PRODUCTO	2008	2009	mar-10
Materias Primas	86.206.788,00	65.524.090,00	18.311.101,00
Hilados	45.611.520,00	40.636.541,00	12.237.884,00
Tejidos	131.492.194,00	144.561.513,00	39.772.435,00
Prendas de vestir	207.299.454,00	69.942.395,00	12.620.051,00
Manufacturas	69.034.363,00	60.151.679,00	13.182.865,00
Productos Especiales	45.705.130,00	53.328.935,00	20.222.614,00
TOTAL	585.349.449,00	434.145.153,00	116.346.950,00

Fuente: AITE

La importación textil del Ecuador se centra en su gran mayoría, en los tejidos, cuyo monto oscila en \$ 144.561.513, para el año 2009, mostrando una reducción del 26% en relación al año 2008, seguidamente de la importación de prendas de vestir en un monto aproximado de \$69.942.395, para el mismo año.

Cuadro 1.11 Importación en Toneladas

IMPORTACIÓN EN TONELADAS			
TIPO DE PRODUCTO	2008	2009	mar-10
Materias Primas	42.422.615,00	39.991.801,00	10.215.636,00
Hilados	15.474.621,00	16.142.643,00	4.342.435,00
Tejidos	28.551.517,00	29.406.579,00	7.892.261,00
Prendas de vestir	23.072.100,00	2.792.303,00	377.082,00
Manufacturas	16.366.143,00	11.644.173,00	3.122.764,00
Productos Especiales	11.378.201,00	14.619.915,00	4.304.332,00
TOTAL	137.265.197,00	114.597.414,00	30.254.510,00

Fuente: AITE

Debido a la crisis mundial que afecto a nivel mundial, el Ecuador no fue la excepción, en razón de ello el nivel de consumo se vio mermado por los altos costos de los productos, otro factor que beneficio en gran parte con la reducción de las importación, fue la imposición de salvaguardias a cierta partidas arancelarias, en aras de proteger a la industria nacional. Las importaciones de los bienes textiles en el 2010, se contrajeron en un 17% en relación al año 2008 y 2009.

Cuadro 1.12 Importación por Bloques Económicos

BLOQUES ECON.	IMPORTACIONES						VARIACIÓN	
	2008			2009			VAR %	VAR %
	TON	FOB	CIF	TON	FOB	CIF	TON	FOB
COMUNIDAD ANDINA	25.509,766	200.330,713	204.624,456	24.947,135	167.579,570	170.880,480	-2,21	-16,35
RESTO ASIA	24.669,261	62.932,625	68.261,731	28.157,332	63.740,865	67.916,845	14,14	1,28
CHINA	38.449,918	107.800,793	118.574,223	21.544,635	55.884,120	59.875,634	-43,97	-48,16
ESTADOS UNIDOS	19.780,600	55.023,733	59.588,236	17.734,072	44.676,663	48.171,697	-10,35	-18,80
PANAMA	8.455,870	50.410,097	51.569,650	4.102,073	22.071,509	22.566,814	-51,49	-56,22
UNION EUROPEA	6.842,259	28.625,074	30.762,715	5.327,247	21.274,936	22.546,244	-22,14	-25,68
MERCOSUR	3.757,471	16.178,476	17.579,893	6.141,371	17.589,537	18.888,081	63,44	8,72
CHILE	3.577,430	12.312,292	13.039,071	2.578,765	8.561,009	9.092,439	-27,92	-30,47
RESTO NAFTA	4.266,595	9.028,696	9.443,813	2.491,755	5.175,524	5.510,926	-41,60	-42,68
VENEZUELA	1.059,877	3.985,441	4.128,337	1.207,986	4.461,934	4.623,888	13,97	11,96
OTROS PAISES	651,272	7.093,099	7.238,070	240,993	3.569,061	3.620,143	-63,00	-49,68
CAFTA	244,878	492,233	539,254	124,050	423,099	451,962	-49,34	-14,04
Total general	137.265,197	554.213,272	585.349,449	114.597,414	415.007,827	434.145,153	-16,51	-25,12

Fuente: AITE

Tomando la información del cuadro 1.12, se concluye que los principales proveedores de productos textiles para Ecuador, son los países miembros de la Comunidad Andina, con un monto aproximado de \$ 170'880.480 (CIF), seguido por los países asiáticos y China con un valor de 127'792.479 (CIF). A nivel general se observa una reducción en las importaciones del 16,51%, para el año 2009, a espera que este sector tome una nueva oportunidad de

crecimiento ante la competencia que en algunos casos se ha vuelto desleal, ocasionando en mucho de los casos en cierre parcial o total de las industrias medianas o pequeñas que son las más vulnerables.

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DEL MERCADO

"Mercado: Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio"¹⁴.

Mercado, aquel lugar donde se confrontan las fuerzas de la oferta y la demanda, con el fin de realizar transacciones de bienes o servicios, para lo cual se establecen precios.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO

El estudio de mercado, provee toda la información necesaria con el fin de poder ubicar un bien o un servicio en un mercado específico, para lo cual se realizará una estimación del número de demandantes, así como del nivel del consumo de la propuesta planteada, para lo que se realizará los ajustes necesarios de las características o virtudes de estos bienes a fin de lograr el mayor grado de satisfacción del mercado potencial, considerando:

1. Ratificar la existencia de la demanda insatisfecha en el mercado con respecto al requerimiento de maquinaria para la confección de ropa en la ciudad de Quito.
2. Determinar el nivel o la cantidad de consumo por parte de empresarios o microempresarios de maquinaria para la confección de ropa.
3. Determinar el canal de distribución más idóneo y menos costoso, para hacer llegar los bienes importados hasta el consumidor final.
4. Por medio de la información primaria obtenida a través de su estudio, el inversionista podrá en cierto grado determinar la aceptación o no de la nueva propuesta planteada en el presente proyecto.

¹⁴Kotler Philip; Fundamentos de Marketing, Prentice Hall; Décima Edición; México; 2.004; Pág. 10.

5. Identificar qué tipo de mercado es el que se ha establecido para los importadores de maquinaria desde la China. Identificar las facilidades para su introducción o las barreras presentadas en él.

2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL MERCADO OBJETIVO

Entendiéndose como demanda, “la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”¹⁵

La demanda básicamente se origina en el deseo o la necesidad de adquirir cierto bien o servicio, que será determinado por la capacidad de adquisición de los demandantes.

Para el presente proyecto, la demanda estará determinada por los industriales de la ciudad de Quito, que se dediquen a la confección de prendas de vestir y que requieran de maquinaria especializada para el logro de sus objetivos.

Con el fin de determinar a los posibles demandantes del proyecto, la investigación se remite a la información emitida por la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha, que hasta el 2.010, se encuentran registrados 2.547 afiliados, de los cuales 326 pertenecen a la rama textil.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, el sector al cual va dirigido el presente proyecto, mantiene una incidencia favorable dentro de la estructura general del PIB nacional, el mismo que es de \$671'000.000, representado en un 14% del valor total.

El sector textil manufacturero, aportó con el 13,41% al producto interno bruto, para el año 2009.

¹⁵ Muñoz Guerrero Mario; Perfil de la Factibilidad; Master's Editores; 1ª Edición; Quito; 2.003; Pág., 23.

Básicamente, la maquinaria para la confección de ropa, cumple una función primordial dentro del desarrollo de los proyectos de manufactura textil, convirtiéndose en uno de los elementos primordiales para el logro de los objetivos planteados en el estudio técnico de los productores de este tipo de bienes.

En base a ello, en un inicio el proyecto pretende abarcar a los grandes y medianos industriales textiles de la Ciudad de Quito, ofreciéndoles una gama de productos, que les permitan reemplazar aquellos que ya han cumplido su vida útil y simplemente de brindarles mejores oportunidades de incrementar su productividad por medio del aprovechamiento óptimo de los recursos materiales y tecnológicos, especialmente.

2.2.1 Definición y diferenciación del producto

Los productos, son aquellos bienes finales que se han originado a partir de la asignación de materiales e insumos y que con la aplicación de la función de la producción se someten a transformación luego del cual se ha obtenido un nuevo bien, con nuevas características y valor agregado que tienen como finalidad lograr el mayor grado de satisfacción de las exigencias requeridas.

2.2.1.1 Diferenciación del producto

La diferenciación del producto, se refiere está definido por sus características y cualidades, que especifica el productor de las mismas.

Para el caso del presente proyecto, se ha estimado que el diseño del producto, implica desarrollar algunas fases entre las cuales se menciona, la planificación del producto, así como las oportunidades del mercado, todo ello servirá para levantar la información con respecto al diseño final del nuevo producto, las mismas que serán presentadas a los productores en el país de origen, a fin de que una u otra manera se elaboren diseños que se ajusten a las exigencias de los demandantes.

El proyecto está encaminado en servir de intermediario, en la importación de bienes para la industria textil ecuatoriana, tal es así que su función de producción estará dada por la prestación del servicio de intermediación comercial.

2.2.1.2 La Naturaleza de los Servicios de Importación y Comercialización

Una vez que se haya determinado las necesidades de los clientes potenciales del proyecto, se da paso a la estructuración de un sistema adecuado de distribución y servicio post-venta.

El diseño de un adecuado sistema de servicio tanto para la venta y su posterior distribución, se sustenta en tres elementos fundamentales:

1. La estrategia del servicio, es decir establecer claramente tiempos de entrega de productos, así como el establecimiento de sistemas de capacitación y mantenimiento, con el fin de mantener una estrecha relación entre el consumidor y la empresa ofertante.
2. Los sistemas de apoyo, se ha considerado implantar medios de comunicación con los clientes, a fin de receptar todas sus necesidades y requerimientos con respecto a los problemas técnicos presentados en los productos vendidos.
3. Los empleados, a nivel organizacional, todos ellos serán seleccionados de manera imparcial y objetiva, puesto lo que se pretende es estructurar un equipo de trabajo multidisciplinario y comprometido con los objetivos empresariales.

La presente investigación y proyecto de negocio pretende demostrar la factibilidad de importar maquinaria industrial desde China, para las empresas de la confección de ropa tales como: máquinas de coser rectas, ojaladoras, botoneras, de cortar tela, overlock y demás.

Se ha elegido a China como principal país proveedor de los productos, basados, en algunos parámetros entre los cuales se citan:

1. El ingreso de China a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en noviembre del año 2001, y tras 15 años de negociaciones, el comercio internacional de este país continúa con una rápida expansión, con las importaciones creciendo a un paso más acelerado que las exportaciones.
2. La relación comercial entre Ecuador y China es una de las que más se ha incrementado entre todos los países de Latinoamérica, se pudo determinar que durante el año 2009, las exportaciones de nuestro país a la China aumentaron 53%, y de igual manera las importaciones se duplicaron.
3. En cuanto a la inversión, la cantidad de capital chino en el país era casi ínfimo antes del año 2006, sin embargo en el año 2009, se pudo anunciar que las inversiones de China en Ecuador alcanzaban 1.8 billones de dólares, lo cual transformaba a este país en el receptor número uno de capital chino en toda Latinoamérica¹⁶.

Es importante conocer que nuestro país exporta una cantidad limitada de productos agrícolas a China, y aunque el mismo importa muchos bienes manufacturados chinos, la relación entre ambos países se basa especialmente en el petróleo al igual que con Venezuela, pero en escala más pequeña, nuestra patria posee reservas de petróleo significativas, que han formado la plataforma de la inversión China en el país.

Sin embargo a diferencia de Venezuela, es la posición geográfica de nuestro país en la costa Pacífica, y su ubicación respecto al Brasil, que lo convierte en un punto de acceso importante a Sudamérica de bienes chinos, y una salida

¹⁶ Fuente: Ministerio de Comercio, República Popular de China. Importación total y el valor de exportación por país.

conveniente para los productos primarios como son: soya y hierro que Brasil exporta a China, se convierte en una posición estratégica que el Ecuador este reforzado por la altura comparativamente baja que ocupa en la Cordillera de los Andes con relación a otros países de América del Sur.

2.2.2 Determinación del mercado objetivo

El mercado objetivo, es aquel al cual va dirigido la producción de una unidad de negocio, para lo cual se desplegará una serie de estrategias con el fin de persuadir y lograr la demanda de los productos ofertados.

El presente proyecto, ha determinado como mercado objetivo a los empresarios del sector productivo de la rama textil, domiciliados en la ciudad de Quito. En un principio se pretende abarcar a aquellos considerados como los grandes productores, pero a medida que el proyecto vaya operando a través del tiempo, también se abarcará al mediano y pequeño productor.

El mercado, se lo ha determinado, tomando como base la información emitida por la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha, y la Superintendencia de Compañías, para el año 2009, donde se desprende lo siguiente:

Cuadro 2.13 Número de Empresas

Sector	Número de Afiliados
Alimenticio	409
Gráfico	205
Maderero	158
Materiales de la Construcción	125
Metal Mecánico	473
Otros	273
Químico	462
Tics	91
Textil	326
TOTAL	2522

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Del total de empresas afiliadas, que son de 2.522, se ha determinado, que las que se encuentran dentro de la rama textil son 326 empresas, que se dedican a la fabricación de prendas de vestir para hombres, mujeres, niños y bebés; ropa exterior, interior, de dormir, de diario, deportiva y de etiqueta, así como de ropa de trabajo, éstas serán consideradas como el mercado objetivo al cual el presente proyecto pretende servir, con una nueva propuesta y con novedosos productos, que les permitan desenvolverse bajo parámetros de eficiencia y productividad.

2.2.3 Determinación del tamaño de la muestra

Esta fase contempla dos tareas muy importantes como son: el establecimiento del marco poblacional para extraer la muestra y la construcción del cuestionario cuando se va a obtener la información a través de encuestas. Los procedimientos que utiliza el muestreo estadístico se apoyan en un marco muestral que incluye todos los elementos de la población a consultar.

El marco es la base para extraer la muestra y su obtención es una tarea fundamental de esta fase. Por otro lado, es importante considerar que cuando se utiliza otros procedimientos diferentes a encuestas, el instrumento a utilizar puede ser variado; pero se debe tomar en cuenta la importancia de la confiabilidad y validez del instrumento a utilizar y de las preguntas a formular en el interrogatorio.

2.2.3.1 Fórmula para la determinación del Tamaño de la Muestra

“Si las fuentes preestablecidas no nos pueden proporcionar los datos requeridos o cuando se trata de productos nuevos que se intentan introducir en un mercado, es necesario crear información, para lo cual se puede acudir a la investigación directa o de campo a través de la aplicación de encuestas para determinar las preferencias de los consumidores, la disposición al pago; etc.”¹⁷

¹⁷ Barrero Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, 2ª Edición; Quito; 2005; Pág. 45.

En base a ello, primero de debe determinar el tamaño de la muestra de acuerdo a la aplicación de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{(E)^2(N-1)+1}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población o Universo

E = Margen de error

Para la aplicación de la fórmula establecemos los siguientes valores:

n = Tamaño de la muestra por obtener

N = Empresas de Quito afiliadas a la Cámara y registradas en la Superintendencia de Compañías = 326.

E = 10%

Con estas condiciones se obtiene el siguiente tamaño muestral:

$$n = \frac{326}{(0.1)^2(326 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{326}{3,25 + 1} = 76,70 \approx 77$$

Con este resultado se ha determinado la necesidad de realizar 77 encuestas para determinar el mercado y las preferencias del mismo.

2.2.4 Investigación del mercado

“Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar y definir las oportunidades y problemas del marketing; generar y evaluar las actividades del

marketing; supervisar el desempeño del marketing, y acrecentar la comprensión del marketing como un proceso.”¹⁸

2.2.4.1 Determinación de las necesidades de información

Una vez que se haya determinado el tamaño de la muestra, lo siguiente consiste en determinar los métodos y las fuentes de datos, la misma que comprende toda la información recabada durante el proceso de la investigación.

La fuente de información para el presente proyecto, serán aquellos datos recopilados en las encuestas, las mismas que serán aplicadas, a manera de entrevista a los directivos que sean conocedores de las necesidades de implementar nueva tecnología en sus procesos de producción.

2.2.4.2 Diseño del plan de investigación y formato de encuesta

Al momento de diseñar un plan de investigación que se ajuste a las necesidades del proyecto, implica decidir sobre aquella que brinde los mejores resultados, al menor costo y al menor tiempo posible. Lo importante es valorar a la información que se obtiene de ésta investigación.

El diseño de la investigación de mercados, por lo general se compone de las siguientes actividades:

- “Definir la información requerida.
- Planear las fases exploratoria, descriptiva o causal de la investigación.
- Especificar los procedimientos de medida y graduación.
- Construir y probar un cuestionario (forma de entrevista) o una forma apropiada para la recolección de datos.
- Especificar el proceso de muestreo y el tamaño de la muestra.

¹⁸Naresh K. Malhotra; Investigación de Mercados; Pearson Educación; 4ª Edición; México; 2.004; Pág., 7.

- Desarrollar un plan de análisis de datos.”¹⁹

Esquema: Es una representación que deberá generar un marco de referencia sobre los diversos temas que serán tratados en la investigación. Debe ser flexible reflejando las hipótesis, los objetivos y los supuestos que dirigirán la investigación.

Generalmente el esquema, será de carácter temporal, es decir, mostrará tiempo y metas, según el desarrollo podemos estructurar el siguiente gráfico que indica el plan de investigación.

Cuadro 2.14 Diseño del plan de investigación

Fase 1:	Fase 2:	Fase 3:
Recolección de datos 1. Mes.	Análisis de datos. 15 días	Generación de conclusiones.
Cantidad de consumo, potencial mercado	Tabulación y desarrollo	Análisis y entrega
2 Encuestadores, según metodología establecida	Tabulación y desarrollo	Análisis con el grupo investigador, reuniones de trabajo

Fuente: Investigación Directa

Diseño de muestra: El diseño de la muestra determina los límites de la investigación, el universo de la población a estudiar y la representatividad de la muestra de estudio.

Es importante especificar la población, el tamaño de la muestra, el tipo de estratificación o segmentación, la aleatoriedad de las muestras a usar y el muestreo dirigido de la investigación. Para los fines de la presente

¹⁹Naresh K. Malhotra; Investigación de Mercados; Pearson Educación; 4ª Edición; México; 2.004; Pág. 74.

investigación la población para tomar la muestra las empresas que se dedican a la confección de ropa domiciliadas en la Ciudad de Quito.

Forma de recopilar datos: Es el análisis de los instrumentos físicos y los formularios que se emplearán para recopilar los datos. Será la especificación de los formatos de las encuestas y la guía de entrevistas en el caso de ser necesaria.

Personal necesario: Explicar y cuantificar la cantidad de recurso humano necesario para el desarrollo de la investigación: se contara con dos integrantes que colaborarán en el proceso de obtención de datos mediante la aplicación de encuestas.

Fases de estudio y calendario: Es el plan de tiempo que seguirá la investigación, especificando etapas, representa el cálculo del tiempo necesario y las diferentes fases de la investigación. El tiempo estimado para el desarrollo, aplicación y tabulación de las encuestas que será de una semana aproximadamente.

Estimación de los costos para realizar el proyecto: Es necesario incluir en la determinación de costos de los insumos necesarios para poder ejecutar la investigación de mercado.

Formato de Encuesta: En la investigación de mercados la encuesta será la principal técnica a utilizarse para la recolección de información que proporcione datos del mercado al cual va dirigido el proyecto de factibilidad. La encuesta se realizará en la ciudad de Quito con preguntas cerradas y bien direccionadas que logren extraer las preferencias y necesidades de los empresarios.

Fundamentalmente, la aplicación de la encuesta en lo posible se la va hacer a los responsables de las adquisiciones, que por lo general, está a cargo de los gerentes generales, gerentes de producción, jefes de adquisiciones o en su defecto a los mismos propietarios del negocio.

Por medio de la aplicación de la encuesta se podrá identificar el grado de aceptación de la propuesta, que es la creación de una nueva unidad de producción que se encargará de importar maquinaria para la industria textil desde China. Deberá estar diseñada de tal manera que la obtención de la información se adecuada y prioritaria a fin de poder demostrar las necesidades y requerimientos del mercado meta.

Cuadro 2.15 Diseño de la Encuesta

ENCUESTA	
<p>La presente encuesta es parte de un estudio previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana, por lo tanto, las respuestas obtenidas son de carácter reservado y de utilidad exclusiva para el estudiante que se encuentran desarrollando la presente investigación. Por favor conteste con absoluta veracidad.</p>	
<p>Cargo del responsable de las adquisiciones:</p> <p>Empresa Tipo: Sociedad <input type="checkbox"/> Familiar <input type="checkbox"/> Otra (especifique)..... <input type="checkbox"/></p> <p>Ubicación: Norte <input type="checkbox"/> Centro <input type="checkbox"/> Sur <input type="checkbox"/></p>	
<p>1. ¿Indique el número de máquinas con la que disponen? 0-50 <input type="checkbox"/> 51-100 <input type="checkbox"/> 101-150 <input type="checkbox"/> más de 150 <input type="checkbox"/></p>	
<p>2. ¿La actividad del negocio?</p> <p>Ropa Infantil <input type="checkbox"/> Ropa de Moda <input type="checkbox"/> Ropa Ejecutiva <input type="checkbox"/> Ropa Deportiva <input type="checkbox"/> Lencería <input type="checkbox"/></p> <p>Ropa de Trabajo <input type="checkbox"/> Ropa Interior <input type="checkbox"/></p>	
<p>3. ¿Considera que la maquinaria con la que dispone su organización son adecuadas y garantizan el desarrollo y mejora de su producción? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>	
<p>4. Como cataloga a la estructura tecnológica de su organización</p> <p>Moderna <input type="checkbox"/> Semi-moderna <input type="checkbox"/> Inadecuada <input type="checkbox"/> Obsoleta <input type="checkbox"/></p> <p>Otro Indique cual _____ <input type="checkbox"/></p>	
<p>5. ¿Está conforme con el servicio post-venta que le ofrece su actual proveedor de maquinaria?</p> <p style="text-align: center;">Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>	
<p>6. Si su respuesta fue no. Indique que tipos de servicios agregados le gustaría recibir para su mayor agrado</p> <p>Mantenimiento Preventivo <input type="checkbox"/> Mantenimiento correctivo <input type="checkbox"/> Capacitación y Desarrollo <input type="checkbox"/></p> <p>Otros: _____ <input type="checkbox"/></p>	
<p>7. ¿Apoyaría la creación de una empresa importadora de maquinaria, que le provea con bienes de última generación?</p> <p style="text-align: center;">Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>	
<p>8. ¿Adquiriría nueva maquinaria, con el fin de renovar su capacidad tecnológica instalada?</p> <p style="text-align: center;">Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>	
<p>9. ¿Dependiendo del costo, la calidad, y del servicio post-venta, de que país de origen le gustaría que fuera la maquinaria?</p> <p style="text-align: center;">EE.UU <input type="checkbox"/> Alemania <input type="checkbox"/> China <input type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/></p>	
MUCHAS GRACIAS	

Fuente: Investigación Directa

2.2.4.3 Aplicación de encuestas

Para la recolección de datos de la investigación, se procedió a realizar entrevistas directamente a los posibles demandantes de la nueva propuesta, que son parte de la muestra, para lo cual se eligió aleatoriamente los sitios dentro de Quito.

2.2.4.4 Tabulación y análisis de datos

Una vez que se haya recopilado y tabulado los datos obtenidos dentro del desarrollo de la investigación, se debe interpretar y analizar la información, luego de lo cual se desprenden los siguientes resultados de la encuesta:

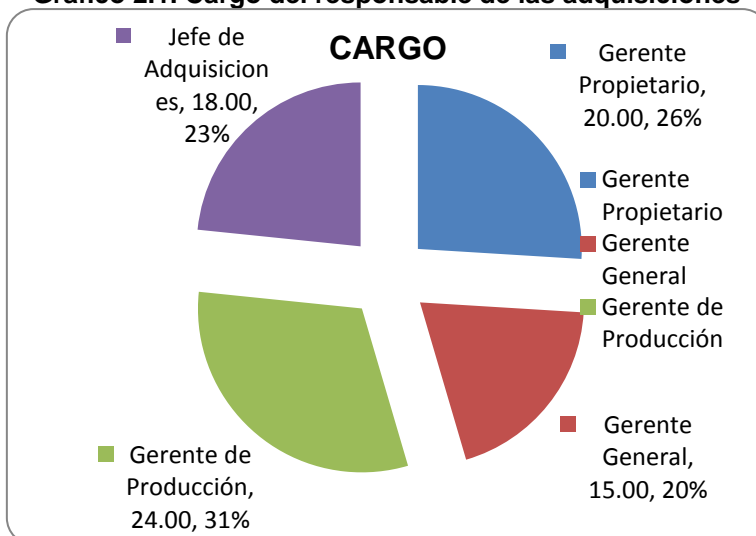
- Cargo del responsable de la adquisición de maquinaria

Cuadro 2.16 Cargo del Responsable de Adquisiciones

CARGO	CANTIDAD	%
Gerente Propietario	20,00	26%
Gerente General	15,00	19%
Gerente de Producción	24,00	31%
Jefe de Adquisiciones	18,00	23%
TOTAL	77,00	100%

Autor: Iván García

Grafico 2.1. Cargo del responsable de las adquisiciones



Autor: Iván García

De los datos obtenidos en el cuadro 2.16, indica que del total de la muestra tomada, con respecto al cargo del responsable de las adquisiciones de maquinaria en las distintas industrias encuestadas, el 31% está a cargo del Gerente de Producción, 26% a cargo del Gerente Propietario, el 23%, lo hace el Jefe de Producción y finalmente el 19%, está a cargo de la Gerencia General.

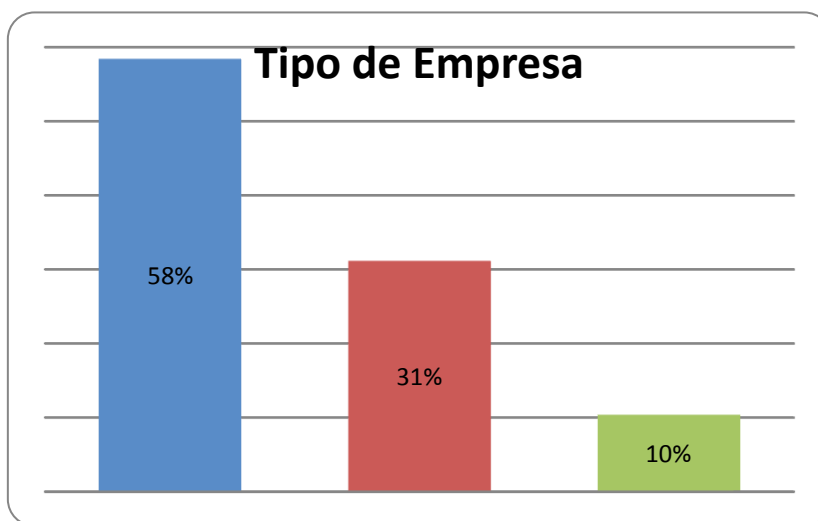
➤ Tipo de empresa

Cuadro 2.17 Tipo de empresa

TIPO DE EMPRESA	CANTIDAD	%
Sociedad	45,00	58%
Familiar	24,00	31%
Otro	8,00	10%
TOTAL	77,00	100%

Autor: Iván García

Grafico 2.2. Tipo de empresa



Autor: Iván García

En el grafico 2.2, se puede apreciar que del total de empresas que son parte de la muestra, el 58%, están conformadas como sociedades, el 31% son empresas de tipo familiar y el 10% tiene otro tipo de conformación como mixtas, unipersonales, etc.

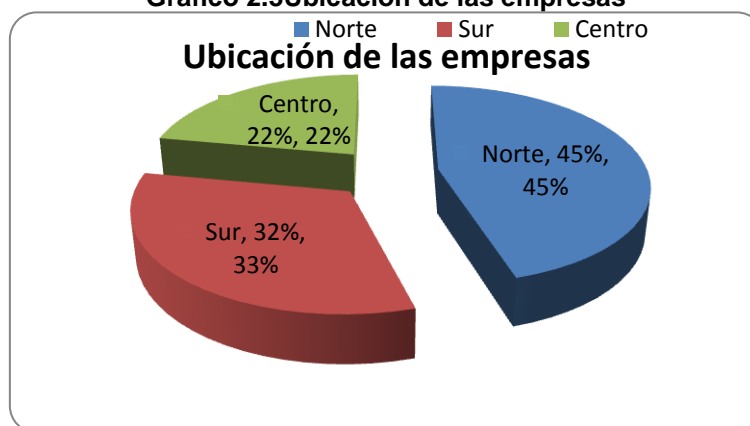
➤ Sector de ubicación de la empresa

Cuadro 2.18Ubicación de la empresa

UBICACIÓN DE LA EMPRESA	CANTIDAD	%
Norte	35,00	45%
Sur	25,00	32%
Centro	17,00	22%
TOTAL	77,00	100%

Autor: Iván García

Grafico 2.3Ubicación de las empresas



Autor: Iván García

Como se puede observar en los resultados obtenidos, los mismos que se presentan en el cuadro 2.18, se puede apreciar, que la mayoría de empresas que se dedican a la fabricación o confección de ropa, están mayoritariamente ubicados en el sector Norte.

En la encuesta se plantearon nueve preguntas, cada una permite conocer aspectos fundamentales del mercado como los gustos y preferencias, etc.

A continuación se detalla y analiza cada pregunta:

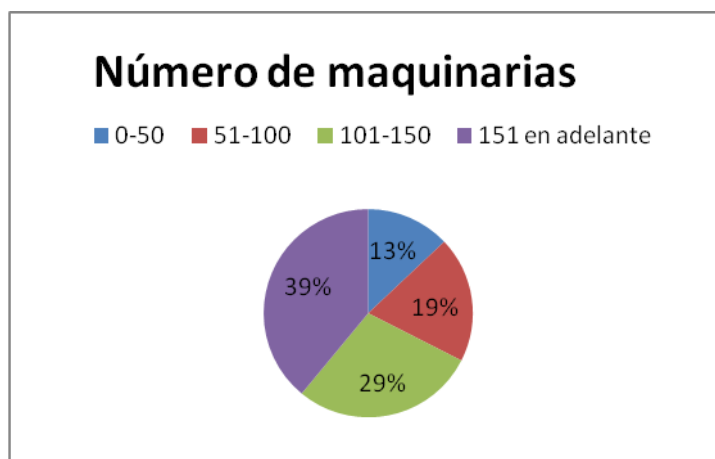
- Pregunta No. 1. Número de maquinas con las que cuenta la empresa

Cuadro 2.19 Cantidad de Máquinas

NUMERO DE MAQUINARIAS	CANTIDAD	%
0-50	10,00	13%
51-100	15,00	19%
101-150	22,00	29%
151 en adelante	30,00	39%
TOTAL	77,00	100%

Autor: Iván García

Grafico 2.4 Cantidad de máquinas



Autor: Iván García

Del grafico 2.4, se desprende que del total de los integrantes que son parte de la muestra, el 39% tienen como capacidad instalada de 151 o más máquinas, entre ellas se incluyen overlocks, rematadoras, dobladoras, pega botones, cortadoras, ojaladoras, el 29%, posee de entre 101 y 150 máquinas, el 19% con 51 hasta 100 máquinas y finalmente el 13%, tiene una cantidad de 50 máquinas o menos.

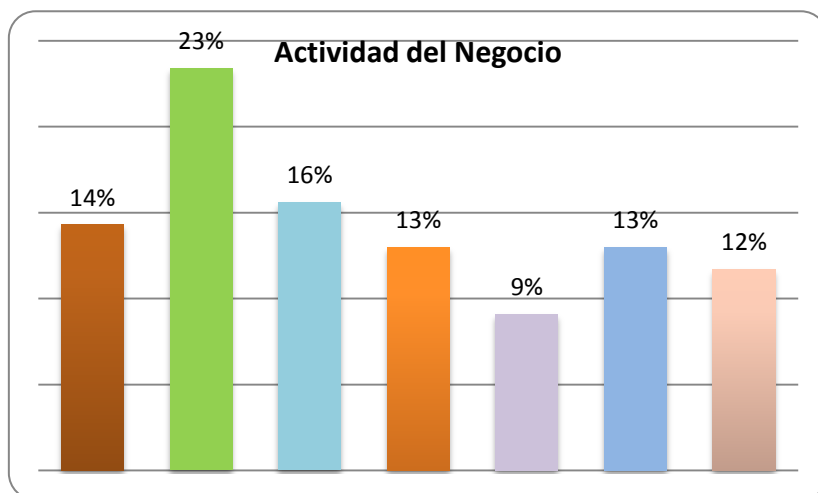
➤ Pregunta No. 2. La actividad específica del negocio

Cuadro 2.20 Actividad específica del negocio

ACTIVIDAD DEL NEGOCIO	CANTIDAD	%
Ropa Infantil	11,00	14%
Ropa de moda	18,00	23%
Ropa ejecutiva	12,00	16%
Ropa deportiva	10,00	13%
Lencería	7,00	9%
Ropa de trabajo	10,00	13%
Ropa interior	9,00	12%
TOTAL	77,00	100%

Autor: Iván García

Gráfico 2.5 Actividad específica del negocio



Autor: Iván García

En el gráfico 2.5, se observa que el 23% de los empresarios del sector textil, se dedican a la confección de ropa de moda, el 16% a ropa ejecutiva, el 14% a la elaboración de ropa infantil, el otro 13% a ropa deportiva, el 13% a la confección de ropa de trabajo, el 12% a ropa interior y tan solo el 9% se dedica a la elaboración de lencería.

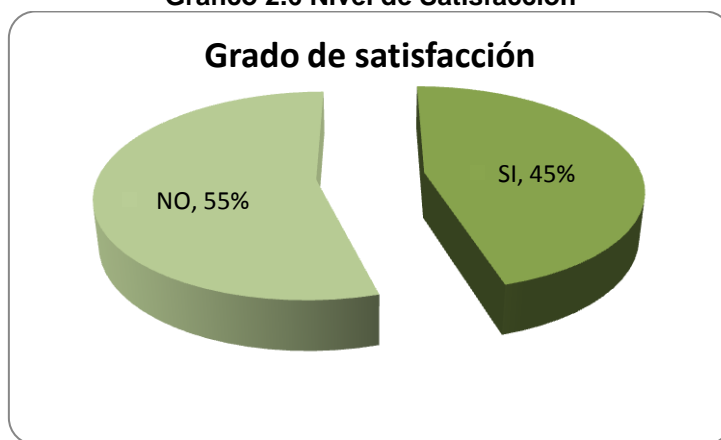
➤ Pregunta No. 3. Grado de satisfacción de la capacidad instalada

Cuadro 2.21 Nivel de satisfacción

GRADO DE SATISFACCIÓN	CANTIDAD	%
SI	35,00	45%
NO	42,00	55%
TOTAL	77,00	100%

Autor: Iván García

Grafico 2.6 Nivel de Satisfacción



Autor: Iván García

Del análisis de las encuestas, se concluye que del total, el 55% de ellos opinan que la maquinaria con la que cuenta su organización NO les provee un grado de satisfacción aceptable, por lo que miran la posibilidad de reemplazarla, y el 45%, están conformes con la maquinaria que cuentan hasta el momento.

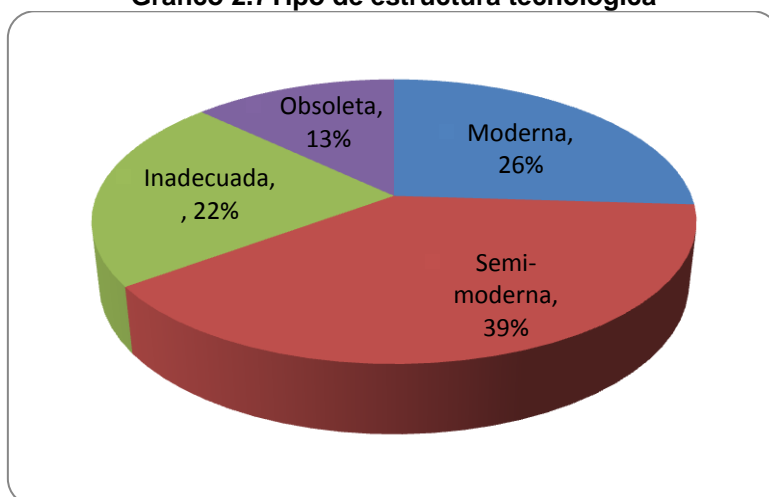
➤ Pregunta No. 4. Tipo de estructura tecnológica

Cuadro 2.22 Tipo de estructura tecnológica

TIPO DE ESTRUCTURA TECNOLÓGICA	CANTIDAD	%
Moderna	20,00	26%
Semi-moderna	30,00	39%
Inadecuada	17,00	22%
Obsoleta	10,00	13%
TOTAL	77,00	100%

Autor: Iván García

Gráfico 2.7 Tipo de estructura tecnológica



Autor: Iván García

Por medio de las encuestas, se ha podido recoger algunas de las inquietudes de los empresarios, que se encuentra un tanto preocupados, por el vertiginoso incremento de los bienes de producción, lo que avizora la imposibilidad por el momento de realizar nuevas inversiones para renovar su estructura productiva.

Es así que del total de la muestra, el 39% de empresas tienen una infraestructura semi-moderna, el 26% moderna, el 22% inadecuada y el 13% cuenta con maquinaria obsoleta, que para logra un mayor desempeño se han realizado onerosas inversiones en mantenimiento.

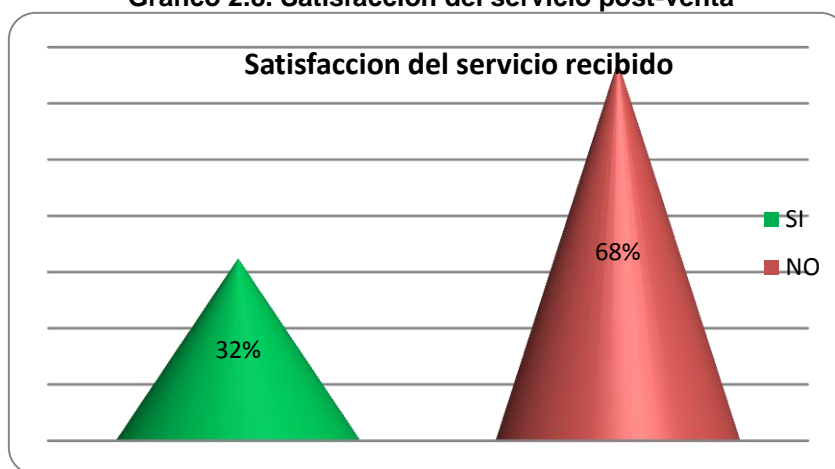
➤ Pregunta No. 5. Grado de satisfacción del servicio post-venta recibido

Cuadro 2.23 Satisfacción del servicio post-venta

SATISFACCION DEL SERVICIO	CANTIDAD	%
SI	25,00	32%
NO	52,00	68%
TOTAL	77,00	100%

Autor: Iván García

Grafico 2.8. Satisfacción del servicio post-venta



Autor: Iván García

Con respecto al servicio post-venta brindado por sus actuales proveedores, el 68% manifiesta que no se encuentra satisfecho, por cuanto no han atendido sus necesidades, especialmente las de mantenimiento y capacitación, en tanto que el 32%, está conforme con los servicios recibidos.

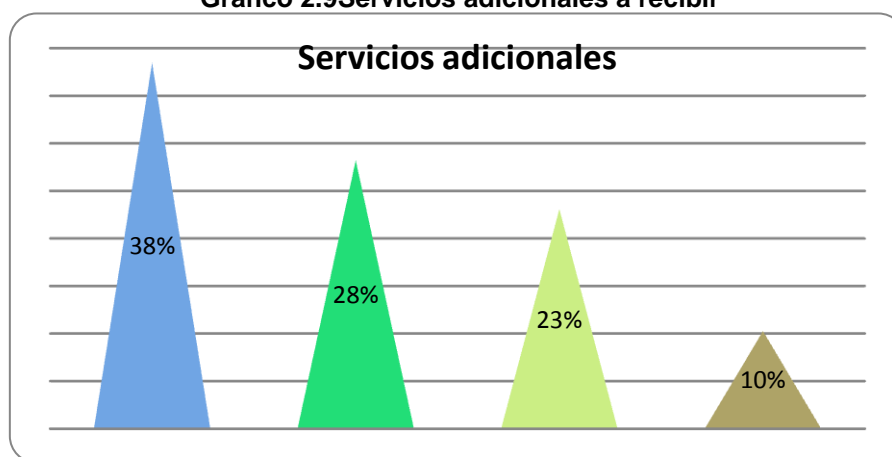
➤ Pregunta No. 6. Tipo de servicios post-venta adicionales a recibir

Cuadro 2.24 Servicios adicionales a recibir

SERVICIOS ADICIONALES	CANTIDAD	%
Mantenimiento preventivo	30,00	38%
Mantenimiento correctivo	22,00	28%
Capacitación y desarrollo	18,00	23%
Otros	8,00	10%
TOTAL	78,00	100%

Autor: Iván García

Grafico 2.9 Servicios adicionales a recibir



Autor: Iván García

De los datos obtenidos en el cuadro 2.24, se deduce que al 38% de ellos les agrada recibir servicios post-venta de mantenimiento preventivo de la maquinaria que pudieran adquirir, al 28% recibir mantenimiento correctivo, al 23% capacitación y desarrollo y al 10% otro tipo de servicios, como actualización de conocimientos, recibir documentación con información afín al negocio, etc.

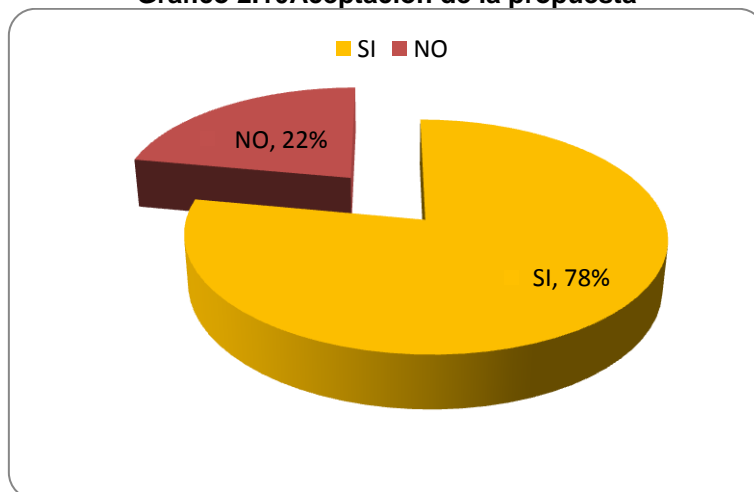
- Pregunta No. 7. Grado de aceptación para la creación de una nueva empresa importadora de maquinaria.

Cuadro 2.25 Aceptación de la propuesta

ACEPTACIÓN DE LA NUEVA PROPUESTA	CANTIDAD	%
SI	60,00	78%
NO	17,00	22%
TOTAL	77,00	100%

Autor: Iván García

Grafico 2.10 Aceptación de la propuesta



Autor: Iván García

Con respecto al nivel de aceptación de la nueva propuesta de negocio, el grafico 2.10, permite afirmar que le 78% del total de encuestados está de acuerdo con la creación de la nueva propuesta, en tanto que el 22%, no comparte la idea de crear esta nueva unidad de negocio.

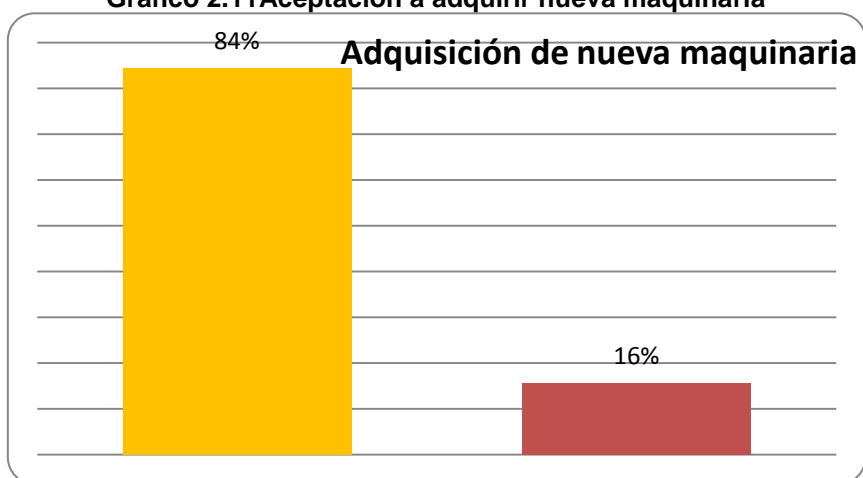
- Pregunta No. 8. Grado de aceptación para la adquisición de nueva maquinaria importada.

Cuadro 2.26 Aceptación a adquirir nueva maquinaria

RENOVACIÓN TECNOLÓGICA	CANTIDAD	%
SI	65,00	84%
NO	12,00	16%
TOTAL	77,00	100%

Autor: Iván García

Grafico 2.11 Aceptación a adquirir nueva maquinaria



Autor: Iván García

Del grafico, 2.26, el 84% estaría de acuerdo a adquirir nueva maquinaria para implementar mejorar en sus organizaciones, siempre y cuando se pueda realizar convenios a fin de abaratar costos y el compromiso de cumplir con las garantías propuestas, en tanto que el 16%, por el momento no tiene planificado realizar nuevas inversiones para el reemplazo o reposición de nueva maquinaria.

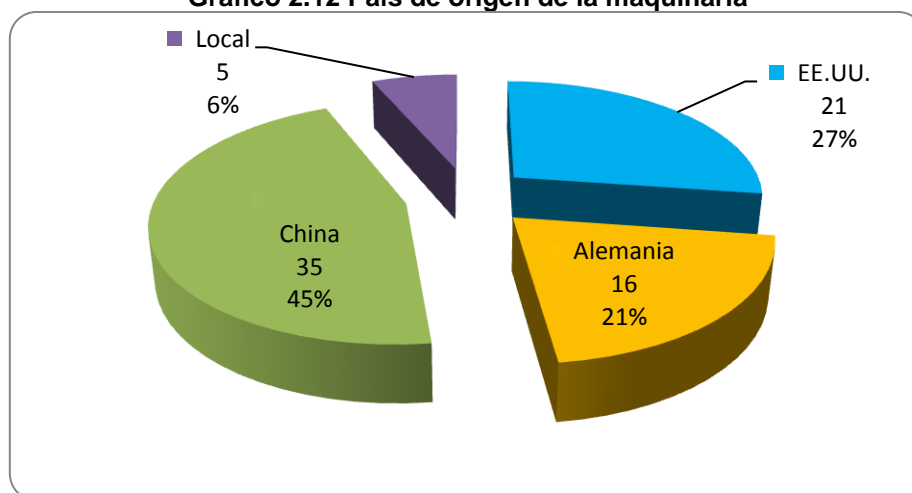
Pregunta No. 9. Grado de preferencia con respecto al país de origen de la maquinaria.

Cuadro 2.27 País de origen de la maquinaria

PAIS DE ORIGEN	CANTIDAD	%
EE.UU.	21,00	27%
Alemania	16,00	21%
China	35,00	45%
Local	5,00	6%
TOTAL	77,00	100%

Autor: Iván García

Grafico 2.12 País de origen de la maquinaria



Autor: Iván García

Del gráfico 2.12, se desprende que el 45% de los empresarios encuestados, preferirían que la nueva maquinaria fuera de fabricación china, el 27% prefieren que sean de origen estadounidense, el 21% de origen alemán y un 7% de origen local.

2.2.5 Determinación de la demanda del mercado objetivo

Para la recolección de datos de la investigación, se procedió a realizar entrevistas directamente a los posibles demandantes de la nueva propuesta,

que son parte de la muestra, para lo cual se eligió aleatoriamente los sitios dentro de la ciudad de Quito.

Otro aspecto importante que se debe destacar, es que este balance permitirá al proyecto determinar el dimensionamiento o capacidad instalada de la nueva unidad de producción.

Como ya se mencionó con anterioridad, el mercado al cual va dirigido el presente proyecto, son las empresas, ya sean grandes, medianas o pequeñas, que se encuentran legalmente constituidas y sobre las cuales se puede obtener algún registro de la rama textil, que se dedican a la confección de prendas de vestir para hombres, mujeres, niños y bebés; ropa exterior, interior, de dormir, de diario, deportiva y de etiqueta, así como de ropa de trabajo, que tengan como domicilio la ciudad de Quito.

De acuerdo a la información emitida por la Superintendencia de Compañías y respaldados con los registros de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha, se logró determinar un universo de 326 empresas dedicadas a la confección de ropa, ubicados dentro de la rama textil.

Por otro lado, también es importante tomar como referencia la información obtenida en el estudio de mercado, específicamente en la aplicación de la encuesta a los responsables de la adquisición de maquinaria de estas organizaciones, para lo cual la investigación se remite específicamente a la pregunta No. 7, ¿Apoyaría la creación de una empresa importadora de maquinaria, que le provea con bienes de última generación?, de lo cual se obtuvo un nivel de aceptación del 78%, con 60 respuestas afirmativas que apoyan la nueva propuesta y 17 que no la apoyan. Además, se incluye los resultados de la pregunta No.8, ¿Adquiriría nueva maquinaria, con el fin de renovar su capacidad tecnológica instalada?, de lo cual se resalta un nivel de aceptación del 84%, con 65 respuestas afirmativas y 12 negativas.

En base, a lo expuesto anteriormente, se determina la demanda potencial del presente proyecto, de la siguiente manera:

Cuadro 2.28 Demanda del Proyecto

	PORCENTAJE	CANTIDAD
UNIVERSO	100%	326
Pregunta 7. Aceptación de creación de la empresa proveedora de maquinaria	78%	254
Pregunta 8. Grado de aceptación para adquisición de nueva maquinaria	84%	214
DEMANDA ACTUAL		214

Autor: Iván García

De los resultados obtenidos en el cuadro 2.28, se concluye que el número de confeccionistas de prendas de vestir que demandarían los productos ofertados por la nueva unidad de producción, son 214, a los cuales se pretende persuadir al consumo, para lo cual se diseñará y elaborará un plan de mercadeo, de tal manera que sus elementos puedan ser combinados de manera acorde y óptima con el fin de lograr la aceptación de la nueva propuesta planteada por parte de ellos.

Con el fin de dimensionar la demanda real del proyecto, adicionalmente, se determinará el consumo real, que será en toneladas para lo cual es importante, definir la información real respecto a la aportación del PIB total del sector industrial y consecuentemente a subsector de productos textiles.

Cuadro 2.29 PIB Manufactura e Industrias 2009

PIB MANUFACTURA E INDUSTRIAS (Miles de Dólares)		
PRODUCTOS	PORCENTAJE	2009
Alimentos y bebidas	0,55	2.636.074,65
Productos Textiles	0,14	671.000,82
Productos de madera	0,10	479.286,30
Productos no metálicos	0,07	335.500,41
Papel y productos de papel	0,04	191.714,52
Fab. De químicos, caucho y plástico	0,07	335.500,41
Otros	0,03	143.785,89
TOTAL	1,00	4.792.863,00

Fuente: Banco Central del Ecuador

De acuerdo a la información obtenida en el Instituto Nacional de Estadística y Censos, con respecto a las estadísticas económicas del sector manufacturero y minería, se obtuvo lo siguiente:

Cuadro 2.30 Estructura del PIB Industrial Dólares

ESTRUCTURA DE LA PRODUCCIÓN INDUSTRIAL Y MANUFACTURERA(USD)		
DETALLE	VALOR \$	PORCENTAJE
EXPORTACIONES	179.260.695,00	27%
CONSUMO INTERNO	491.740.125,00	73%
TOTAL	671.000.820,00	100%

Autor: Iván García

Cuadro 2.31 Estructura del PIB Industrial Toneladas

ESTRUCTURA DE LA PRODUCCIÓN INDUSTRIAL Y MANUFACTURERA(Toneladas)		
DETALLE	TONELADAS	PORCENTAJE
EXPORTACIONES	28.852.972,00	25%
CONSUMO INTERNO	87.761.123,00	75%
TOTAL	116.614.095,00	100%

Autor: Iván García

Con lo anteriormente expuesto en el cuadro 2.31, se deduce que del total del PIB industrial y manufacturero, el 25% se lo destina para las exportaciones, en tanto que para el consumo interno se destina el 75% del PIB total, representado en un consumo anual de 87'761.123 de toneladas de productos textiles.

Cuadro 2.32 PIB Industria Textil 2009

ESTRUCTURA PIB TEXTIL			
ITEMS	VALOR USD	TONELADAS	PORCENTAJE
Fabricación de productos textiles	369.050.451,00	64.137.752,25	55,00%
Fabricación de prendas de vestir	181.170.221,40	31.485.805,65	27,00%
Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano	120.780.147,60	20.990.537,10	18,00%
TOTAL	671.000.820,00	116.614.095,00	100,00%

Fuente: INEC

En el cuadro 2.32, se concluye que el sector industrial al cual va dirigido el presente proyecto representa el 27% del total del PIB Industrial Textil del Ecuador, es decir que de los \$671'000.820 USD, los \$181'170.221,

corresponde a la producción de la industria de la confección de prendas de vestir, representado en 31´485.805 toneladas a nivel nacional.

Con información obtenida de la Superintendencia de Compañías, en lo que se refiere al número de empresas registradas tanto a nivel nacional como a nivel de la ciudad de Quito, que se dedican a la confección de ropa, se presenta la presente información:

Cuadro 2.33 Demanda del Proyecto

EMPRESAS DE FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR				DEMANDA DEL PROYECTO
REGIÓN	NUMERO DE EMPRESAS	PORCENTAJE	TONELADAS PRODUCIDAS	
Quito	326	33%	10.516.775,36	214 EMPRESAS 6´903.650 TONELADAS
Resto del país	650	67%	20.969.030,64	
TOTAL	976	100%	31.485.806,00	

Fuente: Superintendencia de Compañías

La demanda actual estimada del presente proyecto son las 214 empresas que aceptan la nueva propuesta, con una producción anual de 6´903.650 de toneladas al año, representadas en una necesidad de 151 o más máquinas nuevas por empresa (Pregunta No.1 de la encuesta).

Adicional, se ha tomado en cuenta las respuestas de la Pregunta No. 4, que hace referencia al tipo de estructura tecnológica actual, de ello se desprende que el 26% posee estructura moderna, el 39% semi-moderna, el 22% inadecuada y el 13% obsoleta.

El presente proyecto tiene como demanda potencial, al 74% (el 26% es de estructura moderna) del total de empresarios, que están en busca de modernizar su estructura tecnológica, entonces la demanda estaría dada por:

- $214 \text{ empresas} * 151 \text{ máquinas} = 32.314 * 74\% = 23.912 \text{ máquinas.}$

Por otro lado es importante señalar, que la demanda está condicionada, no solo con la necesidad de adquirir nueva maquinaria para renovarla, sino que gracias a la moda y la tendencia hacia el consumo de productos nacionales, el sector industrial al cual el presente proyecto pretende cubrir, se ha visto beneficiado por estos factores, que han sido determinantes para que este sector haya tenido un crecimiento acorde a las exigencias del mercado y sobre lo cual habrá la necesidad de realizar nuevas inversiones con el fin de ampliar la capacidad de producción y consecuentemente satisfacer la demanda.

2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y CONDICIONES DE LA COMPETENCIA

“La oferta es una relación que muestra las distintas cantidades de una mercadería que los vendedores estarían dispuestos y serían capaces de poner a la venta a precios alternativos durante un periodo dado de tiempo, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes.”²⁰

A través del proceso de investigación de mercados, por lo general las organizaciones que son parte de la oferta del presente proyecto y sobre los cuales se necesita información importante, como por ejemplo, cantidad de productos ofertados, precios, canales de distribución, medios publicitarios, planes promocionales, alternativas de pago, entre otras, factores que son relevantes y que marcan a las organizaciones que son líderes del mercado.

Generalmente se considera a la competencia como un mal necesario, debida a que la gran cantidad de información que se pudiera obtener de ellos permitirá dimensionar la estructura y capacidad a instalarse en la nueva unidad de producción.

La finalidad es identificar las fortalezas y debilidades de la competencia, así como la posibilidad de aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado procurando evitar las amenazas que pudieran presentarse, de tal forma que se

²⁰ Spencer Milton; Economía Contemporánea; Editorial Reverté; 6ª Edición; Barcelona; 1.993; Pág., 35.

aproveche de mejor manera toda la información recabada de ellos con el objetivo de mejorar las estrategias de introducción al mercado.

2.3.1 Principales competidores

Desde la perspectiva planteada en un libre mercado, la competencia son todos aquellos oferentes que son parte de un mismo sector o industria y que operan en muchos casos libremente, con el fin de colocar bienes o servicios que serán demandados por clientes que buscan satisfacer sus necesidades de consumo. Dentro de la competencia, también es importante considerar a aquellos fabricantes que venden productos sustitutos, que sin duda alguna influye en la demanda potencial del sector.

Por la complejidad de cómo se desarrolla la importación de todo tipo de bienes hacia el Ecuador, el sector importador de maquinaria para la confección de ropa, no es excepción, fruto de ello existe el mercado un número limitado de empresarios dedicados a ésta actividad.

Para el presente proyecto, se ha considerado a los competidores que proveen de maquinaria para la confección en la ciudad de Quito y que dependiendo de su permanencia y participación en el mercado, se clasifican en el siguiente orden:

- Brother La Bobina
- Indexcopr
- Comandato
- DYA technology
- Jonway Ecuador
- Asismacor
- Maquinas y Accesorios Cía. Ltda.
- Demiq
- Gemsy del Ecuador

- Impormáquinas
- Macose
- Sermacosa
- SunSun Ecuador

2.3.2 Participación en el mercado

Como se puede apreciar a manera general, en la ciudad de Quito, se concentran un número limitado de empresas que importan maquinaria para la confección, siendo en la ciudad de Guayaquil la que abarca una mayor cantidad de empresarios dedicados a esta actividad.

Queda determinada una demanda potencial de las 214 empresas, representadas en un total de 23.912 maquinas.

Uno de los factores que determinarán el tamaño del proyecto, sin duda es la demanda. Un tamaño propuesto solo deberá aceptarse cuando la demanda supere claramente al tamaño del proyecto propuesto, en base a esta premisa, si esta demanda es superior, una propuesta de negocio debe cubrir un porcentaje bajo con respecto del total, por lo general, es recomendable no abarcar más allá del 10% del total de la demanda.

En este caso la participación en el mercado del presente proyecto será: 2391, 348 ($23.912 * 1,45\%$) máquinas, las mismas que serán importadas de China, país que provee maquinaria de última generación y con garantía de fábrica.

Es importante recalcar que existe un pequeño número de empresas consideradas como “grandes”, pero que sin embargo, poseen una capacidad instalada de entre 150 y 300 máquinas.

A fin de no extra-dimensionar el proyecto se ha referido a la investigación realizada, de cuya información se resalta la obtenida en la pregunta No.1, que hace referencia al número de máquinas con las que desarrollan sus procesos

de producción en la actualidad, la misma que dio como resultado que la mayoría de ellas poseen de entre 151 o más maquinas; de ése resultado se cree conveniente tomar el valor mínimo para calcular la demanda potencial del sector industrial textil que se dedica a la confección de prendas de vestir.

2.3.3 Oferta del producto

Con la información obtenida en el estudio de mercado se han identificado a 13 empresas que importan maquinaria para la confección de ropa, tanto de países como los EE.UU., Alemania, China, Japón, entre otras.

Para determinar la oferta actual del proyecto, se han tomado como referencia los datos referidos en el cálculo de la demanda, que son:

1. El sub-sector textil, representa el 14% del total del sector industrial manufacturero.
2. Dentro del sub-sector textil, las industrias que se dedican a fabricar prendas de vestir, representan el 27% del total del sub-sector mencionado.
3. Del total de las empresas que se dedican a la fabricación de prendas de vestir, el 33%, ésta domiciliado en la ciudad de Quito.

Tomando como base lo antes expuesto, además el valor total de las importaciones de bienes de capital para el sector industrial, que para el año 2.009, fue de 2.626'831.000 USD, se presenta la siguiente información:

Cuadro 2.34 Destino de las Importaciones Industriales

BIENES DE CAPITAL PARA LA INDUSTRIA	FOB	% PARTICIPACION
Maquinaria industrial	1.155.805.640,00	0,44
Otro equipo fijo para la industria	682.976.060,00	0,26
Maquinarias y aparatos de oficina y científicos para la industria	499.097.890,00	0,19
Partes y accesorios de maquina industrial	210.146.480,00	0,08
Herramientas para la industria	78.804.930,00	0,03
TOTAL	2.626.831.000,00	1

Fuente: Banco Central del Ecuador y Cámara de Industrias de Guayaquil

El cuadro 2.34, se observa que del valor total de las importaciones de bienes de capital para el sector industrial, el 44%, se lo ha destinado en adquirir maquinaria y el 26% para la adquisición de otro tipo de equipo fijo destinado a la industria.

Del cuadro 2.35, se concluye que el número de máquinas para confeccionar ropa que se importó en el año 2009, fue 16.962, a un promedio de 1.305 (16.962/13 empresas) máquinas por cada empresa importadora.

Cuadro 2.35 Número de máquinas importadas

OFERTA ACTUAL		
Importaciones	\$	1.155.805.640,00
Sector textil	%	14%
	\$	161.812.789,60
Fabricación de prendas de vestir	%	27%
	\$	43.689.453,19
Empresas de Quito	%	33%
	\$	14.417.519,55
Precio Promedio de c/máquina	\$	850,00
NUMERO DE MAQUINAS IMPORTADAS		16.961,79

Fuente: Investigación Directa

2.4 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

“En una situación de demanda insatisfecha, los productos o servicios que están disponibles para satisfacer las necesidades de los adoptantes objetivo no les satisfacen completamente a ellos ni a la demanda. En otras palabras, hay que cubrir un vacío en la sensación o experimentación de satisfacción.”²¹

De acuerdo al análisis respectivo, se concluye que existe una gran oportunidad de mercado, ya que la demanda supera a la oferta existente.

“En una situación de demanda insatisfecha, los productos o servicios que están disponibles para satisfacer las necesidades de los adoptantes objetivo no les

²¹Kotler Philip; Marketing Social; Ediciones Díaz de Santos; 2ª Edición; Madrid; 1.992; Pág. 178.

satisfacen completamente a ellos ni a la demanda. En otras palabras, hay que cubrir un vacío en la sensación o experimentación de satisfacción.”²²

De acuerdo al análisis respectivo, se concluye que existe una gran oportunidad de mercado, ya que la demanda supera a la oferta existente.

Cuadro 2.36 Demanda Insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA		
DEMANDA	OFERTA	DIFERENCIA
23.912,00	16.962,00	6.950,00

Fuente: Investigación Directa

2.5 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Una estrategia de mercado, es un plan de acción que debe desplegar la empresa con el fin de alcanzar los resultados deseados con respecto a la combinación adecuada de los elementos de la mercadotecnia, con el fin de lograr el posicionamiento adecuado dentro del mercado que garanticen la permanencia del proyecto durante su vida útil.

El mercado ofertante de maquinaria es bastante complejo, debido a la presencia de un sinnúmero de maquinarias que no cumplen con las especificaciones técnicas que deben cumplir para su normal expendio en el mercado, de ello se deriva la gran cantidad de productos de mala calidad, las mismas que en muchos de los casos son fruto del contrabando, problema que a la larga aqueja a quienes han adquirido estos bienes.

Es por esto que el proyecto plantea combinar de la manera más adecuada a los elementos de la mercadotecnia, con el único objetivo que es logra el consumo por parte de la demanda.

En razón de ello, se analizará las 4 P's del mercadeo: Producto, Precio, Plaza o Distribución y Promoción.

²²Kotler Philip; Marketing Social; Ediciones Díaz de Santos; 2ª Edición; Madrid; 1.992; Pág. 178.

2.5.1 Producto

Dentro de esta etapa del plan de mercadeo, corresponderá investigar y desarrollar nuevos productos o mejorar los que ya existen.

En este punto es importante recalcar que el proyecto plantea la importación de maquinaria, para lo cual exigirá toda la información relacionada con los productores, así como de los productos que ofertan, entre lo cual se resalta, las soluciones técnicas innovadoras que pueden ofrecer con el fin de mejorar las condiciones actuales del productor ecuatoriano y de su productividad.

Como ocurre con los bienes, los clientes exigen beneficios y satisfacciones de los productos y de los servicios agregados que se le pudiere ofrecer.

Junto a la oferta de un buen producto, tiene que ir acompañado de un excelente servicio, para lo cual se requiere tener en cuenta la gama de atributos ofrecidos, la calidad de los mismos y el nivel que se entrega.

También se necesitará prestar atención a aspectos como el empleo de marcas, garantías y servicios post-venta, la combinación de los productos de servicio de esos elementos puede variar considerablemente de acuerdo al tipo de servicios prestados.

En base a lo expuesto anteriormente, se han definido algunos de los productos que se importará desde el país Asiático:

INTERLOCK (PEGA ELASTICO) MISUYIN MYW500-5



Fuente: Ningbo Mitsuyin Machinery Co., Ltd.

- Regulador de diferencial
- Regulación largo de puntada por pulsador
- Enfriador de agujas
- Siliconador de hilos
- Motor ½ HP, 2850 RPM
- 5000 PPM
- Cuchilla de corte incorporada
- Expansor delantero

Este tipo de máquina, sirve para la confección de corsetería, mallas, etc. Donde es necesaria la unión de elástico a la tela con precisión.

OVERLOCK MITSUYIN MY8737



Fuente: Ningbo Mitsuyin Machinery Co., Ltd.

- Regulador de diferencial
- Regulación largo de puntada por pulsador
- Enfriador de agujas
- Siliconador de hilos
- Motor ½ HP, 2850 RPM
- 5000 PPM
- Opcional accesorio dobladillador
- Opcional sistema de atraque

Este tipo de máquina es muy útil para confeccionar en tejido de punto (remeras, calzas, deportivo, frisa, polar, etc.)

OVERLOCK MITSUYIN MY8747



Fuente: Ningbo Mitsuyin Machinery Co., Ltd.

- Regulador de diferencial
- Regulación largo de puntada por pulsador
- Enfriador de agujas
- Siliconador de hilos
- Motor ½ HP, 2850 RPM
- 5000 PPM
- Opcional sistema de atraque

Esta máquina sirve para confeccionar en tejidos (lana, hilo).

OVERLOCK MITSUYIN MY8757



Fuente: Ningbo Mitsuyin Machinery Co., Ltd.

- Regulador de diferencial
- Regulación largo de puntada por pulsador
- Enfriador de agujas
- Siliconador de hilos
- Motor ½ HP, 2850 RPM

- 5000 PPM

Máquina útil para confeccionar en tejido plano (camisas, pantalones y sabanas)

DOBLE ARRASTRE MITSUYIN MY80302 / MY80308



Fuente: Ningbo Mitsuyin Machinery Co., Ltd.

- Lubricación automática
- Atraque
- Puntada 8
- Crochet grande
- Motor ½ HP, 1450 RPM
- 3000 PPM

Máquina asignada para la confección de marroquinería, tapicería, toldos, etc.

TRIPLE ARRASTRE MITSUYIN MY8508



Fuente: Ningbo Mitsuyin Machinery Co., Ltd.

- Atraque
- Puntada 8
- Crochet grande
- Motor ½ HP, 1450 RPM
- 3000 PPM

Esta máquina es útil para la confección de marroquinería, tapicería, toldos, inflables, etc.

PEGA BOTONES MITSUYIN MY8373



Fuente: Ningbo Mitsuyin Machinery Co., Ltd.

Máquina usada para pegar botones, automática de 1 solo pedal. A través de la simple adaptación, la costura de los botones de las diferentes especificaciones se puede llevar a cabo. La máxima velocidad de costura llega a 1500 R.P.M. El funcionamiento es suave, correcto, estable y fiable. Posee mecanismo de corte de hilo automático, ofreciendo mayor confort de uso.

OJALADORA MITSUYIN MY8781



Fuente: Ningbo Mitsuyin Machinery Co., Ltd.

Ojaladora de última generación, posee mecanismo de corte. Es mucho más serena y silenciosa que otros modelos de la competencia, además posee eficaz sistema de lubricación automática que incluye sistema de recuperación de aceite, evitando eventuales salpicaduras en la prenda.

Este modelo es el indicado tanto para costuras delicadas como materiales medianos.

2.5.2 Precio

Las decisiones sobre precio son de una importancia en la estrategia de marketing tanto para las de consumo como para servicios.

Los principios de fijación de precios de los bienes o servicios tienden a basarse en principios y prácticas utilizadas en el libre mercado. Como ocurre con los bienes, es difícil hacer generalizaciones sobre los precios. Hay tanta diversidad en el sector servicios como en el sector bienes.

De acuerdo a todos los factores que se deben considerar para la fijación de precios, y que fueron mencionados anteriormente, se pueden establecer dos métodos para la fijación de los precios de la maquinaria: precios basados en costos y precios orientados hacia el mercado.

- Precios basados en costos orientados a utilidades: Apuntando a un objetivo de utilidad mínima. Los precios fijados por asociaciones industriales y profesionales pertenecen a esta categoría. Si la entrada está severamente restringida, los precios se relacionarán más con la capacidad y voluntad del cliente para pagar y menos con los costos.
- Precios controlados por el gobierno: Apuntan a la protección del consumidor fijando precios sobre una base costo más un margen modesto.

El precio fijado, debe permitir cubrir los gastos de operaciones así como debe permitir penetrar al mercado con un adecuado margen de utilidad, a fin de cubrir las exigencias de liquidez y solvencia del proyecto.

2.5.3 Distribución

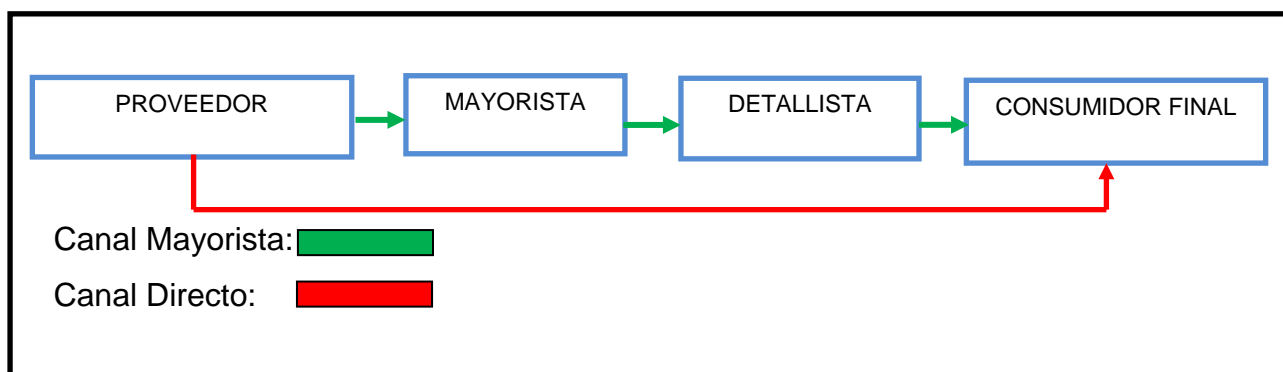
Una de las estrategias de distribución será la visita personalizada a instituciones que gusten o necesiten este tipo de productos, para lo cual se

ofrecerán planes con precios cómodos dependiendo de la cantidad de maquinaria a adquirir.

El empleo del telemarketing, es otra herramienta muy indispensable a la hora de ofertar bienes o servicios, por cuanto se direccionará de mejor manera los recursos promocionales, atacando aquel mercado que aún no ha sido satisfecho.

En virtud del crecimiento económica del país en general, se prevé que la demanda de este tipo de bienes por parte de los industriales va a ir en aumento, todo dependerá de las prestaciones, cualidades y fiabilidad de los productos.

Grafico 2.13. Canales de Distribución



Fuente: Investigación Directa

Autor: Iván García

El proyecto prevé utilizar dos canales de distribución, que son los que mejor se ajustan a las necesidades del proyecto, el primero, es el canal directo, en donde intervendrán solamente la empresa importadora y el consumidor final, lo cual resulta muy ventajoso para el comprador, ya que al no presentarse más intermediarios, el precio de los bienes no se ve incrementado por concepto de gastos de traslado y transporte que afecten a los consumidores. Adicionalmente el proyecto plantea la adquisición de vehículos que faciliten esta labor en beneficio de los clientes.

El otro canal es el mayorista, en virtud de las cantidades importadas, se prevé ofertar a empresas que se dedican a la venta de este tipo de maquinaria a fin de abarcar otros segmentos de mercado, como son las pequeñas industrias y los negocios familiares que también hacen de la confección de ropa el medio que sustenta sus hogares.

2.5.4 Promoción y publicidad

Es la utilización y aplicación de medios publicitarios, escritos o no, con el fin de dar a conocer al mercado meta, de los beneficios y atributos de los productos que se ofertan, “para éste fin también se incluyen otros métodos con el fin de brindar valor agregado a los clientes”²³.

El objetivo de la promoción, es que los productos puedan ser reconocidos por la mayor parte del mercado insatisfecho, para lograr su consumo y crear en ellos fidelización.

La promoción de ventas se enfoca en los incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los vendedores, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.

La promoción de los bienes o servicios puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los productos. Estas formas son:

- **Publicidad:** Cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de servicios a través de un individuo u organización determinados.
- **Venta personal:** Es la presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros compradores.

²³KOTLER Philip; Marketing Social; Prentice Hall; 2ª Edición; Madrid; 2002, pág. 121

- Relaciones Públicas: La estimulación no personal de demanda para un producto o servicio obteniendo noticias comercialmente importantes acerca de éste, en cualquier medio u obteniendo su presentación favorable en algún medio que no esté pagado por el patrocinador del servicio.

Promoción de ventas: “Actividades de marketing distintas a la publicidad, venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes y el uso y mejora de efectividad del distribuidor”²⁴.

²⁴KOTLER Philip; Marketing Social; Prentice Hall; 2ª Edición; Madrid; 2002, pág. 124

CAPÍTULO III

3. EL PROCESO DE IMPORTACIÓN

El proceso de importación comprende la realización de una serie de actividades vinculadas desde el contacto del comprador en el país destino con el proveedor en el país de origen, donde se incluyen el cumplimiento obligatorio de ciertos requisitos, tales como la elaboración de la nota de pedido, autorizaciones previas, la contratación de servicios de transporte, de seguros, verificadoras, entre otras.

3.1. Marco legal

Con respecto a la reglamentación que rige al comercio exterior ecuatoriano y en especial a las importaciones, se analizarán los contenidos de algunas Leyes afines al objetivo de la presente investigación.

3.1.1. Ley Orgánica de Aduanas

El 13 de julio de 1.998, se expide la primera Ley Orgánica de Aduanas, con el fin de ofrecer un medio que sustente el buen desenvolvimiento del comercio exterior ecuatoriano.

A raíz de ello la normativa aduanera ecuatoriana se ha constituido en uno de los ejes fundamentales para la ejecución y control de las actividades relacionadas con el comercio exterior, y como ya se hizo mención, el documento principal para ello es La Ley Orgánica de Aduanas.

El 26 de Noviembre del 2.003, según el Registro Oficial No. 219, se promulga la nueva codificación que respondiendo a la series de cambios presentados en el ámbito comercial y económico, se han establecido normas fundamentales que rigen tanto a las importaciones como a las exportaciones de la mercadería.

Dentro de esta Ley, se conceptualiza todo lo concerniente a la Obligación Tributaria Aduanera, Operaciones de la Aduana, Declaración Aduanera, Regímenes Aduaneros, Garantías Aduaneras, Infracciones Aduaneras, Venta Directa y Adjudicación, Órganos de la Corporación Aduanera Ecuatoriana y de los Agentes de Aduana.

3.1.2. Reglamento General a la Ley Orgánica de Aduanas

El reglamento es un complemento de la Ley, es así que su promulgación nace con la necesidad de satisfacer los cambios y exigencias presentados por la naturaleza misma de la negociación internacional y los mismos que deberán ser aplicados a nivel nacional.

Dentro de su contenido, destacan las disposiciones establecidas con respecto a las Normas Fundamentales, Obligación tributaria, Exenciones, Operaciones Aduaneras, Declaración Aduanera, Regímenes Aduaneros, Depósitos Aduaneros, Exportación Temporal, Zona Franca, Régimen de Maquila, Ferias Internacionales, Zona de Libre Comercio, Cambio de Régimen, Garantías Aduaneras, entre otros.

3.2. Técnicas, trámites y procedimientos para importación

El procedimiento de importación comprende la realización de una serie de actividades vinculadas desde el contacto del comprador en el país destino con el proveedor en el país de origen, donde se incluyen el cumplimiento obligatorio de ciertos requisitos.

Cualquier persona natural así como también cualquier persona jurídica que dispongan del Registro Único de Contribuyentes, RUC, habilitado por el SRI, pueden registrarse como importador de la CAE. “Cuando se inicia en

actividades de importación es importante conocer primero los siete pasos para importar, los mismos que se describen a continuación”²⁵:

- a) Registrarse como importador
- b) Conseguir proforma del vendedor o solicitar una cotización
- c) Nota de pedido
- d) Póliza de seguro
- e) Declaración Aduanera de Valor. DAV
- f) Declaración Aduanera única. DAU
- g) Proceso de nacionalización

3.2.1 Registrarse como importador

Para registrarse como importador, corresponde seguir los siguientes pasos:

Obtención del RUC; para obtener el RUC se debe acercarse a las oficinas del SRI (Servicio de Rentas Internas)

Registros en la Corporación Aduanera Ecuatoriana: Un importador o importadora debe registrarse en la Corporación Aduanera Ecuatoriana CAE, para obtener las claves de acceso respectivas y para regularizar sus operaciones o su documentación:

PERSONA NATURAL

Envío de datos generales vía electrónica

Solicitud de la CAE, (Carta original dirigida al jefe de servicio al cliente solicitando la clave, la función de la misma e indicando el tipo de operador)

Copia de la cédula de ciudadanía

Copia del RUC

PERSONA JURÍDICA

Envío de datos generales vía electrónica

²⁵ ESTRADA HEREDIA, Luis Patricio, Como hacer importaciones, guía práctica; Gerencial y operativa para realizar compras a nivel internacional, 2008, editorial Mendieta, pág. 101-114

Solicitud a la CAE

Nombramiento de representante legal

Copia de la cédula de ciudadanía

Copia del RUC

3.2.2 Conseguir pro-forma del vendedor o solicitar una cotización

Una vez adquirida la información de la casa distribuidora tales como el nombre y direcciones, de la mercancía que se requiere, el paso a seguir es solicitar una factura pro-forma o una cotización.

La Factura pro-forma: Es una declaración en forma de factura para la entrada de los productos. La factura pro-forma se puede usar para negociar la orden de importación y para presentar la oferta del proveedor. La factura pro-forma transfiere al importador y comprador, el precio y las condiciones de venta.

Existen varias empresas que en un principio envían catálogos, listas de precios, precios de promoción, cantidades mínimas y detalles de los productos que estos comercializan.

3.2.3 Elaboración de la nota de pedido

Previo a la obtención del visto bueno por parte del COMEXI (Consejo de Comercio Exterior e Inversiones), para realizar la importación, este documento debe ser entregado tanto a la Aduana, a la Verificadora y al Banco Central previo al embarque de las mercaderías a consumo, la misma que deberá detallar los datos del importador así como también del exportador, el país de origen, el lugar de embarque, el lugar de destino, la vía de transporte, el monto, las condiciones de pago y la fecha.

La nota de pedido es una orden a una solicitud hecha a un fabricante o proveedor, la nota de pedido es un documento escrito que puede tener dos formas en cuanto se refiere a su aceptación y/o preparación:

La primera forma es recibir la factura pro-forma y si el importador está de acuerdo con su contenido y los términos de la misma, se firma y se la regresa por la misma vía (fax, e-mail) el cual se convierte en un pedido formal.

La segunda forma, es diseñar un documento de acuerdo a las necesidades y requerimientos de la empresa o del importador, esta puede realizarse de varias formas.

3.2.4 Contratación de la póliza de seguro

El seguro de transporte cubre los riesgos a los cuales la mercadería está expuesta durante el curso del viaje. Mientras los mismos no estén expresamente excluidos las principales formas de cobertura son:

- Libre de avería particular
- Con avería particular
- Todo riesgo

La tasa de una póliza de seguros contra todo riesgo siempre tendrá un costo mayor que la de una póliza libre de avería particular y hay dos formas de cobertura.

De igual forma, ésta póliza será exigida para la desaduanización de la mercadería, en el caso que se haya contratada una, cuyo documento deberá ser adjuntado al resto; según la legislación ecuatoriana se debe contratar una póliza de una aseguradora domiciliada en el Ecuador y existen de tres tipos, libre de avería, libre de avería particular y contra todo riesgo.

Por lo general, se recomienda contratar una póliza con el fin de salvaguardar la mercancía que se está adquiriendo, puesto que el proceso de importación conlleva tiempo y ésta expuesta a un sinnúmero de fenómenos naturales o materiales que podrían dañar a los bienes que son de la importación.

3.2.5 Elaboración declaración aduanera de valor DAV

La DAV se la conoce como la Declaración Aduanera de Valor es el documento oficial que deben llenar los importadores en forma obligatoria para realizar su importación.

Este documento, fue creado en el año 2000 y se creó porque al Ecuador, con las importaciones, llegaba una gran cantidad de facturas de todo el mundo, con diferentes distribuciones de los campos, originando muchas veces confusión de las facturas comerciales en relación con las mercaderías importadas.

En la actualidad, estos documentos están perdiendo permanencia debido al excesivo papeleo que implica su utilización.

El DAV 1, acoge únicamente a 5 ítems de la factura comercial original, es por ello que en muchas ocasiones se debe utilizar el DAV 2, para incluir al resto de ítems de la importación.

3.2.6 Declaración Aduanera única DAU

La declaración Aduanera única DAU debe ser presentada electrónicamente por parte del agente afianzado de aduanas (aunque la ley establece que hasta 2.000 dólares lo puede hacer directamente el importador, pero esto en la práctica no sucede).

En todo proceso de importación, el Agente de Aduana debe realizar esta declaración y luego enviarla electrónicamente a través del SICE (Sistema Interactivo de Comercio Exterior) y presentarla físicamente en del Distrito de llegada de las mercancías, adjuntando los documentos enunciados anteriormente.

Este documento comprende de tres cuerpos, DAU A, B, C, cada uno contiene una original y seis copias.

3.2.6.1. Declaración Aduanera Única (DAU) A

Este documento o forma deberá ser llenado siempre y cuando el valor FOB (Free on Board) de la mercadería supere los \$ 4.000,00 y presentado ante un Banco corresponsal en Ecuador, autorizado por la aduana, para que dé su visto bueno, previo al embarque de la mercadería.

Cabe aclarar que si la mercadería llegase al país sin haber obtenido el visto bueno del Banco, esta deberá ser reembarcada implicando al pago de una multa del 10% del valor CIF (Cost, Insurance and Freight).

3.2.6.2. Declaración Aduanera Única (DAU) B

Esta declaratoria aplica siempre y cuando se vaya a importar dos o más subpartidas arancelarias.

3.2.6.3. Declaración Aduanera Única (DAU) C

La elaboración de este documento es obligatorio, ya que es el medio que utiliza el importador para determinar la autoliquidación de tributos.

Dentro de este procedimiento se deberá establecer la fecha de llegada de la mercadería, con el fin de determinar los plazos para el cálculo de tributos.

Cabe mencionar, que la falta de presentación de declaración aduanera dentro de los 7 días antes y los 15 días hábiles siguientes de ingresada la mercadería a las bodegas de almacenamiento temporal, originará la declaratoria por parte del Gerente Distrital de “abordo tácito”, las misma que pudieran ser rematadas por medio de subasta pública y con el producto de su venta se procederá a la cancelación de los tributos, multas, intereses y gastos generados por tal situación

3.2.7 Proceso de nacionalización

El proceso de nacionalización significa lo siguiente:

- Presentación de los documentos originales declarados en la DAU.
- En la aduana se procede a la revisión de los documentos
- Aforo
- Liquidación o autorización de pago de tributo
- Levante de la mercancía

3.3. Documentación requerida en una importación

Al asumir una obligación contractual internacional, el importador debe conocer todos los documentos que se requieren para legalizar el ingreso de una mercancía al territorio aduanero, para negociar y legalizar sus cartas de crédito, para las cobranzas provenientes del exterior, el transporte y sobre todo para que el comprador pueda nacionalizar las mercaderías.

Los documentos de mayor importancia a nivel internacional son:

- Los documentos de transporte internacional
- Las facturas comerciales
- Los certificados

3.4. Logística, transporte internacional y seguros

3.4.1 La logística

La “logística” ha aparecido recientemente en el ámbito empresarial. Inicialmente fue un término empleado por los estrategas militares para designar a todos los movimientos y transporte de materiales en una operación bélica. “Posteriormente se aplicó a las empresas de transportes como concepto de optimización de la flota de vehículos. Es en los años ochenta cuando el

término y sus implicaciones se empiezan a conocer y sobre todo se pudo en práctica en las empresas industriales”²⁶.

La logística es el conjunto de actividades que se ocupan del flujo total de materiales y del flujo de información, comienza con el aprovisionamiento de materias primas y finaliza con la entrega de los productos terminados a los clientes. La logística, va desde la gestión del pedido, el embalaje más apropiado, la selección del medio de transporte, los documentos internacionales, el almacenaje de la mercancía, la distribución física y los servicios posventa.

El seguro es un contrato entre la compañía aseguradora y el remitente, por medio del cual la compañía a cambio de una prima o remuneración se hace responsable por determinados riesgos que puedan ocurrir al efecto asegurado, siempre y cuando no exceda del valor real.

El seguro de transporte se lo puede calificar:

- Por el tipo de transporte:**
- Seguro marítimo
 - Seguro aéreo
 - Seguro terrestre y fluvial.

Por el interés puesto en el riesgo: De los medios y vehículos, de los bienes o mercancías transportadas, de intereses portes o beneficios esperados y de responsabilidad.

Por la duración del contrato:

Temporal o a plazo para asegurar vehículos
Por viaje, para seguro de bienes o mercancías.

Existen 8 elementos o partes integrantes del contrato de seguro, estos son:

²⁶ ICEX, Comercio Exterior, Curso de Especialistas, tomo 2, pág. 433

- Asegurado
- Asegurador
- Tomador
- Beneficiario
- Riesgo
- Valor Asegurado,
- Prima e interés asegurado.
- Interés asegurado

Una póliza de transporte, es un contrato en donde intervienen el asegurador y el asegurado. La póliza es el instrumento probatorio del contrato de seguro, donde deben constar las cláusulas mediante las cuales se aseguran las partes.

Existen varios tipos de pólizas:

- Pólizas especiales o por viaje
- Pólizas abiertas, pólizas a forgar
- Pólizas de abono y flotantes.

Las principales formas de cobertura son:

- Libre de avería particular
- Con avería particular
- Contra todo riesgo

3.5. Impuestos, recargos y garantías

Cabe mencionar que toda labor mercantil o comercial, está regido por su respectiva Ley y Reglamentación, para la presente investigación, que hace referencia a la intención de importar maquinaria para la confección de ropa, se hará referencia a lo que estipula la Ley Orgánica de Aduanas.

Para tal fin el “Art.9, de la Ley Orgánica de Aduanas, establece que 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 aduaneros.

La Corporación Aduanera Ecuatoriana mediante resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, fijará sus tarifas y regulará su cobro.²⁷

3.5.1. Derechos Arancelarios

Las actividades derivadas de la actividad comercial internacional, genera el pago de derechos arancelarios, para el caso del Ecuador y de la investigación, se aplicará el pago del Arancel Común de Importaciones, que es un instrumento que facilita las operaciones de comercio.

En el Ecuador a partir del 2007, según decreto ejecutivo 592, publicado en el Suplemento al Registro Oficial No. 191 del 15 de Octubre del 2.007, puso en vigencia un Arancel Nacional de Importaciones, basado en la NANDINA 653, a través del cual la Corporación Aduanera Ecuatoriana incorporó la nueva codificación para las mercancías que constan en el Sistema Integrado de Comercio Exterior.

Los niveles que constan en el arancel nacional son: 0%, 5%, 10%, 15% y 20%, estas escalas han sido establecidas en base a criterios técnicos:

- Mayor grado de elaboración y/o productos agrícolas: 15% y 20%
- Productos semi-elaborados, materias primas e insumos: 10%
- Materias primas e insumos, bienes de capital 5% y 0%

Con el fin de determinar el monto a pagar por concepto de derechos arancelarios, se debe establecer la base imponible, que para el caso de las

²⁷ Ley Orgánica de Aduanas; Capítulo I, Normas Fundamentales; Art. 9.

importaciones estará dado por el valor CIF, y para el caso de las exportaciones es el valor FOB de las mercancías.

3.5.2. Impuestos Establecidos

Una vez determinada la base imponible (Valor CIF= Precio FOB + Flete + Seguro), valor que servirá para la determinación de los distintos impuestos que se debe cancelar en la Aduana del Ecuador.

- AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías): Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador, se aplica un porcentaje sobre los derechos arancelarios, dependiendo del tipo de mercancía.
- FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia): Impuesto que administra el INNFA y que corresponde al 0.5% del valor CIF.
- ICE (Impuesto a los Consumos Especiales): En el caso que aplicare solamente, es administrado por el Servicio de Rentas Internas y el porcentaje variará según los bienes y servicios que se importen.
- Salvaguardia por balanza de pagos: Son de 3 tipos: Recargo Ad-Valorem, Recargo Arancelario Especial adicional al arancel vigente, y Restricción Cuantitativa de Valor (cupos), este impuesto es administrado por la Aduana del Ecuador, comprendidas como restricciones temporales que se aplican solamente a ciertos productos importados con el fin de proteger a la industria nacional y por ende la saldo de la balanza comercial.
- IVA (Impuesto al Valor Agregado): Administrado por el SRI, cuya base imponible resulta de la suma del CIF + Ad-valorem + FODINFA + ICE + SALVAGUARDIA, cuyo porcentaje será el 12%.

- Impuesto de salida de divisas: Impuesto que administra el SRI, se aplicará el 1% de la base imponible conformada por el valor CIF + Ajustes de Valor.
- El valor total a cancelar por el importador, es la suma de los impuestos antes mencionados.
- CORPEI: El registro oficial No. 137, del 31 de julio del 2.003, establece el pago y recaudación del 0.25 por mil sobre el valor FOB de las importaciones, excepto de aquellas menores a \$20.000, las cuales aportarán \$5,00.

3.5.3. Tasas por Servicios Aduaneros

Aquí se incluyen el pago de las tasas por la prestación de servicios aduaneros, entre los cuales se incluyen: tasa de control, tasa de almacenaje, tasa de análisis de laboratorio, tasa de inspección y la tasa de vigilancia aduanera.

3.6. Valoración de mercancías en aduana

Cuando los derechos de aduana se perciben ad-valorem la incidencia real del gravamen depende de la manera como la administración de aduanas determina el valor imponible.

3.7. Salvaguardias

El acuerdo sobre salvaguardias autoriza a los países importadores a restringir temporalmente las importaciones si, tras investigaciones realizadas por las autoridades competentes, se comprueba que las importaciones han aumentado en tal cantidad (en cifras absolutas o en relación con la producción nacional) que causan daño grave a la rama de producción nacional (que causan daño grave a la rama de producción nacional de productos similares o directamente competidores. También dispone que, esas medidas, que podrían revestir la forma de un aumento de los aranceles por encima de los tipos consolidados o

de la disposición de restricciones cuantitativas, deberán aplicarse en régimen NMF (Nación más favorecida) a las importaciones procedentes de todas las fuentes.

El acuerdo dispone que las medidas de salvaguardia sólo podrán aplicarse después que las autoridades investigadoras hayan determinado que: las importaciones de un producto están aumentando cada vez más (en términos absolutos o en relación con la producción nacional); y se realizan en condiciones tales que causan o amenazan causar un daño grave a los productores de bienes similares o directamente competidores.

Con respecto a la duración de las medidas de salvaguardia, las disposiciones del acuerdo tienen principalmente por objeto asegurar que las medidas de salvaguardia se apliquen durante períodos limitados.

3.8. Financiamiento de importaciones

El importador, debe estudiar seriamente las posibilidades de encontrar financiamiento, ya que en muchas ocasiones el importador requiere del crédito para realizar sus compras.

El importador puede tener cinco fuentes de financiamiento, estas son:

- Crédito en un banco comercial
- Crédito por parte del exportador
- Financiamiento a través de fianzas, avales, cartas de crédito de importación, cobranzas del exterior y cartas de crédito Stand-by
- Financiamiento a las exportaciones (ECAS) y export development corporation (EDCS).

Los bancos proporcionan generalmente el financiamiento al importador, de acuerdo a las relaciones que este mantenga con el banco. El financiamiento en

un banco comercial se puede conseguir a través de los distintos mecanismos existentes como son:

- Financiamiento directo para importaciones
- Créditos sobre firmas
- Préstamos prendarios
- Préstamos hipotecarios
- Créditos denominados especiales como Multisectorial de la Corporación Financiera Nacional.

El crédito sobre firmas puede ser importante cuando se trate de cantidades mínimas y sobre todo si el importador tiene solvencia, estos créditos son de corto plazo y en cantidades limitadas.

Los préstamos prendarios se otorgan a mediano y largo plazo y con garantías prendarias, que pueden ser comerciales o industriales. También puede conseguirse créditos hipotecarios con garantía de primera hipoteca de edificio, terrenos y naves industriales y con créditos denominados especiales otorgados por la Corporación Financiera Nacional. A través del sistema financiero nacional, la CFN ofrece las siguientes facilidades de crédito:

- Credimicro
- Multisectorial
- Innovación Tecnológica FUNDACYT y líneas de comercio exterior FOPEX con destino a créditos pre embarque y procesos productivos.

El financiamiento a través de fianzas, avales y garantías, cartas de crédito de importación, cobranzas del exterior y cartas de crédito stand-by. Estos créditos también se los puede conseguir en los bancos comerciales y son conocidos como créditos contingentes. Mediante estos créditos el banco no desembolsa dinero, sino que afianza o abaliza a un cliente, el cumplimiento del pago de una aceptación bancaria o una carta de crédito de importación, avales, fianzas y las cobranzas.

Por otro lado, el exportados puede hacer uso del factoring que es un contrato mediante el cual se posibilita que los vendedores transmitan en origen a sociedades especializadas conocidas como (factor) o factores, los créditos comerciales a corto plazo que han otorgado a sus clientes (compradores).

El factoring tiene dos funciones:

1. Función de garantía
2. Función de financiación de factoring internacional es el que presta sus servicios en relación con créditos comerciales en firme y a corto plazo, pero con origen en operaciones de comercio internacional, siendo el vendedor por una parte y el comprador por otra parte.

3.9. LOS ORGANISMOS NACIONALES E INTERNACIONALES DEL COMERCIO EXTERIOR

A continuación se describirán los principales organismos que tienen relación directa con el comercio exterior.

EL FONDO MONETARIO INTERNACIONAL

“La creación del Fondo Monetario Internacional FMI y del Banco Mundial (Banco Interamericano de Reconstrucción y Fomento BIRF) surgió de una reunión internacional que se celebró en el pueblo de Bretton Woods, cercano a Washington en julio de 1944. Por ello es frecuente referirse a ambos como a las instituciones de Bretton Woods. La necesidad de disponer de una institución que regulara y vigilara el sistema monetario internacional, aunque se realizaron numerosos estudios y propuestas, sólo se pudo llevar en la práctica una vez terminada la Segunda guerra Mundial de la que emergió un claro liderazgo mundial tanto político como económico”²⁸.

²⁸ ICEX Curso de Especialistas en Comercio Exterior, Tomo 2, Pág. 906 – 907.

GATT, EL ACUERDO GENERAL SOBRE ARANCELES ADUANEROS Y COMERCIO

El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio GATT, Más conocido por sus siglas en inglés (General Agreement on Tariffs and Trade). Es un convenio comercial tendiente a expandir el comercio internacional como medio de elevar el bienestar en el mundo.

LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC)

“La Organización Mundial del Comercio (OMC) fue creada como resultado principal de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales que fue la octava de las series de negociaciones que se celebraron bajo auspicio del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio GATT que se inicio en Septiembre de 1.986 en Punta del Este Uruguay y se dieron por terminadas oficialmente en la Reunión Ministerial celebrada en abril de 1994 en Marruecos”²⁹.

La OMC es la organización global encargada de supervisar la aplicación de todos los acuerdos multilaterales y plurilaterales que se han negociado en la ronda Uruguay de los que se negocien en el futuro. Sus objetivos básicos son similares a los del GATT, que ha dejado de existir como institución distinta y ha pasado a formar parte de la OMC.

Objetivos de la OMC:

- Elevar los niveles de vida y los ingresos
- Lograr el pleno empleo
- Acrecentar la producción y el comercio
- Conseguir la utilización óptima de los recursos mundiales

²⁹ Centro de Comercio Internacional, UNCTAD/OMC. Guía de la Ronda Uruguay para la Comunidad Empresarial pág. 2-3.

Funciones de la OMC

La OMC desempeña cuatro funciones principales, estas son:

- a) Facilitar la aplicación, la administración y el funcionamiento de los instrumentos Jurídico de la Ronda Uruguay y de los futuros acuerdos.
- b) Ser el foro para las negociaciones entre los países miembros sobre los asuntos tratados en los acuerdos.
- c) Se encargará de la solución a controversias y diferencias entre los miembros
- d) Se encargará de realizar exámenes periódicos de las políticas comerciales de los países miembros.

EL BANCO MUNDIAL

El Banco Mundial es una de las principales fuentes de asistencia para el desarrollo del mundo. Su meta principales es ayudar a las personas y países más pobres. El Banco utiliza sus recursos financieros, su personal altamente especializado y su amplia base de conocimiento para ayudar a los países en desarrollo en el camino hacia un crecimiento estable, sostenible y equitativo.

“El Banco Mundial no es un banco; es más bien un organismo especializado de las Naciones Unidas”³⁰

El Grupo del Banco Mundial está integrado por cinco instituciones estrechamente asociadas. Todas ellas pertenecen a los países miembros, quienes tienen el poder decisorio. Como se explica a continuación, cada institución tiene una función diferente en la misión, pero la principal es ayudar a la gente a ayudarse a sí misma y al medio ambiente que la rodea.

Las organizaciones que forman el grupo del Banco Mundial son:

³⁰ <http://web.worldbank.org>

BIRF: EL Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento

AIF: La Asociación Internacional de Fomento

CFI: La Corporación Financiera Internacional

OMGI: El organismo Multilateral de Garantía de Inversiones

CIADI: El Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones

EL BANCO INTERNACIONAL DE RECONSTRUCCIÓN Y FOMENTO BIRF

Este Banco fue creado en 1945 y lo componen 184 países miembros:

El objetivo del BIRF es reducir la pobreza en los países de ingreso mediano y en los países más pobres que tienen capacidad crediticia, promoviendo el desarrollo sostenible mediante préstamos, garantías y otros servicios no crediticios, como de análisis y asesoría.

El BIRF no busca maximizar sus utilidades, pero ha obtenido ingresos netos todos los años desde 1948. Con sus utilidades se financian distintas actividades de desarrollo y se asegura la solidez financiera de la institución, lo que le permite obtener adelantos a bajo costo en los mercados de capital y ofrecer condiciones favorables para los prestatarios.

El BIRF es de propiedad de los países miembros y los derechos de voto de éstos guardan relación con sus suscripciones al capital de la institución, las que a su vez basan en la solidez económica relativa de cada país.

LA ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE FOMENTO

Esta asociación fue creada en 1960 y cuenta con 164 países miembros, las aportaciones de la AIF permiten que el Banco Mundial proporcione entre US\$6.000 a US\$ 7.000 millones anuales en créditos sin intereses a los 78 países más pobres del mundo, donde viven 2.400 millones de personas. Dicho apoyo es crucial puesto que estos países no pueden obtener financiamiento en

condiciones de mercado, o pueden obtener muy poco. En la mayoría de estas naciones, el ingreso medio anual per cápita es inferior a US\$ 500 y muchas personas sobreviven con mucho menos.

LA CORPORACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL

Esta corporación fue creada en 1956 y cuenta con 175 países miembros. La misión de la CFI es promover el desarrollo económico a través del sector privado. Con socios comerciales, invierten en empresas privadas sostenibles en los países en desarrollo y proporcionan préstamos a largo plazo, garantías y servicio de gestión de riesgos y de asesoría a sus clientes. La CFI realiza inversiones en proyectos en regiones y sectores que reciben insuficientes inversiones de fuentes privadas.

Procura hallar nuevos medios para aprovechar oportunidades prometedoras en mercados que a juicios de los inversionistas comerciales son demasiado riesgosos si no participa la Corporación.

EL ORGANISMO MULTILATERAL DE GARANTÍA DE INVERSIONES

Este Organismo fue creado en 1988 y cuenta con 162 países miembros. El OMGI contribuye a promover la inversión extranjera en los países en desarrollo proporcionando garantías a los inversionistas extranjeros contra pérdidas ocasionados por riesgos no comerciales, como expropiación, inconvertibilidad de monedas y restricciones a las transferencias y guerras y disturbios civiles.

Además dicho organismo presta asistencia técnica para ayudar a los países a difundir información sobre oportunidades de inversión. También ofrece servicios de mediación a diferencias relativas a inversiones.

EL CENTRO INTERNACIONAL DE ARREGLO DE DIFERENCIAS RELATIVAS A INVERSIONES

Este centro fue creado en 1966 y cuenta con 134 países miembros. El CIADI Contribuye a promover la inversión extranjera al proporcionar servicios internacionales de conciliación y arbitraje de diferencias relativas a inversiones y de este modo ayuda a promover un clima de confianza mutua entre los países y los inversionistas extranjeros. En muchos acuerdos internacionales relativos a inversiones se han previsto los servicios de arbitraje del Centro. El CIADI también lleva a cabo actividades de investigación y compila publicaciones relativas a legislación sobre arbitraje e inversión extranjera.

ACUERDOS INTERNACIONALES

Los procesos de integración de mayor interés para el Ecuador como son:

- ✓ El tratado de Montevideo de 1980, que creó la (ALADI)
- ✓ El tratado de Asunción de 1991, que constituye el MERCOSUR
- ✓ El Acuerdo de Cartagena de 1969, que establece el Grupo Andino hay conocido como la CAQN.
- ✓ El grupo de los Tres, el mismo que se encuentra conformado por Colombia, México y Venezuela.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO

4.1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto, se lo entiende como la capacidad de producción que tiene una unidad de producción en un periodo económico dado.

La capacidad de producción está dada de dos formas, la capacidad teórica aquella a cuya utilización se alcanzaría en condiciones ideales de productividad, la misma que en la realidad no es posible alcanzarla, debido a diversos factores como son la falta de especialización y la baja productividad de la mano de obra, a consecuencia de una mala utilización de la capacidad instalada.

La capacidad real instalada, es el volumen de producción que se necesita para satisfacer la demanda de ventas, tomando en cuenta todas las limitaciones que se pudieran presentar al momento de ejecutar los procesos de producción.

Como se mencionó con anterioridad, el presente proyecto, centra sus actividades en el ámbito comercial, derivada de dos fases: la importación de maquinaria para la confección de ropa y luego su distribución para lo cual se pretende hacerlo de forma directa en un inicio.

Una vez determinada la demanda del proyecto, para lo cual se consideró un total de 214 empresas de la ciudad de Quito, con un requerimiento potencial de 6.950 unidades.

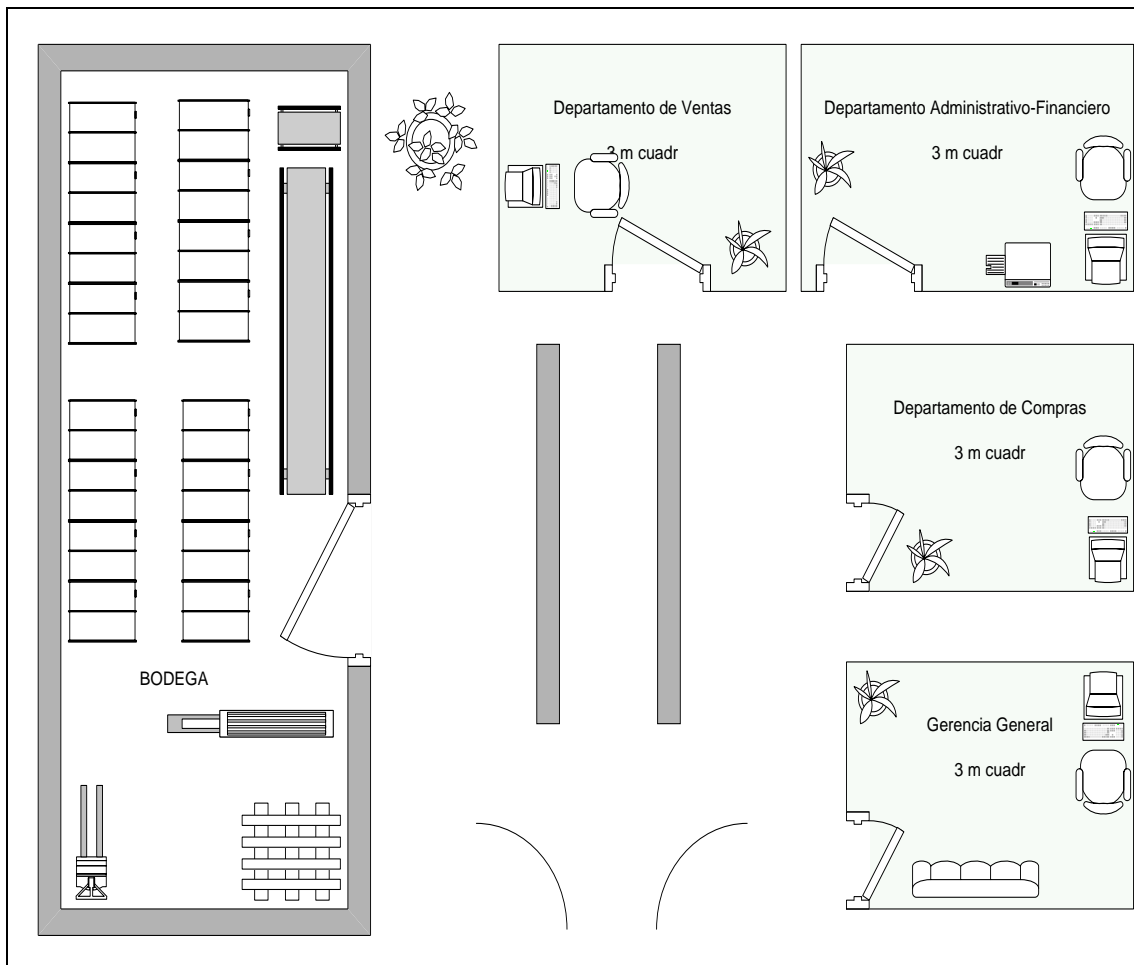
De la demanda potencial insatisfecha dada a través de la investigación de mercados, es importante definir la participación en ella por parte del proyecto,

para este caso, se recomienda no extralimitar el proyecto pretendiendo cubrir gran parte de la demanda insatisfecha, lo recomendable es tomar un porcentaje de ella, el mismo que normalmente puede ir de un 2% hasta el 10%, dependiendo del tipo de mercado y producto que se pretende colocar.

Para el caso de la empresa importadora, se tomará el 5% como porcentaje de participación en el mercado, representado en una cantidad de 348 maquinas, para ello se dispondrá la adquisición del inmueble que permita organizar de manera óptima la disponibilidad de los recursos sean estos humanos, materiales y económicos.

El proyecto ha estimado contratar un espacio de 1.000 metros cuadrados, que contendrá espacios específicos para el área administrativa, de ventas, compras y la bodega.

Gráfico 4.14. Distribución de la Planta



Cuadro No.

4.37

DEMANDA INSATISFECHA	NUMERO DE EMPRESAS	TOTAL MAQUINARIAS	% PARTICIPACIÓN
6.950,00	214	348,00	5%

Participación en el mercado

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

De la información contenida en el cuadro No.4.37, se observa que el proyecto al inicio de sus operaciones importará la cantidad de 348 maquinas, con una participación del 5% del total de la demanda insatisfecha.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

“La localización adecuada de la empresa que se desea crear con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o el fracaso de un negocio, por ello la decisión de donde ubicar el proyecto obedecerá no solo a ciertos criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencias emocionales.”³¹

Toda empresa que este legalmente constituida tiene su domicilio fiscal, que es de dominio público, el mismo que debe ser de fácil identificación y acceso, a fin de estar al alcance de los clientes de forma rápida y oportuna.

Se podría localizar el proyecto en cualquier sitio, pero es importante focalizarlo hacia el sector norte, por cuanto, de acuerdo al estudio realizado, se puedo determinar que la mayoría de ellas se encuentran dentro de esta zona.

³¹NassirSapagChain; Preparación y Evaluación de Proyectos; McGraw-Hill, México; 2003; Pág.85.

4.2.1 Macrolocalización

El proyecto se localizará en la República del Ecuador, provincia de Pichincha, Cantón Quito, específicamente en el sector norte de ésta urbe.

4.2.2. Microlocalización

Como es de saber, existen un sinnúmero de factores que condicionan la localización del proyecto, entre los cuales se citan a los siguientes:

- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad y costo de la mano de obra
- Cercanía a los proveedores
- Factores ambientales
- Cercanía al mercado
- Costo y disponibilidad de los terrenos
- Imposiciones legales
- Disponibilidad de servicios básicos
- Comunicaciones
- Posibilidad de desprendimiento de desechos.

Por la localización masiva de empresas que se dedican a la confección textil, el sector norte, es donde el proyecto será localizado, pero sin embargo dentro de éste, se evaluará el que mejor brinde prestaciones en beneficio del desempeño esperado por los futuros inversionistas.

Para este fin se han considerado, tres subsectores, como son los barrios de Calderón, Rumiñahui y La Ofelia.

Cuadro No. 4.38 Determinación de la Microlocalización

MICROLOCALIZACIÓN							
FACTORES	PESO %	CALDERON		RUMIÑAHUI		LA OFELIA	
		CALIF.	PONDERAC.	CALIF.	PONDERAC.	CALIF.	PONDERAC.
Cercanía al mercado	0,40	5	2	8	3,20	6	2,40
Costo de los Insumos	0,20	8	1,6	6	1,20	7	1,40
Medios de Transporte	0,15	6	0,9	7	1,05	7	1,05
Disponibilidad de Proveedores	0,15	5	0,75	8	1,20	6	0,90
Disponibilidad de Servicios básicos	0,10	7	0,7	8	0,80	7	0,70
TOTALES	1,00		5,95		7,45		6,45

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

De lo detallado en el cuadro 4.38, se ha determinado que el mejor sector que se ajusta a las necesidades y exigencias planteadas por el proyecto, es el norte, específicamente el barrio Rumiñahui, por las diversas prestaciones que brinda este sector como son la cercanía al mercado, la disponibilidad de servicios básicos, transporte, entre otros.

4.3. Ingeniería del proyecto

Dentro del estudio de un proyecto, esta fase es una de las más complejas, en donde el objetivo principal es discernir y resolver todo lo relacionado con el funcionamiento de la planta. Aquí se describirán, el proceso de producción, el tipo de equipamiento, así como la distribución óptima, de tal manera que todas las actividades inherentes al proceso de importación y comercialización sean claras de identificar y desarrollar.

También se debe mencionar la estructura orgánica y jurídica que deberá optar el proyecto, para lo cual se observará las ventajas y desventajas de cada una de las opciones, y decidir sobre aquella que le provea de un marco legal y administrativo que beneficie al buen desempeño empresarial.

4.3.1. Características

La propuesta planteada, permite al proyecto abarcar dos fases, la importación de maquinaria para la confección de ropa, y su posterior comercialización en la ciudad de Quito.

A partir de ello, el proceso de importación implica en primera instancia la determinación de los términos de contratación con el proveedor internacional, para lo cual se han establecido, los términos internacionales de comercialización, denominados INCOTERMS, los mismos que han servido para tener un mayor conocimiento de aquellos términos que son parte fundamental en la realización de este tipo de transacciones y que son de dominio público de todos aquellos que están inmersos en esta actividad.

4.3.1.1 Incoterms

“El vocablo INCOTERMS- términos internacionales de comercio-son las iniciales de Internacional Chamber of Commerce Trade Terms y expresan el conjunto de reglas aplicadas a la interpretación de los términos comerciales internacionales, dándoles un sentido unívoco, comúnmente aceptado, dentro de la discrecionalidad facultativa de su utilización.”³²

4.3.1.1.1 EXW (Ex-Works, Ex-Factory)³³

Ex-fábrica, precio de la mercadería más el primer embalaje; dentro de este tipo de término, el proveedor pone a disposición del comprador la mercadería in situ, es decir, en el lugar mismo que se producen los bienes, además, él no se responsabiliza ni de cargar la mercadería en el vehículo proporcionado por el comprador ni de despacharla de aduana para la exportación, salvo acuerdo en otro sentido. El comprador soporta todos los gastos y riesgos de retirar la mercadería desde el domicilio del vendedor hasta su destino final.

4.3.1.1.2 FCA (Free Carrier)³⁴

Franco Transportista ó libre transportista, el vendedor está obligado a poner la mercadería en un lugar acordado a cargo del transportista, luego de su

³² Jerez Riesco José Luis; Comercio Internacional; Esic Editorial; 3ª Edición; Madrid; 2.007; Pág. 72.

³³ Daniels, John D. - Radebaugh, Lee, Negocios Internacionales", Ed. Pearson, 8ª ed., México 2000. Pág. 111 a 115.

³⁴ Daniels, John D. - Radebaugh, Lee, Negocios Internacionales", Ed. Pearson, 8ª ed., México 2000. Pág. 111 a 115.

despacho de aduana para la exportación. En el caso que el comprador no haya indicado un lugar específico, el vendedor podrá disponer de un lugar específico dentro de la zona estipulada donde el transportista se hará cargo de la carga.

4.3.1.1.3 FAS (Free AlongsideShip)³⁵

Libre al costado del buque, indicando además el nombre del puerto (Ej.: FAS Guayaquil); El precio de la mercadería se entiende colocado en el muelle con todos los gastos y riesgos por parte del vendedor. Por lo general, este término puede ser utilizado únicamente para la transportación por vía marítima.

4.3.1.1.4 FOB (Free on Board)

Libre a bordo, la mercadería es colocada a bordo del buque con todos los gastos, derechos y riesgos a cargo del vendedor hasta que la mercadería haya cruzado la borda del barco, sin flete incluido. Este término puede ser utilizado solamente en transportación por vía marítima.

4.3.1.1.4 CFR (Cost and Freight)

El precio incluye costo y flete de la mercadería que deberá ser colocada en el puerto destino, pero que no incluye el pago por concepto de seguro. En este caso el vendedor debe despachar la mercadería en aduana, es aplicable únicamente en el caso de transportación por vía marítima.

4.3.1.1.5 CIF (Cost, Insurance and Freight)

Costo, seguro y flete, el precio incluye la mercadería puesta en el puerto destino más flete pagado y seguro cubierto. Este valor servirá como base imponible para el cálculo de impuestos aduaneros.

³⁵ Daniels, John D. - Radebaugh, Lee, Negocios Internacionales", Ed. Pearson, 8ª ed., México 2000. Pág. 111 a 115.

4.3.1.1.6 CPT (Carriagepaidto)

El vendedor paga el flete del transporte de la mercadería hasta el destino mencionado. El riesgo por pérdida o daño se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercadería haya sido entregada al transportista.

4.3.1.1.7 CIP (Carriage and Insurance Paid to)

El vendedor mantiene las mismas obligaciones igual que bajo las condiciones del CPT. Pero adicional está obligado a asegurar la mercadería cuyo costo corre por su cuenta.

4.3.1.1.8 DAF (Delivered at Frontier)

Bajo este término de negociación, el vendedor está obligado a entregar la mercadería, despachada en aduana fronteriza del país colindante, para este caso es importante precisar el punto exacto de la frontera correspondiente.

4.3.1.1.9 DES (Delivered Ex Ship)³⁶

Entregado sobre buque, el vendedor cumple con su obligación cuando pone la mercadería a disposición del comprador a bordo del buque en el puerto de destino, sin despacharla en aduana para la importación.

4.3.1.1.10 DEQ (Delivered Ex Quay)

El vendedor entrega la mercadería en el muelle y con los derechos cancelados previos a la importación, en el puerto acordado.

4.3.1.1.11 DDU (DeliveredDutyUnpaid)

En este caso, el vendedor cumple con su obligación cuando coloca la mercadería en el lugar convenido, él mismo que deberá asumir todos los

³⁶ Daniels, John D. - Radebaugh, Lee, "Negocios Internacionales", Ed. Pearson, 8ª ed., México 2000. Pág. 111 a 115.

gastos y riesgos relacionados con la mercadería, excepto el pago de derechos, cargas e impuestos.

4.3.1.1.12 DDP (DeliveredDutyPaid)

El vendedor asume las mismas obligaciones para el caso de DDU, pero adicionalmente deberá cancelar los derechos, impuestos y cargas en los que se incurra hasta llevar la mercadería al punto convenido

4.4. ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

“La administración, se refiere al proceso de conseguir que se hagan las cosas, con eficiencia y eficacia, a través de otras personas y junto con ellas.”³⁷

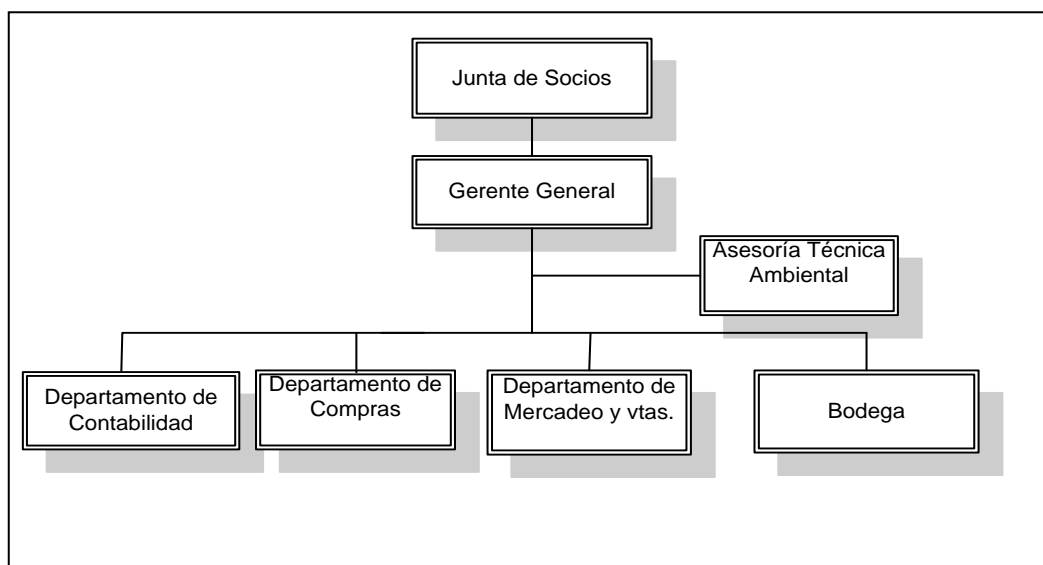
Con respecto a la organización empresarial, es importante recalcar, que el proyecto ha previsto la conformación de algunos departamentos con el fin de desarrollar de manera óptima y coordinada todas las actividades relacionadas a la importación de maquinaria para la confección de ropa. A continuación se detallan algunos de ellos:

- Gerencia General
- Departamento Contable y Servicios Básicos
- Departamento de Compras
- Departamento de Mercadeo y Ventas
- Bodega

³⁷Robbins Stephen; Fundamentos de Administración; Prentice Hall; 3ª Edición; México; 2.002; Pág. 5.

4.4.1. Organigrama Estructural

Grafico No.4.15. Organigrama Estructural



Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

4.4.2. Misión, Visión y Objetivos

4.4.2.1. Misión

Establecerse como la Empresa líder en el mercado local en la importación y comercialización de maquinaria para la confección de ropa, y proyectarse mediante una planificación estratégica, hacia la cobertura nacional e internacional, con la garantía que ofrece un mejoramiento continuo en la calidad de sus productos y la atención esmerada del personal.

4.4.2.2. Visión

Proveer de maquinaria de última generación, tanto a la industria de confección de ropa, como a la industria textil en general, por medio del oportuno aprovisionamiento de bienes que satisfagan las expectativas de los clientes, apoyados bajo los principios del éxito, como son precio, calidad y servicio.

4.4.2.3. Objetivos

Los objetivos establecidos por la empresa importadora de mercadería, están enmarcados en lograr la satisfacción total de los clientes, respetando las normas, principios establecidos para tal fin:

- Abarcar una mayor participación en el mercado, a través de la aplicación óptima de los instrumentos de la mercadotecnia a fin de persuadir en mayor proporción a los clientes hacia el consumo de los bienes ofertados.
- Proveer de maquinaria que se adecúe a las necesidades de los productores de prendas de vestir, con la puesta en marcha de planes de mantenimiento y capacitación que vinculen de mejor manera las relaciones entre los clientes y la empresa.

4.4.3. Marco Legal

La legislación societaria del Ecuador pone a disposición diversas alternativas bajo las cuales una o varias personas pueden agruparse con el fin de emprender actividades empresariales o productivas.

De acuerdo a las necesidades del proyecto, la opción que mejor concuerda con la actividad productiva a desarrollar, es la Compañía de Responsabilidad Limitada, puesto que con ella se garantiza la protección patrimonial de cada uno de los aportantes denominados “socios”, hasta por el monto total de aportaciones de cada uno de ellos.

Con fin de conformar la empresa, ésta deberá cumplir ciertos requisitos primordiales previos a la iniciación de las actividades:

4.4.3.1. El Nombre

Para este tipo de compañías la razón social o denominación, puede ser un nombre objetivo o fantasioso, el mismo que deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Superintendencia de Compañías, o por un funcionario que designare la Superintendencia.

Para el caso del presente proyecto la Empresa tomará la denominación de Maquinaria Textil Oriental Cía. Ltda., (MATO Cía. Ltda.).

4.4.3.2. Solicitud de Aprobación

Para la presentación ante la Superintendencia de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la Escritura de Constitución de la Empresa, adicionando además la respectiva solicitud, que deberá ser elaborada y abalizada por un profesional de Derecho, legalmente reconocido y facultado para ejercer su profesión.

4.4.3.3. Número mínimo y máximo de Socios

Para efectos de cumplir los requisitos que exige enmarcarse dentro de la constitución como compañía limitada, el número de socios será de mínimo dos y máximo quince, y en el caso que se excediere de este número, ésta deberá disolverse para dar paso a la conformación de otra clase de compañía.

El proyecto estima como socio mayoritario al Sr. Roberto Cárdenas, quien en uso de su libre derecho y de acuerdo a las necesidades económicas exigidas para la ejecución proyecto, considerará la indexación de otros socios que estén interesados en ser parte de la puesta en marcha del presente plan de negocios.

4.4.3.4. Capital Mínimo

El Capital Mínimo requerido, según establece la Ley, es de cuatrocientos dólares americanos, el mismo que deberá ser suscrito íntegramente y pagado al menos en el 50% del valor nominal de cada aportación y cuyo saldo deberá ser cancelado en un plazo no mayor a los doce meses. Estas aportaciones pueden ser del tipo numerario (dinero) o en especies (bienes) sean estos muebles, inmuebles e intangibles.

Para efectos de constitución legal, estos bienes, corresponderán a las actividades que son objetivo de la compañía.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

La decisión de invertir o no en un proyecto, dependerá en gran parte del objetivo que persiga éste, tal es así que se pueden presentar diversos proyectos que son evaluados desde la óptica de obtención de rentabilidad social, medioambiental, pero para el caso de la presente investigación, ésta se remite al alcance de la rentabilidad económica.

“La opción de invertir por parte del propietario del capital será una decisión individual guiada por la perspectiva de maximizar la rentabilidad del recurso empleado y por lo mismo la decisión de invertir se guiará por la alternativa que presente la máxima utilidad por unidad de capital empleado.”³⁸

5.1. Objetivos específicos del estudio financiero

El objetivo primordial que persigue el estudio financiero, es la de analizar la viabilidad financiera de un proyecto, para tal fin parte de la sistematización de la información obtenida, la cual es analizada a partir de los requerimientos a nivel general de la inversión total y de la manera de obtener los recursos necesarios que permitan financiar dichas actividades.

Entre los objetivos específicos que persigue el estudio financiero del proyecto para la importación de maquinaria desde la República Popular China, se destacan a los siguientes:

- Evaluación de los efectos financieros, a partir de ello se ha de analizar las repercusiones financieras del entorno económico, entre los cuales se incluyen a los clientes, empresa privada y

³⁸ Muñoz Guerrero Mario; Perfil de la Factibilidad; Master's Editores; 1ª Edición; Quito; 2.003; Pág. 159.

pública, gobierno central, y todos los organismos influyentes y coparticipes del desarrollo económico de un país.

- La Utilización de los recursos, analizar los réditos obtenidos por el proyecto y la manera de cómo estos serán distribuidos con el fin de cumplir con las obligaciones contraídas.
- Analizar el beneficio real del proyecto, el mismo que podrá ser valorado desde la óptica social o privada, dependiendo del sector al cual se pretende servir con la creación de esta nueva unidad de producción.
- Ejecutar un plan financiero, proveer a los posibles inversionistas de un instrumento donde se pueda determinar la disponibilidad de los fondos evaluados a través de la vida útil del proyecto, así como de las necesidades de financiamiento ajeno y su repercusión en la obtención de los flujos netos de efectivo.
- Determinar claramente los montos iniciales de inversión a fin de poner en marcha la propuesta.
- Elaborar un diagnóstico financiero sobre la base de indicadores, con el cual se pueda demostrar la rentabilidad y recuperación de la inversión.

5.2. Inversiones

“Incluye los flujos de efectivo adicionales asociados con u proyecto que ocurrirán sólo al inicio de la vida del proyecto.”³⁹

Dentro de esta fase se debe analizar toda la información obtenida en el estudio de mercado, técnico y organizacional, a fin de definir la cuantía necesaria para la adquisición de los bienes necesarios para su ejecución.

Cabe mencionar que la mayoría de inversiones se las debe realizar previo a la puesta en marcha del proyecto, sin embargo será necesario considerar la existencia de inversiones durante la operación, tales como en los que se

³⁹Besley Scott, Brigham Eugene; Fundamentos de Administración Financiera; CengageLearning; 14ª Edición; México; 2.003; Pág. 393.

incurre con el fin de realizar mejoras a la capacidad instalada, reemplazo de tecnología obsoleta, entre otras.

Por lo general, las inversiones en las que se ha de incurrir previamente a la puesta en marcha del proyecto, incluyen la Inversión en Activos Fijos, Diferidos o Intangibles, y en Capital de Trabajo.

5.2.1. Inversión en Activos Fijos

Son todas aquellas que se realizan en la adquisición de bienes tangibles que son necesarios para la ejecución de los procesos de transformación o producción.

El presente proyecto, prevé actuar como intermediario del mercado de aprovisionamiento de maquinaria para el sector textil, en razón de ello no se ha de considerar mayor inversión, en tecnología y equipos, salvo la necesidad imperante de adquirir un espacio físico donde pueda desarrollar de manera eficiente y oportuna el objetivo que se persigue con la implementación de la empresa.

Cuadro No. 5.39 Inversión en Activos Fijos

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	
CONCEPTO	VALOR TOTAL
Obra Civil	37.000,00
Equipo de Oficina	1.680,00
Equipo de Computación	5.250,00
Muebles y Enseres	2.357,00
Vehículos	32.000,00
TOTAL	78.287,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

De acuerdo a la información contenida en el cuadro 5.39, el valor por concepto de la adquisición de bienes fijos asciende a \$ 78.287, siendo el valor invertido en obra civil y adecuaciones de mayor relevancia.

5.2.1.1 Obra Civil e Instalaciones

A fin de permitir la operatividad de los departamentos considerados previamente como parte integral del proyecto, se ha establecido, la contratación de un inmueble de 1.000 m², el cual será rentado en un inicio y cuyas adecuaciones y puesta a punto corre por cuenta del proyecto.

Dentro del inmueble, se ha de considerar las aéreas, administrativa, bodega y estacionamientos.

Cuadro No. 5.40 Obra civil y Adecuaciones

OBRA CIVIL (ADECUACIONES)				
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Oficinas área administrativa	200	m ²	30,00	6.000,00
Bodega	600	m ²	45,00	27.000,00
Estacionamientos	200	m ²	20,00	4.000,00
TOTAL	1.000			37.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.2.1.2 Equipo de oficina

Cuadro No. 5.41 Equipo de Oficina

EQUIPO DE OFICINA				
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono celular Nokia	3	UNIDAD	120,00	360,00
Teléfonos convencionales GE	6	UNIDAD	10,00	60,00
Telefax Panasonic	2	UNIDAD	45,00	90,00
Copiadora Ricoh	1	UNIDAD	750,00	750,00
Alarma	1	UNIDAD	420,00	420,00
TOTAL				1.680,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.2.1.3 Equipo de Computación

Cuadro No. 5.42 Equipo de Computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
PC's Completos DELL	5	UNIDAD	850,00	4.250,00
Laptop HP	1	UNIDAD	1.000,00	1.000,00
TOTAL				5.250,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.2.1.4 Muebles y Enseres

Cuadro No. 5.43 Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES				
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Estación de Trabajo	6	UNIDAD	200,00	1.200,00
Sillas tipo secretaria	6	UNIDAD	63,00	378,00
Sillones de espera	1	UNIDAD	120,00	120,00
Archivadores	3	UNIDAD	150,00	450,00
Basureros	2	UNIDAD	10,00	20,00
Mesa de reuniones	1	UNIDAD	189,00	189,00
TOTAL				2.357,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.2.1.5 Vehículos

Cuadro No. 5.44 Vehículos

VEHICULOS				
CONCEPTO	ESPECIFICACIONES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Camión	Marca: Mitsubishi	1	32.000,00	32.000,00
	Modelo: CANTER 5,5 Tn.			
	Año: 2,009			
TOTAL				32.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.2.2. Inversión en Activos Diferidos

Denominados también como activos intangibles, donde se incluyen las inversiones realizadas sobre los activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos que de igual forma son necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

La característica de este tipo de inversiones es que son susceptibles de amortización. Los ítems que constan dentro de este tipo de inversiones son:

- Los Gastos de Organización: Aquellos desembolsos originados por la dirección y coordinación de las obras de instalación, diseño de los sistemas y procedimientos administrativos.
- Los gastos de puesta en marcha, aquellos rubros que necesariamente debe incurrir el proyecto previo al funcionamiento de las instalaciones, tanto en el periodo de prueba como en su funcionamiento adecuado.

Cuadro No. 5.45 Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
DETALLE	VALOR
Constitución de la Empresa	1.500,00
Permisos de Funcionamiento	800,00
Garantía de Arriendo	1.000,00
TOTAL	3.300,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.3. Costos de operación

Costos son todos los recursos y esfuerzos que se invierten para producir un bien o un servicio.

Los costos de operación o también denominados corrientes, su cálculo se basa en las unidades a producir, para el efecto es importante detallar la utilización de los insumos incurridos en la obtención de toda la producción.

5.3.1. Gastos Generales

Cuadro No. 5.46 Gastos Generales

GASTOS GENERALES		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	40,00	480,00
Agua	30,00	360,00
Telefonía Fija y celular	40,00	480,00
Suministros de oficina	20,00	120,00
Movilización	150,00	1.800,00
Arriendo	1.000,00	12.000,00
Vigilancia	300,00	3.600,00
Servicios de Internet	25,00	300,00
Combustible y lubricantes	250,00	3.000,00
Servicio de mensajería	100,00	1.200,00
TOTAL	1.955,00	23.340,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.3.2. Gastos Sueldos y Salarios

Los sueldos y salarios para el presente proyecto están definidos en Mano de Obra Directa y Mano de Obra Indirecta como se puede observar en el cuadro a continuación:

Cuadro No. 5.47 Sueldos y Salarios

MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA								
PERSONAL ADMINISTRATIVO (INDIRECTA)								
No.	Cargo	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	TOTAL MENSUAL	VALOR ANUAL
1	GERENTE GENERAL	600,00	600,00	72,90	50,00	20,00	742,90	8.914,80
1	SECRETARIA	280,00	280,00	34,02	23,33	20,00	357,35	4.288,24
1	CONTADOR GENERAL	430,00	430,00	52,25	35,83	20,00	538,08	6.456,94
1	JEFE DE COMPRAS	430,00	430,00	52,25	35,83	20,00	538,08	6.456,94
1	JEFE DE VENTAS	420,00	420,00	51,03	35,00	20,00	526,03	6.312,36
1	JEFE DE BODEGA	420,00	420,00	51,03	35,00	20,00	526,03	6.312,36
6	TOTAL	2.580,00	2.580,00	313,47	215,00	100,00	3.228,47	38.741,64

MANO DE OBRA DIRECTA								
No.	Cargo	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	TOTAL MENSUAL	VALOR ANUAL
1	ASISTENTE DE BODEGA 1	350,00	350,00	42,53	29,17	20,00	441,69	5.300,30
1	ASISTENTE DE BODEGA 2	350,00	350,00	42,53	29,17	20,00	441,69	5.300,30
1	CHOFER	340,00	340,00	41,31	28,33	20,00	429,64	5.155,72
1	AUXILIAR DE SERVICIOS	340,00	340,00	41,31	28,33	20,00	429,64	5.155,72
4	TOTAL	1.380,00	1.380,00	167,67	115,00	80,00	1.742,67	20.912,04

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.3.3. Gastos de Ventas

Cuadro No. 5.48 Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	150,00	600,00
Propaganda	300,00	1.200,00
TOTAL	450,00	1.800,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.3.4. Depreciaciones

Es el desgaste de los bienes que sufren a través del tiempo por efecto de su utilización.

Tienen como finalidad acumular un fondo de dinero a fin de reponer cierto bien cuando éste haya sido dado de baja.

Cuadro No. 5.49 Depreciaciones

DEPRECIACIONES			
CONCEPTO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR ANUAL
Obra Civil-Adecuaciones	37.000,00	10	3.700,00
Equipo de Oficina	1.680,00	10	168,00
Equipo de computación	5.250,00	3	1.750,00
Muebles y Enseres	2.357,00	10	235,70
Vehículos	32.000,00	5	6.400,00
TOTAL			12.253,70

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.3.5. Amortizaciones

“Cantidad mensual que corresponde de su coste de adquisición o implantación, a lo largo de su vida útil.”⁴⁰

Cuadro No. 5.50 Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
CONCEPTO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR ANUAL
Constitución de la empresa	1.500,00	5	300,00
Permisos de funcionamiento	800,00	5	160,00
Garantía de Arriendo	1.000,00	5	200,00
TOTAL			660,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.3.6. Compras

“En cualquier organización, las compras son una actividad altamente calificada y especializada. Deben ser analíticas y racionales para lograr los objetivos de una acertada gestión de adquisiciones que se resume en adquirir productos y servicios en la cantidad, calidad, precio, momento, sitio y proveedor justo o adecuado, buscando la máxima rentabilidad para la empresa y una motivación para que el proveedor desee seguir realizando negocios con su cliente.”⁴¹

El presente proyecto ha creído conveniente que la importación de maquinaria para la confección de ropa, se centrará en ciertos productos, entre los cuales se incluyen a máquinas overlocks, máquinas de coser recta, remalladoras, botoneras, ojaladoras, elasticadoras, máquinas de corte y máquinas zigzag.

⁴⁰Franquesa Luis; De la Contabilidad de Costos; Boixareu Editores, España 1.991; Pág. 30.

⁴¹ Montoya Palacio Alberto; Administración de Compras; Editorial Norma; 19ª Edición; Bogotá; 2.002; Pág. 34.

Cuadro No.5.51 Cuadro de Compras

COSTO DE LA MERCADERÍA				
MAQUINA	MODELO	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
Overlock	MY8737	450,00	70	31.500,00
De coser recta	MY8700HH	250,00	70	17.500,00
Remalladoras	MYW500-5	430,00	40	17.200,00
Botoneras	MY8373	350,00	40	14.000,00
Ojaladoras	MY8781	380,00	40	15.200,00
De corte	MY8801	300,00	40	12.000,00
Zig-Zag	MY20U53	440,00	48	21.120,00
TOTAL FOB			348	128.520,00
FLETE				6.426,00
SEGURO				944,62
C.I.F.				135.890,62

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

El proveedor de la maquinaria, es la Compañía MitsuyinCo.Ltd., domiciliada en la ciudad de Ningbo, provincia de Zhejiang, China, es una de las empresas líderes en el desarrollo continuo e innovadora en la rama de fabricación de maquinaria para la confección de ropa, con más de 28 años de experiencia en el mercado.

5.3.7. Costos de Importación

Para el proyecto en mención, es de mencionar que la importación de la mercadería se hará en términos de negociación CIF (Costo + seguro + flete) en Guayaquil, en donde el vendedor está obligado a contratar un seguro y pagar el valor del flete a fin de conducir las mercaderías hasta el puerto destino, a partir de este valor se determinarán el pago de impuestos aduaneros.

Con el fin de determinar el monto a cancelar el valor por concepto de impuestos, se deben tomar en cuenta los siguientes parámetros:

- **Derechos Arancelarios:** Para determinar el pago de los derechos arancelarios, es importante, determinar el número de partida arancelaria, la misma que comprende 10 dígitos.

Grafico No.5.16. Partida Arancelaria

INFORMACION PARTIDA - ARANCEL ADUANERO DEL ECUADOR						
ARANCELES	BASE LEGAL	PRESUPUESTO	VISTO BUENO	CATALOGOS	UTILITARIOS	SALIR
Actualización: 17-02-2010						
◀ Primero ◀ Anterior Siguiente ▶ Último ▶▶						
Sección:	16					
Capítulo:	84					
Partida:	8452210000					
DV:	4					
Unid.Fisica:	11					
Título:	MÁQUINAS DE COSER, EXCEPTO LAS DE COSER PLEGOS DE LA PARTIDA 84.40; MUEBLES, BASAMENTOS Y TAPAS O CUBIERTAS ESPECIALMENTE CONCEBIDOS PARA MÁQUINAS DE COSER; AGUJAS PARA MÁQUINAS DE COSER.					
Descripción:	UNIDADES AUTOMATICAS					
Tributos	Tributo		% Tributo	Sufijo		
	ADVALOREM		0	0000		
	FODINFA FONDO DE DESARROLLO PARA LA INFANCIA		0.5	0000		
	IVA IMPUESTO AL VALOR AGREGADO		12	0000		
Autorizaciones						
Salvaguardia						
Notas	Diferim. 0% adv, D.E. 992,R.O. 314 11/04/08; D.E 1067 09/05/08.					

Fuente: Aduana del Ecuador

Elaborado Por: Iván García

Como se puede apreciar el gráfico 5.16, cabe mencionar que los productos a importarse, no pagan ningún valor por concepto de derecho arancelario, pero a su vez deben cancelar los rubros por concepto de FODINFA e IVA 12%.

- Régimen: Es el número del código del régimen aduanero que el declarante o importador solicita para el despacho de las mercancías. Para el caso de la presente investigación, el régimen a aplicar es el número 10. Es el régimen por el cual las mercancías extranjeras son nacionalizadas y puestas a libre disposición para uso o consumo definitivo, luego de haber pagado los correspondientes tributos de comercio exterior y cumplir con las obligaciones en materia de restricciones arancelarias, así como las demás formalidades establecidas en la Ley Orgánica de Aduanas (LOA).
- El vendedor, ha considerado un costo por concepto de flete el valor del 5% sobre el valor FOB, y la contratación de un seguro del 0,7%, del valor CPT (Costo y flete).

Con estos parámetros se calcularán los costos de importación hasta su llegada al puerto destino.

Cuadro No. 5.52 Costos de importación

IMPUESTOS ADUANEROS	
CONCEPTO	VALOR
C.I.F	135.890,62
a)Derechos Arancelarios	0,00
b)FODINFA 0,5% CIF	679,45
Base Imp. calculo del 12% IVA	136.570,07
c)IVA 12%	16.388,41
d)CORPEI 0,25 x 1000 FOB	32,13
TOTAL a, b,c,d	17.099,99

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.3.8. Costos de Transportación Interna

La empresa contratará los servicios de transportación interna hacia sus predios ubicados en la zona norte de la Ciudad de Quito.

Cuadro No. 5.53 Costos de transportación interna

COSTOS TRANSPORTACION	
CONCEPTO	VALOR
Servicio de Carga 1 contenedor de 40´	500,00
TOTAL	500,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.4. Determinación del punto de equilibrio

Se lo considera como una técnica muy útil al momento de determinar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Si los costos en los que incurre una empresa solo fueran variables, no existiría problema en calcular el punto de equilibrio.

Se entiende por punto de equilibrio, al nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas y la suma de los costos tanto fijos como variables.

Para la determinación del punto de equilibrio, es importante, determinar, los costos fijos y variables, además del precio de venta de cada unidad y por ende los ingresos totales a recibir.

5.4.1. Determinación de los Ingresos del Proyecto

Ingresos, son los beneficios percibidos por la venta de los bienes o servicios producidos en un cierto periodo económico, por parte de un ente productivo.

Para este caso, a fin de determinar el nivel de ingresos que va a percibir el proyecto, se tomarán en cuenta los siguientes parámetros:

1. Los inversionistas, de acuerdo a su experiencia desean que la inversión les provea de un margen de utilidad del 20%.
2. La capacidad instalada de la empresa, tendrá relación directa, con el crecimiento promedio del sector por año.

Cuadro No.5.54 Ingresos del Proyecto

INGRESOS DEL PROYECTO				
MAQUINA	MODELO	COSTO TOTAL	MARGEN DE RENTABILIDAD	INGRESOS TOTALES
Overlock	MY8737	56.176,61	0,2	67.411,93
De coser recta	MY8700HH	42.176,61	0,2	50.611,93
Remalladoras	MYW500-5	31.300,92	0,2	37.561,10
Botoneras	MY8373	28.100,92	0,2	33.721,10
Ojaladoras	MY8781	29.300,92	0,2	35.161,10
De corte	MY8801	26.100,92	0,2	31.321,10
Zig-Zag	MY20U53	38.041,10	0,2	45.649,32
TOTAL		251.198,00		301.437,58

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

De acuerdo a la información contenida en el cuadro 5.54, se ha determinado los ingresos totales del proyecto para un año en \$ 301.457,58. (Ver Anexo 1)

5.4.2. Determinación de los Costos Fijos

Son aquellos costos que se mantienen constantes ante cualquier variación en los niveles de producción, sean altos o bajos, constituyéndose en un egreso de dinero indiferente a la cantidad de unidades fabricadas por la Planta.

A continuación se presenta un desglose de los costos fijos aplicables al presente proyecto:

Cuadro No. 5.55 Costos Fijos

COSTOS FIJOS	
CONCEPTO	VALOR
Gastos generales	23.340,00
Mano de Obra indirecta	38.741,64
Gastos de ventas	1.800,00
Gasto Impuesto de Imp.	17.099,99
Gastos transporte	500,00
Depreciaciones	12.253,70
Amortizaciones	660,00
TOTAL	94.395,33

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.4.3. Determinación de los Costos Variables

Aquellos costos que tienden a variar en relación directa a los cambios presentados en los volúmenes de la producción.

Cuadro No. 5.56 Costos Variables

COSTOS VARIABLES	
CONCEPTO	VALOR
Mano de Obra directa	20.912,04
Inventario Mercaderías	135.890,62
TOTAL	156.802,66

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.4.4. Punto de Equilibrio en Términos Monetarios

$$P.E. = \frac{\text{COSTO FIJO}}{1 - \frac{C. VARIABLE}{VTAS. TOTALES}} =$$

$$P.E. = 94.395,33 / 1 - (156.802,66 / 301.437,58)$$

$$P.E. = \$ 196.731,88$$

Se puede apreciar que la empresa deberá tener un ingreso anual de USD 196.731,88 por concepto de ventas, con lo cual no se obtendría ninguna ganancia ni pérdida, es decir que con este nivel de ingresos se puede cubrir los costos de operación en los que incurre la empresa.

5.4.5. Punto de Equilibrio en Volumen de Ventas

$$P.E. = \frac{\text{COSTO FIJO}}{PVP - CVU} =$$

$$P.E. = 94.395,33 / 866,20 - 450,58$$

$$P.E. = 227 \text{ máquinas de coser}$$

Se concluye que la empresa, para mantenerse en equilibrio, tiene que vender 227 máquinas, de esta manera la empresa podrá cubrir sus costos de operación anuales.

5.5. DETERMINACION DEL CAPITAL DE TRABAJO

Comprende el valor por los recursos necesarios a manera de activos corrientes, que permiten la operación normal del proyecto durante el ciclo productivo.

Esta inversión cubre gastos incurridos por parte del negocio tales como, compra de materia prima, materiales directos, mano de obra, gastos administrativos y de ventas, hasta que se normalice el flujo de los ingresos por la venta de los servicios o productos.

Para el presente proyecto se ha estimado la inversión en capital de trabajo para un mes, tiempo estimado en que se venderá la primera unidad de producción.

Cuadro No. 5.57 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	VALOR MENSUAL
Gastos generales	1.955,00
Mano de Obra indirecta	3.228,47
Mano de Obra directa	1.742,67
Gastos de ventas	450,00
Gastos transporte	500,00
Gasto Impuesto de Imp.	17.099,99
Inventario Mercadería	135.890,62
TOTAL	160.866,75

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.6. FINANCIAMIENTO DE COSTOS E INVERSIONES

El financiamiento es uno de los elementos más importantes dentro del estudio de factibilidad del proyecto, ya que una vez que se han determinado los recursos necesarios para la inversión, es necesario buscar las alternativas para obtener los recursos económicos que permitan financiar las actividades, para lo cual el mercado ofrece un sinnúmero de opciones, como son los préstamos bancarios o el financiamiento otorgado por instituciones gubernamentales como la Corporación Financiera Nacional, entre otras.

Cuadro No.5.58 Inversión Total

INVERSION TOTAL INICIAL	
CONCEPTO	VALOR
Activos Fijos	78.287,00
Activos Diferidos	3.300,00
Capital de Trabajo	160.866,75
TOTAL	242.453,75

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

La inversión total requerida para el presente proyecto es de \$ 242.453,75, dentro del cual se incluyen las erogaciones a realizar por concepto de Activos Fijos, Diferidos y Capital de Trabajo, siendo éste último de mayor relevancia, por cuanto se han incluido los valores por concepto de la compra e importación de la mercadería.

5.6.1. Estructura del Financiamiento de la Inversión

Cuadro No. 5.59 Financiamiento de la Inversión

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
DETALLE	PORCENTAJE	VALOR
Capital Propio	70%	169.717,63
Aporte de terceros	30%	72.736,13
TOTAL		242.453,75

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.6.2. Estructura del Financiamiento de los Costos

Los costos totales del proyecto se pueden evaluar observando la tabla a continuación:

Cuadro No. 5.60 Costos Totales

COSTOS DE OPERACIÓN	
CONCEPTO	VALOR ANUAL
Gastos generales	23.340,00
Mano de Obra indirecta	38.741,64
Mano de Obra directa	20.912,04
Gastos de ventas	1.800,00
Gastos transporte	500,00
Gasto Impuesto de Imp.	17.099,99
Inventario Productos	135.890,62
Depreciaciones	12.253,70
Amortizaciones	660,00
TOTAL	251.197,99

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

El costo total de operación en los que incurrirá en proyecto con el fin de desarrollar sus actividades administrativas y comerciales asciende a un valor de \$ 251.197,99, según queda demostrado en la información contenida en el cuadro 5.60.

Cuadro No. 5.61 Financiamiento de los Costos

FINANCIAMIENTO DE LOS COSTOS		
DETALLE	PORCENTAJE	VALOR
Ingresos x ventas	100%	251.197,99
TOTAL		251.197,99

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

Cabe mencionar que los costos totales de operación, serán cubiertos por los ingresos percibidos de las ventas que ejecutará el proyecto, para lo cual también se ha establecido el capital de trabajo para un mes, tiempo en el que se ha previsto se ejecutarán las primeras ventas.

5.7. Flujo de caja y capacidad de pago

El Flujo de Caja (Cash Flow), es la proyección que relaciona los ingresos y egresos de efectivo previstos durante un periodo presupuestal.

El Flujo de caja es importante en el presente análisis, porque permitirá prever sus necesidades de efectivo a corto plazo, es decir tener una visión anticipada

de los ingresos y egresos de efectivo esperados durante un periodo determinado. El Flujo de Caja, se utilizará como una medida de control de los gastos de efectivo del proyecto.

El Flujo de efectivo proyectado se lo realiza en base a las ventas y gastos ya expuestos, bajo los siguientes supuestos:

- Los ingresos por la venta de los productos se espera que se incrementen en razón del crecimiento promedio anual inflacionario del 3,24⁴².
- Los costos de operación, se estima que crezcan de igual forma en relación del crecimiento anual de la inflación.
- Se estipula un crecimiento del 5% en la participación de la demanda insatisfecha del mercado.

5.7.1. Proyección de los Ingresos del Proyecto

Cuadro No. 5.62 Proyección de los ingresos

INGRESOS PROYECTADOS			
AÑOS	CANTIDAD	P.V.P PROM.C/MAQ.	INGRESOS TOTALES
1	348	866,20	301.437,60
2	365	894,26	326.764,39
3	384	923,24	354.219,13
4	403	953,15	383.980,62
5	423	984,03	416.242,67
6	444	1.015,92	451.215,38
7	466	1.048,83	489.126,50
8	490	1.082,81	530.222,91
9	514	1.117,90	574.772,24
10	540	1.154,12	623.064,60

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

⁴² Banco Central del Ecuador; Cifras Económicas del Ecuador; Mayo del 2.010.

5.7.2. Proyección de los Costos de Operación

Cuadro No. 5.63 Proyección de los costos

PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE OPERACIÓN			
AÑOS	CANTIDAD	COSTO PROM. C/MAQ.	COSTOS TOTALES
1	348	721,83	251.196,84
2	365	745,22	272.302,40
3	384	769,36	295.181,25
4	403	794,29	319.982,37
5	423	820,02	346.867,29
6	444	846,59	376.011,08
7	466	874,02	407.603,53
8	490	902,34	441.850,38
9	514	931,58	478.974,65
10	540	961,76	519.218,10

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.7.3. Estado de Resultados

Cuadro 5.67. Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO										
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos Totales	301.437,60	326.764,39	354.219,13	383.980,62	416.242,67	451.215,38	489.126,50	530.222,91	574.772,24	623.064,60
(-)Costos de Producción	174.402,65	189.055,96	204.940,44	222.159,54	240.825,38	261.059,53	282.993,75	306.770,89	332.545,78	360.486,27
=UTILIDAD MARGINAL	127.034,95	137.708,43	149.278,69	161.821,08	175.417,29	190.155,85	206.132,75	223.452,02	242.226,46	262.578,33
(-)Gastos Administrativos	74.995,34	81.296,45	88.126,98	95.531,40	103.557,95	112.258,89	121.690,88	131.915,35	142.998,88	155.013,65
(-) Gastos de Venta	1.800,00	1.951,24	2.115,18	2.292,90	2.485,55	2.694,38	2.920,76	3.166,17	3.432,19	3.720,56
=UTILIDAD BRUTA	50.239,61	54.460,74	59.036,53	63.996,78	69.373,79	75.202,58	81.521,10	88.370,50	95.795,39	103.844,12
(-) 15% Part. Trabajadores	7.535,94	8.169,11	8.855,48	9.599,52	10.406,07	11.280,39	12.228,16	13.255,58	14.369,31	15.576,62
=UTILIDAD ANTES DE IMPTOS.	42.703,67	46.291,63	50.181,05	54.397,27	58.967,72	63.922,19	69.292,93	75.114,93	81.426,08	88.267,50
(-) 25% Impto. A la Renta	10.675,92	11.572,91	12.545,26	13.599,32	14.741,93	15.980,55	17.323,23	18.778,73	20.356,52	22.066,88
UTILIDA NETA	32.027,75	34.718,72	37.635,79	40.797,95	44.225,79	47.941,64	51.969,70	56.336,20	61.069,56	66.200,63

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.7.4. Flujo de Caja Proyectado

Cuadro 5.68. Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
AÑOS	UTILIDAD NETA	+DEP.Y AMORT.	+CAPITAL DE TRABAJO	-INV.INICIAL	FLUJO NETO
0				-242.453,75	-242.453,75
1	32.027,75	12.913,70			44.941,45
2	34.718,72	12.913,70			47.632,42
3	37.635,79	12.913,70			50.549,49
4	40.797,95	11.163,70			51.961,65
5	44.225,79	11.163,70			55.389,49
6	47.941,64	10.503,70			58.445,34
7	51.969,70	10.503,70			62.473,40
8	56.336,20	10.503,70			66.839,90
9	61.069,56	10.503,70			71.573,26
10	66.200,63	10.503,70	160.866,75		237.571,08

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

5.8. INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA

Dentro del análisis financiero, se prevé la aplicación de ciertos indicadores que permitirán medir la disponibilidad inmediata de la empresa, y en el largo plazo, su capital operativo.

A través de la evaluación se pretende elegir la mejor alternativa por medio de la aplicación de criterios universales, es decir, que se comparará los flujos positivos con los flujos negativos que generan el proyecto a través de su vida útil, de tal forma que se asignen de manera eficiente los recursos que se dispone.

Los resultados obtenidos, permitirán conocer la viabilidad del proyecto, al ser comparados con otras alternativas de inversión o simplemente medir el grado de satisfacción que les pueden proveer a los posibles inversionistas, tratando de optimizar el uso de los con los que ellos disponen.

5.8.1. Periodo de Recuperación del Capital

“Es el lapso de tiempo que tomará recobrar, en forma de flujos de entrada de efectivo procedentes de las operaciones, el dinero que se invirtió al principio de un proyecto.”⁴³

Cuadro 5.69. Período de Recuperación del Capital

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION		
AÑOS	FLUJO ANUAL	FLUJO ACUMULADO
1	44.941,45	44.941,45
2	47.632,42	92.573,87
3	50.549,49	143.123,36
4	51.961,65	195.085,01
5	55.389,49	250.474,50
6	58.445,34	
7	62.473,40	
8	66.839,90	
9	71.573,26	
10	237.571,08	

Fuente: Investigación Directa
Elaborado Por: Iván García

De lo detallado en el cuadro 5.69, se deduce que la inversión inicial, será recuperada, a partir del cuarto año, pero, como el tiempo de recuperación va más allá de éste año, se debe interpolar hasta el quinto año, de tal manera que se pueda determinar el tiempo adicional necesario para alcanzar el valor total de la inversión.

$$242.453,75 - 195.085,01 = 47.368,74$$

$$250.474,50 - 195.085,01 = 55.389,49$$

$$\frac{47.368,74}{55.389,49} \times 360 = 308$$

El tiempo requerido para recuperar la inversión, es de 4 años y 308 días.

⁴³ Horngren Charles, Sundem Gary; Contabilidad Administrativa; Pearson Educación; 13ª Edición; México; 2.006; Pág. 492.

5.8.2. Valor Actual Neto

“Este indicador de evaluación permite conocer el valor del dinero actual (hoy) que va a recibir el proyecto en el futuro, a una tasa de interés (tasa de actualización o descuento) y un periodo determinado (horizonte de evaluación), a fin de comparar este valor con la inversión inicial.”⁴⁴

Previo al cálculo del VAN, se debe determinar la tasa de descuento o costo de oportunidad que se puede aplicar al presente proyecto, la misma que está representada como, aquella tasa de rentabilidad que el inversionista exige a la inversión por renunciar a un uso alternativo de esos recursos, en otros proyectos con condiciones similares.

Entonces,

$$K'o = \text{COSTO RECURSOS AJENOS} + \text{COSTOS RECURSOS PROPIOS} + \text{INFLACIÓN} + \text{RIESGO PAIS}$$

$$K'o = 0 + 1 * 0.0440 + 0.0324 + 0.0952$$

$$K'o = 0 + 0.0440 + 0.0324 + 0.0952$$

$$K'o = 0.1716 = 17,16\%$$

En donde:

“4,40% = Tasa Pasiva Interbancaria Referencial. 2.010.

3,24% = Tasa Inflacionaria Promedio.2.010.”⁴⁵

“952 puntos \approx 9,52% = Riesgo País.”⁴⁶

El VAN constituirá una herramienta fundamental para la evaluación del proyecto y está representado por la siguiente fórmula:

⁴⁴ Hamilton Wilson Martin; Formulación y Evaluación de Proyectos Tecnológicos; Editorial Convenio Andrés Bello; 1ª Edición; Colombia; 2.005; Pág. 172

⁴⁵ Banco Central del Ecuador; Cifras Económicas del Ecuador; Mayo del 2.010.

⁴⁶ www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php/; Consultado Mayo del 2.010.

$$VAN = \sum_{n=0}^N \frac{Y_t - E_t}{(1+i)^n} - I_0$$

Y_t = Flujo de ingresos del proyecto

E_t = Flujo de los egresos.

N = Es el número de períodos considerado.

El valor $Y_t - E_t$ = Indica los flujos de caja estimados de cada período.

i = Tasa de descuento

I_0 = Inversión del proyecto

Para interpretar el VAN presentamos el siguiente cuadro:

Cuadro 5.70 Explicación del VAN

Valor	Significado	Decisión a tomar
$VAN > 0$	$VA_{\text{ingresos}} > VA_{\text{egresos}}$ Los flujos de efectivo cubrirán los costos totales y la inversión, y quedará un excedente.	Ejecutar el proyecto
$VAN < 0$	$VA_{\text{ingresos}} < VA_{\text{egresos}}$ Los ingresos son menores a los egresos (costos + inversión), quedando una porción pendiente de pago.	Rechazar el proyecto
$VAN = 0$	$VA_{\text{ingresos}} = VA_{\text{egresos}}$ Los ingresos y egresos del proyecto son iguales, no existe ganancia ni pérdida.	Indiferente

Fuente: Hamilton Wilson, Martin; Formulación y Evaluación de Proyectos.

Elaborado Por: Iván García

Cuadro 5.71. VAN

VALOR ACTUAL NETO		
AÑOS	FLUJO ANUAL	FLUJO ACTUALIZADO
0	-242453,75	-242.453,75
1	44.941,45	32.741,58
2	47.632,42	34.702,86
3	50.549,49	36.828,86
4	51.961,65	37.858,50
5	55.389,49	40.356,60
6	58.445,34	42.583,70
7	62.473,40	45.519,07
8	66.839,90	48.701,01
9	71.573,26	52.150,21
10	237.571,08	173.083,74
TOTAL		302.072,38

Fuente: Investigación Directa
Elaborado Por: Iván García

V.A.N. = \$302.072,38

La VAN es de \$302.072,38, representa el valor que los inversionistas habrán acumulado luego de haber recuperado la inversión total del proyecto traído a valor presente.

El VAN, es mayor que cero, la propuesta de inversión es aceptable.

5.8.3. Tasa Interna de Retorno

“La TIR, es la más alta tasa de actualización que se puede exigir al proyecto. Cualquier mayor a la tasa interna de retorno genera un VAN negativo y en consecuencia el proyecto arroja pérdidas. En conclusión, mientras más alta sea la TIR el proyecto presenta mayores posibilidades de éxito.”⁴⁷

⁴⁷ Hamilton Wilson Martin; Formulación y Evaluación de Proyectos Tecnológicos; Editorial Convenio Andrés Bello; 1ª Edición; Colombia; 2.005; Pág. 175.

La Tasa Interna de Retorno es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. Al contrario del VAN (valor actual neto), que entrega como resultado una magnitud, el TIR entrega un porcentaje, por lo que muchos analistas lo prefieren, aunque el VAN es más preciso como indicador.

La Tasa Interna de Retorno, está representada por la siguiente fórmula:

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t} - I_0$$

Aplicando la fórmula en la hoja electrónica Excel, se obtienen los siguientes resultados:

Cuadro 5.71. Tasa Interna de Retorno

TASA INTERNA DE RETORNO	
AÑOS	FLUJO ANUAL
0	-242453,75
1	44.941,45
2	47.632,42
3	50.549,49
4	51.961,65
5	55.389,49
6	58.445,34
7	62.473,40
8	66.839,90
9	71.573,26
10	237.571,08
TIR	20,92%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado Por: Iván García

T.I.R. = 20,92%

La tasa interna de retorno, que iguala los flujos netos a cero, es del 20,92%, la misma que está por encima del costo de oportunidad del proyecto, 17,16%, razón por la cual el proyecto debe aceptarse y ejecutarse.

Cabe mencionar que la TIR ofrecida por el presente proyecto, si se la compara con el costo de oportunidad del mercado financiero, que al momento oscila entre el 9% y 10%, aún sigue siendo satisfactorio, pues la supera en alrededor de 10 puntos, el proyecto es una buena alternativa de inversión.

5.8.4 Análisis de sensibilidad

“Entendiéndose, como la técnica que muestra exactamente cuánto cambiará el VAN en respuesta a un cambio determinado en una variable de entrada, si todo lo demás permanece constante.”⁴⁸

Este análisis pretende introducir variaciones a aquellas variables más relevantes, como son el costo del capital, flujos netos, vida útil, inflación, etc., de tal manera que se puedan evaluar sus efectos tanto en el VAN como en el TIR, y tomando en consideración que el entorno económico tiene efecto directo dentro del ámbito o sector al cual está dirigido el presente proyecto.

5.8.4.1 Análisis de Sensibilidad del Costo de Oportunidad

Cuadro 5.72. Variaciones en el costo de oportunidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD (COSTO DE OPORTUNIDAD)		
COSTO DE OPORTUNIDAD	VAN	TIR
17,16%	302.072,38	20,92
21%	268.060,58	20,92
25%	235.911,84	20,92

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

De la información expuesta en el cuadro 5.72, se propone tres tipos de variación del costo de oportunidad, en primera instancia, que propone un crecimiento del 22,38%, en razón de ello, el VAN presenta una disminución del 11,26%. Además

⁴⁸ Besley Scott, Brigham Eugene; Fundamentos de Administración Financiera; Cengage Learning; 14ª Edición; México; 2.003; Pág. 404.

se observa que la capacidad que tiene el proyecto de absorber financiamiento es apenas de 3,76% (TIR- K_o), lo que queda demostrado que el proyecto presenta gran sensibilidad ante variaciones del costo de oportunidad del capital, considerando que la economía ecuatoriana se ha caracterizado por ser inestable y que las fuentes de financiamiento externos tienen costos elevados.

5.8.4.2 Análisis de Sensibilidad del Flujo Neto

Cuadro 5.73. Variaciones en el flujo neto

ANALISIS DE SENSIBILIDAD (FLUJOS NETOS)			
FLUJOS NETOS	K_o	VAN	TIR
(Actual)504.923,73	17,16	302.072,38	20,92%
(Opción 1)490.000,00	17,16	291.598,10	20,00%
(Opción 2)450.000,00	17,16	262.457,32	19,00%
(Opción 3) 400.000,00	17,16	226.031,33	17,00%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Iván García

De la información contenida en el cuadro 5.73, se deduce que ante una variación del 2,78% en el flujo neto actual, refleja una variación de hasta el 3,5% en el valor del VAN y de un 1% en el valor de la TIR. Si se presentare variaciones del 20,63% en el valor de los flujos netos, tanto el valor del VAN y de la TIR, tienden a disminuir considerablemente, incluso éste último se ubicaría por debajo del costo de oportunidad del proyecto, en razón de este resultado, no se aceptaría la propuesta.

Una vez más se afirma, que el proyecto es sensible ante variaciones que se pudieran presentar en los flujos de efectivo, por lo que se debe tomar las provisiones del caso afín de disminuir el efecto de esas variaciones en el desempeño del proyecto a través de su vida útil.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- La industria textil a través de los tiempos ha tomado un papel primordial en el desarrollo y crecimiento de la economía de aquellos países que han optado por la alternativa de invertir en este sector, percibiendo ingresos extraordinarios para sus propietarios así como el apoyo al sector socio-económico de sus pueblos.
- A través del estudio de mercado realizado en el sector de interés del presente proyecto, se ha definido la existencia de una demanda insatisfecha, conformada esencialmente por los requerimientos de maquinaria con tecnología de punta que permita desarrollar de manera más óptima las actividades productivas de este importante sector empresarial.
- Con el fin de viabilizar los negocios internacionales, en el mercado se han establecidos términos de negociación, denominados INCOTERMS, los mismos que dictan las condiciones en las cuales se deben comercializar y transportar las mercancías hasta el destino final acordado; el proyecto ha creído conveniente que sus importaciones las realizará en términos CIF, a fin de no incurrir riesgos y costo al momento de transportar la mercadería hasta domicilio en Quito.
- El Desarrollo del Negocio, está en formar una empresa estructurada como una compañía limitada, de tal manera que las actividades puedan

desempeñarse de manera coordinada y eficiente en beneficio de los clientes internos y externos.

- De acuerdo a la evaluación financiera del negocio, éste debe aceptarse, en razón de que al evaluar el VAN, se obtuvo como resultado beneficios acumulados positivos, en tanto que la TIR, presenta una tasa mayor al costo de oportunidad del capital, lo que permite concluir que el proyecto es bastante atractivo en razón de los resultados obtenidos.
- La recuperación de la inversión, es a mediano plazo, lo que origina cierto atractivo para los inversionistas, generando un crecimiento potencial de la rentabilidad a través de la vida útil del proyecto.

6.2. RECOMENDACIONES

- En la actualidad el sector industrial de la confección, ha denotado una mejoría, fruto de las restricciones aranceladas planteadas por el Gobierno a la importación de textiles elaborados como son las prendas de vestir, por lo que es recomendable aprovechar esta ventaja coyuntural ofreciendo lo que actualmente necesitan: maquinaria moderna, con lo que la industria de la moda podrá mejorar la producción y satisfacer el mercado local nacional.
- Será necesario definir con exactitud, las necesidades y requerimientos de los potenciales clientes, determinando qué maquinaria es la más requerida, de tal manera que no se importes aquellas que corran el riesgo de quedar en stock por largos períodos, generando capital inmovilizado y mermando las utilidades de la Empresa.
- Se recomienda mantener las negociaciones en términos CIF que resguarden la llegada de la maquinaria importada hasta el puerto de

Guayaquil, a fin de que, de existir un percance en la transportación, éste sea cubierto por el vendedor que embarcó en China y la Empresa salvaguarde su economía.

- De acuerdo a las afinidades de los aportantes, se recomienda detenimiento en la selección de los socios, estos pueden ser familiares o personas de ideales comunes, que compartan la misión, visión y objetivos de la empresa.
- La interpretación del análisis financiero sugiere que la inversión es alentadora para los accionistas, por lo que se recomienda, una vez puesto en marcha el proyecto, mantener actualizados los datos sobre las proyecciones, de acuerdo con la realidad en el tiempo, para de esta manera lograr las metas de ventas y gastos proyectados, que darán como resultado los valores presentados del VAN y de la TIR y por ende, la rentabilidad del proyecto ejecutado.
- Es de esperar que la recuperación no sea inmediata, por lo que se recomienda que los accionistas tengan paciencia y tranquilidad al momento de ver los resultados anuales, a sabiendas que los Balances dan valores positivos y que pronto retornará lo invertido.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera Rodrigo La Evaluación de Proyectos de Inversión; Pearson Educación; México, 2005.
- Ball, Donal, Negocios Internacionales, Editorial Mc. Graw Hill, México, 2007.
- Banco Central del Ecuador; Cifras Económicas del Ecuador; Mayo del 2.010.
- Barrero Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, 2ª Edición; Quito; 2005.
- Besley Scott, Brigham Eugene; Fundamentos de Administración Financiera; CengageLearning; 14ª Edición; México; 2.003.
- Cámara de Industrias y Producción; Informe de Actividades 2.009.
- Hamilton Wilson Martin; Formulación y Evaluación de Proyectos Tecnológicos; Editorial Convenio Andrés Bello; 1ª Edición; Colombia; 2.005.
- Horngren Charles, Sundem Gary; Contabilidad Administrativa; Pearson Educación; 13ª Edición; México; 2.006.
- Jerez Riesco José Luis; Comercio Internacional; Esic Editorial; 3ª Edición; Madrid; 2.007.
- Franquesa Luis; De la Contabilidad de Costos; BoixareuEditores, España 1.991.
- Kotler Philip; Fundamentos de Marketing, Prentice Hall; Décima Edición; México; 2.004.
- Kotler Philip; Marketing Social; Prentice Hall; 2ª Edición; Madrid; 1.992.
- Ley Orgánica de Aduanas; Capitulo I, Normas Fundamentales; Art. 9.
- Montoya Palacio Alberto; Administración de Compras; Editorial Norma; 19ª Edición; Bogotá; 2.002.
- Muñoz Guerrero Mario; Perfil de la Factibilidad; Master's Editores; 1ª Edición; Quito; 2.003.
- Naresh K. Malhotra; Investigación de Mercados; Pearson Educación; 4ª Edición; México; 2.004.

- NassirSapagChain; Preparación y Evaluación de Proyectos; McGraw-Hill, México; 2003.
- Revilla Rafael, Manual de factibilidad de proyectos, Prentice Hall; Colombia, 1994.
- Robbins Stephen; Fundamentos de Administración; Prentice Hall; 3ª Edición; México; 2.002.
- Vásconez Vicente, El Proyecto de Inversión, Ediciones Vicente Vásconez Ecuador, 2001.
- Zapata, Pedro, Contabilidad General; Cuarta Edición, Editorial Mc. Graw Hill. 2002.
- ESTRADA. Heredia, Luis Patricio, Como Hacer Importaciones, edición 2008, Editorial Mendieta 2008
- www.inec.gov.ec
- www.aduana.gov.ec
- www.comexi.gov.ec
- www.supercias.gov.ec

ANEXOS

Anexo 1 Ingresos del Proyecto

INGRESOS DEL PROYECTO												
MAQUINA	MODELO	PRECIO	CANTIDAD	%	COSTO DE COMPRA	SEGURO Y FLETE	IMPUESTOS ADUANEROS	TRANSPORTE	GASTOS	COSTO TOTAL	MARGEN DE RENTABILIDAD	INGRESOS TOTALES
Overlock	MY8737	450,00	70	0,20	31500	1482,59	3.439,65	100,57	19.653,78	56.176,61	20%	67411,92
De coser recta	MY8700HH	250,00	70	0,20	17500	1482,59	3.439,65	100,57	19.653,78	42.176,61	20%	50611,92
Remalladoras	MYW500-5	430,00	40	0,11	17200	847,19	1.965,52	57,47	11.230,73	31.300,92	20%	37561,10
Botoneras	MY8373	350,00	40	0,11	14000	847,19	1.965,52	57,47	11.230,73	28.100,92	20%	33721,10
Ojaladoras	MY8781	380,00	40	0,11	15200	847,19	1.965,52	57,47	11.230,73	29.300,92	20%	35161,10
De corte	MY8801	300,00	40	0,11	12000	847,19	1.965,52	57,47	11.230,73	26.100,92	20%	31321,10
Zig-Zag	MY20U53	440,00	48	0,14	21120	1016,63	2.358,62	68,97	13.476,88	38.041,10	20%	45649,32
TOTAL			348	1,00	128520	7370,62	17.099,99	500,00	97.707,38	251.197,99		301437,58

Anexo 2 Análisis de Sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD								
AÑOS	ACTUAL		OPCION 1		OPCION 2		OPCION 3	
	FLUJO NETO	VAN	FLUJO NETO	VAN	FLUJO NETO	VAN	FLUJO NETO	VAN
0	-242.453,75	-242.453,75	-242.453,75	-242.453,75	-242.453,75	-242.453,75	-242.453,75	-242.453,75
1	44.941,45	32.741,58	44.000,00	32.055,72	41.000,00	29.870,16	36.000,00	26.227,56
2	47.632,42	34.702,86	47.000,00	34.242,13	42.000,00	30.599,53	37.000,00	26.956,93
3	50.549,49	36.828,86	49.000,00	35.700,02	47.000,00	34.242,98	42.000,00	30.600,39
4	51.961,65	37.858,50	50.000,00	36.429,40	48.000,00	34.972,36	43.000,00	31.329,76
5	55.389,49	40.356,60	54.000,00	39.344,33	50.000,00	36.430,25	45.000,00	32.787,65
6	58.445,34	42.583,70	57.000,00	41.530,74	55.000,00	40.073,70	50.000,00	36.431,10
7	62.473,40	45.519,07	61.000,00	44.445,67	56.000,00	40.803,08	51.000,00	37.160,48
8	66.839,90	48.701,01	65.000,00	47.360,61	61.000,00	44.446,53	56.000,00	40.803,93
9	71.573,26	52.150,21	70.000,00	51.004,06	63.000,00	45.904,42	58.000,00	42.261,82
10	237.571,08	173.083,74	236.000,00	171.939,17	230.000,00	167.568,06	225.000,00	163.925,46
TOTAL	504.923,73	302.072,38	490.546,25	291.598,10	450.546,25	262.457,32	400.546,25	226.031,33
TIR	20,92%		20%		19%		17%	