

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

INGENIERIA FINANCIERA

**TEMA: ANÁLISIS FINANCIERO PARA LA APERTURA DE UNA
IMPORTADORA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE
CONSUMO MASIVO (CUIDADO PERSONAL).**

AUTOR: MAURICIO DOUSDEBES.

DIRECTOR: ECON. SALOMÓN QUITO.

QUITO-2003

Porque me han acompañado en las buenas y las malas. Por ser todo lo que yo tengo en la vida, por estar siempre a mi lado dándome su apoyo y comprensión, este proyecto está dedicado a mis padres y hermanos.

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por haberme acompañado durante todo este tiempo de mi carrera universitaria y profesional.

A mis padres por ser las personas que más me han apoyado y ayudado en toda mi vida.

A mis hermanos que han sido un ejemplo a seguir enseñándome cada día a ser una persona responsable y trabajadora como lo son ellos.

A Gabriela Vásquez, por haber sido mi compañera incondicional durante todos estos años de mi vida.

A todos esos amigos que estuvieron conmigo en la universidad y que compartieron conmigo momentos muy especiales.

A mis mejores amigos quienes están y estarán conmigo brindándome todo su apoyo.

Al Economista Salomón Quito que ha sido un excelente director de tesis brindándome todo su apoyo y sabiduría durante todo este período de duración de mi proyecto.

A todos esos profesores de la Universidad Internacional SEK que estuvieron conmigo y tuvieron paciencia para enseñarme todos sus conocimientos en todos esos años de duración de mi carrera profesional.

DECLARATORIA

Yo, Mauricio Dousdebés Correa, egresado de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Internacional SEK, declaro que este proyecto lo hice yo solo durante un periodo muy largo de investigación. De no ser así, estoy a dispuesto a someterme a las sanciones correspondientes por parte de la República del Ecuador.

Mauricio Dousdebés.

C.I # 170826051-6

PROYECTO DE IMPORTACIONES

INDICE

PAGINAS.

CAPITULO 1	4
1 Estructura del mercado de productos.	4
1.1 Introducción.	4
1.2 Descripción de los productos.	5
1.3 Crecimiento del mercado.	10
1.3.1 Crecimiento de las importaciones de shampoo el Ecuador periodo 2000/2003.	10
1.3.2 Crecimiento de las importaciones de acondicionador, geles , las demás período 2000/2003.	12
1.4 Análisis de la competencia.	15
1.4.1 Competencia para Alberto VO5 shampoo , acondicionadores y análisis de ingredientes.	15
1.4.2 Tabla Comparativa.	16
1.4.3 Precios de la competencia shampoo y acondicionadores.	17
1.4.4 Precios de la competencia de geles.	18
1.4.5 Competidores directos shampoo y acondicionadores.	19
1.4.6 Competidores directos de geles.	19
1.5 Evolución de la oferta y la demanda.	20
1.5.1 Empresas ofertantes de shampoo, gel , acondicionador y las demás.	20
1.5.2 Determinación de la oferta y la producción nacional.	27
1.5.3 La producción Nacional.	27
1.5.4 Determinación del precio P.V.P. De la oferta.	28
1.5.5 Mercado total de shampoos.	30
1.5.6 Mercado total de acondicionadores.	31
1.5.7 Mercado total de geles.	32
1.6 Sitios en los cuales se pueden ofertar nuestros productos.	34
1.7 Mercado proveedor.	35
1.8 Nuestros Proveedores.	35
1.9 Mercado competidor.	36

1.10 Mercado consumidor.	37
1.11 Determinación de la demanda.	37
1.11.1 Demanda.	38
1.11.2 Proyección de la demanada, cálculo de la tasa de crecimiento para la proyección.	40
1.11.3 Cálculo de la proyección de la demanda 2003/2006.	41
CAPITULO 2	44
2) ADMINISTRACION Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.	44
2.1 ORGANIZACIÓN.	44
2.1.1 Visión .	44
2.1.2 Misión.	44
2.1.3 Función de la empresa.	45
2.1.4 Recursos humanos.	46
2.1.5 Recursos financieros.	48
2.1.6 Recursos tecnológicos.	48
2.1.7 Recursos materiales.	48
2.1.9 Localización	48
2.1.8 Base legal	48
2.2 ADMINISTRACION.	49
2.2.1 Clima organizacional.	49
2.2.2 Sistemas de información.	49
2.2.3 Estrategías.	50
2.2.4 Política de compras.	50
2.2.5 Política de ventas.	51
2.2.6 Política de trabajadores.	55
2.2.7 Análisis FODA.	58
2.3 Estrategia Comercial.	59
2.3.4 Publicidad.	60

CAPITULO 3	61
3.1 ADUANA.	61
3.1.1 Declaración aduanera.	61
3.1.2 Presentación y aceptación de documentos.	61
3.1.3 Documentos de acompañamiento.	62
3.1.4 El importador.	63
3.1.4.1 Requisitos para ser importadores.	63
3.1.5 Aforo.	64
3.1.5.1 Plazo para el aforo físico.	64
3.1.6 Entrega de mercadería.	65
3.2 TRIBUTOS.	65
3.2.1 Derechos arancelarios.	66
3.2.2 Tasas especiales para servicios aduaneros.	66
3.2.2.1 Tasas de modernización.	66
3.2.2.2 Tasa de control.	67
3.2.2.3 Tasa de almacenaje.	68
3.2.2.4 Tasa de análisis de Laboratorio.	69
3.2.2.5 Tasa de vigilancia aduanera.	69
3.2.3 Impuestos establecidos en leyes especiales.	69
3.3 EXCENSIONES	70
3.4 INCOTERMS.	71
3.4.1 Resumen de costos.	73
3.4.2 Mecanismos para importar.	74
3.4.3 Medida de salvaguarda.	75
3.4.4 Definición de Arancel.	76
3.4.4.1 Arancel externo común.	76
3.4.4.2 Estructura de Arancel.	76

3.4.5 Certificados.	77
3.4.5.1 Certificados de origen.	77
3.4.5.2 Certificados de calidad.	77
3.4.5.3 Certificado de inspección.	77
3.4.5.4 Registros.	80
3.4.5.5 Documentos.	80
3.4.6 Seguro.	83
3.4.6.1 Seguro con libre avería particular.	84
3.4.6.2 Seguro con avería particular.	84
3.4.6.3 Seguro contra todo riesgo.	84
3.4.6.4 Causas que anulan el seguro.	85
3.4.6.5 Valor de la póliza de seguro.	85
3.4.6.6 Valor asegurado.	85
3.4.7 Bill of Lading.	86
CAPITULO 4	87
4) INVERSIONES DEL PROYECTO.	87
4.1 Inversiones en activos fijos.	87
4.2 Activos diferidos.	87
4.2.1 Gastos de puesta en marcha.	88
4.2.2 Depreciaciones y amortizaciones.	88
4.3 Inversión en Capital de trabajo.	89
4.4 Cálculo del capital de trabajo.	89
4.5 Financiamiento.	91
CAPITULO 5	92
5) ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO.	92
5.1 Evaluación del proyecto.	92

5.2 Gastos estimados.	92
5.2.1 Administrativos.	92
5.2.2 De ventas.	93
5.2.3 Depreciaciones y amortizaciones.	94
5.2.4 Gastos financieros.	94
5.2.5 Ingresos.	94
5.2.6 Ventas.	95
5.3 Flujo de caja.	95
5.4 Estados financieros proyectados.	96
5.4.1 Estado de resultados.	96
5.4.2 Balance General.	96
5.5 Ratios financieros.	96
5.5.1 Ratio de liquidez.	97
5.5.1.1 Ratio circulante o corriente.	97
5.5.1.2 Ratio de prueba ácida.	97
5.5.2 Ratios de eficiencia.	97
5.5.2.1 Rotación de activo total.	97
5.5.2.2 Rotación de activo fijo.	98
5.5.2.3 Rotación de stock.	98
5.5.2.4 Existencia equivalente a ventas diarias.	98
5.5.2.5 Período medio de cobro.	99
5.5.3 Ratios de apalancamiento.	99
5.5.3.1 Ratio de endeudamiento total.	99
5.5.3.2 Ratio de patrimonio sobre activos.	99
5.5.3.3 Ratio de cobertura sobre intereses.	99
5.5.4 Ratios de rentabilidad.	100
5.5.4.1 Margen beneficio neto.	100

5.5.4.2 Rentabilidad sobre activos.	100
5.5.4.3 Rentabilidad sobre ventas.	100
5.5.4.4 Rentabilidad sobre activos (ROA).	100
5.5.4.5 Rentabilidad sobre patrimonio.	100
5.6 Punto de equilibrio.	101
5.7 Valor actual neto (VAN).	101
5.8 Tasa interna de retorno (TIR)	101
5.9 Período de recuperación de la inversión.	102
 CAPITULO 6	 103
6.1 Conclusiones.	103
6.2 Recomendaciones.	104
BIBLIOGRAFIA	105
ANEXOS	106
ANEXO 1 ENCUESTAS	
ANEXO 2 INVERSION INICIAL	
ANEXO 3 DEPRECIACION Y AMORT.	
ANEXO 4 CAPITAL DE TRABAJO	
ANEXO 5 TABLA DE AMORTIZACION DEL PROYECTO.	
ANEXO 6 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS.	
ANEXO 7 FLUJO NETO DE CAJA.	
ANEXO 9 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.	
ANEXO 10 BALANCE GENERAL	
ANEXO 11 PUNTO DE EQUILIBRIO	
ANEXO 12 TRAMITES DE IMPORTACION	
ANEXO 13 LOCALIZACION	
ANEXO VARIOS.	

CAPITULO 1

1) ESTRUCTURA DEL MERCADO DE PRODUCTOS DE CUIDADO PERSONAL

1.1 INTRODUCCIÓN

En la competitiva y acelerada economía que actualmente caracterizan al mundo de los negocios y su desarrollo como tal, es de tal importancia tomar medidas y estrategias urgentes que proporcionen mayor estabilidad y posicionamiento a las empresas.

La gran cantidad de negocios que se han constituido en los últimos días, conduce a la necesidad de atender y servir al cliente, otorgando los mayores beneficios, ya sea a través de un excelente trato brindado por el recurso humano, así también por la calidad y variedad de productos que se le ofrezca, lógicamente a precios que se encuentren al alcance de sus ingresos, por cuanto siempre estaremos expuestos a perderlo si descuidamos alguno de los aspectos mencionados.

Por esta razón creo conveniente realizar este proyecto, el cual me ayudará a buscar una solución para poder llegar a satisfacer las necesidades de los clientes que compran nuestros productos, brindándoles un servicio más personalizado, completamente diferente del que brindan otras empresas, las cuales se interesan mas en vender sin prestar un servicio de asesoramiento hacia sus clientes. Mediante este proyecto lograremos colocar a nuestra empresa entre las primeras del mercado, ya que tenemos como objetivo principal posicionarnos fuertemente en el mercado, vendiendo excelentes productos a muy buen precio, accesible a los ingresos de la gente.

Esto se lo se lo tendrá que hacer utilizando los mejores recursos como por ejemplo:

- Las mejores estrategias de marketing moderno.
- Tecnología de punta.
- Una fuerza de ventas sólida y con experiencia en el mercado.
- Etc.

1.2 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS

ALBERTO CULVER

ESPECIALISTA EN EL CUIDADO EL CABELLO

Mantener un cabello limpio y saludable no es una vanidad, es una necesidad para la mujer y el hombre de hoy, pero la vida agitada que llevan, no les permite dedicar el tiempo suficiente al cuidado del cabello.

Alberto VO5, es una de las marcas más prestigiosas de cuidado personal más vendidas en el mundo, esta línea es propiedad de Alberto Culver Internacional empresa norteamericana con más de 40 años de experiencia en el mercado de productos para el cabello, Culver International ofrece productos de calidad a un precio muy competitivo. Alberto VO5 tiene una línea de productos de limpieza, tratamientos y estilizado para cada tipo de cabello. Tiene formulaciones con resultados visibles de apariencia, sensación y salud

Alberto VO5 tiene para usted el producto ideal para que su cabello luzca sano y hermoso.

Es que sólo un especialista en el cuidado del cabello puede ofrecerle tanto

ALBERTO VO5**SHAMPOO Y ACONDIONADORES HERBAL**

La nueva línea Alberto VO5 herbal, te ofrece cuatro variedades de Shampoo y acondicionadores. Cuatro fragancias, una para cada tipo de cabello, que te harán sentir tu cabello hermoso, además sus deliciosos aromas de hierbas y frutas tendrán un impacto positivo en tu manera de sentir, brindándote, bienestar armonía y relajación.

PERA Y MANGO para cabello seco, teñido o con permanente, especialmente formulado con extractos de Aloe y pasionaria, restaurar la humedad del cabello, dejándolo dócil y saludable.

FRAMBUESA para todo tipo de cabello, elaborado con extracto de manzanilla y junípero. Limpia profundamente el cabello descubriendo su belleza natural.

FRESIA, humectante para cabello seco, con extractos de Aloe y Jazmín, revitalizan el cabello maltratado y dañado por el sol y el medio ambiente restaurando su vitalidad, cuerpo y brillo.

KIWI & LIMA, para cabello graso, su fórmula humectante a base de Romero y Hierba luisa, eliminan los residuos depositados en el cabello graso, dejándolo con brillo y cuerpo.

Cuentan con una variedad específica de acuerdo a las necesidades del cabello, brindado la suavidad y el cuidado que este necesita.



MODO DE EMPLEO SHAMPOO VO5

- Aplicar generosamente en el cabello húmedo,
- Dar un suave masaje con la yema de los dedos en forma circular,
- Enjuagar con abundante agua,
- Repetir si es necesario.

El shampoo ALBERTO VO5, está formulado con cinco ingredientes esenciales, tres para limpiar y dos para brindar manejabilidad al cabello. La espesa espuma del shampoo limpia el cabello a profundidad y suavemente, para obtener como resultado un cabello brillante y muy saludable.

Los acondicionadores del ALBERTO VO5, son 99% libres de aceites para prevenir la acumulación de grasa y proporcionar al cabello hidratación y acondicionamiento.

Tienen una triple acción de acondicionamiento que mantiene la humectación natural y protege el cabello de los agentes que lo perjudican.

Una línea de shampoo y acondicionadores elaborados con ingredientes y fragancias naturales excepcionales. Destinados para personas de 20 a 64 años de nivel socio económico medio, medio bajo que gusta de utilizar productos naturales y de agradable fragancia que nutre y revitaliza el cabello.

Fortalece la fibra capilar humectando desde adentro.

GEL FIJADOR ALBERTO VO5.-

El gel fijador de Alberto VO5 esta elaborado con Pro – vitamina B5, que penetra el cabello para darle flexibilidad y elasticidad al interior, y mayor brillo en el exterior.

No deja residuos ni apariencia grasosa. Ideal para moldear el cabello de adultos y niños.

GEL FIJADOR EXTRA FIRME DE 200 gr-

Para cabellos rebeldes o peinados que requieren extra fijación. Por su exclusiva fórmula cuida el cabello y da extra fijación al peinado por mas tiempo, sin dejar residuos ni sensación grasosa.



GEL FIJADOR FOR MEN DE 200 gr-

Es ideal para moldear y controlar el cabello, da máxima fijación para verse peinados todo el día. Por su exclusiva fórmula cuida el cabello y controla el peinado, sin dejar residuos ni sensación pegajosa.

**GEL FIJADOR NORMAL DE 200 gr-**

Para el cabello dóciles o peinados que requieren una fijación firme. Por su exclusiva fórmula cuida el cabello y fija el peinado por mas tiempo, sin dejar residuos ni sensación pegajosa.



1.3 CRECIMIENTO DEL MERCADO.

Durante los últimos años el mercado de consumo de productos de cuidado personal ha crecido considerablemente, debido al libre comercio entre las fronteras. Nuestro país se ha visto inundado de productos de consumo (cuidado personal) de distintas marcas, esto genera más competencia, por lo cual las estrategias de marketing deben ser más efectivas para poder llegar al consumidor final.

Las personas cada día desean verse mejor y debido al mejoramiento del poder adquisitivo pueden adquirir productos que no podían en época de crisis, como por ejemplo: Un buen shampoo, tratamiento de pelo, jabón, desodorante, gel, tratamientos faciales etc.

Debido a la gran demanda de productos de consumo muchas empresas nacionales y extranjeras han ido observando una buena oportunidad de negocio en la comercialización de estos productos. Lo cual ha obligado a muchas cadenas de autoservicios, farmacias y tiendas a ampliarse cada vez más.

Esto nos demuestra que la venta de productos de cuidado personal es una buena oportunidad de negocios.

1.3.1 CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES DE SHAMPOO EN EL ECUADOR PERIODO 2000/2003. (EN MILES DE DOLARES).

SUBPARTIDA	DESCRIPCION	PESO KILOS	FOB DOLAR	CIF DÓLAR	PERIODO
3305100000	SHAMPOO	1,482,04	3,115.54	3,368.01	2000
3305100000	SHAMPOO	2,970.35	6,078.65	6,493.28	2001
3305100000	SHAMPOO	4,187.33	7,818.80	8,355.06	2002
3305100000	SHAMPOO	2,391.15	4,038.20	4,279.38	03-01/03-06

GRAFICO 1



INTERPRETACIÓN GRAFICO 1.-

Como apreciamos en el gráfico 1, las importaciones de shampoo han crecido cada vez más, comenzando en el año 2.000 con un valor FOB de 3.115,54 miles de dólares y terminando el año 2.002 con un valor de FOB de 7.818,80 miles de dólares. Esto se debe a la falta de competitividad del producto nacional y por dolarización, los productos de otros países por precio lograron captar gran parte del mercado que tenían los productos nacionales. La falta de competitividad es originada por los siguientes aspectos:

1. Intereses altos.
2. Servicios públicos deficientes y caros. (Energía, teléfonos, agua.)
3. Altas tasas impositivas.
4. Mano de obra cara y no capacitada .etc.

1.3.2 CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES DE ACONDICIONADORES, GELES Y TRAT. CAPILARES (LAS DEMAS) EN EL ECUADOR PERIODO 2002/2003. (EN MILES DE DOLARES).

SUBPARTIDA	DESCRIPCION	PESO KILOS	FOB DOLAR	CIF DOLAR	PERIODO
3305900000	LAS DEMAS	787.22	2,687.72	2,911.20	2000
3305900000	LAS DEMAS	1,530.01	5,455.01	5,804.61	2001
3305900000	LAS DEMAS	2,963.03	7,765.28	8,414.91	2002
3305900000	LAS DEMAS	1,098.71	3,129.09	3,342.98	03/01/0306

GRAFICO 2.

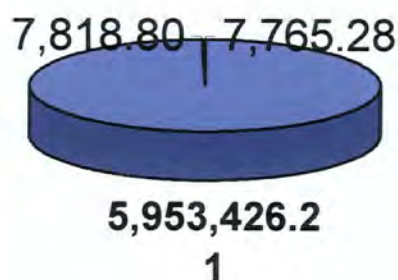


INTERPRETACIÓN GRAFICO 2.-

Como observamos en gráfico 2 , las importaciones de acondicionadores, geles, y los demás productos de cuidado de cabello han incrementado desde el año 2.000 que se importaron un valor FOB de 2.687.72 miles de dólares, hasta el año 2002 que se importó un valor FOB de 7, 765.28 miles de dólares. Este incremento se debió a las mismas razones que los shampoos ya que son productos complementarios en el cuidado del cabello.

GRAFICO 3

**IMPORTACIONES TOTALES DEL ECUADOR
EN RELACION CON LAS IMPORTACIONES
DE SHAMPOO ACOND. Y GELES
AÑO 2.002 (EN MILES DE DOLARES)**



- TOTAL IMPORTACIONES 2002
- IMPORTACIONES SHAMPOO 2002
- IMPORTACIONES ACOND, GELES LAS DEMAS 2002

INTERPRETACIÓN GRAFICO 3.-

Como podemos apreciar en el gráfico 3 observamos que las importaciones de shampoo, acondicionadores y geles representan el 0.26 % de todas las importaciones realizadas por el Ecuador en el año 2.002.

NOTA: El crecimiento de la producción nacional no se la puede determinar porque no hay un organismo que se encargue de registrar esta información.

1.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

1.4.1 COMPETENCIA PARA VO5 SHAMPOO Y ACONDICIONADOR.- ANÁLISIS DE SUS INGREDIENTES:

PALMOLIVE NATURALS.

Por miles de años, han sido comprobados los poderes de la naturaleza para cuidar el cabello, ahora estos poderes han sido reunidos en el shampoo palmolive naturals Ortiga que limpia profundamente tu cabello, sin maltratarlo, dejándolo saludable y hermoso .

HEAD AND SHOULDERS.

Su exclusiva fórmula combate efectivamente la caspa, dejando su cabello suave y manejable. Además gracias a su PH balanceado, es tan suave que puede usarlo todos los días.

ORGANICS:

Exclusiva fórmula de Organics, actúa profundamente en la raíz nutriendo y fortaleciendo el cabello. Contiene Glucasil, que en combinación con sus acondicionadores especiales dejan el cabello manejable, suave y protegido.

PANTENE PRO V:

Pantene Pro V con Pantenol y Pantyl fórmula mejorada, penetra en el cabello desde la raíz hasta la punta fortaleciéndolo. Puede usarlo diariamente y dejara el cabello brillante y con apariencia aun más saludable.

Pantene pro V combina shampoo y acondicionador en una sola botella.

PERT PLUS:

Shampoo y acondicionador PERT PLUS con su exclusiva formula te deja el cabello limpio y suave con un solo paso, ya que contiene shampoo y acondicionador en un mismo producto. Además sus diferentes versiones te permiten escoger la que más se adapte a tu tipo de cabello, dejándolo limpio y suave en un solo paso, sin complicaciones.

1.4.2 TABLA COMPARATIVA.**PROYECTO.-****CUIDADO DIARIO DEL CABELLO (ALBERTO VO5).-**

Tenemos una gama para de productos para el
Cuidado del cabello, manzanilla, pera y mango, fresa
Frambuesa y kiwi lima, cada uno compuesto por los extractos
Naturales de estas plantas y frutas, ingredientes que ayudan
A restaurar y dar brillo dejando al cabello saludablemente
Hermoso y manejable.

Ingredientes: Agua. Larisulfato de sodia, lauret, sulfato de sodio
DEA Lauramida, Cloruro de sodio, fragancia, hidroxipropil metil celulosa,
Acido fosfórico, Hidatoina DMDM, DEA cocamida, Gel de Aloe barbadensis,
Extracto de pasiflora, D y D Anaranjado # 44, D y D rojo # 33.

PANTENE PRO –V:

Compuesto de agua, alquil sulfato de amonio, etoxilado, lauril,, dimeticona, complejo vitamínico B5 , pantenol y ecipientes.

ORGANICS:

Alcohol cetílico, emulsión de silicona, derivado de amonio cuaternario, glucasil, viscosantes, emulsificantes, preservativo, fragancia y antioxidante.

PALMOLIVE BOTANICALS:

Agua , Lauril sulfato de Amonio, Lauret sulfato e Amonio, Cocamidopropil Betaína, cocamido DEA, cloruro de sodio, perfume, Benzofenona – 4 , extracto de girasol, aceite de naranjo , ginseng, , acido cítrico, EDTA tetrasódico, Agua de mnantial, Naranja #4 Violeta #2.

GLEMO:

Agua, sodio Lauret sulfato, disodium EDTA, laureth 2, ácido salicyco, benzoate de sodio, matricario extract, niacinamida, panthenol, cloruro de sodio, acido cítrico, amarillo # 10, fragancia, aceite de castor.

1.4.3 PRECIOS DE LA COMPETENCIA.**SHAMPOO Y ACONDICIONADOR:**

MARCA	CANTIDAD	PRECIO
SEDAL	400ml	\$ 2.28
SEDAL	200ml	\$ 1.40
WELLA	400 ml	\$ 2.26
WELLA	200 ml	\$ 1.29
REGENAL	400 ml	\$ 2.41
REGENAL	200 ml	\$ 1.51
HAR	250 ml	\$ 0.90
HAR	500 ml	\$ 1.61
HAR	1000 cc	\$ 2.54
HAR (CASPA)	500 ml	\$ 2.12
GLEMO	400 ml	\$ 2.15

RENE CHARDON	450 ml	\$ 2.35
RENE CHARDON (A.C)	450 ml	\$ 2.44
ISABELLA	250 ml	\$ 1.14
HIRBAZID	200 ml	\$ 1.87
HIERBAZID	400 ml	\$ 2.91
VITANE	400 ml	\$ 2.29
VITANE	200 ml	\$ 1.77
VITANE	500 ml	\$ 3.41
TRIOCEL	Galón	\$ 5.84
TRIOCEL	1125 ml	\$ 2.43
TRIOCEL	560 ml	\$ 1.56
FRUCTIS	350 ml	\$ 3.63
PALMOLIVE BOT.	200 ml	\$ 1.16
PALMILIVE BOT.	400 ml	\$ 2.16
PANTENE	200 ml	\$ 1.81
St IVES	591 ml	\$ 3.68

1.4.4 PRECIOS DE LA COMPETENCIA

GELES:

MARCA	CANTIDAD	PRECIO
L . A. LOOKS	454 gr	\$ 2.53
JAQUES	240 gr	\$ 1.11
RENE CHARDON	480 gr.	\$ 3.28
NATALY	300 gr	\$ 3.13
ISABELLA	150 gr	\$0.76
ISABELA	250 gr	\$ 0.76
ISABELLA	500 gr	\$ 0.95
FIJADOR	150 gr	\$ 2.54
RENE CHARDON	120 gr.	\$ 1.44
BIOLAGE	160 gr	\$ 2.20

NOTA: Este análisis de precios fue recopilado de algunos distribuidores, mayoristas y minoristas en todo el Ecuador.

1.4.5 COMPETIDORES DIRECTOS EN SHAMPOO Y ACONDICIONADORES:

MARCA	CANTIDAD	PRECIO
FRUCTIS	350 ml	\$ 3.63
PALMILIVE BOT.	400 ml	\$ 2.16
HIRBAZID	400 ml	\$ 2.91

1.4.6 COMPETIDORES DIRECTOS EN GELES:

MARCA	CANTIDAD	PRECIO
ISABELLA	250 gr	\$ 0.76
JAQUES	240gr.	\$ 1.11
BIOLAGE	160 gr.	\$2.20
ISABELLA	150 gr.	\$ 0.56
NATALY	300 gr.	\$ 3.13
L. A LOOKS	454 gr	\$ 2.53

1.5 EVOLUCION DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

De acuerdo a datos expuestos se puede apreciar claramente, que a pesar de la difícil situación económica, política y social que atraviesa el Ecuador en estos momentos, podemos observar un crecimiento de la oferta. Al parecer si ha existido la inversión extranjera necesaria para promover la producción y la importación. Por esta razón grandes empresas internacionales y multinacionales han llegado al país. Estas empresas han llegado sabiendo que aquí van a tener una gran oportunidad de hacer negocios, el Ecuador ahora tiene la ventaja de tener una moneda fuerte como es el dólar y esto les da mas seguridad para poder invertir.

Debido a la competencia que se ha incrementado en nuestro país, esto ha obligado a muchas empresas nacionales a tomar medidas para enfrentarlos.

1.5.1 A CONTINUACION DEMOSTRAREMOS CON UN CUADRO DE CÓMO HAN IDO CRECIENDO LAS EMPRESAS QUE OFERTAN SHAMPOOS, ACONDICIONADORES, GELES Y LAS DEMAS.

Haremos un análisis de las empresas que había desde el año 2000 hasta las que existen en año 2003 y graficaremos el incremento.

PERIODO 2000/2001

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	NOMBRE DEL IMPORTADOR O PRODUCTOR NACIONAL
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ABOTT LABORATORIOS S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	AGENCIAS NEPTUNO CIALTDA.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ALICIA PRICILA CONTAG

33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ALL TIME SPAI SONS
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	AMAZONAS HOT S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ANGELA MARIA ALVARADO
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ASANDRI. S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ATEPE S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	BEIERSDORF. S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	BIO-MAK. S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	BRISTOL MAYERS
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	CASA MOELLER MARTINEZ C.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	COLGATE PALMOLIVE DEL ECUADOR
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	CORPORACION JABONERIA NACIONAL S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	COSMETICOS ECOS S.A
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	DESLY S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	DIFARE S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	DYBIIMAGEN S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	EUROCOSMETICA S.C.C.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	FARMACELLS. CIA LTDA.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	GRUNENTHAL CIALLTDA.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	GRUPO WARSA.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	UNILEVER ANDINA

33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	EDUARDO DOUSDEBES REP.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	AVON DEL ECUADOR
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	SUPERMERCADOS LA FAVORITA
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	YANBAL ECUADOR S.A
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	MERCANTIL GARZOZI
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	LAS FRAGANCIAS
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ORIFLAME
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	PRODUCOSMETIC
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	FOREVER LIVING PRODUCTS
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	JHONSON Y JHONSON.

PERIODO 2002/2003

33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ABBOTT LABORATORIOS S.A
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ALMACENES JUAN ELJURI
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ALVARO MONTESINOS
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	AMAZONAS HOT S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	BIO MACK S.A
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	BIERDS DORF
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	BRISTOL MAYERS S.A
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	CASA MOELLER
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	CEDEÑO CABANILLA
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	CEVALLOS CASTILLO
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	CHICAL PHARM

33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	COLGATE PALMOLIVE
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	CORDOVA FLOR
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	CORPORACION JABONERIA NACIONAL
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	COSMETICOS ECOS S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	COSMETICOS PROIMPORT
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	DESLY S.A
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	DIFARE S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	DIBYIMAGEN S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ECUAVIZZON
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	EDUARDO DOUSDEBES REPRESENTACIONES.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ELIZABETH MONTUFAR
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	EVZA
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	FARMACELLS

33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	FINN VITA DEL ECUADOR S..A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	FOREVER LIVING S.A
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	FRANCISCO GOMEZ
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	GONZALES GUADALUPE
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	GOYA CARLOS
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	GRUPO WARSA
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	FREEZONE COMERCIAL IMPORTADORA
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	HAMIOSA S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	HANSACOM S.A
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	HENCKEL SHWARKOF
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	HOSPIMARKET S.A.

33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	IMPROBELL S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	IMPORTADORA EL ROSADO
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	IMPORTADORA CANDYLAN
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	JHONSON Y JHONSON
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	LABORATORIOS CALVER
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	LABORATORIOS FABELL S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	LABORATORIOS LANSEY
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	PROCTOR AND GAMBLE ECUADOR
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	LAS FRAGANCIAS
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	MDITERRANEA DE FRAGANCIAS
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	MARIA ROSA PROANO
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	MARIA ELENA NOBOA
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	MERCANTIL GARZOZI

33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	NEULLY. S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	LUIS ALBAN
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	MORENO ALVARADO
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	MUNDO MAGICO CIA LTDA.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	NANCY ESCOBAR
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ORIFLAME DEL ECUADOR
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ORRALA NIETO
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ORTIZ JACOME

33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	PARINSA
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	PAUL MITCHEL S.S.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	PLAZA ARAY LEONARDO
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	MILATEX S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	PRODUCOSMETIC.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	AVON DEL ECUADOR S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	QUIKOTII S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ROEMMERSS. S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ROSSI MARURI
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	SAMANIEGO RAMIREZ ENRIQUE
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	SERINATURA CIA LTDA.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	SORAYA MANGUI
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	SUPERMERCADOS LA FAVORITA.C.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	UNILEVER ANDINA JABONERIA NACIONAL S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	VILMA GAROFALO DEE MEN
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	WYETH CONSUMER HEALTH CARE

33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	YANBAL DEL ECUADOR S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	YIN S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ZAIREL S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ZERMAT ECUADOR
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ZHU SUN DAZHOU
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ATEPER S.A.

33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ALICI PRICILA CONTAG
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	KOTTE KLEIMAN
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	HORACIO ARECO
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	LUIS ALBAN
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	LIGIA MARLENE BARICA
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	CARLOS ARGUELLO
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	GONZALES GUADALUPE
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	AGENCIAS NEPTUNO
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	CORDOVA FLOR LLYLY DEL CARMEN
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	MARCELO MALDONADO CAICEDO
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ENDRES ILLESCAS MORENO
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	LUCIA VALDIVIESO
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	PRO IMAGEN S.A.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	JORGE RUSINSKY CIA LTDA.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	MAGDALENA ESPINAOZA
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	ISABELLA.
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	RENE CHARDON
33051/33059	SHAMPOO, LAS DEMAS	TRIOLUX.

GRAFICO 4.

INTERPRETACIÓN GRAFICO 4. - En este gráfico nos damos cuenta cual ha sido el crecimiento de las empresas y personas naturales que ofertan shampoos y los demás productos complementarios en el Ecuador desde el período 2000 hasta el 2003.

1.5.2 DETERMINACIÓN DE LA OFERTA Y LA PRODUCCIÓN NACIONAL.-

Para la estimación de la oferta y la producción nacional tuvimos que hacer una investigación por medio de muestreos y encuestas en autoservicios, distribuidores, mayoristas para sacar un promedio y de esta manera poder determinar la oferta y la producción nacional, ya que no hay ninguna institución que estadísticamente pueda dar esta información.

1.5.3 LA PRODUCCIÓN NACIONAL (Ver Anexo 1)

La producción nacional la determinamos de la siguiente manera:

Al sacar un promedio de las encuestas realizadas en autoservicios A, B, C que abarcan prácticamente a toda la población económicamente activa obtuvimos la siguiente información: que los productos importados ocupan un 70 por ciento de la percha y los nacionales un 30 por ciento. Sabiendo esto el análisis para determinar la oferta y la producción nacional es el siguiente.

PROMEDIO DE LAS INVESTIGACIONES REALIZADAS EN AUTOSERVICIOS, MAYORISTAS Y DISTRIBUIDORES DE PRODUCTO NACIONAL E IMPORT.

30 %

70%

PN	PN	PN	PI	PI	PI	PI	PI	PI	PI
PN	PN	PN	PI	PI	PI	PI	PI	PI	PI
PN	PN	PN	PI	PI	PI	PI	PI	PI	PI
PN	PN	PN	PI	PI	PI	PI	PI	PI	PI

1.5.4 DETERMINACION DEL PRECIO PVP DE LA OFERTA NACIONAL EN MILES DE DOLARES. (SHAMPOO)

IMPORTACIONES DE SHAMPOO EN MILES DE DOLARES.

VALOR CIF	ARANCELES 20 %	GASTOS 3 %	IVA 12 %	VALOR FINAL
8,355.06	1,671.01	300.78	1,239.22	11,566.07

Si las importaciones son un 70% del mercado el otro 30% es lo siguiente:

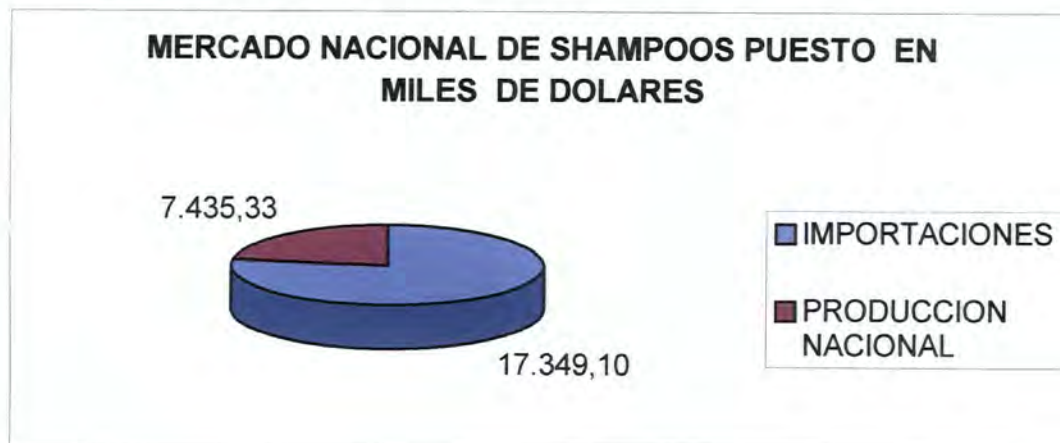
PRODUCCIÓN NACIONAL EN MILES DE DOLARES.

VALOR EX FABRICA	VALOR FINAL
4,956.88	4,956.88

MERCADO TOTAL DE SHAMPOOS PUESTO EN MILES DE DOLARES.

IMPORTACIONES 11,566.07	MARGEN UTILIDAD 0.50	DE	VALOR FINAL 17,349.10
PRODUCCIÓN NACIONAL 4,956.88	MARGEN UTILIDAD 0.50	DE	VALOR FINAL 7,435.33

GRAFICO 5.



INTERPRETACIÓN GRAFICO 5. -

En este gráfico observamos el valor real del mercado segmentado de shampoos las importaciones son por un valor de 17,349.10 miles de dólares y la producción nacional es de 7,435.33 miles de dólares.

GRAFICO 6.

**INTERPRETACIÓN GRAFICO 6.**

En este gráfico apreciamos que el mercado completo de shampoos que asciende a un valor de 24,784,43 miles de dólares.

1.5.5 MERCADO TOTAL DE ACONDICIONADORES.

Del estudio realizado observamos que el hábito de consumo de acondicionadores es el siguiente: Por cada 4 shampoos 1 acondicionador esto quiere decir que la oferta de acondicionadores es de 6,196.10 miles de dólares.

GRAFICO 7.



INTERPRETACIÓN GRAFICO 7. -

En este gráfico observamos que el mercado total de acondicionadores asciende a un valor de 6,196.10 miles de dólares.

1.5.6 MERCADO TOTAL DE GELES.

Paralelo al estudio que realizamos del shampoo, también lo hicimos para el consumo de gel y obtuvimos como resultado las siguientes cifras:

IMPORTACIONES:

IMPORTACIÓN DE GELES, ACONDICIONADORES, LAS DEMAS CIF	ARANCELES 20 %	GASTOS 3 %	IVA 12 %	TOTAL EN MILES DE DOLARES
8,414.91	1,009.78	282.74	1,164.89	10,872.33

**1.5.7 MERCADO TOTAL DE GELES, ACONDICIONADORES Y LAS DEMAS
PUESTO EN MILES DE DOLARES**

IMPORTACIONES	MARGEN	DE	VALOR FINAL DE
10,872.33	UTILIDAD		TODA LA PARTIDA
	0.50		16,308.49

Al valor final se le resta el valor total de los acondicionadores importados por lo cual nos queda.

VALOR FINAL	MENOS EL TOTAL DE	VALOR FINAL DE LA
PARTIDA	ACOND. IMPORTADOS	PARTIDA GELES Y LAS
16,308.49	(70%)	DEMAS
	4,337.27	11,971.22

Nota:

Al realizar el estudio sacamos como conclusión que: El 20 % del valor final de la partida de geles y las demás corresponden a solo geles.

VALOR FINAL DE LA	PORCENTAJE	VALOR FINAL DE LA
PARTIDA GELES Y LA	CORRESPONDIENTE A	IMPORTACION DE
DEMAS	SOLO GELES.	GELES EN MILES DE
11,971.22	20 %	DOLARES
		2,394.24

Sabiendo que el mercado de geles es el 50 % nacional y el otro 50 % es extranjero llegamos a la siguiente conclusión:

IMPORTACIÓN DE GELES	2,394.24
PRODUCCIÓN NACIONAL	2,394.24

MERCADO TOTAL DE GELES EN MILES DE DOLARES

MERCADO TOTAL DE GELES EN MILES DE DOLARES	4,788.48
---	-----------------

GRAFICO 8.



INTERPRETACIÓN GRAFICO 8

En este gráfico observamos que luego de realizar el estudio correspondiente al mercado de geles observamos que el valor total de este mercado asciende a 4,788.48 miles de dólares.

1.6 SITIOS EN LOS CUALES SE PUEDEN OFERTAR NUESTROS PRODUCTOS:

A continuación detallamos las cadenas de tiendas, supermercados, farmacias y mayoristas más importantes en las cuales se podría ofertar nuestros productos:

- MEGA SANTA MARIA
- MERY
- MI COMISARIATO
- COMISARIATO DEL EJERCITO
- COMISARIATO FAE
- PYDACO.
- PRODISPRO.
- PRODIMEDA
- MAGDA ESPINOZA
- MARLENE ESPINOZA
- YOLANADA ESPINOZA.
- COMISARIATO ARMADA.
- DIST. PROVINCIAS

Gracias a que muchas empresas se han ampliando y muchos negocios se han abierto en estos últimos años, podemos decir que el comercio ha evolucionado de manera positiva. Esto ha motivado un crecimiento de la demanda del tipo de productos que vamos a expender. Una de las ventajas de esto es que nosotros vamos a tener acceso directo a nuestros fabricantes, no vamos a estar limitados a ofrecer producto nacional, que la mayoría de veces no cumple con los niveles de calidad que ofrece el producto importado, gracias a esta ventaja podremos satisfacer verdaderamente la demanda de los clientes, en las cantidades adecuadas, el tiempo justo y el precio más conveniente para las dos partes.

1.7 MERCADO PROVEEDOR:

En lo concerniente a este tipo de empresas proveedoras de productos de cuidado personal, el mercado proveedor si ha mostrado un leve crecimiento. Demostrando que siempre estaremos en la búsqueda de diferentes productos y de excelente calidad. Diversificando las líneas y buscando diferentes alternativas para competir en el mercado.

Existen varias empresas internacionales de cuidado personal que buscan representantes y distribuidores en diferentes países del mundo, porque ellos no tienen la infraestructura necesaria para producir en estos países. Para ser distribuidor exclusivo se debe cumplir con los requisitos que estas piden.

1.8 NUESTROS PROVEEDORES.

ALBERTO CULVER.-

Es una empresa Americana que se dedica a la comercialización de diversos productos en diferentes áreas tales como: Cuidado Personal, Alimentos, Limpieza etc.

Esta empresa comenzó con un solo producto en 1.955 y con el paso de los años ha llegado a convertirse en una empresa multi billonaria.

1.9 MERCADO COMPETIDOR.

COMPETENCIA	PRODUCTO
DERMODIS	SHAMPOO VITANE
MERCANTIL GARZOZI	SHAMPOO WELLA, HERBAZID.
RE CHARDON	SHAMPOO Y GEL RENE CHARDON
TRIOLUX	SHAMPOO TRIOCEL
HENNKEL	SHAMPOO GLEMO
POCTOR AND GAMBLE	SHAMPOO PANTENE, HEAD SHOULDERS.
JABONERIA NACIONAL	SHAMPOO SEDAL
LOREAL	SHAMPOO FRUCTIS
COLGATE PALMILOIVE	PALMOLIVE BOTANICALS.
OTELLO	SHAMPOO HAR
JUAN ELJURI	SHAMPOO FLEX
GLAMOUR	SHAMPOO Y GEL CHOICE, ISABELA.

Como observamos anteriormente en el cuadro nos damos cuenta que cada año entran más competidores en este mercado, esto nos obliga a trabajar más duro para poder mantenernos en este mercado cada día más competitivo, esto nos obliga a tomar algunas estrategias para ser competitivos tales como:

- PECIO,
- CANTIDAD,
- PUBLICIDAD,
- DIVERSIDAD DE PRODUCTOS,
- ALIANZAS ESTRATEGICAS,
- PROMOCIONES,
- DESCUENTOS,
- PREMIOS,
- BUSCAR NUEVAS LINEAS,
- BUSCAR NUEVOS MERCADOS,
- ETC.

1.10 MERCADO CONSUMIDOR.

En el Ecuador el 50.3 % de la gente es de clase social media y media baja ,es decir la mayoría, por esta razón hemos decidido vender un producto que es económico o popular, a un precio accesible para la gente.

NOTA:

Nuestro mercado consumidor va enfocado para un segmento de mercado medio y medio bajo.

ALBERTO VO5.-

Con esta línea queremos llegar a un target medio y medio bajo o popular ,ya que es un producto de excelente calidad a un precio muy económico y accesible para personas que tienen un ingreso bajo.

1.11 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA.

En base a datos obtenidos de la investigación en Autoservicios, distribuidores y mayoristas de todo el país, se puede apreciar un crecimiento del mercado de shampoos, acondicionadores y geles en los últimos 3 años.

Una variable para establecer la demanda potencial de nuestros productos a importar es la población total y el segmento de mercado que queremos atacar información tomada del INEC y de los libros de MARCOV.

NOTA:

En conclusión, se propone de un 6% a un 10% de incremento anual para proyectar las ventas en los próximos 3 años y realizar el análisis financiero respectivo.

Como referencia tomamos los datos de una empresa comercializadora de productos similares a los que vamos a vender en el proyecto.

1.11.1 DEMANDA.- Para la estimación de la demanda tenemos que analizar las estadísticas del último censo poblacional y la tasa de crecimiento anual de la población, porque con esta información podemos definir a que segmento de mercado queremos y podemos atacar.

POBLACION TOTAL DEL ECUADOR 2001:

TOTAL DE PERSONAS 2001	12,156,608
-------------------------------	-------------------

POBLACION TOTAL DEL ECUADOR 2003:

TOTAL DE PERSONAS 2001	TASA CRECIMIENTO ANUAL 2.1%	TOTAL DE PERSONAS 2003
12,156,608		12,411,896

TOTAL DE PERSONAS DEL ECUADOR DE CLASE MEDIA, MEDIA BAJA:

TOTAL DE PERSONAS 2003	TOTAL CLASE MEDIA, MEDIA BAJA	TOTAL PERSONAS CLASE MEDIA, MEDIA BAJA 2003
12,411,896	50.3%	6,243,183

SEGMENTO DE MERCADO QUE QUEREMOS ATACAR:

TOTAL DE HOMBRES Y MUJERES ENTRE 20 Y 64 AÑOS DE EDAD DE CLASE MEDIA, MEDIA BAJA 6,243,183	POBLACION DE 20 AÑOS Y MÁS EN PORCENTAJE 82%	TOTAL 5,119,410
---	---	--------------------

SEGMENTO DE MERCADO NETO QUE QUEREMOS ATACAR**CALSE SOCIAL A LA QUE VAMOS ENFOCADOS:**

CLASE MEDIA	14.7%
CLASE MEDIA BAJA	35.6%
TOTAL CLASE MEDIA, MEDIA BAJA	50.3%

Total de hombres y mujeres del Ecuador que podrían ser nuestros clientes:

- **4,249,110**

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA:

- El tamaño de la muestra es de 350 (ENCUESTAS).

NOTA:

De las 350 personas encuestadas 290 son las que comprarían nuestros productos ALBERTO VO5. En porcentaje es el 83% de las personas encuestadas.

1.11.2 PROYECCION DE LA DEMANDA.**CALCULO DE LA TASA DE CRECIMIENTO PARA LA PROYECCION DE LA POSIBLE DEMANDA.****POBLACION HOMBRES Y MUJERES**

EDAD	AÑO 1	AÑO 2
20-24	1,193,178	1,218,234
25-29	967,290	987,603
30-34	881,195	899,700
35-39	790,808	807,414
40-44	688,022	702,470
45-49	550,301	561,857
54-54	472,574	482,498
55-59	346,538	353,815
60-65	299,834	306,130
TOTAL	6,189,740	6,319,721

$$TC = \frac{\text{AÑO 2} - \text{AÑO 1}}{\text{AÑO 1}}$$

$$TC = 0.0209$$

1.11.3 PROYECCION DE LA POSIBLE DEMANDA 2003-2006

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2003	2.099%	4,249,110
2004	2.099%	4,338,298
2005	2.099%	4,429,358
2006	2.099%	4,522,330

NOTA:

De las encuestas realizadas el 100 % de nuestros clientes potenciales consumirían nuestro shampoo, el 30 % de los los encuestados consumirían acondicionador y el 25 % de los encuestados consumirían gel. (Anexo 1)

CLIENTES POTENCIALES	4,249,110
CONSUMO DE SHAMPOO 100 %	4,249,110
CONSUMO DE ACONDICIONADOR 30 %	1,274,733
CONSUMO DE GEL 25 %	1,062,277

GRAFICO 1

**INTERPRETACION DEL GRAFICO 1.**

Esta estimación sacamos haciendo una encuesta en los autoservicios, distribuidores y mayoristas del Ecuador, en la cual se estima que el shampoo es el producto que tiene mas aceptación de la gente, la encuesta se baso en preguntarles cuál es el shampoo que más vende hasta el que menos se vende. Así que una vez realizada la encuesta nos contestaron que el Shampoo Sedal es él mas vendido en el Ecuador con un 50% del mercado, en segundo lugar encontramos a Wella con todas sus líneas ocupando un 25% del mercado y por último tenemos a todos los demás shampoos con el otro 25% de mercado. (Anexo 1).

GRAFICO 2

**INTERPRETACIÓN DEL GRAFICO 2.-**

En el gráfico 2 observamos que una vez hechas las encuestas en los autoservicios, mayoristas y distribuidores podemos apreciar la demanda de geles que existe en el Ecuador. (**Anexo 1**)

CAPITULO 2

2) ADMINISTRACION Y ORGANIZACION DE LA EMPRESA

2.1 ORGANIZACIÓN.

2.1.1 VISION

Nuestra empresa quiere llegar a ser la primera en el mercado de productos de cuidado personal, por lo que se necesitará mucho esfuerzo y dedicación por parte de todas las personas que trabajaran en la compañía. Queremos tener un prestigio muy alto entre nuestros clientes y proveedores, para cual nosotros necesitamos brindar un servicio de primera calidad, vender los mejores productos importados y prestar un servicio más personalizado. Esto nos ayudará para crecer cada día mas en el mercado y con esto ganar la confianza de otras empresas internacionales obteniendo más representaciones exclusivas de los mejores productos para ser vendidos en el mercado Ecuatoriano.

2.1.2 MISION.

La empresa se dedicara a brindar a la gente en general la oportunidad de verse mejor cada día, ofreciendo al mercado ecuatoriano productos importados de la mejor calidad para el cuidado personal. Para esto se utilizara la tecnología necesaria, tratando de obtener una tecnología justa que nos permita crecer y generar mas fuentes de trabajo. Siempre pensando en que el esfuerzo, la humildad y el auto estima serán los medios que nos llevaran a ser los mejores, aprovechando virtudes de cada uno de nuestros empleados, los mismos que contaremos con un ambiente de respeto, una buena capacitación y sobre todo la motivación y amistad de todos. Sabemos cual es nuestra responsabilidad social y siempre estaremos ayudando de alguna forma a la gente que más nos necesita. Así podremos decir que no somos los únicos sino los mejores

2.1.3 FUNCION DE LA EMPRESA.

La función de la empresa será la importación de productos de cuidado personal de la más alta calidad y de las mejores marcas para su comercialización en el Ecuador.

Estos son los productos que serán importados:

- Shampoo Alberto (VO5).
- Gel Alberto (VO5).
- Acondicionador (VO5).

Nuestra empresa será proveedor de los siguientes tipos de clientes:

Autoservicio

- Comercial mery
- Mega Santa Maria.
- Comisariato del Ejército.
- Comisariato Fae.
- Comisariato Velvoni.
- Farmacias Sana Sana.

Distribuidores:

- Pydaco.
- Prodispro.
- Prodimedia.

Mayoristas:

- Magdalena Espinosa.
- Distribuidora La ganga
- Marlene Espinosa
- Henry Jijón
- Distribuidora Santos
- Comercial Herrera
- Yolanda Espinosa

2.1.4 RECURSOS HUMANOS.

La empresa contará con personal altamente capacitado, el recurso humano es escogido cuidadosamente. A cada una de los aspirantes se los seleccionará luego de que aprueben las correspondientes pruebas de ingreso.

1) Primer Nivel:

- Junta de Accionistas.

2) Segundo Nivel:

- Gerente General.

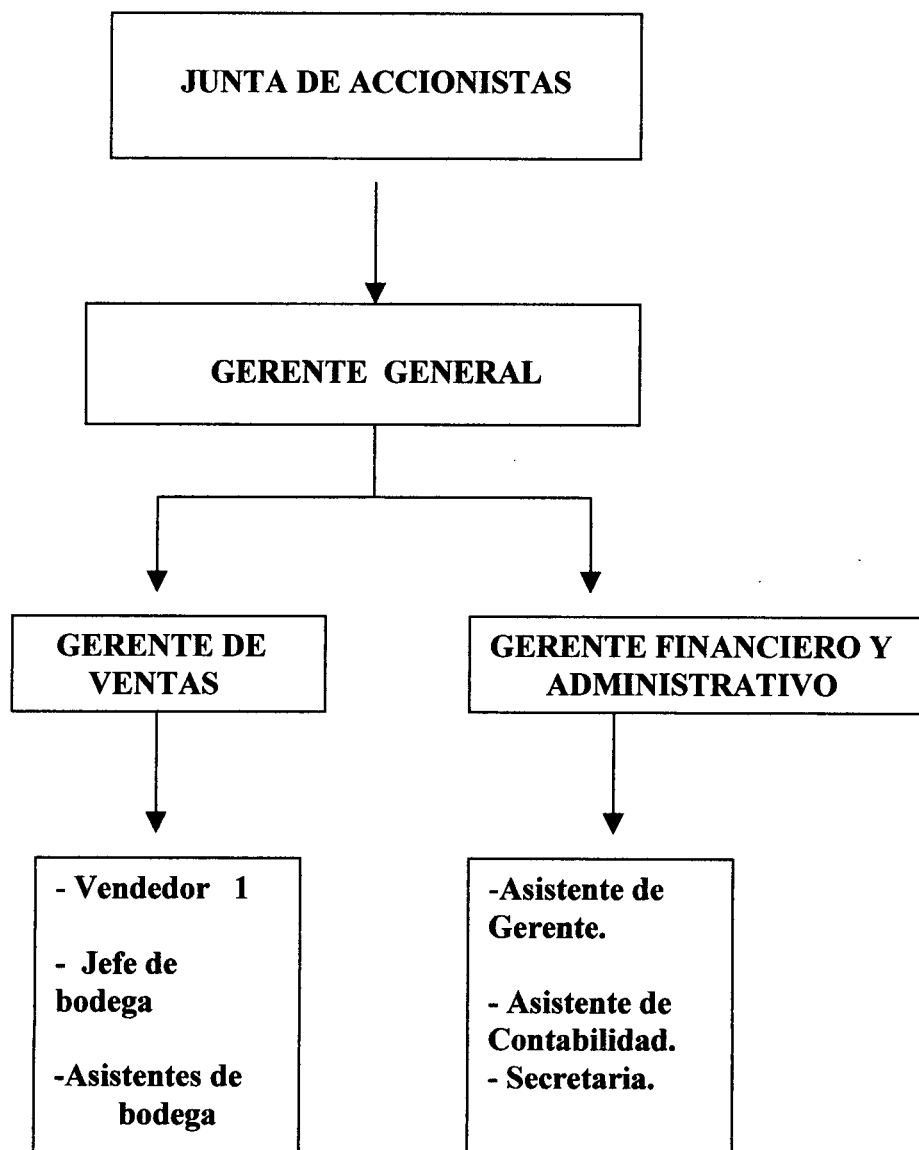
3) Tercer Nivel:

- Gerente de ventas
- Gerente Financiero y Administrativo.

4) Cuarto Nivel:

Área de Operaciones.

- Jefe de Bodega.
- Asistentes de Bodega.
- Asistente de contabilidad
- Asistente Gerencia.
- Vendedores.
- Secretaria.

ORGANIGRAMA:

2.1.5 RECURSOS FINANCIEROS.

La empresa cuenta con un capital social de \$56.000 dólares y un crédito de \$34.000.

2.1.6 RECURSOS TECNOLÓGICOS.

La empresa cuenta con tecnología de punta, un software integrado para las diferentes áreas. También contamos con equipos de computación de última tecnología.

- BASE DE DATOS ORACLE.
- SISTEMA INTEGRADO POR MODULOS INSOFT. (adaptable a cualquier necesidad de la empresa.)

2.1.7 RECURSOS MATERIALES.

- Una oficina.
- 1 Bodega.
- Equipo de oficina.
- Muebles de Oficina.
- Camioneta Hyundai.

2.1.8 BASE LEGAL.

La empresa será una Cia. Ltda. por las siguientes razones:

- **Es una sociedad de personas.**
- **El capital de los socios se determina en participaciones.**
- **Las participaciones de los socios se transfieren solo con escritura pública o con aceptación de los socios de los socios.**
- **Máximo hasta 15 socios.**
- **Para la constitución se necesita mínimo 3 socios y \$ 400 dólares.**

2.1.9 LOCALIZACION.

(Ver Anexo 13).

2.2 ADMINISTRACION

2.2.1 CLIMA ORGANIZACIONAL.

Este trabajo se va a caracterizar por ser de mucha presión, puesto que el objetivo es despachar lo más rápido posible los pedidos y brindar el mejor trato posible a nuestros clientes. Esto conlleva a realizar estas actividades en muy corto tiempo, por lo cual hay que llevar a cabo el trabajo en equipo, donde las funciones de cada persona están claramente identificadas y además cada uno de ellos se presta apoyo en las diferentes tareas que tengan que realizar. En otras palabras se tiene que notar una verdadera actitud positiva tanto de los empleados como de los directivos.

Nosotros consideraremos a nuestros empleados como personas que estarán trabajando para el desarrollo de la empresa.

Por esta razón la empresa estará abierta a cualquier inquietud o problema que se le presente a nuestros empleados así como a sus sugerencias. Así lograremos que el empleado cumpla con su trabajo.

Los administradores tendrán que cambiar su filosofía de un trato igual para todo el mundo, por otra que reconozca las diferencias y responda a aquellas de manera que garantice la conservación de empleados y al mismo tiempo que no sea discriminatoria.

2.2.2 SISTEMAS DE INFORMACIÓN.

Los sistemas de información de la compañía se darán de manera ascendente y descendente, existiendo total apertura a los criterios de los empleados hacia los directivos y viceversa.

La empresa tiene que llevar una excelente relación con sus clientes y proveedores, para poder manejar la información de forma correcta esta parte es fundamental porque siempre se está en contacto y manejando información sobre pedidos, promociones,

entrega de mercadería etc. Si esta información no se maneja de forma adecuada sería causante de graves problemas.

Se realizarán periódicamente reuniones cada 15 días entre los directivos y empleados de la compañía donde se tratarán temas concernientes al desarrollo de las actividades de la compañía como por ejemplo:

Problemas de la semana en las diferentes áreas, Ventas e la semana, despachos, Nuevas estrategias de compras y ventas, créditos etc.

2.2.3 ESTRATEGIAS.

- Reducir los procesos, implementando sistemas con tecnología de punta.
- En función del incremento de las ventas se buscará la manera de comprar otro camión para realizar las entregas en un tiempo más corto y así poder brindar un mejor servicio a nuestros clientes.
- Ampliar nuestras instalaciones para un mejor desenvolvimiento de nuestros empleados.

2.2.4 POLITICA DE COMPRAS.

- Las persona encargadas de realizar los pedidos es el Jefe de Ventas y el Gerente General.
- Para tener un mejor control de los pedidos se tendrá que manejar rotación. (Máximos y mínimos.
- Los pedidos se les puede realizar vía fax, mail, teléfono, orden de pedido.
- Los pagos se realizaran de acuerdo a la negociación con nuestros proveedores.

ALBERTO CULVER: CREDITO A 90 DIAS.

El precio de la mercadería siempre será FOB o C Y F dependiendo el puerto de embarque.

PROVEEDOR	PAIS	PRECIO	PUERTO
ALBERTO CULVER	PERU	C Y F	CAYAOS

NOTA: PRECIO FOB (FREE ON BOARD. - Es el precio de la mercadería puesta en el barco incluida todos los gastos de: Comisiones, corretajes, derechos arancelarios pagados en el exterior por envío de mercadería, derechos consulares, gasto de carga, gasto de estiba, certificados (como de origen, sanitario, fitosanitario.).

PRECIO C Y F.- Al valor FOB se añade el flete desde el país exportador al país importador y tenemos el valor Costo y flete C y F Cost and Freight.

- **El tiempo de entrega de la mercadería desde que se realiza el pedido hasta ponerla en el puerto va a ser de 35 días aproximadamente.**

2.2.5 POLITICA DE VENTAS.

- **Nuestro margen varía dependiendo de cada producto, este margen se lo establece teniendo mucho en cuenta los gastos de cada tipo de marca o producto por ejemplo. : Publicidad y gastos de operación, flete, etc.**
- **Un porcentaje del margen de utilidad va destinado para los gastos operativos del mismo producto o marca.**

NOTA: Para calcular el factor gastos que para nuestro proyecto es de 7% se tiene que dividir los costos de la importación para el total de la factura.

DESCUENTOS Y BONIFICACIONES POR CLIENTE:**AUTOSERVICIO.**

Generalmente cadenas de locales, tienen perchas donde el cliente se auto sirve.

Descuento 30 % ó 20 %, 12 + 2

DISTRIBUIDOR.

Tiene estructura para hacer distribución horizontal, Fuerza de ventas y dispone de logística para entregas, por tanto tiene costos operativos importantes.

Descuento 34 %.

MAYORISTA.

Es un local fijo donde acuden clientes minoristas, compra volúmenes significativos mínimo \$5.000 al mes.

Descuento 34 %

TIENDAS DEPARTAMENTALES.

Disponen de áreas grandes y cómodas, específicas para cada categoría, son locales muy bien decorados y dispuestos.

Descuento 25%

FARMACIAS.

Descuento 25 % ó 20 %, 12 + 1

MINORISTAS.

Descuento 20% 12 + 1 menos de \$ 500

Descuento 20% 12 + 2 mas de \$ 500

Nota: Como la unidad de manejo de nuestros productos es por docenas o por 6 unidades hemos bonificado de esta forma a nuestros clientes: Por la compra de una docena se les bonifica 1, 2 hasta 3 unidades, dependiendo del cliente y del volumen de compra.

FORMAS DE VENTA Y PLAZOS DE PAGO POR CLIENTE.**AUTOSERVICIOS :**

CREDITO 30 a 45 días

DISTRIBUIDOR:

CREDITO 60 días.

MAYORISTA:

CREDITO, EFECTIVO O CHEQUE CONTRAENTREGA.

30 a 45 días de crédito.

TIENDAS DEPARTAMENTALES:

CREDITO 30 a 45 Días.

FARMACIAS Y MINORISTAS:

CREDITO, EFECTIVO O CHEQUE CONTRAENTREGA.

CREDITO 30 Días.

DESCUENTO POR PRONTO PAGO:

Hasta un 5% adicional de descuento si nos paga en los 20 primeros días.

COMISION Y SUELDO DE LOS VENDEDORES:

Nuestros vendedores comisionaran de la siguiente manera:

Se le pagara el 1.50% del valor de las ventas totales además de esto los

Vendedores tendrán una base fija de \$ 250.

PROCEDIMIENTOS PARA REALIZAR LA VENTA:

- Tener un amplio conocimiento de todos los productos y para que sirven.
- Verificar que tengamos todos los productos en stock para realizar la respectiva venta.
- Llenar nota de pedido.
- Llenar solicitud de crédito.
- Comprobar que este bien llena la solicitud de crédito.
- Pasar la solicitud de crédito a contabilidad para su respectivo ingreso a la base de datos.

2.2.6. POLÍTICA DE LOS TRABAJADORES:

Horarios de trabajo:

Lunes a Viernes:

ENTRADA: 8: 30 AM

ALMUERZO : 1: 30 PM HASTA 2: 30PM

SALIDA: 5: 30 PM

Sábados:

ENTRADA: 9: 00 AM

SALIDA : 12:00 AM

Horas extras:

Las horas extras serán reconocidas a partir de las 6: 30 PM. Y se les pagará el valor que estipula la Ley.

Seguridad Industrial:

- Todos los trabajadores de bodega deberán utilizar cinturón de fuerza.
- Todos los de bodega deberán llevar mandil.

Seguridad:

- Todos y cada uno de los trabajadores deberán dejar sus bolsos, mochilas o chompas en un lugar especial designado para dejar estas pertenencias.
- Todos los trabajadores serán revisados por el jefe de bodega al final del día.

Uniforme:

- Los trabajadores deberán utilizar uniforme todos los días excepto los días viernes.
- El personal de bodega tendrán como uniforme camisas tipo polo con el logotipo de la compañía.

Adelantos de sueldo:

- Para realizar un adelanto de sueldo de los trabajadores, se tiene que analizar el desempeño que ha tenido el empleado durante el mes.
- El adelanto de sueldo tiene que tener la autorización del gerente general.

Vacaciones:

- Para obtener vacaciones los empleados tendrán que estar en la empresa mínimo un año.
- Las vacaciones serán de 15 días.
- Las vacaciones de cada empleado serán solicitadas por escrito un mes antes de la fecha escogida.

Contratos:

- La empresa va a manejar 2 tipos de contratos:
 - El contrato a prueba 3 meses.
 - El contrato fijo a un año.

Sueldos:

La empresa realizará un incremento de los sueldos cada año dependiendo del desempeño y el grado de importancia de cada trabajador en la empresa.

CARGO EN LA EMPRESA	SUELDO MENSUAL (incluido beneficios anuales.)
Gerente General	\$ 638
Jefe de ventas	\$ 572
Gerente Financiero y Adm.	\$ 509
Jefe de bodega	\$322
Asistente de Gerente	\$284
Asistentes de Bodega	\$284
Asistente de contabilidad	\$ 284
Vendedores	\$ 322.
Secretaria	\$ 284.

Todas las personas que entren en la empresa se le tendrá que hacer un contrato a prueba 3 meses con los sueldos establecidos anteriormente.

Pago de Sueldos:

- Se lo realizará cada fin de mes.

2.2.7 ANALISIS FODA

FORTALEZAS. • Es una empresa que persigue un objetivo colectivo de mejora modernización y crecimiento a beneficio de todos. • Nuestros productos son reconocidos y de alta calidad. • Variedad de nuestros productos. • Buena imagen en el exterior. • Servicio personalizado a nuestros clientes. • Crédito en el exterior. • Margen de utilidad justo. • Tenemos la mejor presentación de nuestros productos en el mercado.	DEBILIDADES. • La empresa cuenta con pocos vendedores. • Es una empresa nueva en el mercado.
OPORTUNIDADES. • Desarrollo de nuevos productos y líneas. • Existe una tendencia grande de usar productos naturales en el Ecuador. • Preferencia de la gente por usar productos importados.	AMENAZAS. • Entrada potencial de nuevos competidores. • Inestabilidad Política. • Burocracia e ineficiencia en trámites legales.

2.3 ESTRATEGIA COMERCIAL.

2.3.1 PRODUCTO.

30% MAS
DE PRODUCTO

MUESTRAS GRATIS
(SAMPLING DE PRODUCTOS)

Es una estrategia muy común, se paga
Lo mismo pero viene en el envase un 30%
Mas de lo normal, esto es lo que esta
Buscando el cliente mas producto por igual
O menor precio.

Esta estrategia de regalar muestras
de nuestros productos es la mejor
manera para que la gente los pruebe
y se den cuenta que nuestro producto
Es de excelente calidad.

2.3.2 PRECIO

Como estrategia de precio lanzaremos nuestros
Productos con un 30% o 35% menos que el precio
Del líder del mercado.

2.3.3 DISTRIBUCIÓN

DIRECTA

Nuestra empresa realizará cobertura
Con nuestra propia fuerza de ventas
Para Mayoristas, autoservicios,
Tiendas departamentales, etc.

INDIRECTA

Básicamente la distribución indirecta
se la realizará por medio de algunos
Distribuidores, ya que ellos tienen
La logística y la fuerza de ventas
Necesaria para realizar cobertura
Horizontal por todo el País.

2.3.4 PUBLICIDAD:

A continuación mencionamos algunos de los más importantes medios de comunicación que utilizaremos como estrategia publicitaria para llegar a la gente.

- MATERIAL PUBLICITARIO:
- Flyers.
- Hojas vendedoras.
- Sampling.
- Banners.

- DEMOSTRACIONES Y EVENTOS:
- Show de belleza.
- Demostraciones cosmetológicas.
- Demostraciones punto de venta.

- REVISTAS.
- Cosas.
- Caras.
- Súper ofertas
- Revista Bienestar.
- Sociedad..

- CINES.
- Multicines.
- Cinemark.

- TELEVISIÓN:
- ECUAVISA.
- Tele amazonas.
- TC.

CAPITULO 3

3.1 ADUANA

3.1.1 DECLARACION ADUANERA.

El propietario, consignatario, en su caso personalmente o a través de su representante legal o de un Agente de Aduana, presentará la declaración de las mercancías provenientes del extranjero o con destino a él, en la que solicitará el régimen aduanero al que se someterán.

En las importaciones, la declaración aduanera se presentará en la aduana de destino, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera.

En la importación y en la exportación a consumo, la declaración comprenderá la autoliquidación de los impuestos correspondientes.

3.1.2 PRESENTACIÓN Y ACEPTACIÓN DE LOS DOCUMENTOS: (Ver Anexos varios).

Una vez presentada la declaración, la aduana verificará que esta contenga los datos que contempla el formulario respectivo, los cotejará con los e los documentos de acompañamiento y comprobará la exactitud de la autoliquidación. Si no hay observaciones, se aceptará la declaración fechándola y otorgándole un número de validación para el pago de los tributos. Efectuando el pago, se sujetará al mecanismo de selección aleatoria; si este se activa, se procederá el aforo físico; caso contrario sin mas trámite se entregará las mercancías.

En caso de existir observaciones a la declaración, se devolverá al declarante para que corrija dentro de los tres días hábiles siguientes. Corregida la declaración, la aduana lo aceptará.

Si el declarante no acepta las observaciones, la declaración se considerará firme, procederá al pago de los tributos y se someterá obligatoriamente al aforo físico de las mercancías.

La declaración aceptada por la aduana es definitiva, y no podrá ser enmendada ni anulada.

El declarante es personal y responsable por la exactitud de los datos consignados en la declaración. En el caso de personas jurídicas, la responsabilidad recae en la persona de su representante legal.

3.1.3 DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO: (Ver anexos Varios)

Los documentos que acompañan a la declaración aduanera son los siguientes:

- Original o copia negociable del conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte.
- La factura Comercial.
- Los demás exigibles por las regulaciones expedidas por la Junta Monetaria, de conformidad con el artículo 63 de la Ley de régimen Monetario y Banco del Estado.

La falta de acompañamiento de uno a más de estos documentos no impedirá la aceptación de la declaración por parte de la aduana, ni el pago de los impuestos, ni el despacho de la mercancía, siempre que se garantice la presentación posterior de los documentos faltantes, y que no se trate de mercancías de prohibida importación.

3.1.4 EL IMPORTADOR.

Cualquier persona natural o jurídica puede realizar importaciones, previo el cumplimiento de las disposiciones del presente título y de las normas operativas que constan en el reglamento de Comercio Exterior del Banco Central.

3.1.4.1 Requisitos para ser importadores:

Persona Naturales y jurídicas cuya actividad es el comercio:

- Afiliación a la Cámara de Producción.
- Obtener el Registro único de Contribuyentes (RUC).
- Registro de firmas en el Banco Corresponsal.

El Banco corresponsal es el banco privado que ha firmado un convenio con el Banco Central de Ecuador, para realizar los trámites de importación y exportación.

Sector Público:

- Debe obtener el número de registro único de contribuyentes y registro de firmas en el banco corresponsal.
- Se debe elaborar la nota de pedido.

Con la Nota de Pedido el importador dependiendo del tipo de mercadería procederá a obtener las autorizaciones en el ministerio o entidad pública de acuerdo con lo establecido en la ley.

3.1.5 AFORO

Aforo físico es el acto administrativo de determinación tributaria, mediante la cual, la aduana procede al reconocimiento físico de la mercancía, para establecer la naturaleza, cantidad, valor y clasificación arancelaria.

El aforo físico será obligatorio en los siguientes casos:

- A) Si efectuado el pago de los tributos, el declarante activa el mecanismo de selección aleatoria.
- B) Cuando el declarante no acepte las observaciones formuladas por la aduana a su declaración.
- C) Cuando el administrador del Distrito conociere del cometimiento de un delito aduanero u observare hechos que le hagan presumir el cometimiento de un ilícito aduanero.
- D) Cuando por razones de fuerza mayor no funcione el mecanismo de selección aleatoria, el Administrador de Distrito dispondrá el aforo físico, de conformidad con el reglamento de esta ley.

3.1.5.1 PLAZO PARA EL AFORO FISICO.

En los casos señalados anteriormente, el aforo físico será obligatorio y se realizará inmediatamente. El aforo será público, con la presencia del declarante o su Agente de Aduana. El funcionario que deba efectuarlo se determinará también de manera aleatoria.

Si el aforo físico se estableciere presunciones de responsabilidad por infracciones aduaneras, se observará el procedimiento establecido en la ley para su juzgamiento y sanción, sin perjuicio de practicar la liquidación complementaria respectiva y de que se continúe con los demás procedimientos, si se trata de contravenciones o faltas reglamentarias.

3.1.6 ENTREGA DE LA MERCADERIA.

El administrador de Distrito autorizará la entrega de las mercancías:

- A) Cuando no se haya activado el mecanismo de selección aleatoria.
- B) Si realizado el aforo físico no apareciere observaciones que formular a la declaración.
- C) Cuando no aparecieren hechos que puedan presumirse constitutivos de delito aduanero.

En base a las observaciones de la declaración, el Administrador de Distrito formulará la liquidación complementaria respectiva, la que pondrá en conocimiento del declarante para que acepte o formule la impugnación administrativa.

La liquidación complementaria firme o ejecutoriada dará lugar a la emisión del título de crédito, o cobro o la nota de crédito según corresponda.

Cuando se impugne la liquidación complementaria que estableciere diferencia en contra del sujeto pasivo, para el despacho de las mercancías se rendirá una de las garantías previstas en la ley.

En las exportaciones a consumo, la impugnación no impedirá que se continúe con los procesos de embarque. Ordenando el despacho de la mercancía, ninguna autoridad aduanera podrá disponer o realizar un nuevo reconocimiento físico.

3.2 TRIBUTOS (Ver anexos varios).

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.

3.2.1 DERECHOS ARANCELARIOS. (Ver anexos Varios).

Son aplicables al universo arancelario, salvo las exenciones de la ley sobre el valor CIF de cada importación.

Los niveles arancelarios son 5%, 10%, 15% y 20%, según estructura aprobada en la decisión 370 del arancel Externo común de la comunidad Andina de Naciones.

3.2.2 TASAS ESPECIALES PARA SERVICIOS ADUANEROS.

Se aplican en función de los servicios que presta la aduana según el tipo de importación de que se trate. Su tasa es variable dependiendo del servicio prestado por la institución; las más importantes es la tasa de control Aduanero, que se impone a las importaciones amparadas en regímenes aduaneros especiales sobre su valor CIF, y la tasa de almacenaje, que se cobra en función del peso de las mercancías importadas y su tiempo de almacenaje en las bodegas que la aduana mantiene bajo su responsabilidad.

Se encuentran vigentes las siguientes tasas por servicios aduaneros:

- Tasa de Modernización.
- Tasa de Control.
- Tasa de almacenaje.
- Tasa de análisis de Laboratorio.
- Tasa de vigilancia aduanera.

3.2.2.1. TASA DE MODERNIZACION.-

Fue creada en 1994 para el mejoramiento de la administración aduanera se paga el 0,10% del valor CIF de las mercancías que se importen a consumo que se pagará a la aceptación de la declaración por la aduana.

La tasa de modernización, servirá especialmente para cubrir los gastos que demande el equipamiento, adecuaciones físicas, capacitación y automatización, del Servicio Nacional de Aduanas.

No están sujetas al pago de esta tasa, la importación de la siguiente mercancía. :

- Efectos personales de pasajeros.
- Envíos de socorro por catástrofes.
- Donaciones provenientes del exterior, a favor de entidades del sector público o del sector privado, sin fines de lucro, destinados a cubrir servicios de salubridad, alimentación, asistencia técnica, beneficencia, asistencia médica, educación, investigación científica y cultura.
- Féretros o ánforas que contengan restos humanos o cadáveres.
- Muestras sin valor comercial.
- Las mercancías que ingresen en sustitución de otras bajo el procedimiento de devolución de mercancías nacionalizadas.

3.2.2.2 TASA DE CONTROL. - Se aplica cuando la mercadería se despacha bajo los regímenes aduaneros especiales a excepción del depósito industrial, equivalente a US\$ 40.

- a) 0.50% del Valor CIF, con un tope máximo de quince (15) UVC para las mercancías que se declaren bajo los regímenes aduaneros especiales de admisión temporal con reexportación en el mismo estado; Depósito aduanero comercial; almacén libre (Duty Free) y zona franca.
- b) Vehículos de uso comercial que se declaren bajo regímenes especiales de admisión temporal con reexportación en el mismo estado:
 - Aeronaves y naves marítimas y fluviales: Treinta (30) UVC.
 - Terrestres : (6) UVC.
- c) Cinco (5) UVC en mercancías que se declaran bajo el régimen especial de tránsito aduanero internacional.
- d) Dos (2) UVC en mercancías, por cada guía de tránsito que se declaran bajo el Régimen de Tránsito Aduanero Nacional.

NOTA : Cada UVC tiene un valor equivalente a US\$ 2.63

No esta sujeto a esta tasa, el ingreso al país o la salida de él, de vehículos de transporte de uso comercial internacional de personas y mercancías, los vehículos particulares de turismo y las unidades de transporte o carga.

Se exceptúa de esta tasa de control los envíos de socorro.

3.2.2.3 TASA DE ALMACENAJE.-

De mercaderías y unidades de transporte o carga, en almacenes temporales del Servicio de Aduanas, que se aplicará de la siguiente manera:

Tasa de almacenaje de EMSA:

Peso en Kilos.		TARIFAS
Desde	Hasta	EN DOLARES US\$
0	50	7
51	100	12
101	300	18
301	500	25
501	750	40
751	1.000	70
1001	2000	90
2001	3000	120
3001	5000	180
5001	10000	240
10001	20000	350
20001	30000	450
30001	40000	600
40001	en adelante	750

Las tarifas indicadas comprenden almacenaje por 7 días calendario, a partir del octavo día se cobrará la tarifa básica más 0.005 por día calendario por Kilo de carga o fracción más el IVA.

NOTA:

Para carga que se requiera de cuarto frío se cobrará US\$ 10.00 de 0 a 100 Kilos y USD \$ 15.00 de 101 Kilos en adelante.

3.2.2.4 TASA DE ANÁLISIS DE LABORATORIO.-

Cuando la aduana preste este servicio: seis (6) UVC, por análisis.

Nota: Cada UVC tiene un valor equivalente a US\$ 2.63

3.2.2.5 TASA DE VIGILANCIA ADUANERA.-

Para el tránsito aduanero US\$ 25 por cada miembro del servicio de vigilancia aduanera por cada medio de movilización custodiado.

3.2.3 IMPUESTOS ESTABLECIDOS EN LEYES ESPECIALES: (Ver anexos Varios).

- 1) **TASA DE FODINFA.-** Mediante la Ley No. 92 publicada en el registro oficial No. 934 el 12 de Mayo de 1998 se creo el fondo de desarrollo para la Infancia.

Entre los otros recursos de este fondo se encuentra el impuesto de 0.5% del valor CIF, aplicable a todas las importaciones, con excepción de los productos utilizados en la elaboración de fármacos de uso humano y veterinario, destinado a cubrir el costo de programas de inversiones para atención y cuidado de los niños Ecuatorianos.

2) IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

Impuesto al valor agregado IVA = 12% (CIF + T).

En todos los casos en los cuales se reconozcan exoneraciones de derechos arancelarios o tarifa cero para el impuesto al valor agregado IVA, al momento de la nacionalización se efectuará obligatoriamente el aforo físico independiente del valor declarado por las mercancías.

3) CUOTA REDIMIBLE DE LA CORPEI.-

La ley de Comercio Exterior e inversiones establece que sus recursos para el cumplimiento de sus funciones de la Corporación de Promoción de exportaciones e Inversiones.

CORPEI LOS SIGUIENTES:

- Las cuotas redimibles de 1.5 por mil sobre el valor FOB de las exportaciones del sector privado.
- 0.50 por mil del valor FOB de las exportaciones de petróleo y sus derivados.
- 0.25 por mil sobre el valor FOB de toda importación.

Estas cuotas redimibles serán entregadas por los exportadores de bienes y servicios al momento de la venta de divisas y por los importadores de mercancías y servicios a la presentación del documento único de importación en los bancos y entidades financieras del país en que se instrumenten las referidas transacciones quienes tienen la función de acreditar diariamente los valores correspondientes a la CORPEI.

3.3 EXENCIONES.

Algunos artículos están exentos de pago de impuestos aduaneros ya sea para la importación como para la exportación a consumo, a continuación mencionamos cuales son:

- A) Efectos personales de pasajeros.
- B) Menajes de casa y equipos de trabajo.
- C) Envíos de socorro por catástrofes naturales o siniestros análogos, a favor de entidades del Sector Público o de organizaciones privadas de beneficencia o de socorro.
- D) Donaciones provenientes del exterior, a favor de entidades del sector público o del sector privado, sin fines de lucro, destinadas a cubrir servicios de salubridad,

alimentación, asistencia médica, beneficencia, asistencia técnica, educación, investigación científica y cultura.

No se concederá exención de impuestos aduaneros en las donaciones de vehículos para usos especiales, tales como ambulancias, vehículos clínicos o radiológicos, coche bibliotecas, camiones bomberos, etc. y siempre que su función sea compatible con la institución beneficiaria.

E) Féretros o ánforas que contengan cadáveres o restos humanos.

F) Muestras sin valor comercial.

G) Todas las demás amparadas en leyes especiales.

El Ministro de Finanzas es el único que tiene facultad para que de manera general regule o limite las exenciones previstas en la ley, con el propósito de precautelar el interés nacional.

3.4 INCOTERMS.

PRECIO EXW.- Comprende el precio del producto, mas el primer embalaje, mas el certificado de calidad peso o medida determina el precio ex fábrica, las siglas EXW, en inglés Ex work, y significa que el comprador o importador adquiere la mercadería a u costado de la fábrica o lugar de expendio producción. El vendedor pone los productos a disposición del comprador en sus instalaciones y el comprador soporta todos los riesgos y gastos a partir de ese punto.

PRECIO FOT –FOR. - En inglés Free on Truck o free on railroad, libre sobre camion o ferrocarril. Al valor Ex fábrica s le debe añadir un segundo o tercer envase o embalaje con la finalidad de que la mercadería (dependiendo de la misma) se encuentre debidamente protegida, mas el gasto de acarreo que puede ser manual o a través de una maquina para subir la mercadería al camión o al ferrocarril.

PRECIO FAS.- Este precio free alongside ship, libre a un costado del barco, al precio FOT- FOR se le suma los gastos que se producen tales como transporte interno en el país exportador, tributos internos en el país exportador y el gasto de descarga del

camión al muelle. En este caso el vendedor transporta los productos hasta el muelle, y soporta todos los gastos hasta ese punto de entrega.

El comprador toma la entrega y soporta todos los costos y gastos a partir de allí.

PRECIO FOB.- Este precio free on board en inglés o libre a bordo en español al precio FAS se añade los siguientes gastos enunciativos mas no limitativos: Comisiones, corretajes, derechos arancelarios pagados en el exterior por él envío de la mercadería, derechos consulares, gasto de carga, gasto de estiba, certificados (como de origen, sanitario, fitosanitario.....) , etc. En este caso la responsabilidad del vendedor termina cuando los productos están cargados a bordo de (barco, avión o camión.).

PRECIO C y F .- Al valor FOB se le añade el flete desde el país exportador al país importador y tenemos el valor Costo y Flete C y F Cost and Freight.

PRECIO CIF.- Al valor Costo y flete se le suma el seguro que se debe adquirir en nuestro país y se obtiene el valor CIF Cost Insurance and Freight o sea Costo, seguro y Flete. En este caso el vendedor debe pagar el costo de transferencia y de seguro hasta el destino final.

PRECIO DDP.- (Delivery Duty Paid) El vendedor debe entregar los productos al lugar específico del país importador, es decir todos los gastos pagados , incluyendo los gastos de aduana.

Esta terminología debe utilizarse sin importar el tipo de medio de transporte que se utilice será en la nota de pedido y en la factura comercial y en el contrato que se identificará plenamente el medio de transporte (aéreo, marítimo o terrestre).

Estos INCOTERMS se utiliza sin importar el medio de transporte que puede ser, marítimo, aéreo o terrestre.

3.4.1 RESUMEN DE COSTOS.

Precio de la mercadería

Primer embalaje

Certificado de calidad peso o medida.

PRECIO EX FABRICA:

Segundo embalaje

Tercer embalaje

Gasto de carga de la fábrica al camión.

PRECIO FOT – FOR:

Transporte interno en el país del exportador.

Tributos internos en el país exportador.

Gastos de acarreo del camión al muelle.

PRECIO FAS:

Comisión.

Corretaje.

Derechos arancelarios a la exportación.

Derechos consulares.

Certificados.

Gastos de carga y estiba.

Otros.

PRECIO FOB:

Flete

PRECIO C Y F:

Seguro.

CIF.

3.4.2 MECANISMOS PARA IMPORTAR: (Ver Anexos Varios)

Los mecanismos para importar son arancelarios y para arancelarios:

Mecanismos Arancelarios.- Están determinados por el arancel, se entiende como tal el documento de carácter legal en el que constan todas las mercaderías, que en su clasificación sigue una norma internacional denominada Sistema Armonizado de Clasificación y Designación de la mercadería conocido comúnmente como Sistema Armonizado.

Cuando la comunidad Andina adoptó el Sistema Armonizado tomó el nombre de NANDINA, Nomenclatura Armonizada para el grupo Andina y los países que lo integran son: Ecuador, Colombia, Venezuela, Bolivia y Perú con estos países cuando se importan productos originarios no se pagan ni derechos arancelarios, ni cláusula de salvaguardia. (Resolución No 129 del COMEXI publicado en el registro oficial No 510 del 6 del febrero del 2002).

Como norma de excepción se tendría la Comercialización con el Perú, que se debe ver si el producto que se va a comercializar está o no-negociado en la rebaja arancelaria.

Cuando el Sistema Armonizado adoptó ALADI Asociación Latinoamericana de integración, Los productos originarios de esa región y que están negociados deben pagar los derechos arancelarios con un trato de preferencias de aranceles.

Los países de ALADI son: Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay, Brasil, México y Cuba.

Venezuela, Colombia, Perú y Bolivia son miembros de la Comunidad Andina y las ventajas de desgravación son totales.

Con los países de Chile, Uruguay, Cuba, el Ecuador ha firmado convenios de complementación económica.

3.4.3 MEDIDA DE SALVAGUARDA.-

Aplicar una medida de salvaguarda provisional, por un período de doscientos días a las importaciones procedentes y originarias de los países miembros de la Comunidad Andina consiste en un derecho ad valorem equivalente al arancel nacional vigente a la fecha de presentación de la declaración a consumo. Esto sirve para salvaguardar la producción nacional. Ejemplo.

La medida de salvaguardia es del 15% para los siguientes productos.

PARTIDA	DESCRIPCION	CUPO DE IMPORTACIÓN
---------	-------------	---------------------

Placas y baldosas, de cerámica sin barnizar ni esmaltar para pavimentación y revestimiento; cubos dados, artículos similares, de cerámica, para mosaicos, barnizados y esmaltados, incluso con soporte.

690710.00	sin barnizar ni esmaltar	0 toneladas.
6907.90.00	Los demás sin barnizar ni esmaltar	1.674 toneladas.
6908.10.00	Sin barnizar ni esmaltar	0 toneladas
6907.90.00	Las demás sin barnizar ni esmaltar	6903 toneladas.

Esta medida se aplicará cuando las importaciones de los señalados productos hayan superado los cupos de importación determinados anteriormente.

(Resolución del COMEXI No 158 publicado en el registro oficial No 649 del 27 de Agosto del 2002).

3.4.4 Definición de Arancel.

Sistema de gravámenes que se aplica a la importación de las mercaderías para proteger la industria nacional o el área de una integración, genera recursos fiscales, orienta la estructura, el consumo o sirve para corregir los desequilibrios de la balanza de pagos.

3.4.4.1 ARANCEL EXTERNO COMUN.

De conformidad con el artículo 92 del acuerdo de Cartagena mediante la decisión 370 de Noviembre de 1.994 los países miembros de la Comunidad Andina aprobaron el arancel externo común, a partir del 6 de marzo del 2002, se adoptó un nuevo arancel basado en la decisión No 507 de la comisión de la comunidad Andina el mismo que fue publicado en el registro oficial No 547 del 3 de abril del 2002.

3.4.4.2 ESTRUCTURA DEL ARANCEL.

Estadística: Esta integrado por ocho dígitos los cuales no se pueden cambiar a nivel de la Comunidad Andina, y se denomina la subpartida arancelaria regional.

A nivel de 6 dígitos esta codificación no puede cambiar los países por disposición de la OMC, y se denomina subpartida arancelaria internacional.

A nivel de 4 dígitos se denomina la partida arancelaria.

A nivel de 2 dígitos se denomina capítulo.

El Ecuador tiene sub partida a nivel de 10 dígitos y se denomina subpartida arancelaria nacional.

Subpartida arancelaria Nacional.	0000.00.00.00
Subpartida arancelaria regional	0000.00.00
Subpartida arancelaria Internacional	0000.00
Partida arancelaria	0000
Capítulo	00

REQUISITOS NECESARIOS PARA LA IMPORTACIÓN. (Ver anexos Varios.)

3.4.5 Certificados:

3.4.5.1 CERTIFICADO DE ORIGEN.- Es un documento que nos envía el exportador a petición del importador y nos indica que la mercadería es producida y fabricada en ese país, y sirve para que el importador tenga un trato de preferencias de aranceles por parte de las autoridades ecuatorianas, documento necesario cuando se importa de los países del CAN y ALADI.

3.4.5.2 CERTIFICADO DE CALIDAD.- Certifica que la mercancía se ha elaborado con las normas internacionales de fabricación internacional las cuales son las normas ISO 9000, 9002, 9003, 9004 o ISO 9000/2000, ISO 14000

En la actualidad debido a la apertura de fronteras y a las políticas de globalización, el crecimiento de la competencia en calidad es más Intensa tanto en el campo industrial como en el tipo de vida de la sociedad, a punto de que la calidad se ha constituido en el factor más crítico del comercio mundial, esto debido a múltiples razones las cuales las podemos sintetizar en las siguientes:

- Demandas más exigentes.
- Competencia cada vez más agresiva.
- Exigencias de mayor rentabilidad.
- Responsabilidad de los productos.
- Leyes y regulaciones.

3.4.5.3 CERTIFICADO DE INSPECCION.- Otorgan las verificadoras de acuerdo con las disposiciones legales vigentes, si la mercadería tiene un valor FOB de US\$ 4.000 o más se debe efectuar la verificación en el lugar de embarque o de origen de la mercancía, el importador debe pagar por este servicio un mínimo de US\$ 180 más el IVA.

Mediante resolución No 11-2002- R3 publicado en el Registro oficial No 619 de 16 de Julio de 2002, El directorio de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.(CAE) . Establece una tabla para las verificadoras.

1.- MERCADERIA EN GENERAL

embarques.		TARIFA % SOBRE
desde	hasta	VALOR FOB
US\$	US\$	
-----	100.000	0.70
mas de 100.000	500.000	0.65
más de 500.000	1.000.000	0.55
más de 1.000.000	2.000.000	0.40
más de 2.000.000	o más	0.30

2.- GRANELES

-----	500.000	0.30
más de 500.000	1.000.000	0.25
más de 1.000.000		0.20

3.- TARIFA MINIMA

180 dólares.

Como carga a granel se tiene otras tales como: pescado, hortalizas, frutas, café, té, especias, malta, aceites, cacao, azufre, sal, tierras, minerales, urea, gas, químicos, abonos, látex, algodón, lino, cáñamo, yute, chancaca, etc.

Mediante resolución No 9485 la Gerencia General de la Corporación Aduanera Ecuatoriana deroga las Resoluciones # 0316 del 20 de Junio del 2002 y # 0355 del 15 de Julio del 2002.

Mercadería cuyo valor FOB es menor de US\$ 4.000 la verificación física se realiza en el Ecuador, los valores que se paga a la verificadora en el país de destino son los siguientes:

Menos de US\$50	25% del valor FOB con un mínimo de \$ 10
De más de US\$ 50 hasta US\$ 99	30% del valor FOB
De más de US\$ 99 hasta US\$ 149	35% del valor FOB
De más de US\$ 149 hasta US\$ 199	40% del valor FOB
De más de US\$ 199 hasta US\$ 1999	US\$ 80
De más de US\$ 1999 hasta US\$ 3999	US\$ 120
De más de US\$ 3999	US\$ 200

Mercadería que entra como liberación tal como menaje de casa y muestras sin valor comercial deben pagar US\$ 90 A estos valores se le debe añadir el 12% por concepto del IVA.

Mediante resolución No 18-2002-R6

Publicado en el Registro oficial No 7290 del 20 de diciembre de 2002, se establece que:

El certificado de origen será necesario cuando venga la mercadería del CAN o de ALADI.

3.4.5.4 Registros:

REGISTRO SANITARIO.

Antes de realizar la importación se debe solicitar al Ministerio de Salud que se aplique la clasificación de los productos los cuales son los siguientes:

Los alimentos procesados o aditivos, medicamentos en general, productos naturales procesados, drogas o dispositivos médicos, productos médicos naturales, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, fabricados en el Ecuador o en el Exterior deberán contar con el registro Sanitario.

Para importar determinados tipos de productos se requiere en forma previa la autorización de alguna entidad pública razón por la cual se debe conseguir el permiso antes de realizar cualquier trámite.

3.4.5.5 Documentos:

DUI.- (Documento único de importación) .- Este documento se está aplicando obligatoriamente desde el 4 de Septiembre de 1.995.

El DUI, consiste en un formulario único que sirve para redactar las declaraciones de importación de mercaderías que por obligación nacida de la Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado y de la ley Orgánica de Aduanas, se deben presentar primero, ante el Banco Central del Ecuador y, luego, a las administraciones distritales aduaneras.

La creación y aplicación del DUI constituye un paso más para la simplificación del procedimiento administrativo del comercio exterior y tiene como objetivo la facilitación del despacho de las mercancías importadas al país, lo cual solo ha sido posible por la activa coordinación de los funcionarios del Servicio Nacional de Aduanas y del Banco Central del Ecuador, enriquecidos con las sugerencias de los Agentes de Aduanas y las Cámaras de producción.

BANCO CORRESPONSAL.- Se debe proceder a llenar el Documento Unico de Importación DUI para presentarlo al Banco Corresponsal.

El DUI esta integrado de tres formularios los mismos que son los siguientes:

Formulario A.

Es un documento que siempre debe estar presente debe obtener el visto bueno del banco corresponsal en forma previa al embarque de la mercadería y sirve para importar una sola partida arancelaria.

Formulario B.

Sirve cuando se requiere importar 2 o más subpartidas arancelarias, este documento debe ser aprobado por el Banco Corresponsal antes del embarque de la mercancía.

Formulario C.

Sirve para que el importador determine la autoliquidación de los tributos.

Si la mercadería llega al país sin visto bueno de parte del Banco Corresponsal la mercadería debe ser reembarcada.

Sólo la Corporación Aduanera Ecuatoriana puede autorizar embarques parciales cuando se trata de maquinaria, aparatos de gran volumen que requieren de grandes embarques o por falta de espacios de las naves.

CASOS QUE NO REQUIEREN VISTO BUENO DEL BANCO CORRESPONSAL.

- Aquellos cuyo Valor FOB por embarque no exceda de los 4.000 dólares FOB.
- Efectos personales.
- Menaje de casa y equipo de trabajo.
- Envíos de socorro.
- Donaciones.
- Féretros y ánforas que contengan restos humanos.
- Muestras sin valor comercial.
- Mercadería que fuere exportada y regrese al país por causas establecidas en la legislación aduanera.
- Las que se introduzcan por el tráfico internacional o courier.
- Las que se importen en reposición de aquellas devueltas o extraviadas o perdidas, dañadas en importaciones efectuadas al amparo de declaraciones de importación que cuenten con el respectivo visto bueno.
- Las importaciones que realicen las compañías extranjeras para el cumplimiento de contratos de exploración o explotación de hidrocarburos suscritos con Petroecuador y sus filiales.
- Las que importan al país al amparo y dentro de las limitaciones que para el efecto establecen la ley de inmunidades privilegios y franquicias diplomáticas.

PLAZO DE VALIDEZ DEL DUI UNA VEZ QUE SEA APROBADO POR EL BANCO CORRESPONSAL.

Si la mercadería no tiene ningún tipo de restricciones es indefinido y sirve para un solo embarque.

Si la mercadería tiene restricciones el plazo está determinado en las autorizaciones y sirve para un solo embarque.

DAV. – (Declaración en aduana del Valor.) Este documento será utilizado para la determinación del valor en aduana de las mercancías importadas, para cuyo objetivo las Gerencias Distritales exigirán al importador cumplir con este requisito. El DAV consta de 2 formularios: Formulario 1 DAV (1) y formulario 2 DAV(2).

El importador será responsable directo de la veracidad, exactitud de los datos consignados en el DAV, así como de los documentos que se adjunten y que sean necesarios para la determinación del valor aduanero de las mercancías.

El formato de la DAV está designado para consignar los datos de los productos que ampara una solo factura comercial. De existir mas facturas se tendrán que llenar formularios adicionales, en los que se debe detallarse la descripción de las mercancías a importarse. La declaración en Aduana del valor servirá como base para el llenado del DUI, será obligatoria la presentación y tendrá aplicación a nivel nacional.

3.4.6 SEGURO.

Personas que intervienen en la póliza de seguro:

- Compañía aseguradora.
- Asegurado
- Peticionario.
- Beneficiario.

Formas de Cobertura:

- Libre avería Particular.
- Con avería particular.
- Contra todo riesgo.

3.4.6.1 Seguro con libre avería particular.

El asegurador es responsable por pérdidas y danos que sufre la mercadería asegurada únicamente cuando son consecuencia directa de uno de los siguientes eventos, llamados accidentes específicos.

Terremotos, erupción, marejada, inundación, encalladura, buque haciendo agua y buscando puerto de refugio, colisión con una sustancia sólida, volcadura, descarrilamiento, caída de puentes, caída de aeronaves, explosión, incendio, así como también pérdida total del bulto completo (mercadería y empaque) que ocurra durante la carga, descarga y trasbordo entendiéndose para tales fines de esta cláusula como pérdida total de la desaparición física de un bulto por caída al agua mismo.

3.4.6.2 Seguro con avería particular.

El asegurador es responsable por pérdida o danos que sufra la mercancía asegurada, con exclusión de los riesgos especiales que constan a continuación a menos que se cubran expresamente mediante Condiciones Particulares.

- Mojadura por agua dulce o exudación del buque.
- Oxidación.
- Rotura.
- Derrame.
- Pérdidas o danos causados por ratas.
- Pérdidas o danos causados por bichos provenientes por fuente externa.
- Contaminación por olores extraños.
- Robo, ratería o por falta de entrega.

Estos riesgos especiales están sin embargo cubiertos si la pérdida o daño ha sido causado por un accidente específico.

3.4.6.3 Seguro contra todo riesgo.

- La compañía de seguros protege la mercadería contra cualquier clase de riesgo.

3.4.6.4 CAUSAS QUE ANULAN EL SEGURO.

- a. Si el asegurado hubiese declarado con falsedad o retinencia aquellas circunstancias que conocidas por la compañía le hubieran hecho desistir de la celebración del contrato o estipular condiciones más gravosas.
- b. La mala fe del asegurado en la reclamación o comprobación del derecho al pago del importe de determinado siniestro.
- c. La falta de pago de la prima del seguro o parte del solicitante en el momento de la expedición de la póliza o aplicación, o según lo establecido en las condiciones particulares de la misma.
- d. Si el seguro ha sido contratado con posterioridad a la ocurrencia del siniestro, tomando como base la fecha de emisión de la correspondiente póliza o la aceptación de la aplicación.

De acuerdo con la legislación Ecuatoriana se debe obtener una póliza de seguro en una compañía aseguradora radicada en el país.

Si no se obtiene el seguro la gerencia del distrito procederá a efectuar un ajuste por no haber obtenido la póliza de seguro en el país, este ajuste se lo realiza al valor costo Costo y Flete de la mercancía equivalente al 2% del Valor Costo y Flete.

3.4.6.5 VALOR DE LA POLIZA DE SEGURO.

- Prima % sobre el valor o suma asegurada
- 3.5% de contribución a la Superintendencia de Bancos 3.5% CSB del valor de la prima Derecho de emisión (DE).
- IVA 12% de la suma de prima + 3.5% CSB + DE

3.4.6.6 VALOR ASEGURADO

Valor asegurado que término debemos aplicar (FOB, CyF).

3.4.7 BILL OF LADING (Conocimiento de embarque).

Es uno de los documentos de mayor importancia dentro del transporte de mercancías por mar; presentan las siguientes características:

- Es una evidencia del contrato de transporte
- Es un recibo de las mercancías embarcadas.
- Es un documento de título de propiedad de las mercaderías sin el cual no se puede normalmente retirar la mercadería.

Puede haber varios originales de conocimientos de embarque, los que deben estar numerados y deben indicar el número de originales expedidos; El conocimiento principal (primer original) queda en poder del capitán, los demás sirven para el adelanto de gestiones a realizarse por parte de los interesados (créditos) La correcta presentación del original ante la empresa de transportación marítima.

Dentro de los conocimientos de embarque podemos destacar los siguientes:

- Conocimiento de embarque On Board.

Son extendidos por el capitán de la nave o sus agentes, una vez que la mercadería ha sido embarcada.

- Conocimiento de embarque limpio

Es aquel que no guarda reserva alguna en cuanto al estado y condición de la mercancía embarcada, indica que las mercancías han sido recibidas en aparente buen estado.

- Conocimiento de embarque aéreo o Guía Aérea.

Es el documento a través del cual la compañía aérea reconoce haber recibido las mercaderías para su transporte hasta lugar de destino.

- Carta Porte.

Es el documento que se utiliza para la vía terrestre.

CAPITULO 4

4) INVERSIONES DEL PROYECTO.

Las inversiones que MAURICIO DOUSDEBES CIA Ltda. Debe efectuar, previas a la puesta en marcha del proyecto son las que se detallan a continuación:

INVERSIONES.

4.1 INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS. (Ver anexo 2).

Constituyen todas aquellas inversiones que se deberán realizar en los bienes tangibles que sirven de apoyo en la operación normal del proyecto:

- **MUEBLES Y ENSERES:** Se compraran por un valor de USD 1.500.
- **EQUIPOS DE COMPUTACIÓN:** valorados en USD 2.500
- **VEHÍCULOS:** Una camioneta Hyundai valorada en USD 11.200

4.2 DIFERIDOS.(Ver anexo 2)

Son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios y derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

- **REGISTROS SANITARIOS:** USD 7,700
- **CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA:** USD 800

4.2.1 GASTOS DE PUESTA EN MARCHA. (Ver anexo 4).

Aquí se incluyen ciertos desembolsos previos que se efectúan antes de la puesta en marcha del proyecto como: publicidad necesaria para dar a conocer al público consumidor de nuestra presencia en el mercado y de las ventajas que ofrecen nuestros productos en cuanto a buenos precios, calidad y stock suficiente para abastecer a nuestros clientes sin ocasionarles quiebres de stock.

Por regla general solo debe incluirse como inversiones aquellos costos en que se deberá incurrir, solo si se decide llevar a cabo el proyecto.

4.2.2 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES. (Ver anexo 3)

Se considerara la pérdida de valor contable de los activos diferidos anteriormente mencionados.

Según la ley vigente estos son los porcentajes que se deben utilizar para el cálculo de la depreciación de activos fijos y diferidos.

ACTIVOS FIJOS.

VEHÍCULOS : 20%

MUEBLES Y ENSERES: 10%

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN: 33%

ACTIVOS DIFERIDOS.

REGISTROS SANITARIOS: 20%

GASTOS DE CONSTITUCIÓN: 20%

4.3 INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO. (Ver anexo 4)

Esta inversión esta dada por los activos corrientes, necesarios para la operación normal de este proyecto durante un ciclo productivo, una capacidad y tamaño determinados para el caso de MAURICIO DOUSDEBES CIA Ltda.

- 1) Se inicia con el primer desembolso para adquirir la mercadería, es decir 1.50 meses antes del despacho de la mercadería por parte del proveedor.
- 2) Procedimientos aduaneros, tramites de importación y desaduanización de la misma, la cual trae una duración aproximada de 5 días hábiles.
- 3) Procedimientos de liquidación de precios de la mercadería importada y el respectivo bodegaje, esto toma 2 días.
- 4) Comercialización y recuperación de cartera, esto toma 2 meses.

En total el ciclo productivo considerado para el calculo del capital de trabajo será de 112 días.

4.4 CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO. (Ver anexo 4)

- 1) SUELDOS.- El pago de los sueldos es un monto mensual, incluido beneficios de ley, por un valor de USD 3.500.
- 2) ARRIENDO.- El arriendo es por la bodega y oficina por una valor de USD 550.
- 3) UTILES DE OFICINA.- Por un valor de USD 80.

- 4) **MANTENIMIENTO Y COMBUSTIBLE.-** Por un valor de USD 100.
- 5) **LUZ Y AGUA.-** Por una valor de USD 110.
- 6) **TELEFONO.-** Por un valor de USD 80.
- 7) **VARIOS.-** Por un valor de USD 70.
- 8) **REGALIAS.-** Por un valor de USD 444.
- 9) **PUBLICIDAD Y PROPAGANDA.-** Por un valor de USD 444.
- 10) **GASTO GESTION SOCIOS.-** Por un valor de USD 111.
- 11) **TELEFONOS MOVILES.-** Por un valor de USD 222.
- 12) **FLETES EN VENTAS.-** Por un valor de USD 222.
- 13) **EVENTOS Y DEMOSTRACIONES.-** Por un valor de USD 267.
- 14) **MUESTRAS.-** Por un valor de USD 222.
- 15) **MOVILIZACIÓN Y VIÁTICOS.-** Por un valor de USD 115.
- 16) **DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.** Por un valor de USD 410.
- 17) **COMISIONES MATRIZ.-** Por un valor de USD 333.

4.5) FINANCIAMIENTO.

Para poner en marcha el proyecto se necesitara USD 90.000 los cuales serán aportados de la siguiente manera: 62.2% por aporte de los socios y el otro 37.7% seria un crédito financiero bancario.

Debido a que la inversión es grande se solicitara un crédito financiero al banco por un valor de USD 34.000 pagaderos a 12 meses al 16 % de interés anual.

El aporte de los socios será USD 56.000.

El costo total de la inversión es de USD 76,666.95 el cual se lo puede apreciar en la siguiente tabla.

NOTA: El saldo de USD 13,333.05 será utilizado como reserva cuando el proyecto se quede sin liquidez por las ventas a crédito, todos sabemos que en nuestro país no se paga cuando debe de ser y siempre se pasan del tiempo de vencimiento de la factura, por lo cual nos obliga a tener este fondo de reserva.

MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA

**INVERSION INICIAL DEL PROYECTO
(EN DOLARES)**

ACTIVOS FIJOS

MUEBLES Y ENSERES	1,500.00
VEHICULOS	11,200.00
EQUIPO DE COMPUTO	2,500.00

12.50
186.67
68.75

TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS	15,200.00
--------------------------------------	------------------

267.92	depreciacion
---------------	---------------------

OTROS ACTIVOS

REGISTROS SANITARIOS	7,700.00
GASTOS DE CONSTITUCION	800.00

128.33
13.33

TOTAL INVERSION OTROS ACTIVOS	8,500.00
--------------------------------------	-----------------

141.67	amortizacion
---------------	---------------------

CAPITAL DE TRABAJO

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	52,966.95
---------------------------------	------------------

TOTAL DE LA INVERSION	76,666.95
------------------------------	------------------

**PROYECTO DE IMPORTACIONES
ELABORADO POR : MAURICIO DOUSDEBES**

MAURICIO DOUSDEBES CIA LTDA

**CAPITAL DE TRABAJO INICIAL DEL CICLO PRODUCTIVO
(EN DOLARES)**

	MENSUAL	CICLO PRODUCTIVO 112 DIAS
COSTO DE VENTAS	42,399.95	158,293.15
GASTOS ADM Y GENERALES		
SUELDOS ADM.	2,000.00	
UTILES DE OFICINA	80.00	
ARRIENDO	550.00	
DEPRECIACION Y AMORT.	410.00	
LUZ Y AGUA	110.00	
TELEFONO	80.00	
VARIOS	20.00	
TOTAL GASTOS ADM. Y GENERALES	3,250.00	12,133.33

GASTO DE VENTAS		
SUELDOS AREA COMERCIAL	1,500.00	
REGALIAS	444.00	
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	444.00	
GASTO GESTION SOCIOS	111.00	
TELEFONOS MOVILES	222.00	
FLETES EN VENTAS	222.00	
EVENTOS Y DEMOSTRACIONES	267.00	
MUESTRAS	222.00	
MANTENIMIENTO Y COMBUSTIBLE	100.00	
VARIOS IMPREVISTOS	50.00	
MOVILIZACION Y VIATICOS	115.00	
COMISIONES MATRIZ	333.00	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	4,030.00	15,045.33

GASTOS FINANCIEROS

INTERESES Y CAPITAL EL CREDITO	3,287.00	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	3,287.00	12,271.47

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO DEL CICLO	52,966.95	197,743.28
---	------------------	-------------------

PROYECTO DE IMPORTACIONES

ELABORADO POR: MAURICIO DOUSDEBES

TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO DEL PROYECTO

AÑO 01	
VALOR DE CAPITAL	34000
TASA	16%
PLAZO	12 MESES

DIVIDENDOS TRIMESTRALES (EN DOLARES)

	CUOTA CAP	INTERES	DIVIDENDO
TRIMESTRE 01	8,500	1,360	9,860
TRIMESTRE 02	8,500	1,020	9,520
TRIMESTRE 03	8,500	680	9,180
TRIMESTRE 04	8,500	340	8,840
TOTALES	34,000	3,400	37,400

	CAPITAL REDUCIDO
16%	34000
16%	25500
16%	17000
16%	8500

PROYECTO DE IMPORTACIONES
ELABORADO POR: Mauricio Dousdebés.

CAPITULO 5

5)ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO.

5.1 EVALUACION DEL PROYECTO.

Para realizar la evaluación del proyecto se van a analizar a continuación, los diferentes gastos en que se va a incurrir y su respectiva estimación, la medida en que cambian los resultados de los balances, así como también la aplicación de los ratios financieros respectivos, para demostrar los resultados que se van a obtener con la puesta en marcha del proyecto. En conclusión si conviene o no el desarrollo del mismo.

5.2 GASTOS ESTIMADOS.

Para la estimación de los gastos se ha considerado un incremento anual, como se detalla a continuación:

5.2.1 ADMINISTRATIVOS: (Ver anexo 7)

- SUELDOS: 10% De incremento anual.
- SUMINISTROS: 5% De incremento anual
- SERVICIOS PUBLICOS: 5% De incremento anual.
- VARIOS IMPREVISTOS: Se han calculado con un incremento del 50% anual.

5.2.2 DE VENTAS: (Ver anexo 6).

- Los gastos de ventas varían dependiendo del incremento o disminución de las mismas de acuerdo con la siguiente tabla:
- REGALIAS: 2% de las ventas totales.
- COMISIONES FUERZA DE VENTAS: 1.50% de las ventas totales.
- MOVILIZACIÓN Y VIAJES: 0.520% de las ventas totales.
- PUBLICIDAD Y PRPAGANDA: 2% de las ventas totales.
- GASTO GESTION SOCIOS: 0.5% de las ventas totales.
- TELEFONOS Y CELULARES: 1% de las ventas totales.
- FLETES EN VENTAS: 1% de las ventas totales.
- EVENTOS Y DEMOSTRACIONES: 1.200% de las ventas totales.
- MUESTRAS : 1% de las ventas totales.
- MANTENIMIENTO Y COMBUSTIBLE: 0.450% de las ventas totales.
- VARIOS IMPREVISTOS: 0.227%. De las ventas totales.

NOTA: Las ventas aumentan para el segundo año un 8% y para el tercer año en un 10%.

5.2.3 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES. (Ver anexo 3)

- Las depreciaciones y amortizaciones del proyecto, se han calculado sobre la base de lo dispuesto por la ley.

5.2.4 GASTOS FINANCIEROS: (Ver anexo 5).

Estos gastos varían de acuerdo al requerimiento del crédito. En nuestro caso solo tenemos gastos financieros en el primer año, porque en este mismo año se acaba de pagar el valor total de la deuda por USD 34.000. Los gastos financieros al final del año 1 son de USD 3.400.

5.2.5 INGRESOS: (Ver anexo 6)

Nuestro margen de utilidad varia desde un 132% como mínimo y un 150% como máximo, sobre el costo de ventas.

En los 3 años de duración del proyecto los precios de los productos son los mismos, no aumentan, lo único que varia es el costo de ventas.

Para el año 1: 40%

Para el año 2: 42%

Para el año 3: 43%

5.2.6 VENTAS: (Ver anexo 6)

En nuestro proyecto las ventas se incrementan por volumen y no por aumento de precio, las variaciones de las ventas son las siguientes:

- Para el año 2 las ventas se incrementan en un 8% más, con respecto a las ventas de año 1.
- Para el año 3 las ventas se incrementan en un 10% más con respecto a las ventas de año 2.

NOTA: En una empresa pequeña que comercializa productos de consumo masivo el margen de crecimiento anual puede variar desde 1% como mínimo hasta 12% como máximo

5.3 FLUJO DE CAJA. (Ver anexo 8)

El estudio del flujo de caja del proyecto constituye uno de los elementos más importantes, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen.

- En el año 1 el flujo de caja arroja una cifra positiva de USD 56.137
- Los valores que se encuentran en el flujo son tomados del Estado de Perdidas y ganancias.
- En el año cero del proyecto se incluye el valor total de la Inversión inicial.
- Para la proyección del año 3 se toma en cuenta el valor residual de los activos fijos al final del proyecto.

Nota: Es Necesario mencionar que todos aquellos rubros que no impliquen pago de dinero, tales como las depreciaciones y amortizaciones, se consideran para el cálculo del flujo de caja solo para efectos tributarios.

5.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.

5.4.1 Estado de Resultados. (Ver anexo 9)

Estado financiero que presenta los ingresos, gastos y beneficios neto de una empresa a lo largo del periodo.

La conformación del estado de resultados se lo efectúa sobre la base de las ventas netas de cada año, con su respectivo crecimiento señalado anteriormente, de igual forma el costo de ventas, los gastos de índole administrativa, ventas y financieros se proyectan para tres años que es el tiempo de duración del proyecto.

5.4.2 Balance General. (Ver anexo 10)

El Balance General refleja los activos, pasivos y patrimonio de la empresa.

5.5 RATIOS FINANCIEROS.

Tomando como base los estados de resultados proyectados se calculan los ratios financieros, los cuales son una herramienta útil para evaluar la situación de la empresa siempre y cuando se realice un análisis comparativo de los mismos. Los ratios que se tomaran en cuenta para el análisis del proyecto son:

Ratios de eficiencia, de liquidez, de apalancamiento y rentabilidad.

5.5.1 RATIOS DE LIQUIDEZ.

La liquidez de una empresa representa la capacidad de sus activos de convertirse rápidamente en efectivo, a un bajo costo, es decir, indican la capacidad de la empresa de cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

5.5.1.1 Ratio Circulante o Corriente.

Activo corriente/ Pasivo Corriente.

En nuestro análisis, este índice se mantiene en 2.24 lo cual indica que por cada dólar de obligaciones a corto plazo, la empresa cuenta con un mínimo de 2.24 dólares de su activo corriente para cubrir las mismas.

5.5.1.2 Ratio de la prueba ácida.

Caja + Cuentas por cobrar / Pasivo corriente

Este índice considera las cuentas mas liquidas para cubrir con el pasivo corriente, por ende no considera los inventarios. Para este proyecto se encuentra en 0.89, es decir la empresa puede cubrir mínimo 0.89 veces sus pasivos a corto plazo con sus activos más líquidos.

5.5.2 RATIOS DE EFICIENCIA.

5.5.2.1 Rotación de activo total: Ventas / Activos totales medios.

Muestra la intensidad con que se están utilizando los activos de la empresa.

Cada dólar invertido en activos soporta USD 1.60 como mínimo y USD 1.80 como máximo.

Nota : Para este cálculo el inventario se mantiene igual para los tres años.

5.5.2.2 Rotación de activo fijo: Ventas / Activo fijo Medio.

El índice de rotación de las ventas de la empresa con respecto a los activos fijos medios se incrementa cada año y va desde USD 15.41 a USD 38.41, es decir, que por cada dólar invertido en activo se genera mínimo USD 15.41 en ventas. Esto se debe a que anualmente se incrementan las ventas y los activos fijo varían en una proporción menor.

5.5.2.3 Rotación de stock: Costo de Ventas / Existencias medias.

Es la tasa a la que las empresas rotan sus existencias, es considerada a menudo como un signo de eficiencia.

La rotación del inventario se mantiene en 3 veces al año.

Nota : Para el cálculo de la rotación se toma en cuenta el costo de ventas anual / existencias medias que es un contenedor promedio.

5.5.2.4 Existencias equivalentes a las ventas diarias: Existencias medias / (Costo de Ventas/ 365.

Indica el número de días que se tarda en vender el nivel actual de inventario.

39.420/ 317.34

Para nuestro caso es de 124 días.

Nota: Las existencias medias equivalen a un contenedor.

5.5.2.5 Período medio de cobro: Cuantas por cobrar medias / ventas medias diarias.

Mide la velocidad con la que los clientes pagan sus facturas.

En nuestro caso es de 40 días.

5.5.3 RATIOS DE APALANCAMIENTO.

5.5.3.1 Ratio de Endeudamiento total: Pasivos Totales / Activos totales.

Este índice se mantiene en 40%, con respecto al activo total, este porcentaje está financiado por el pasivo total. Entre mayor proporción de deuda sea utilizada para financiar al activo, el riesgo de la empresa es mayor.

5.5.3.2 Ratio del patrimonio sobre activo: Patrimonio/ sobre activo total.

La empresa financia su activo total en un 60% con su capital propio.

5.5.3.3 Ratio de cobertura Intereses: Utilidad antes de intereses e impuestos/ intereses.

Este ratio varía de acuerdo al pago de intereses en cada año, es así que para el año 1 se tiene USD 23.63 de utilidades, antes de intereses e impuestos para cubrir cada dólar de interés.

Nota: Cabe recalcar que solo se paga intereses en el año 1 porque la deuda se acaba de pagar en el mismo año.

5.5.4 RATIOS DE RENTABILIDAD.

5.5.4.1 Margen de beneficio neto: (Utilidades antes de intereses e impuestos- impuestos)/ ventas.

Indica la proporción de las ventas que termina siendo utilidad.

En el proyecto, este índice es del 18% de rentabilidad neta frente a las ventas.

5.5.4.2 Rentabilidad sobre los activos:

Utilidad antes de intereses e impuestos - impuestos / activos medios totales.

La rentabilidad de la empresa es positiva del 34% para el año 1.

5.5.4.3 Rentabilidad sobre ventas: Utilidad neta / Ventas.

Este ratio se mantiene durante los próximos años entre un 14% a 17% de rentabilidad sobre ventas.

5.5.4.4 Rentabilidad sobre activos (ROA): Utilidad neta sobre/ activo total

La rentabilidad neta que tiene la empresa sobre sus activos totales es del 28%.

5.5.4.5 Rentabilidad sobre patrimonio: Utilidad neta/ Patrimonio.

La rentabilidad de los accionistas al invertir su capital en la empresa es del 48%.

5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO. (Ver anexo 11)

El punto de equilibrio nos muestra el nivel mínimo de ventas para que la empresa logre cubrir sus costos fijos, lo cual se calcula con esta formula:

$$\frac{\text{Costos Fijos.}}{1 - (\text{Costos variables} / \text{Ventas})}$$

Como se puede apreciar las ventas proyectadas superan el punto de equilibrio en todos los años del proyecto; así que para el año 1 deberá venderse como mínimo USD 196.205,95 lo que representa el 43.58% de las ventas proyectadas para ese año.

NOTA: Para los costos variables se tomo en cuenta el costo de ventas y las comisiones en ventas.

5.7 VALOR ACTUAL NETO (VAN).- (Ver anexo 8).

El análisis del VAN determina hasta donde puede modificarse el valor de una variable, para que el proyecto siga siendo rentable.

- En nuestro proyecto el VAN es de \$ 69,219.02

5.8 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).- (Ver anexo 8).

Es la tasa de descuento que hace igual a cero el VAN del flujo de caja proyectado.

Por definición el VAN es igual a cero cuando la TIR es igual a la tasa descuento.

En nuestro proyecto la TIR es de 69 %.

NOTA: LA TASA DE DESCUENTO PARA EL CALCULO DEL VAN
SE COMPONE DE :

TASA T –BILL= 3% (BONOS DEL ESTADO DE E.U.)

RIESGO PAIS = 11.02%

TASA DE INFLACIÓN = 7.07%

TASA DE DESCUENTO = 22%

MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA.

FLUJO NETO DE CAJA DEL PROYECTO (EN DOLARES)

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS NETAS GRAVADAS TARIFA 12%		289,579.00	312,745.00	344,018.00
- TOTAL COSTO DE VENTAS		115,832.00	131,353.00	147,928.00
- GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS(excluye dep y amort.)		85,083.00	92,866.00	115,008.00
- DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS		3,215.00	3,215.00	3,215.00
- AMORTIZACION ACTIVOS DIFERIDOS.		1,700.00	1,700.00	1,700.00
- GASTO COMISION CTAS INCOBRABLES.				
- GASTOS FINANCIEROS		3,400.00		
- 15% PARTICIP. TRABAJADORES.		12,052.00	12,542.00	11,425.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		68,297.00	71,069.00	64,742.00
- IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO		17,074.00	17,767.00	16,186.00
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		51,222.00	53,302.00	48,557.00
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS		3,215.00	3,215.00	3,215.00
AMORTIZACION ACTIVOS DIFERIDOS		1,700.00	1,700.00	1,700.00
- ACTIVOS FIJOS	-15,200.00			
-ACTIVOS DIFERIDOS	-8,500.00			
- CAPITAL DE TRABAJO	-52,966.95			52,966.95
VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS				3,888.75
TOTAL	-76,666.95	56,137.00	58,217.00	110,327.70

VAN \$69,219.02

TIR 69%

TASA DE DESCUENTO

22%

(RIESGO PAIS 11.02% + T-BILL 3% + INFLACION 7.07 % = 22%)

Proyecto de importaciones
Elaborado por: Mauricio Dousdeb.

MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO
(EN DOLARES)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS NETAS	289,579.00	312,745.00	344,018.00
-COSTO DE VENTAS	115,832.00	131,353.00	147,928.00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	173,747.00	181,392.00	196,090.00
-GASTOS DE OPERACIÓN			
De administracion	34,080.00	37,422.00	41,148.00
De ventas	51,003.00	55,444.00	73,860.00
Depreciaciones y amortizaciones	4,915.00	4,915.00	4,915.00
TOTAL	89,998.00	97,781.00	119,923.00
-GASTOS FINANCIEROS	3,400.00		
UTILIDAD EN OPERACIONES	80,349.00	83,612.00	76,168.00
- 15% PARA TRABAJADORES	12,052.00	12,542.00	11,425.00
-25% IMPUESTO A LA RENTA	17,074.00	17,767.00	16,186.00
UTILIDAD A FAVOR DE LOS ACCIONISTAS	51,222.00	53,302.00	48,557.00

Proyecto de importaciones.
Elaborado por: Mauricio Dousedeb

MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA

VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS (EN DOLARES)

DETALLE	MUEBLES Y ENSERES	EQUIPOS DE COMPUTACION	VEHICULOS	
VALOR EN LIBROS	1,500.00	0.00	11,200.00	
VALOR DE SALVAMENTO	900.00	1,500.00	7,200.00	
UTILIDAD O PERDIDA	600.00	1,500.00	4,000.00	
IMPUESTO (36.25%)	217.50	543.75	1,450.00	
VALOR NETO RESIDUAL	382.50	956.25	2,550.00	3,888.75

Proyecto de importaciones
Elaborado por : Mauricio Dousdebés.

MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA

CUADROS DE DEPRECIACION (EN DOLARES)

ACTIVOS FIJOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VEHICULO	11,200.00		
	2,240.00	2,240.00	2,240.00
	2,240.00	4,480.00	6,720.00

5 AÑOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
EQUIPOS DE COMPUTACION	2,500.00		
	825.00	825.00	825.00
	825.00	1,650.00	2,475.00

3 AÑOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
MUBLES Y ENSERES	1,500.00		
	150.00	150.00	150.00
	150.00	300.00	450.00

10 AÑOS

ACTIVOS DIFERIDOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
REGISTROS SANITARIOS	7,700.00		
	1,540.00	1,540.00	1,540.00
	1,540.00	3,080.00	4,620.00

5 AÑOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
GASTOS DE CONSTITUCION	800.00		
	160.00	160.00	160.00
	160.00	320.00	480.00

5 AÑOS

Proyecto de importaciones

Elaborado por : Mauricio Dousdebés.

MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA.

**CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO
(EN DOLARES)**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3
VENTAS	289,579.00	312,745.00	344,018.00
COSTOS VARIABLES	120,176.00	136,044.00	154,693.00
COSTOS FIJOS	114,780.00	123,399.00	140,769.00
PUNTO DE EQUILIBRIO	196,205.95	219,467.16	255,788.03
% PUNTO DE EQUILIBRIO SOBRE VENTAS	43.58%	70.17%	74.34%

Proyecto de importaciones
Elaborado por : Mauricio Dousdebés

MAURICIO DOUSDEBES CIA LTDA.
BALANCE GENERAL DEL PERIODO
ESTADO DE SITUACION (EN DOLARES)

ACTIVOS	AÑO 1
CORRIENTE	
Caja	33,251
Cuentas por Cobrar	30,680
Inventario	96,168
	-
Total Corriente	160,100
ACTIVO FIJO	
Activo Fijo al Costo	15,200
Depreciaciones	-3,215
TOTAL ACTIVO FIJO	11,985
OTROS ACTIVOS	
Otros Activos	8,500
Amortizacion Acumulada	-1,700
TOTAL OTROS ACTIVOS	6,800
TOTAL ACTIVOS	178,885
PASIVO	
CORRIENTE	
Proveedores del Exterior	39,420
Obligaciones Fiscales	3,116
Provisiones	29,127
TOTAL PASIVO CORRIENTE	71,662
PATRIMONIO	
Capital Social	56,000
Utilidades ejercicio	51,222
Utilidades acumulada	
Reserva Legal	
TOTAL PATRIMONIO	107,222
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	178,885

Proyecto de importaciones
Elaborado por : Mauricio Dousdebés.

5.9 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.- (Ver anexo 8).

Al observar los flujos proyectados del proyecto, observamos que el periodo de recuperación de la inversión es a partir del segundo año.

CAPITULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES.-

- Al finalizar este proyecto nos damos cuenta que es completamente rentable.
- En el desarrollo de este proyecto he podido poner en práctica todos los conocimientos aprendidos en la Universidad desde 1ero hasta 5to año.
- Desde el punto de vista social, la ejecución de este proyecto va a permitir generar empleo, mejorar el nivel de vida del elemento humano y contribuir para que el mercado se desarrolle bajo condiciones más justas .
- Con el desarrollo del proyecto, no solamente se generarán utilidades para la empresa ,sino también mayores tributos en beneficio del país, dadas las circunstancias actuales de contrabando y evasión tributaria.
- La importación directa de los productos es muy conveniente para nosotros ya que nos permite, obtener mejores precios de compra y un abastecimiento adecuado, que satisfaga la demanda y cumpla las exigencias de nuestros clientes.
- La gestión financiera desarrollada de este proyecto es muy importante, puesto que ha permitido determinar su viabilidad a través de una amplia evaluación.
- Con la implementación de este proyecto MAURICIO DOUSDEBES CIA LTDA. Estamos seguros de obtener los resultados esperados.

6.2 RECOMENDACIONES.-

- Es importante que las empresas importadoras de productos de consumo, investiguen constantemente la introducción de nuevos productos como alternativas para satisfacer las necesidades de sus clientes.
- Se recomienda que las empresas jóvenes que recién comienzan, consideren la aplicación de nuevas estrategias que le permitan posicionarse y estar siempre a la vanguardia de los cambios y exigencias que presente el mercado.
- La industria Ecuatoriana debe actualizar sus procesos y mejorar la calidad de sus productos, de manera que pueda competir con la oferta extranjera, y de esta forma aportará con beneficios económicos y sociales al país.

PROYECTO DE IMPORTACIONES

ELABORADO POR: MAURICIO DOUSDEBES CORREA.

BIBLIOGRAFÍA.-

- **MANUAL DE IMPORTACIONES TOMO 1,2,3. (1997 – 2003).**
- **MANUAL DE CÓMO LLENAR EL DUI.(1997 –2003) ACTULIZACION.**
- **EVALUACIÓN Y ELABORACIÓN DE PROYECTOS DE (EDIBERTO MENESES ALVAREZ).**
- **FINANZAS ESTRATEGICAS (DR. MANUEL ESPINOZA POSO.).**
- **JAIME L LUIS (PLANEACION FINANCIERA EN LA EMPRESA MODERNA).**
- **GUTIERREZ M LUIS FERNANDO (FINANZAS PRACTICAS PARA PAISES EN DESARROLLO) PRIMERA EDICIÓN.**
- **BIERMAN Jr HAROLD Y SEYMOUR SMIDT (CAPITAL DE TRABAJO) 2DA EDICIÓN MC GRAW GILL.**
- **STHEPEN A ROSS, JEFREY F. JAFFE (FINANZAS CORPORATIVAS). VERSIÓN ESPAÑOL DE JOSE JULIAN DIAZ.**
- **HAROLD BIERMAN JR. (ADMINISTRACION FINANCIERA).**
- **SAPAG NASSIR, (CRITERIOS DE EVALUACION DE PROYECTOS).**
- **FOLLETOS DEL INEC(POBLACIONALES,ULTIMO CENSO 2001).**

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA PROYECTO MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA.

ALERTO VO5

M

PREGUNTAS:

- 1) LE GUSTA CUIDARSE EL CABELLO?
☒ A) SI B) NO C) A VECES
- 2) QUE TIPO DE SHAMPOO PREFERE USTED ?
A) NACIONAL ☒ B) IMPORTADO
- 3) QUE TAN SEGUIDO SE LAVA EL CABELLO?
☒ A) TODOS LOS DIAS B) PASANDO ALGUNOS DIAS C) UNA VEZ AL MES
- 4) QUE TIPO DE PRESENTACION DE SHAMPOO UTILIZA?
☒ A) FRASCO B) SACHET C) OTROS
- 5) AL COMPRAR UN SHAMPOO USTED BUSCA?
A) CALIDAD B) CANTIDAD C) PRECIO ☒ D) TODAS
- 6) HASTA CUANTO DINERO PAGARIA POR UN SHAMPOO?
A) \$1 B) \$2 ☒ C) \$3 D) \$4
- 7) CONOCE EL SHAMPOO ALBERTO VO5?
☒ A) SI B) NO
- 8) USARIA SHAMPOO ALBERTO VO5 SI ES BUENA CALIDAD Y BUEN PRECIO?
☒ A) SI B) NO C) PORQUE?
- 9) QUE SHAMPOO UTILIZA CONSTANTEMENTE?
A) WELLA B) GLEMO ☒ C) SEDAL D) OTROS
- 10) CUANDO COMPRA UN SHAMPOO BUSCA TAMBIEN EL ACONDICIONADOR ?
☒ A) SI B) NO C) A VECES
- 11) CON QUE FRECUENCIA UTILIZA ACONDICIONADOR ?
☒ A) TODOS LOS DIAS B) A VECES C) NUNCA
- 12) USTED UTILIZA GEL DE CABELLO?
A) SI ☒ B) NO C) A VECES
- 13) QUE ES LO QUE USTED BUSCA CUANDO COMPRA UN GEL?
A) CALIDAD B) CANTIDAD C) PRECIO D) TODOS
- 14) QUE TIPO DE GEL PREFERE USTED ?
A) NACIONAL B) IMPORTADO C) LOS DOS
- 15) CUANTO ESTUVIERA DISPUESTO A PAGAR POR UN GEL?
A) \$1 B) \$2 C) \$3 D) \$4
- 16) LE GUSTARIA USAR GEL ALBERTO VO5 SI ES BUENA CALIDAD Y BUEN PRECIO?
A) SI B) NO C) PORQUE?

ENCUESTA PROYECTO MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA.

ALERTO VO5



PREGUNTAS:

- 1) LE GUSTA CUIDARSE EL CABELLO?
A) SI ☒ B) NO C) A VECES
- 2) QUE TIPO DE SHAMPOO PREFERE USTED ?
A) NACIONAL B) IMPORTADO ☒
- 3) QUE TAN SEGUIDO SE LAVA EL CABELLO?
A) TODOS LOS DIAS B) PASANDO ALGUNOS DIAS ☒ C) UNA VEZ AL MES
- 4) QUE TIPO DE PRESENTACION DE SHAMPOO UTILIZA?
A) FRASCO ☒ B) SACHET C) OTROS
- 5) AL COMPRAR UN SHAMPOO USTED BUSCA?
A) CALIDAD ☒ B) CANTIDAD C) PRECIO D) TODAS
- 6) HASTA CUANTO DINERO PAGARIA POR UN SHAMPOO?
A) \$1 B) \$2 C) \$3 D) \$4 ☒
- 7) CONOCE EL SHAMPOO ALBERTO VO5?
A) SI ☒ B) NO
- 8) USARIA SHAMPOO ALBERTO VO5 SI ES BUENA CALIDAD Y BUEN PRECIO?
A) SI ☒ B) NO C) PORQUE?
- 9) QUE SHAMPOO UTILIZA CONSTANTEMENTE?
A) WELLA B) GLEMO C) SEDAL D) OTROS ☒
- 10) CUANDO COMPRA UN SHAMPOO BUSCA TAMBIEN EL ACONDICIONADOR ?
A) SI ☒ B) NO C) A VECES
- 11) CON QUE FRECUENCIA UTILIZA ACONDICIONADOR ?
A) TODOS LOS DIAS B) A VECES ☒ C) NUNCA
- 12) USTED UTILIZA GEL DE CABELLO?
A) SI B) NO ☒ C) A VECES
- 13) QUE ES LO QUE USTED BUSCA CUANDO COMPRA UN GEL?
A) CALIDAD B) CANTIDAD C) PRECIO D) TODOS
- 14) QUE TIPO DE GEL PREFERE USTED ?
A) NACIONAL B) IMPORTADO C) LOS DOS
- 15) CUANTO ESTUVIERA DISPUESTO A PAGAR POR UN GEL?
A) \$1 B) \$2 C) \$3 D) \$4
- 16) LE GUSTARIA USAR GEL ALBERTO VO5 SI ES BUENA CALIDAD Y BUEN PRECIO?
A) SI B) NO C) PORQUE?

ENCUESTA PROYECTO MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA.

ALERTO VO5

PREGUNTAS:

- 1) LE GUSTA CUIDARSE EL CABELLO?
A) ~~SI~~ B) NO C) A VECES
- 2) QUE TIPO DE SHAMPOO PREFERE USTED ?
A) NACIONAL B) ~~IMPORTADO~~
- 3) QUE TAN SEGUIDO SE LAVA EL CABELLO?
A) ~~TODOS LOS DIAS~~ B) PASANDO ALGUNOS DIAS C) UNA VEZ AL MES
- 4) QUE TIPO DE PRESENTACION DE SHAMPOO UTILIZA?
A) ~~FRASCO~~ B) SACHET C) OTROS
- 5) AL COMPRAR UN SHAMPOO USTED BUSCA?
A) ~~CALIDAD~~ B) CANTIDAD C) PRECIO D) TODAS
- 6) HASTA CUANTO DINERO PAGARIA POR UN SHAMPOO?
A) \$1 B) \$2 C) \$3 D) ~~\$4~~
- 7) CONOCE EL SHAMPOO ALBERTO VO5?
A) ~~SI~~ B) NO
- 8) USARIA SHAMPOO ALBERTO VO5 SI ES BUENA CALIDAD Y BUEN PRECIO?
A) ~~SI~~ B) NO C) PORQUE?
- 9) QUE SHAMPOO UTILIZA CONSTANTEMENTE?
A) WELLA B) GLEMO C) SEDAL D) OTROS • *ALBERTO VO5*
- 10) CUANDO COMPRA UN SHAMPOO BUSCA TAMBIEN EL ACONDICIONADOR ?
A) ~~SI~~ B) NO C) A VECES
- 11) CON QUE FRECUENCIA UTILIZA ACONDICIONADOR ?
A) ~~TODOS LOS DIAS~~ B) A VECES C) NUNCA
- 12) USTED UTILIZA GEL DE CABELLO?
A) SI B) ~~NO~~ C) A VECES
- 13) QUE ES LO QUE USTED BUSCA CUANDO COMPRA UN GEL?
A) ~~CALIDAD~~ B) CANTIDAD C) PRECIO D) TODOS
- 14) QUE TIPO DE GEL PREFERE USTED ?
A) NACIONAL B) ~~IMPORTADO~~ C) LOS DOS
- 15) CUANTO ESTUVIERA DISPUESTO A PAGAR POR UN GEL?
A) \$1 B) \$2 C) \$3 D) ~~\$4~~
- 16) LE GUSTARIA USAR GEL ALBERTO VO5 SI ES BUENA CALIDAD Y BUEN PRECIO?
A) ~~SI~~ B) NO C) PORQUE?

ANEXO 2

MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA

**INVERSION INICIAL DEL PROYECTO
(EN DOLARES)**

ACTIVOS FIJOS

MUEBLES Y ENSERES	1,500.00
VEHICULOS	11,200.00
EQUIPO DE COMPUTO	2,500.00

12.50
186.67
68.75

TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS	15,200.00
--------------------------------------	------------------

267.92	depreciacion
---------------	---------------------

OTROS ACTIVOS

REGISTROS SANITARIOS	7,700.00
GASTOS DE CONSTITUCION	800.00

128.33
13.33

TOTAL INVERSION OTROS ACTIVOS	8,500.00
--------------------------------------	-----------------

141.67	amortizacion
---------------	---------------------

CAPITAL DE TRABAJO

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	52,966.95
---------------------------------	------------------

TOTAL DE LA INVERSION	76,666.95
------------------------------	------------------

**PROYECTO DE IMPORTACIONES
ELABORADO POR : MAURICIO DOUSDEBES**

ANEXO 3

MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA

CUADROS DE DEPRECIACION (EN DOLARES)

ACTIVOS FIJOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VEHICULO	11,200.00		
	2,240.00	2,240.00	2,240.00
	2,240.00	4,480.00	6,720.00

5 AÑOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
EQUIPOS DE COMPUTACION	2,500.00		
	825.00	825.00	825.00
	825.00	1,650.00	2,475.00

3 AÑOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
MUBLES Y ENSERES	1,500.00		
	150.00	150.00	150.00
	150.00	300.00	450.00

10 AÑOS

ACTIVOS DIFERIDOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
REGISTROS SANITARIOS	7,700.00		
	1,540.00	1,540.00	1,540.00
	1,540.00	3,080.00	4,620.00

5 AÑOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
GASTOS DE CONSTITUCION	800.00		
	160.00	160.00	160.00
	160.00	320.00	480.00

5 AÑOS

Proyecto de importaciones

Elaborado por : Mauricio Dousdebés.

MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA

VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS (EN DOLARES)

DETALLE	MUEBLES Y ENSERES	EQUIPOS DE COMPUTACION	VEHICULOS
VALOR EN LIBROS	1,500.00	0.00	11,200.00
VALOR DE SALVAMENTO	900.00	1,500.00	7,200.00
UTILIDAD O PERDIDA	600.00	1,500.00	4,000.00
IMPUESTO (36.25%)	217.50	543.75	1,450.00
VALOR NETO RESIDUAL	382.50	956.25	2,550.00
			3,888.75

Proyecto de importaciones
Elaborado por : Mauricio Dousebes.

ANEXO 4

MAURICIO DOUSDEBES CIA LTDA

**CAPITAL DE TRABAJO INICIAL DEL CICLO PRODUCTIVO
(EN DOLARES)**

	MENSUAL	CICLO PRODUCTIVO 112 DIAS
COSTO DE VENTAS	42,399.95	158,293.15
GASTOS ADM Y GENERALES		
SUELDOS ADM.	2,000.00	
UTILES DE OFICINA	80.00	
ARRIENDO	550.00	
DEPRECIACION Y AMORT.	410.00	
LUZ Y AGUA	110.00	
TELEFONO	80.00	
VARIOS	20.00	
TOTAL GASTOS ADM. Y GENERALES	3,250.00	12,133.33

GASTO DE VENTAS		
SUELDOS AREA COMERCIAL	1,500.00	
REGALIAS	444.00	
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	444.00	
GASTO GESTION SOCIOS	111.00	
TELEFONOS MOVILES	222.00	
FLETES EN VENTAS	222.00	
EVENTOS Y DEMOSTRACIONES	267.00	
MUESTRAS	222.00	
MANTENIMIENTO Y COMBUSTIBLE	100.00	
VARIOS IMPREVISTOS	50.00	
MOVILIZACION Y VIATICOS	115.00	
COMISIONES MATRIZ	333.00	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	4,030.00	15,045.33

GASTOS FINANCIEROS

INTERESES Y CAPITAL EL CREDITO	3,287.00	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	3,287.00	12,271.47

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO DEL CICLO	52,966.95	197,743.28
---	------------------	-------------------

**PROYECTO DE IMPORTACIONES
ELABORADO POR: MAURICIO DOUSDEBES**

ANEXO 5

TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO DEL PROYECTO

AÑO 01	
VALOR DE CAPITAL	34000
TASA	16%
PLAZO	12 MESES

DIVIDENDOS TRIMESTRALES (EN DOLARES)

	CUOTA CAP	INTERES	DIVIDENDO
TRIMESTRE 01	8,500	1,360	9,860
TRIMESTRE 02	8,500	1,020	9,520
TRIMESTRE 03	8,500	680	9,180
TRIMESTRE 04	8,500	340	8,840
TOTALES	34,000	3,400	37,400

	CAPITAL REDUCIDO
16%	34000
16%	25500
16%	17000
16%	8500

PROYECTO DE IMPORTACIONES
ELABORADO POR: Mauricio Dousdebés.

ANEXO 6

Panamericana Norte km 6.5 Parkenor Bod. 86
Quito-Ecuador

NOTA DE PEDIDO # 002

Fecha:	Quito, 12 de Junio del 2003	Telefono:	(511) 2610707
Embarcador:	PRODUCTOS FAVEL S.A.		
Atención:	Departamento de Importaciones		
Dirección:	Daniel Olachea 136 Jesús María		
Importador:	MAURICIO DOUSDEBES	Telefono:	02-481249
Dirección:	Panamericana Norte km 6 1/2 Parkenor # 86	Fax:	02-481253
Beneficiario del Giro:	Los mismos	Seguro:	Tomado localmente
Forma de Pago:	giro directo	Embarcador:	PRODUCTOS FAVEL S.A.
País de origen:	Perú	Embarque:	Marítimo
Puerto de embarque:	Callao	Embalaje:	Propio de exportación
Peso neto:	21.230 KG	Peso bruto:	21.630 KG

PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCION	CANTIDAD		PESO		VALOR UNITARIO U.S.\$	VALOR TOTAL U.S.\$
3305.10.00.00-3	Preparaciones Capilares Shampoos						
	Pera & Mango Sh. 15 oz Reg. San.: C-AC-00628/11-00	500	DC	3,150.00	KG	11.400	5,700.00
	Frambuesa Sh. 15 oz Reg. San.: C-AC-00634/11-00	500	DC	3,150.00	KG	11.400	5,700.00
	Fresia Sh. 15 oz Reg. San.: C-AC-00637/11-00	500	DC	3,150.00	KG	11.400	5,700.00
	Kiwi & Lima Sh. 15 oz Reg. San.: C-AC-00636/11-00	500	DC	3,150.00	KG	11.400	5,700.00
3305.90.00.00-9	Preparaciones Capilares : Las Demas Acondicionadores y tratamientos para el cabello						
	Frambuesa Cond. 15 oz Reg. San.: C-AC-00635/11-00	250	DC	1,550.00	KG	9.600	2,400.00
	Pera & Mango Cond. 15 oz Reg. San.: C-AC-00625/11-00	250	DC	1,550.00	KG	9.600	2,400.00
	Fresia Cond. 15 oz Reg. San.: C-AC-00627/11-00	250	DC	1,550.00	KG	9.600	2,400.00
	Kiwi & Lima Cond. 15 oz Reg. San.: C-AC-00794/04-01	250	DC	1,550.00	KG	9.600	2,400.00
	Gel Extra Firme 200 gr Reg. San.: C-AC-00616/10-00	300	DC	810.00	KG	7.800	2,340.00
	Gel For Men 200 gr Reg. San.: C-AC-00633/11-00	300	DC	810.00	KG	7.800	2,340.00
	Gel Normal 200 gr Reg. San.: C-AC-00616/10-00	300	DC	810.00	KG	7.800	2,340.00
TOTAL		3900	DC	21,230.00	KG		39,420.00
						FOB	39,420.00
						FLETE	1,040.00
						CYF	40,460.00
						SEGURO	548.56
						CIF	41,008.56

MAURICIO DOUSDEBES

PRECIOS Y MARGENES CON GASTOS DE OPERACIÓN ALBERTO VO5

	PRECIO DE COSTO	factor gastos 7%	costo en bodega	MARGEN / UTILIDAD	utilidad /precio venta	utilidad/costo	PRECIO DE LISTA	PRECIO PROM EDIO /COMPETENCIA
SHAMPOOS								
ALBERTO VO5 HERBAL FRAMBUESA	0.95	0.06	1.01	1.29	56%	127%	2.30	2.45
ALBERTO VO5 HERBAL PERA/MANGO	0.95	0.06	1.01	1.29	56%	127%	2.30	2.45
ALBERTO VO5 HERBAL FRESIA	0.95	0.06	1.01	1.29	56%	127%	2.30	2.45
ALBERTO VO5 HERBAL KIWI/LIMA	0.95	0.06	1.01	1.29	56%	127%	2.30	2.45
ACONDICIONADORES								
ALBERTO VO5 HERBAL FRAMBUESA	0.80	0.05	0.85	1.05	55%	123%	1.90	2.00
ALBERTO VO5 HERBAL PERA/MANGO	0.80	0.05	0.85	1.05	55%	123%	1.90	2.00
ALBERTO VO5 HERBAL FRESIA	0.80	0.05	0.85	1.05	55%	123%	1.90	2.00
ALBERTO VO5 HERBAL KIWI/LIMA	0.80	0.05	0.85	1.05	55%	123%	1.90	2.00
GELES								
ALBERTO VO5 EXTRA FIRME	0.65	0.04	0.69	0.71	50%	102%	1.40	1.60
ALBERTO VO5 NORMAL	0.65	0.04	0.69	0.71	50%	102%	1.40	1.60
ALBERTO VO5 FOR MEN	0.65	0.04	0.69	0.71	50%	102%	1.40	1.60

FORMULAS:

RENTABILIDAD= PRECIO DE VENTA - PRECIO DE COSTO

% MARGEN DE UTILIDAD SOBRE PRECIO DE VENTA = RENTABILIDAD / PRECIO DE VENTA

% MARGEN DE UTILIDAD SOBRE COSTO = RENTABILIDAD / PRECIO DE COSTO

GASTOS PERU/ECUADOR

GASTOS ECUADOR

LIQUIDACION ADUANA	214.89
VERIFICADORA	263.70
SERVICONTEI	22.40
FLETE GYE -QUITO	560.00
AGENTE AFIANZADO	151.20
SEGURIDAD	179.20
TOTAL	1391.39

TOTAL GASTOS

GASTOS PERU	1588.56
GASTOS ECUADOR	1391.39

TOTAL 2979.95

GASTOS PERU

FLETE CALLAO -GYE	1040.00
SEGURO	548.56
TOTAL	1588.56

FACTOR DE GASTOS

TOTAL GASTOS/ VALOR FACTURA

$2979.95/39420 = 0.07$

FACTOR = 7%

IVA= 4945.63

UNIDADES DE VENTA

LINEA VO5

SHAMPOO

	Octbre/03	Nvbre/03	Dcbre/03
Unidades	7,000	7,700	9,300
Pvp	1.65	1.66	1.45
Costo	1.01	1.01	1.01
Venta Total	11,531	12,789	13,505
Costo Total	7,070	7,777	9,393
Margen	4,461	5,012	4,112
% Costo	61%	61%	70%
% margen	39%	39%	30%

ACONDICIONADORES

	Octbre/03	Nvbre/03	Dcbre/03
Unidades	3,500	4,000	4,500
Pvp	1.36	1.36	1.37
Costo	0.85	0.85	0.85
Venta Total	4,763	5,425	6,147
Costo Total	2,975	3,400	3,825
Margen	1,788	2,025	2,322
% Costo	62%	63%	62%
% margen	38%	37%	38%

GELES

	Octbre/03	Nvbre/03	Dcbre/03
Unidades	3,100	3,600	4,100
Pvp	0.996	1.002	0.998
Costo	0.695	0.695	0.695
Venta Total	3,089	3,607	4,090
Costo Total	2,155	2,502	2,850
Margen	934	1,105	1,240
% Costo	70%	69%	70%
% margen	30%	31%	30%

TOTAL LINEA VO5

VENTAS	19,383	21,821	23,742
COSTO	12,200	13,679	16,068
MARGEN	7,183	8,142	7,674
Cost %	63%	63%	68%
Marg %	37%	37%	32%

PROYECTO DE IMPORTACIONES

ELABORADO POR: MAURICIO DOUSDEBES.

MAURICIO DOUSDBES CIA LTDA
PRESUPUESTO PARA EL AÑO 1

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

RUBROS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Ventas Netas	19,383	21,821	23,742	23,979	24,218	24,460	24,704	24,951	25,200	25,452	25,706	25,963	289,579
Costo de ventas	7,753	8,728	9,497	9,592	9,687	9,784	9,882	9,980	10,080	10,181	10,282	10,385	115,832
Utilidad Bruta en Ventas	11,630	13,093	14,245	14,387	14,531	14,676	14,822	14,971	15,120	15,271	15,424	15,578	173,747
% Participación (ventas vs costos)	60.00%	60.00%	60.00%	60.00%	60.00%	60.00%	60.00%	60.00%	60.00%	60.00%	60.00%	60.00%	60.00%
GASTOS DE OPERACIÓN													
De Administración	2,840	2,840	2,840	2,840	2,840	2,840	2,840	2,840	2,840	2,840	2,840	2,840	34,080
De Ventas	3,709	3,987	4,206	4,233	4,260	4,288	4,316	4,344	4,372	4,401	4,430	4,459	51,003
Depreciación y amortización	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	4,915
Total	6,959	7,237	7,455	7,482	7,510	7,537	7,565	7,593	7,622	7,650	7,679	7,709	89,998
% Participación de Gastos/ventas	35.90%	33.16%	31.40%	31.20%	31.01%	30.81%	30.62%	30.43%	30.24%	30.06%	29.87%	29.69%	31.08%
Gastos Financieros	453	453	453	340	340	340	227	227	227	113	113	113	3,400
% Participación de Gastos Financ/Vent	2.34%	2.08%	1.91%	1.42%	1.40%	1.39%	0.92%	0.91%	0.90%	0.45%	0.44%	0.44%	1.17%
Utilidad en Operaciones	4,218	5,403	6,336	6,565	6,681	6,799	7,031	7,151	7,272	7,508	7,631	7,756	80,349
15% Para Trabajadores	633	810	950	985	1,002	1,020	1,055	1,073	1,091	1,126	1,145	1,163	12,052
25% Impuesto a la Renta	896	1,148	1,346	1,395	1,420	1,445	1,494	1,520	1,545	1,595	1,622	1,648	17,074
Utilidad a Favor de los Accionistas	2,689	3,444	4,039	4,185	4,259	4,334	4,482	4,559	4,636	4,786	4,865	4,944	51,222
% Utilidad con respecto a Ventas	13.87%	15.78%	17.01%	17.45%	17.59%	17.72%	18.14%	18.27%	18.40%	18.80%	18.92%	19.04%	17.69%

PRESUPUESTO PARA EL AÑO 2
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

RUBROS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Ventas Netas	20,934	23,567	25,641	25,897	26,155	26,417	26,680	26,947	27,216	27,488	27,762	28,040	312,745
Costo de ventas	8,792	9,898	10,769	10,877	10,985	11,095	11,206	11,318	11,431	11,545	11,660	11,777	131,353
Utilidad Bruta en Ventas	12,142	13,669	14,872	15,020	15,170	15,322	15,475	15,629	15,785	15,943	16,102	16,263	181,392
% Participación (ventas vs costos)	58.00%	58.00%	58.00%	58.00%	58.00%	58.00%	58.00%	58.00%	58.00%	58.00%	58.00%	58.00%	58.00%
GASTOS DE OPERACIÓN													
De Administración	3,119	3,119	3,119	3,119	3,119	3,119	3,119	3,119	3,119	3,119	3,119	3,119	37,422
De Ventas	4,036	4,336	4,572	4,602	4,631	4,661	4,691	4,721	4,752	4,783	4,814	4,846	55,444
Depreciación y amortización	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	4,915
Total	7,564	7,864	8,100	8,130	8,159	8,189	8,219	8,249	8,280	8,311	8,342	8,374	97,781
% Participación de Gastos/ventas	36.13%	33.37%	31.59%	31.39%	31.19%	31.00%	30.80%	30.61%	30.42%	30.23%	30.05%	29.86%	31.27%
Gastos Financieros													
% Participación de Gastos Financ/Vent	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Utilidad en Operaciones	4,578	5,805	6,772	6,891	7,011	7,133	7,256	7,380	7,505	7,632	7,760	7,889	83,612
15% Para Trabajadores	687	871	1,016	1,034	1,052	1,070	1,088	1,107	1,126	1,145	1,164	1,183	12,542
25% Impuesto a la Renta	973	1,233	1,439	1,464	1,490	1,516	1,542	1,568	1,595	1,622	1,649	1,676	17,767
Utilidad a Favor de los Accionistas	2,918	3,700	4,317	4,393	4,470	4,547	4,626	4,705	4,785	4,866	4,947	5,029	53,302
% Utilidad con respecto a ventas	13.94%	15.70%	16.84%	16.96%	17.09%	17.21%	17.34%	17.46%	17.58%	17.70%	17.82%	17.94%	17.04%

PRESUPUESTO PARA EL AÑO 3

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
RUBROS

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Ventas Netas	23,027	25,924	28,205	28,487	28,771	29,059	29,348	29,642	29,938	30,237	30,538	30,844	344,018
Costo de ventas	9,902	11,147	12,128	12,249	12,371	12,495	12,620	12,746	12,873	13,002	13,131	13,263	147,928
Utilidad Bruta en Ventas	13,125	14,777	16,077	16,237	16,399	16,563	16,728	16,896	17,064	17,235	17,407	17,581	196,090
% Participacion (ventas vs costos)	57.00%	57.00%	57.00%	57.00%	57.00%	57.00%	57.00%	57.00%	57.00%	57.00%	57.00%	57.00%	57.00%
GASTOS DE OPERACIÓN													
De Administración	3,429	3,429	3,429	3,429	3,429	3,429	3,429	3,429	3,429	3,429	3,429	3,429	41,148
De Ventas	4,439	5,809	6,161	6,204	6,248	6,292	6,337	6,382	6,427	6,474	6,520	6,567	73,860
Depreciaciones y amortizaciones	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	4,915
Total	8,278	9,648	9,999	10,043	10,086	10,131	10,175	10,220	10,266	10,312	10,359	10,406	119,923
% Participación de Gastos/ventas	35.95%	37.22%	35.45%	35.25%	35.06%	34.86%	34.67%	34.48%	34.29%	34.10%	33.92%	33.74%	34.86%
% Gastos Financieros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
% Participación de Gastos Financ/Vent	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Utilidad en Operaciones	4,848	6,129	6,078	6,195	6,313	6,433	6,553	6,675	6,798	6,923	7,048	7,175	76,168
15% Para Trabajadores	727	769	912	929	947	965	983	1,001	1,020	1,038	1,057	1,076	11,425
25% Impuesto a la Renta	1,030	1,090	1,292	1,316	1,341	1,367	1,393	1,418	1,445	1,471	1,498	1,525	16,186
Utilidad a Favor de los Accionistas	3,090	3,270	3,875	3,949	4,024	4,101	4,178	4,255	4,334	4,413	4,493	4,574	48,557
% Utilidad con respecto a ventas	13.42%	12.61%	13.74%	13.86%	13.99%	14.11%	14.23%	14.36%	14.48%	14.60%	14.71%	14.83%	14.11%

CEDULA DE GASTOS DE ADMINISTRACION RECURSIVATO, S.A.

[illegible]

MES 1

[illegible]

CEDULA DE GASTOS DE ADMINISTRACION PRESUPUESTO AÑO 3

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Sueldos y salarios y beneficios	2,420	2,420	2,420	2,420	2,420	2,420	2,420	2,420	2,420	2,420	2,420	2,420	29,040
Arriendos bodegas	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666	7,992
Agua y Luz	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	1,464
Teléfonos	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	1,056
Suministros de oficina	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	1,056
Utilles de limpieza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cafeteria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mant de equipo de oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Guardiania	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Afiliaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cuotas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciaciones y amortizaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos bancarios	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	410	4,915
copias xerox	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Honorarios profesionales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Varios (imprevistos)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suman	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	540
Proporcion frente al Ingreso	3,839	3,839	3,839	3,839	3,839	3,839	3,839	3,839	3,839	3,839	3,839	3,839	46,063
	16.67%	14.81%	13.61%	13.48%	13.34%	13.21%	13.08%	12.95%	12.82%	12.70%	12.57%	12.45%	

CEDULA DE GASTOS DE VENTAS PRESUPUESTO AÑO 1

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Sueldos area comercial	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000
Regalias	388	436	475	480	484	489	494	499	504	509	514	519	5,792
Comisiones Matriz	291	327	356	360	363	367	371	374	378	382	386	389	4,344
Movilizaciones y viaticos	101	113	123	125	126	127	128	130	131	132	134	135	1,506
Publicidad y Propaganda	388	436	475	480	484	489	494	499	504	509	514	519	5,792*
Gastos de Gestión socios	97	109	119	120	121	122	124	125	126	127	129	130	1,448
Teléfonos	194	218	237	240	242	245	247	250	252	255	257	260	2,896
Fletes en Ventas	194	218	237	240	242	245	247	250	252	255	257	260	2,896
Eventos y demostraciones	233	262	285	288	291	294	296	299	302	305	308	312	3,475
Muestras	194	218	237	240	242	245	247	250	252	255	257	260	2,896
Mantenimiento y Reparaciones	87	98	107	108	109	110	111	112	113	115	116	117	1,303
Utiles de Oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Varios Imprevistos	44	50	54	54	55	56	56	57	57	58	58	59	657
Suman	3,709	3,987	4,206	4,233	4,260	4,288	4,316	4,344	4,372	4,401	4,430	4,459	51,003

CEDULA DE GASTOS DE VENTAS PRESUPUESTO AÑO 2

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Sueldos area comercial	1,650	1,650	1,650	1,650	1,650	1,650	1,650	1,650	1,650	1,650	1,650	1,650	19,800
Regalias	419	471	513	518	523	528	534	539	544	550	555	561	6,266
Comisiones Matriz	314	354	385	388	392	396	400	404	408	412	416	421	4,891
Movilizaciones y viaticos	109	123	133	135	136	137	139	140	142	143	144	146	1,626
Publicidad y Propaganda	419	471	513	518	523	528	534	539	544	550	555	561	6,266
Gastos de Gestión socios	105	118	128	129	131	132	133	135	136	137	139	140	1,664
Teléfonos	209	236	256	259	262	264	267	269	272	275	278	280	3,127
Fieles en Ventas	209	236	256	259	262	264	267	269	272	275	278	280	3,127
Eventos y demostraciones	251	283	308	311	314	317	320	323	327	330	333	336	3,763
Muestras	209	236	256	259	262	264	267	269	272	275	278	280	3,127
Mantenimiento y Reparaciones	94	106	115	117	118	119	120	121	122	124	125	126	1,407
Utiles de Oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Varios Imprevistos	48	53	58	59	59	60	61	61	62	62	63	64	710
Suman	4,036	4,336	4,572	4,602	4,631	4,661	4,691	4,721	4,752	4,783	4,814	4,846	55,444

CEDULA DE GASTOS DE VENTAS PRESUPUESTO AÑO 3

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Sueldos area comercial	1,815	1,815	1,815	1,815	1,815	1,815	1,815	1,815	1,815	1,815	1,815	1,815	21,780
Regalias	461	778	846	855	863	872	880	889	898	907	916	925	10,090
Comisiones Matriz	345	518	564	570	575	581	587	593	599	605	611	617	6,765
Movilizaciones y viaticos	120	187	203	205	207	209	211	213	216	218	220	222	2,431
Publicidad y Propaganda	461	778	846	855	863	872	880	889	898	907	916	925	10,090
Gastos de Gestión socios	115	130	141	142	144	145	147	148	150	151	153	154	1,720
Teléfonos	230	311	338	342	345	349	352	356	359	363	366	370	4,082
Fletes en Ventas	230	259	282	285	288	291	293	296	299	302	305	308	3,440
Eventos y demostraciones	276	389	423	427	432	436	440	445	449	454	458	463	5,091
Muestras	230	389	423	427	432	436	440	445	449	454	458	463	5,045
Mantenimiento y Reparaciones	104	145	158	160	161	163	164	166	168	169	171	173	1,901
Utiles de Oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Varios Imprevistos	52	111	120	122	123	124	125	127	128	129	130	132	1,423

Suman

4,439	5,809	6,161	6,204	6,248	6,292	6,337	6,382	6,427	6,474	6,520	6,567	73,860
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--------

ANEXO 7

MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA.

FLUJO NETO DE CAJA DEL PROYECTO (EN DOLARES)

	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3
VENTAS NETAS GRAVADAS TARIFA 12%		289,579.00	312,745.00	344,018.00
- TOTAL COSTO DE VENTAS		115,832.00	131,353.00	147,928.00
- GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS(excluye dep y amort.)		85,083.00	92,866.00	115,008.00
- DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS		3,215.00	3,215.00	3,215.00
- AMORTIZACION ACTIVOS DIFERIDOS.		1,700.00	1,700.00	1,700.00
- GASTO COMISION CTAS INCOBRABLES.				
- GASTOS FINANCIEROS		3,400.00		
- 15% PARTICIP. TRABAJADORES.		12,052.00	12,542.00	11,425.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		68,297.00	71,069.00	64,742.00
- IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO		17,074.00	17,767.00	16,186.00
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		51,222.00	53,302.00	48,557.00
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS		3,215.00	3,215.00	3,215.00
AMORTIZACION ACTIVOS DIFERIDOS		1,700.00	1,700.00	1,700.00
- ACTIVOS FIJOS	-15,200.00			
-ACTIVOS DIFERIDOS	-8,500.00			
- CAPITAL DE TRABAJO	-52,966.95			52,966.95
VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS				3,888.75
TOTAL	-76,666.95	56,137.00	58,217.00	110,327.70

VAN \$69,219.02

TIR 69%

TASA DE

DESCUENTO

Proyecto de importaciones

Elaborado por: Mauricio Dousdebés.

22% (RIESGO PAIS 11.02% + T-BILL 3% + INFLACION 7.07 % = 22%)

ANEXO 9

MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO (EN DOLARES)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS NETAS	289,579.00	312,745.00	344,018.00
-COSTO DE VENTAS	115,832.00	131,353.00	147,928.00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	173,747.00	181,392.00	196,090.00
-GASTOS DE OPERACIÓN			
De administracion	34,080.00	37,422.00	41,148.00
De ventas	51,003.00	55,444.00	73,860.00
Depreciaciones y amortizaciones	4,915.00	4,915.00	4,915.00
TOTAL	89,998.00	97,781.00	119,923.00
-GASTOS FINANCIEROS	3,400.00		
UTILIDAD EN OPERACIONES	80,349.00	83,612.00	76,168.00
- 15% PARA TRABAJADORES	12,052.00	12,542.00	11,425.00
-25% IMPUESTO A LA RENTA	17,074.00	17,767.00	16,186.00
UTILIDAD A FAVOR DE LOS ACCIONISTAS	51,222.00	53,302.00	48,557.00

Proyecto de importaciones.

Elaborado por: Mauricio Dousdebés

ANEXO 10

**MAURICIO DOUSDEBES CIA LTDA.
BALANCE GENERAL DEL PERIODO
ESTADO DE SITUACION (EN DOLARES)**

ACTIVOS	AÑO 1
CORRIENTE	
Caja	33,251
Cuentas por Cobrar	30,680
Inventario	96,168
	-
Total Corriente	160,100
ACTIVO FIJO	
Activo Fijo al Costo	15,200
Depreciaciones	-3,215
TOTAL ACTIVO FIJO	11,985
OTROS ACTIVOS	
Otros Activos	8,500
Amortizacion Acumulada	-1,700
TOTAL OTROS ACTIVOS	6,800
TOTAL ACTIVOS	178,885
PASIVO	
CORRIENTE	
Proveedores del Exterior	39,420
Obligaciones Fiscales	3,116
Provisiones	29,127
TOTAL PASIVO CORRIENTE	71,662
PATRIMONIO	
Capital Social	56,000
Utilidades ejercicio	51,222
Utilidades acumulada	
Reserva Legal	
TOTAL PATRIMONIO	107,222
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	178,885

**Proyecto de importaciones
Elaborado por : Mauricio Dousdebés.**

ANEXO 11

MAURICIO DOUSDEBES CIA. LTDA.

**CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO
(EN DOLARES)**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3
VENTAS	289,579.00	312,745.00	344,018.00
COSTOS VARIABLES	120,176.00	136,044.00	154,693.00
COSTOS FIJOS	114,780.00	123,399.00	140,769.00
PUNTO DE EQUILIBRIO	196,205.95	219,467.16	255,788.03
% PUNTO DE EQUILIBRIO SOBRE VENTAS	43.58%	70.17%	74.34%

Proyecto de importaciones

Elaborado por : Mauricio Dousdebés

ANEXO 12

A ADUANA / BANCO															
01	No. ORDEN	02	ADUANA	CODIGO	03	REGIMEN	04	CIUDAD	05	BANCO					
								QUITO	PACIFICO	06	OFICINA				
										07	FECHA PRESENTAC.				
											16/06/2003				
B IMPORTADOR / AGENTE / AUTORIZACIONES / TRANSACCION										C REGISTRO DE ADUANA					
08	IMPORTADOR O CONSIGNATARIO				09	VISTO BUENO BANCO		FECHA		10	No. DOC.				
	MAURICIO DUSSEBES										FECHA RECEP.				
11	DIRECCION										FECHA NUMER.				
	PANAMERICANA NORTE KM 65										DIGITADO POR:				
12	TIPO DE DOCUM: RUC / C.I. / CATASTRO/PASAPORT.				13	SECTOR					SUJETO A:				
	170326051-6					21					COMPR.				
14	No. AUTORIZACION PREVIA		FECHA		15	No. AUTORIZACION PREVIA		FECHA			VISTA FORADOR				
	0525689		16/06/2003												
16	CIU CONSIG.		DECLARANTE / AGENTE		CODIGO	18		FORMA DE PAGO		CODIGO	19	MONEDA DE TRANSACCION			
								GIRO DIRECTO				US \$ DOLARES AMERK 249			
D EMBARCADOR / REMITENTE															
20	NOMBRE DEL REMITENTE				21	PUERTO DE EMBARQUE		CODIGO		22	FECHA FACTURA	23	FECHA CART. CRED.		
24	DIRECCION				25	PAIS DE PROCEDENCIA		CODIGO		26	BENEFICIARIO DE GIRO				
E CERTIFICADOS															
27	No. CERTIFICADO DE INSPECCION				28	EXON. CERT.		29	No. CERTIFICADO DE ORIGEN		FECHA EMISION	30	OTROS		
													31	No. DESP. PAR.	
F TRANSPORTE															
32	VIA DE TRANSPORTE		CODIGO		33	FECHA EMBARQUE		34	FECHA LLEGADA		35	T. CARGA	COD.		
													36	BANDERA	
													COD.	37	No. REGISTRO - AÑO
38	LINEA DE TRANSPORTE				CODIGO	39	AG. CARGA / TRANSP.		CODIGO	40	N. NAVE/L. AEREA/MAT. VE		41	No. CONOC / G. AEREA / C. PORTE	
G TRANSITO Y REGIMEN PRECEDENTE															
42	LINEA TRANSPORTE / TRANSITO				CODIGO	43	NOM./NAVE/MATRIC./VEHIC/TRANS.				44	REGIMEN PRECEDENTE			
45	No. DOCUMENTO		46		FECHA VENCIMIENTO		47	ALMACEN		CODIGO	48	DEPOSITO			
49	ADUANA SALIDA		CODIGO		50	ADUANA DESTINO		CODIGO		51	PAIS DESTINO				
H DETERMINACION DE LA BASE IMPONIBLE															
52	TIPO DE CAMBIO USD		53		FOB										
54	T. CAMBIO USD-NAC.		55		FLETE										
56	TOTAL SERIES PARTIDAS		57		SEGURO										
58	PESO NETO EN KILOS		59		CIF										
60	PESO BRUTO EN KILOS				61	No. TOTAL BULTOS				62	No. TOTAL UNIDADES FISICAS				
I GARANTIAS															
63	TIPO DE GARANTIA				CODIGO	64	No. GARANTIA / PAPELETA				65	FECHA VENCIMIENTO			
68	GARANTE / DEPOSITARIO				CODIGO	69	MONTO DE GARANTIA				70	PLAZO CONCEDIDO			
J DECLARACION DE LAS MERCANCIAS															
71	No. SERIE		72		ESTADO		73	PAIS DE ORIGEN		CODIGO	74	PAIS DE ADQUISICION			
	1														
78	CT. BULTOS		79		CLASE		80	CANT. U. FISICAS		81	TIPO U. FIS.				
								2000			15				
82	PESO NETO KILOS		83		PESO BRUTO KILOS						84	FOB MONEDA TRANSACCION			
												US \$ 22.800,00			
85	SUBPARTIDA NANDINA				3305.10.00.00-3				86	SUBPARTIDA NALADISA		T.M.			
88	DESCRIPCION ARANCELARIA				89				DESCRIPCION COMERCIAL						
91	PREPARACIONES CAPILARES														
92	SHAMPOOS														
93															
94															
K FIRMAS Y OBSERVACIONES															
FIRMA IMPORTADOR				FIRMA DECLARANTE				OBSERVACIONES							
								FIRMA VISTA FORADOR							

A				ADUANA / BANCO				
01	No. ORDEN	02	ADUANA	03	No. FORMULARIO A 1905292		04	REGIMEN
B				C				
IMPORTADOR / AGENTE / AUTORIZACIONES				REGISTRO DE ADUANA				
05	IMPORTADOR O CONSIGNATARIO MAURICIO DUSOSES			06	VISTO BUENO BANCO	FECHA	07	No. DOC.
08	DIRECCION PANAMERICANA NORTE KM 5 1/2 BVD 86			FIRMA Y CODIGO			FECHA RECEP.	
09	DECLARANTE / AGENTE						FECHA NUMER.	
			CODIGO				DIGITADO POR:	
10	No. AUTORIZACION PREVIA 0525679		FECHA 16/06/2003	11	No. AUTORIZACION PREVIA		SUJETO A:	
							COMPR.	
							VISTAFORADOR	

J																
DECLARACION DE LAS MERCANCIAS																
71	No. SERIE	72	ESTADO	73	PAIS DE ORIGEN	CODIGO	74	PAIS DE ADQUISICION	CODIGO	75	TPCI	76	TPNG	77	TPNE	
78	CT. BULTOS	79	CLASE	80	CANT. U. FISICAS	81	TIPO U. FIS.	82	PESO NETO KILOS	83	PESO BRUTO KILOS	84				
				1900		15						FOB MONEDA TRANSACCION US\$ 16,620,00				
85	SUBPARTIDA NANDINA				3305.90.00.00-9				86	SUBPARTIDA NALADISA		T.M.	87	VALOR CIF		
88	DESCRIPCION ARANCELARIA				PREPARACIONES COSMETICAS				89	DESCRIPCION COMERCIAL		90				
91													MARCAS Y NUMEROS			
92					ACOND Y TRATAMIENTOS PARA											
93					EL CABELLO											
94																

J																
DECLARACION DE LAS MERCANCIAS																
71	No. SERIE	72	ESTADO	73	PAIS DE ORIGEN	CODIGO	74	PAIS DE ADQUISICION	CODIGO	75	TPCI	76	TPNG	77	TPNE	
78	CT. BULTOS	79	CLASE	80	CANT. U. FISICAS	81	TIPO U. FIS.	82	PESO NETO KILOS	83	PESO BRUTO KILOS	84				
												FOB MONEDA TRANSACCION				
85	SUBPARTIDA NANDINA								86	SUBPARTIDA NALADISA		T.M.	87	VALOR CIF		
88	DESCRIPCION ARANCELARIA								89	DESCRIPCION COMERCIAL		90				
91													MARCAS Y NUMEROS			
92																
93																
94																

J																
DECLARACION DE LAS MERCANCIAS																
71	No. SERIE	72	ESTADO	73	PAIS DE ORIGEN	CODIGO	74	PAIS DE ADQUISICION	CODIGO	75	TPCI	76	TPNG	77	TPNE	
78	CT. BULTOS	79	CLASE	80	CANT. U. FISICAS	81	TIPO U. FIS.	82	PESO NETO KILOS	83	PESO BRUTO KILOS	84				
												FOB MONEDA TRANSACCION				
85	SUBPARTIDA NANDINA								86	SUBPARTIDA NALADISA		T.M.	87	VALOR CIF		
88	DESCRIPCION ARANCELARIA								89	DESCRIPCION COMERCIAL		90				
91													MARCAS Y NUMEROS			
92																
93																
94																

J																
DECLARACION DE LAS MERCANCIAS																
71	No. SERIE	72	ESTADO	73	PAIS DE ORIGEN	CODIGO	74	PAIS DE ADQUISICION	CODIGO	75	TPCI	76	TPNG	77	TPNE	
78	CT. BULTOS	79	CLASE	80	CANT. U. FISICAS	81	TIPO U. FIS.	82	PESO NETO KILOS	83	PESO BRUTO KILOS	84				
												FOB MONEDA TRANSACCION				
85	SUBPARTIDA NANDINA								86	SUBPARTIDA NALADISA		T.M.	87	VALOR CIF		
88	DESCRIPCION ARANCELARIA								89	DESCRIPCION COMERCIAL		90				
91													MARCAS Y NUMEROS			
92																
93																
94																

ORIGINAL: ADMINISTRACION DISTRITAL

 TASKI EDITORA S.A. R.U.C.: 1750716147001 ACUERDO 0450 11 - 07 95
 Autorización de la CAE para FEDA según resolución No. 381 de Noviembre 24 del año 1997

No.

1134874

 CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA		DECLARACION ANDINA DEL VALOR DAV (1)		DAV No. 0733090	
1. ADUANA					
Hojas adicionales:	N° Formulario DUI	Régimen	1.1 Aduana	Código	1.2 RUC / C.I. / Catastro / Pasaporte
de	1905292	10	GUAY-MA	018	170826051-6
1.3. Consignatario o importador:				1.4. Nivel Comercial	1.5. Otros (especifique)
MAURICIO DOUSDES				DISTRIB-MARIT	2
3. PROVEEDOR					
3.1. Nombre / Razón social		3.2. Condición		Código	3.3. Dirección
		FABRICANTE		1	DANIEL OLAECHEA 136 JESUS MARIA
3.4. Ciudad	3.5. País	Código	3.6. Fax	3.7. Teléfono	E-mail
	PERU	1589	00-511-460184	00-511-2610707	Cristobal yobel com. pe
4. TRANSACCION					
4.1. Naturaleza (Cód.)	4.2. Incoterms	Lugar	4.3. N° de Resolución de Aduana		4.4. Fecha
CFR		GUAYACUIL-ECUADOR			0000132
4.6. Fecha de Factura	4.5. N° de Factura				
16/06/2003	0000132				
4.7. N° contrato u otro documento	4.8. Fecha - contrato	4.9. Tipo de cambio	4.10. Fecha cambio	4.11. Moneda (Cód.)	4.12. País de origen
4.14. Forma de envío	4.15. N° de envíos	4.16. Modo de Transporte	Código	4.17. Puerto de embarque	Código
Fraccionado ☐ Único ☐		MARITIMO	1	CALLAO-PERU	58400
		4.18. Puerto de descarga	Código	4.19. Forma de Pago	Código
		GUAYACUIL	23400	6120 DIRECTO	01
5. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA					
Item	5.1 Subpartida (Nandina)	5.2. Descripción Comercial		5.3. Características / tipo	
1	3305.10.00.00-3	SH. HERBAL FRAMBUESA		15.02 X 12 UN	
2	3305.10.00.00-3	SH. HERBAL PERA/MANGO		15.02 X 12 UN	
3	3305.10.00.00-3	SH. HERBAL FRESIA		15.02 X 12 UN	
4	3305.10.00.00-3	SH. HERBAL KIWILIMA		15.02 X 12 UN	
5					
Item	5.5. Marca comercial	5.6. Modelo	5.7. Año	5.8. Estado de mercancía	5.9. Cantidad
1				NUEVO	500
2				NUEVO	500
3				NUEVO	500
4				NUEVO	500
5					
5.10. Unidad Com.					
DO					
5.11. FOB unit. US\$					
5,700.00					
5,700.00					
5,700.00					
5,700.00					
5,700.00					
6. INTERMEDIARIO ENTRE COMPRADOR Y VENDEDOR					
6.1 Se utilizó algún intermediario en la transacción comercial? SI ☐ NO ☒					
6.2. Nombre del intermediario					
6.3. Dirección					
6.4. Ciudad					
6.5. País					
6.6. Tipo de intermediario					
7. CONDICIONES DE LA TRANSACCION					
7.1. Existe vinculación con el proveedor					
SI ☐ NO ☒					
7.2. Ha influido la vinculación en el precio de mercancías importadas					
SI ☐ NO ☒					
7.3. Existen pagos indirectos relativos a las mercaderías					
SI ☐ NO ☒					
7.4. Existen cánones o derechos de licencias relativos a las mercaderías importadas que Ud. está obligado a pagar directa o indirectamente como condición de venta					
SI ☐ NO ☒					
7.5. Está la venta condicionada por un acuerdo, según el cual una parte del producto de cualquier reventa, cesión o utilización posterior de las mercancías importadas se revierta directa o indirectamente a su Proveedor extranjero?					
SI ☐ NO ☒					
7.6. Existen restricciones para la cesión o utilización de las mercancías por el importador, de acuerdo a lo señalado en el artículo 1 del Acuerdo del Valor GATT					
SI ☐ NO ☒					
7.7. Depende la venta o el precio; de condiciones o contraprestaciones en relación a las mercancías a valorar					
SI ☐ NO ☒					
7.8. Puede determinarse el valor de las condiciones o contraprestaciones					
SI ☐ NO ☒					
8. DETERMINACION DE LA TRANSACCION					
8.1 Base del cálculo					
US\$					
8.2 Adiciones a importes no incluidos en 8.1 y a cargo del comprador					
US\$					
8.1.1. Precio Factura					
39,420.00					
8.1.2. Pagos indirectos, descuentos retroactivos, otros					
39,420.00					
Total 8.1.					
8.3. Deducciones; importes incluidos en 8.1					
US\$					
8.3.1 Gastos de entrega posteriores a la importación (transporte, etc.)					
8.3.2. Intereses					
8.3.3. Asistencia técnica, armado, montaje, instalación, entrenamiento, gastos de construcción					
8.3.4. Derechos de Aduana y otros impuestos					
8.3.5. Otros gastos					
Total 8.3.					
8.4. Valor en aduana = 8.1 + 8.2 - 8.3					
41,008.56					
8.5. Tiene carácter estimativo o provisional los castillos 8.2.4. y 8.2.5. SI ☐ NO ☒					
Total 8.2.					
1589.02					
9. DESAGREGACION DEL VALOR EN ADUANA					
9.1. FOB US\$					
39,420.00					
9.2. Flete US\$					
1,040.00					
9.3. Seguro US\$					
548.46					
9.4. Otros US\$					
10. IMPORTADOR					
10.1 Nombre del Importador:					
MAURICIO DOUSDES					
10.2. Cargo:					
10.3. Fecha:					
16/06/2003					



DECLARACION ANDINA DEL VALOR DAV (2)

0750559

1. ADUANA

Hojas adicionales: de 1905292	N° Formulario DUI 10	Régimen 1.1 Aduana GUILMARIT	Código 028	1.2. C.I. / RUC / Catastro / Pasaporte 170826051-6	Código 17	2. REGISTRO DE ADUANAS
1.3. Consignatario o importador MAURICIO DOUSDEBES				1.4. Nivel Comercial DISTRIB MAYORISTA		Código 2
1.5. Otros (especifique)						

5. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA

TOTAL ITEMS

[illegible]

CAH

0521797

COTECNA INSPECCION S.A. (Sucursal Ecuador)

ED. N° 02

QUITO: Av. Naciones Unidas 1014 y Amazonas, Edif. La Previsora, Torre A, Piso 10, Of. 1002, Teléfono: 2463 101 Fax: 2463 102 / 2463 103, Fax Marketing (593-2) 2446 061
 GUAYAQUIL: Ciudadela Kennedy Norte, Av. Francisco de Orellana, Edif. World Trade Center, Torre B, Piso 6, Ofic. 608, Teléfonos: (04) 2630 030, Fax: (593-4) 2630 062 / 2630 106
 CUENCA: Av. de las Américas S/N y Paseo Cayambe, Edif. Horizontes, Of. 9, Telefax: (07) 838 205
 AMBATO: Cavallos y Aylón 0701 (Esq.) Teléfono: (03) 829 696 / Telefax: (03) 410 610
 MANTA: Calle 7 y Avenida 4ta., Edif. Filanbanco, Of. 701, Telefax: (05) 621 608
 TULCAN: Calle Bolívar entre Junín y Ayacucho, Edif. Yoly's, Piso 3, Oficina 202, Teléfonos: (06) 985 738 / 984 111
 ESMERALDAS: Hilda Padilla y Barbisoti, esquina. Sector Las Palmas, Telfs.: (06) 725471 / 725944
 MACHALA: Primera Diagonal y Napoleón Mera, Telefax: (07) 960 315
 HUAQUILLAS: Representante Telf.: (07) 907 548, Cel.: 099 314 896 LOJA: Representante Telf.: (07) 572 436

S.I. N°

SOLICITUD DE INSPECCION

IMPORTADOR: MAURICIO DOWSEBESR.U.C.: 170826051-0Dirección: PANAMERICANA NORTE KM 5 1/2 BOJA 86Ciudad: QUITO Tel: 2481-249 Fax: 2481-253Responsable: MAURICIO DOWSEBES
E-mail: mauriciod@hot mail . comVENDEDOR: FAVEL S.A.Responsable: MARY VIZCARRADirección: DANIEL OLACHEA 136 JESUS MARIACiudad: LIMA Tel: 2610707 Fax: 4601284E-mail: MVIZCARRA@yubel.com.peEMBARCADOR: FAVEL S.A.Responsable: MARY VIZCARRADirección: DANIEL OLACHEA 136 JESUS MARIACiudad: LIMA Tel: 2610707 Fax: 4601284E-mail: MVIZCARRA@yubel.com.pe

DOCUMENTACION ANEXA: Nota de pedido ☐ Factura proforma: ☐ Otro: ☐
 Número: 002 Fecha 16/06/03 Térm. de compra: EXW ☐ FOB ☐ CFR ☒ CIF ☐ Otro: ☐
 Forma de Pago: GRU DIRECTO Medio de transp.: MARITIMO Aduana de ingreso: GUAYAQUIL
 País de origen: PERU País proveedor: PERU País y lugar de embarque: CALLAO - PERU Fecha emb.: 07/07/03

DATOS DEL D.U.I.: Número de D.U.I. Aprobado: 1905292 Fecha de D.U.I. Aprobado: 25/06/03

PARTIDA NANDINA	DESCRIPCION COMERCIAL DE LA MERCADERIA	Cantidad	Unid. Medi.	Valor Unitario	TOTAL FOB Individual	País de Origen	Código Libera *
	ADJUNTO NOTA DE PEDIDO No. 002						

Flete Declarado: <u>US\$ 1040.00</u>			Seguro Declarado: <u>US\$ 548,56</u>			TERMINOS Y VALORES DE FACTURA		
Embarques Parciales	SI	☒ NO	MONEDA DE LA TRANSACCION:			TOTAL VALOR FOB:	39,420,00	
Bienes Usados	SI	☒ NO	Año de fabricación:			OTROS CARGOS:		
Carga peligrosa	SI	☒ NO	Especificar			FLETE:	1040,00	
Sustancias Psicotrópicas o estupefacientes	SI	☒ NO	Especificar			SEGURO:	548,56	
						TOTAL VALOR:	41.008,56	
Embarque en FCL	SI	☒ NO	Certificado de Inspección a Entregarse en:					
Inspección en destino	SI	☒ NO						
			Quito ☒ Gquil. ☐ Cuenca ☐ Ambato ☐ Tulcán ☐ Manta ☐ Machala ☐ Esmeraldas ☐					

NIVEL COMERCIAL: Mayorista ☐ Minorista ☐ Usuario ☐ Distribuidor ☒ Fabricante ☐ Otro: ☐
 VINCULACION COMERCIAL: Representante ☐ Distribuidor Exclusivo ☐ Concesionario Unico ☐ Agente Comercial ☐ Otro: ☐
 VINCULACION FINANCIERA: Sucursal ☐ Filial ☐ Firma Asociada ☐ Otra: ☐

OBSERVACIONES: ATT: SRTA. OSWALINA VERA	IMPORTADOR  Firma y sello	Firma y sello
	Declaro que he leído y comprendido los términos y condiciones impresos en el reverso de la Solicitud de Inspección (*) CODIGO LIBERATORIO: Si el Importador se acoge a las negociaciones del Pacto Andino o acuerdos Bilaterales	

p. COTECNA INSPECCION S.A.

Firma y sello



ATLAS

COMPANÍA DE SEGUROS SA
MATRIZ GUAYAQUIL

JUSTINO CORNEJO S/N ENTRE AV. FCO. DE ORELLANA Y AV. LUIS ORRANTIA CORNEJO
TELFS.: 2690430 FAX: 2283099 CASILLA 09-04-491 • E-MAIL: seguros@atlas.com.ec • sistemas@atlas.com.ec
R.U.C. 0990697000001

SUCURSAL QUITO
PABLO ARTURO SUAREZ # 105 Y ANTONIO NAVARRO
(SECTOR LA PRADERA)
TELFS.: 2223973 - 2224476 - 2224455 - 2224473
FAX: 2560673
E-MAIL: atlasujo@interactive.net.ec

APLICACION DE SEGURO DE TRANSPORTE

APLICACION No.

6

La siguiente mercadería se declara en aplicación a la POLIZA FLOTANTE No. **06-4762**

Emitida a favor de **MAURICIO DONSDEBES**

para el viaje desde **CAJAO - PERU**

hasta **bodegas el asegurado**

sobre el **MARITIMO - CANTON**

(Vapor, camión, avión)

de

(Bandera, Agencia, Compañía)

Anunciado para

consignada a **MAURICIO DONSDEBES**

Embarcado por

Lugar y Fecha **Quito, 16/06 del 2003**

Marcas/Clase Embalaje	Nos.	Peso Bruto (Kigs.)	Cantidad Bultos	CONTENIDO	Valor Asegurado	%	Prima	Observaciones
				PARTIDA 1305, 10, 000.3 PREPARACIONES CARBONES SHAMPOOS	USD 28,283.00	1.25% 3.5%	473.04 16.55 0.10	Todo Riesgo.
				PARTIDA 1305, 40, 000.4 PREPARACIONES COSMETICAS ACONDICIONADOS Y NAT. PODA EL USCELLO PEOIO. 002			489.79 53.77 518.56	Deducible. 10% del alor del sinies tro mínimo USD. 200,00

ELASEGURADO

LA COMPAÑIA

De conformidad con las condiciones de la póliza, los Asegurados o sus Embarcadores llenarán este formulario en duplicado y lo remitirán a Atlas Compañía de Seguros S.A., en o sus Agentes autorizados antes de efectuado el embarque o despachado. La compañía o el Agente devolverá el duplicado debidamente sellado y firmado.

[Signature]

[Signature]

FAX No. 3372

ATT : SR. !

VALERO Y OCHOA C.A.

LIQUIDACION PARA DESADUANIZACION DE MERCADERIA

Fecha : 07/07/2003 Hora Liq.: 17:55

Página : 1
(JP)

Trámite : 211067-4

Cliente : MAURICIO DOUSDEBES

Pedido :
D. U. I. : 19055292Mercadería : PRODUCTOS DE TOCADOR
Moneda : DOLAR AMERICANO

Partida	C	I	F	CIF en US\$	%/Sal.	Derechos Ar.	Liberación	Tot. Der.Ar.
FOB				39.420.00				
LETE				1.040.00				
SEGURO				548.56				
CIF				41.008.56				
3305.10.0000					20/0		(100.00% A	0.00
3305.90.0000					20/0		(100.00% A	0.00
								0.00

Derechos Arancelarios
LIBERACION

US\$

8.201.71

- 8.201.71

TOTAL DERECHOS ARAN.

IVA

F.D.I.

TOTAL LIQUIDACION

US\$

0.00

4945.63

205.04

5.150.67

CUOTAS CORPEI

9.85

DEBITO POR UN VALOR DED

US\$

5.160.52

VTOP. BUENO

GARANBIA

DEMORAJE

ALMACENAJE

GASTOS

US\$ 130,00

US\$ 800,00

US\$ 100,00

US\$ 200,00

US\$ 300,00

CHEQUE A NOMBRE DE VALERO Y US\$ 1.530,00
OCHAO POR

NOTA: NEVIER CARTA DE COMPROMISO A NOMBRE DE GREENANDES (VER FORMATO)

TECN. ALEXANDER CEDENO V.
DPTO. DE IMPROTACIONES



CERTIFICADO DE ORIGEN
Asociación Latinoamericana de Integración
Associação latino-Americana de Integração

Certificado
050910

PERU

ECUADOR

País Exportador:

País Importador:

Nº de Orden(1)	NALADISA	Denominación de las Mercaderías	
01	3305.10.00.00	SHAMPOO AVO5	2000 CJSx12 UN
02	3305.90.00.00	ACONDICIONADOR AVO5	1000 CJSx12 UN
03	3305.90.00.00	FIJADORES EN GEL VO5	900 CJSx12 UN
MAURICIO DOUSDEBES. PANAMERICANA NORTE KM. 5 1/2, PARKENOR BODEGA #86, QUITO - ECUADOR			

DECLARACION DE ORIGEN
(Declaración Jurada)

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura comercial N° **064-No.0000132** cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) **CAN** de conformidad con el siguiente desglose:

Nº de Orden	Normas (3)
01,02,03	DECISION 416 CAP. II ARTICULO 2DO. LITERAL E, INCISO I.

PRODUCTOS FAVEL S. A.

Fecha **LIMA, 25 DE JUNIO DEL 2003**

Razón Social, sello y firma del exportador o productor:

WALTER BOLANOS R.
EXPORTACIONES

Observaciones

CERTIFICACION DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de **Lima** a los _____

FRANKLIN URTEAGA MEDINA
Jefe de Certificados de Origen

Nombre, sello y firma Entidad Certificadora

25 JUN 2003

- Nota: (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.
- (2) Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando número de registro.
- (3) En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.

Shipper

CE

OF LADING

B L No.

CAO/GYE/02401/00

PRODUCTOS FAVEL S.A.

CALLE DANIEL OLAECHEA N°136

JESUS MARIA, LIMA - PERU

TELF: 537-0070 FAX ANX 311

FAX.: 537-0040

Consignee:

DOUSDEBES

PANAMERICANA NORTE KM 6 1/2, PARKE NOR BODEGA #86

QUITO - ECUADOR RUC:

TELF: (593-2) 248-1249 FAX.: (593-2) 248-1253

EMAIL:

Notify address

EDUARDO DOUSDEBES REPRES.

PANAMERICANA NORTE KM 6 1/2, PARKE NOR BODEGA #86

QUITO - ECUADOR RUC:

TELF: (593-2) 248-1249 FAX.: (593-2) 248-1253

Pre-charge by:

Place of receipt by pre-carrier*

Vessel

Port of loading

J T AFRICA V.0022-006N

CALLAO-PERU

Po. charge

Place of delivery by on-carrier*

GUAYAQUIL - ECUADOR

Marks and Nos.

Number and kind of packages; description of goods

Gross weight

Measurement

01x20' SAID TO CONTAIN:

KGS

52.000 M3

CAJAS STC:

SHAMPOO, REACONDICIONADOR,

Y GELES

CAJAS DE SHAMPOO VOS X 12 UNID C/U

CAJAS DE CONDITIONER VOS X 12 UNID C/U

CAJAS DE GELES VOS X 200

GSTU 624629-7 X40 ST

SEALS: 039144-0664362

G.W.: 23950.00

PACKAGES:

FCL/FCL

FACTURA: 064-0000132

DUE:

"SHIPPER'S STOWAGE, LOAD, SEAL & COUNT"

CLEAN ON BOARD

FREIGHT PREPAID

Particulars furnished by the Merchant

Received on board

11

ORIGINAL

Freight details, charges etc.

FREIGHT PREPAID

US\$

BILL OF LADING

RECEIVED by the Carrier the Goods as specified above in apparent good order and condition otherwise stated, to be transported to such place as agreed, authorised or permitted hereunder subject to all the terms and conditions appearing on the front and reverse of this Bill of Lading which the Merchant agrees by accepting this Bill of Lading, any local privileges and conditions notwithstanding.

The particulars given above as stated by the shipper and the weight, measure, conditions, contents and value of the Goods are unknown to the Carrier.

In WITNESS, whereof one (1) original Bill of Lading has been signed if not otherwise hereafter, the same being accomplished the other(s), if any, to be void, if required by the one (1) original Bill of Lading must be surrendered duly endorsed in exchange for the Goods delivery order.

"Any claim or dispute arising under this Bill of Lading shall be determined by the courts of the country where the Carrier's operation office, as mentioned on the front of this Bill of Lading, is domiciled and according to the law of the country where the operating office is domiciled, to the extent that anything has not already been dealt with by the provisions of this Bill of Lading."

(Terms to continue on back)

TOTAL

US\$

Excess value declaration refer to clause 6 (4) (B) + (C) on reverse side

Shipped on board

Freight payable at

Place and date of issue

ORIGIN

CALLAO

Date

Signed by

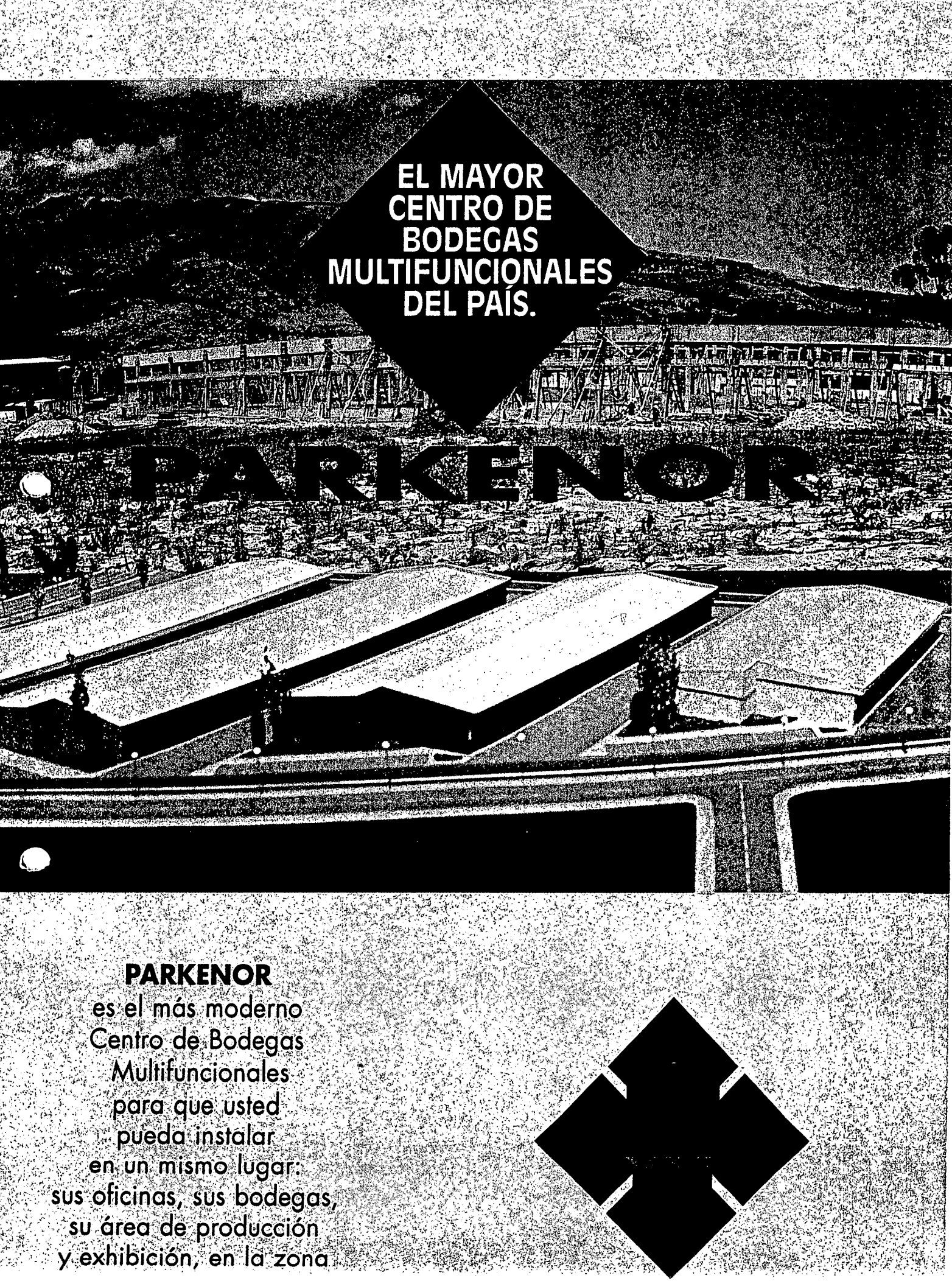
Number of original B/L

(03) THREE

Signature

ECU-LINE PERU S.A.
FOR AND ON BEHALF

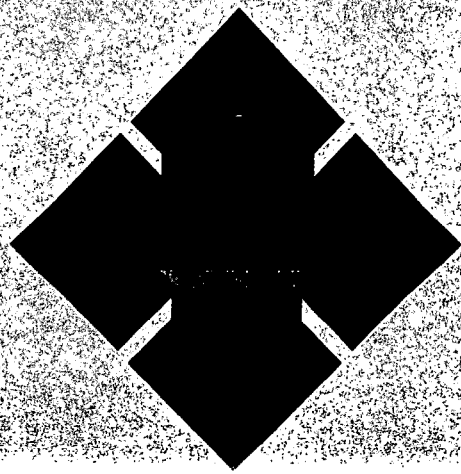
ANEXO 13

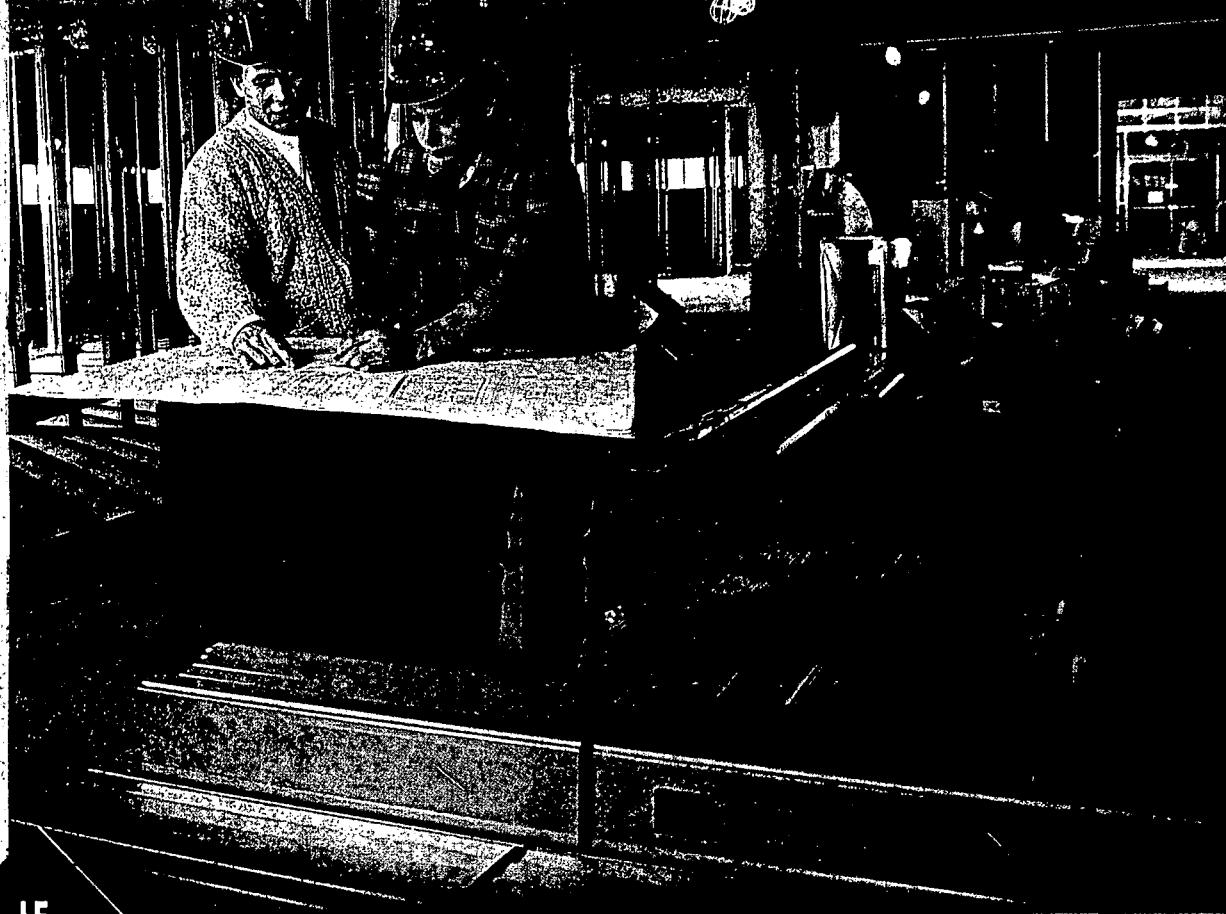


EL MAYOR
CENTRO DE
BODEGAS
MULTIFUNCIONALES
DEL PAÍS.

PARKENOR

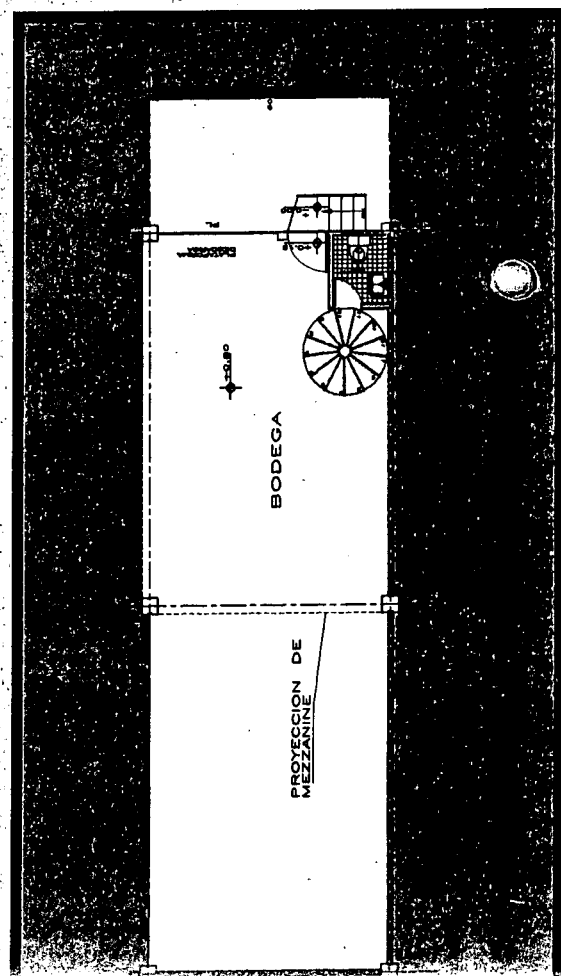
PARKENOR
es el más moderno
Centro de Bodegas
Multifuncionales
para que usted
pueda instalar
en un mismo lugar:
sus oficinas, sus bodegas,
su área de producción
y exhibición, en la zona

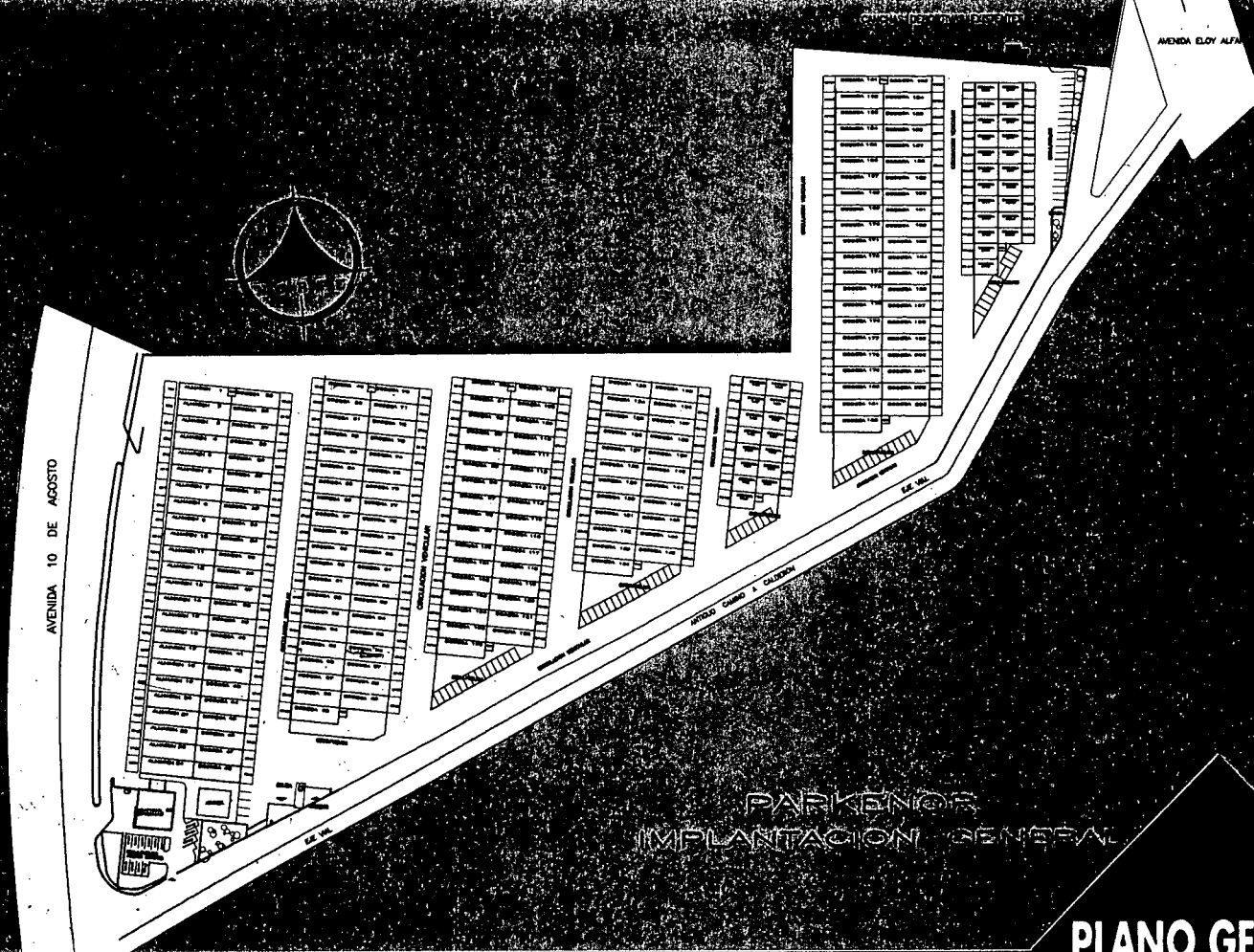




LE OFRECEMOS

- Bodegas que se dividen en 225 módulos de 162 m² incluido mezzanine.
- Administración Central.
- Servicio de seguridad (circuito cerrado de televisión, guardias, sistema contra incendios, un sólo ingreso controlado).
- Facilidad de carga y descarga (servicio montacargas, puerta independiente para cargar y descargar).
- Altura interior de bodega: 6 mts.
- Bodegas herméticas (selladas).
- Protección contra inundaciones.
- Sala de conferencias.
- Zona de parqueo con más de 450 estacionamientos privados y 336 para visitantes.
- Servicios de agua, energía eléctrica y limpieza.
- Amplia disponibilidad de líneas telefónicas. Central telefónica.
- Mensajería.





PLANO GENERAL DE PARKENOR



Además tenemos una excelente ubicación en la entrada norte de Quito, en la zona industrial más estratégica, con acceso por la Panamericana Norte, Av. 6 de Diciembre, Av. 10 de Agosto y Av. Eloy Alfaro.



LE
OFRECEMOS

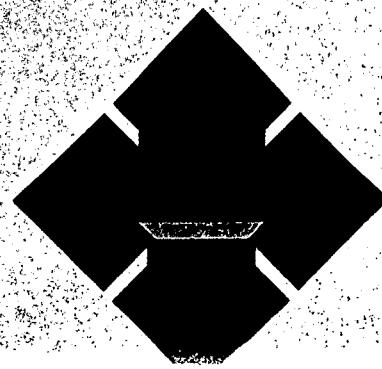
Si usted es comerciante o industrial
y está buscando un lugar
para desarrollar su empresa,
PARKENOR es su mejor alternativa.

Visítenos, tenemos diversos
planes de financiamiento
de acuerdo a sus necesidades.

CONSTRUYE

CARVAJAL
ASOCIADOS/SC
PLANIFICACION Y CONSTRUCCION

INFORMES Y VENTAS



PROYECTOS

ANEXOS

VARIOS

**LOS 30 CENTROS POBLADOS MÁS GRANDES DEL ECUADOR EN EL 2001
POR SEXO Y GRUPOS DE EDAD**

Grupos de Edad	Guayaquil			Quito			Cuenca		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
0-4 años	217.542	106.358	111.184	153.691	74.131	79.560	33.110	15.649	17.461
5-9 años	205.865	100.648	105.217	150.219	72.455	77.764	35.238	16.655	18.583
10-14 años	212.203	103.747	108.456	139.397	67.235	72.162	30.918	14.613	16.305
15-19 años	198.807	97.198	101.609	138.102	66.611	71.491	29.883	14.124	15.759
20-24 años	193.874	94.786	99.088	137.044	66.100	70.944	26.607	12.576	14.031
25-29 años	189.329	92.564	96.765	133.154	64.224	68.930	22.110	10.450	11.660
30-39 años	323.366	158.095	165.271	222.535	107.335	115.200	32.028	15.138	16.890
40-49 años	206.298	100.860	105.438	152.483	73.547	78.936	25.666	12.131	13.535
50-59 años	114.235	55.850	58.385	81.452	39.287	42.165	17.246	8.151	9.095
60 más	123.860	60.556	63.304	91.301	44.037	47.264	24.568	11.612	12.956
Total	1.985.379	970.662	1.014.717	1.399.378	674.962	724.416	277.374	131.099	146.275

Grupos de Edad	Machala			Santo Domingo			Manta		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
0-4 años	22.890	11.406	11.484	21.946	10.806	11.140	22.535	11.050	11.485
5-9 años	21.565	10.746	10.819	21.451	10.562	10.889	20.903	10.250	10.653
10-14 años	21.474	10.701	10.773	19.906	9.801	10.105	21.266	10.428	10.838
15-19 años	23.194	11.558	11.636	19.721	9.710	10.011	21.992	10.784	11.208
20-24 años	21.835	10.881	10.954	19.570	9.636	9.934	19.204	9.417	9.787
25-29 años	19.672	9.803	9.869	19.014	9.362	9.652	14.316	7.020	7.296
30-39 años	29.318	14.610	14.708	31.777	15.646	16.131	23.622	11.583	12.039
40-49 años	20.401	10.166	10.235	21.774	10.721	11.053	16.258	7.972	8.286
50-59 años	11.643	5.802	5.841	11.631	5.727	5.904	11.167	5.476	5.691
60 más	12.586	6.272	6.314	13.037	6.419	6.618	11.842	5.807	6.035
Total	204.578	101.945	102.633	199.827	98.390	101.437	183.105	89.787	93.318

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS - INEC

PROYECCION : MARKOP

**DISTRIBUCION RELATIVA DE LA POBLACIÓN DEL ECUADOR POR
REGIONES, AREAS Y CAPITALES PROVINCIALES
POR NIVELES SOCIOECONOMICOS - 2002**

	NIVELES SOCIOECONOMICOS			
	ALTO (A)	MEDIO MEDIO (C)	MEDIO BAJO (D)	BAJO (E)
	%	%	%	%
TOTAL PAIS	2.6	14.7	35.6	47.1
Total Sierra	2.6	14.2	37.9	45.3
Sierra Urbana	4.7	23.8	40.4	31.3
Capitales Sierra	5.6	25.3	42.5	26.6
Resto Urbano Sierra	1.7	18.5	33.0	46.8
Rural Sierra	0.0	1.9	34.8	63.3
Total Costa	2.9	16.8	36.3	44.0
Costa Urbana	4.2	23.2	36.8	35.8
Capitales Costa	6.0	26.6	42.3	25.1
Resto urbano Costa	1.5	18.1	28.6	51.8
Rural Costa	0.0	2.2	35.1	62.7
Región Amazónica, Insular y Z.N.D.	0.0	0.4	10.6	89.0
	ALTO (A)	MEDIO MEDIO (C)	MEDIO BAJO (D)	BAJO (E)
	%	%	%	%
CAPITALES SIERRA	2.6	25.3	42.5	26.6
Tulcán	2.0	18.6	32.8	39.6
Ibarra	2.2	19.4	40.1	38.3
Quito	7.1	26.5	44.3	22.1
Latacunga	2.0	19.7	32.9	38.4
Ambato	3.5	24.6	39.9	32.0
Guaranda	1.3	18.2	39.0	41.5
Riobamba	3.6	19.4	38.6	38.4
Azoguez	1.2	18.3	38.2	42.3
Cuenca	4.4	28.4	39.2	28.0
Loja	4.1	24.7	44.0	27.2
CAPITALES COSTA	6.0	26.6	42.3	25.1
Esmeraldas	1.7	18.3	38.4	41.6
Portoviejo	3.6	25.7	42.1	28.6
Babahoyo	3.1	25.2	42.0	29.7
Guayaquil	6.7	27.2	42.4	23.7
Machala	3.9	26.2	43.0	26.9

*ZND=ZONAS NO DEFINIDAS ENTRE PROVINCIAS

FUENTE: Estudios de Markop 2001

ELABORACION: MARKOP

Difusión de Resultados Definitivos del VI Censo de Población y V de Vivienda 2001 - Septiembre del 2002

PRESENTACIÓN

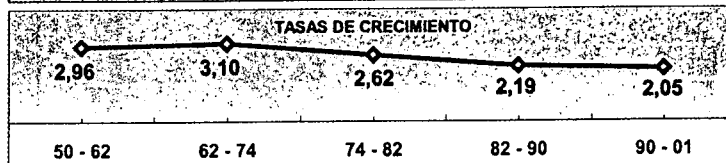
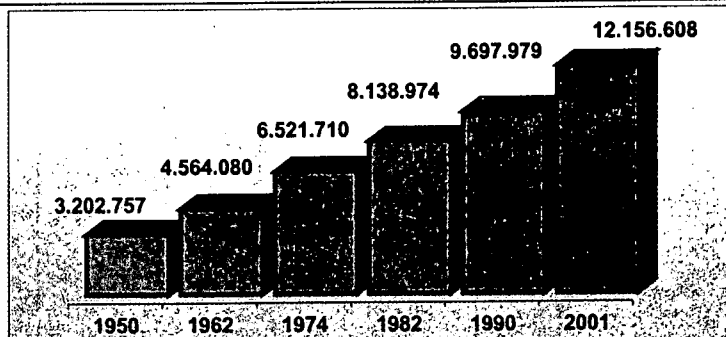
El INEC es una entidad científica y técnica, cuya finalidad es producir y difundir permanentemente información estadística que permita un adecuado conocimiento de la realidad socio-económica del país.

Los siguientes cuadros y gráficos presentan algunos análisis y evoluciones de la población y vivienda de la República del Ecuador, según las cifras definitivas del Censo del 2001. Y aprovechamos la ocasión para agradecer públicamente a las autoridades seccionales, profesores de las escuelas y colegios, así como a los estudiantes que hicieron factible la realización de este evento.

Eco. Carlos Cortez Castro
Director General del INEC

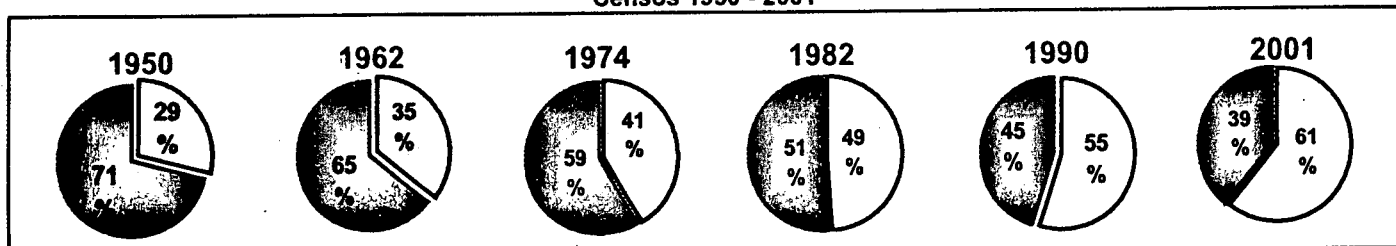
ECUADOR: POBLACIÓN Y TASAS DE CRECIMIENTO

Censos 1950-2001



REPÚBLICA DEL ECUADOR: EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA Y RURAL

Censos 1950 - 2001



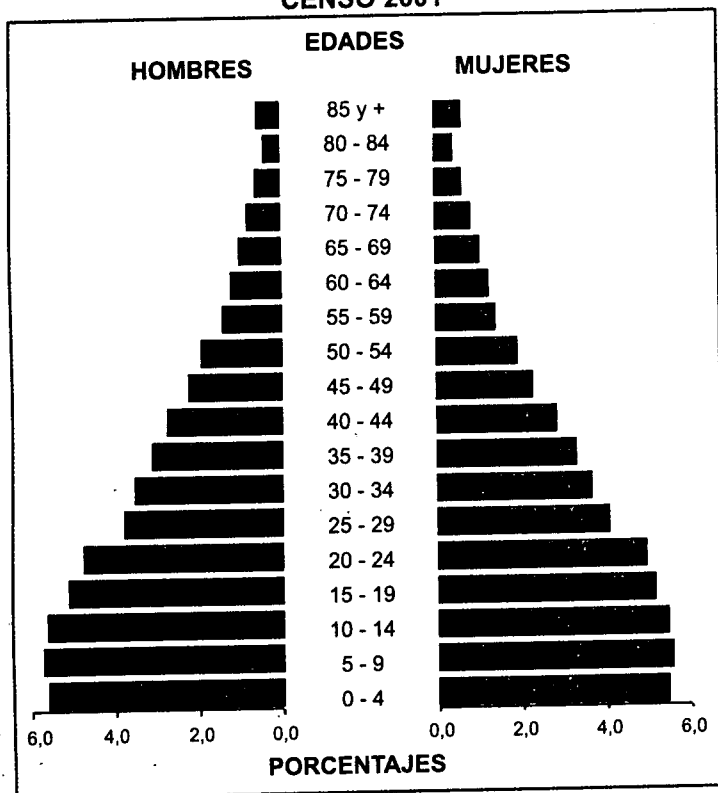
□ ÁREA URBANA ■ ÁREA RURAL

REPÚBLICA DEL ECUADOR: POBLACIÓN POR SEXO, TASAS DE CRECIMIENTO E ÍNDICE DE MASCULINIDAD, SEGÚN REGIONES Y PROVINCIAS. CENSO 2001

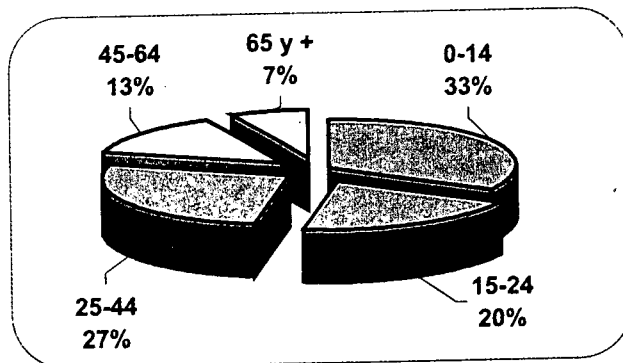
REGIONES Y PROVINCIAS	POBLACIÓN						IM (H / M)*100	Prov. / País %
	TOTAL	TCA %	HOMBRES	%	MUJERES	%		
TOTAL PAÍS	12.156.608	2,1	6.018.353	49,5	6.138.255	50,5	98,0	100,0
REGIÓN SIERRA	5.460.738	1,9	2.640.020	48,3	2.820.718	51,7	93,6	44,9
AZUAY	599.546	1,5	279.792	46,7	319.754	53,3	87,5	4,9
BOLÍVAR	169.370	0,3	83.156	49,1	86.214	50,9	96,5	1,4
CAÑAR	206.981	0,8	95.010	45,9	111.971	54,1	84,9	1,7
CARCHI	152.939	0,7	75.834	49,6	77.105	50,4	98,4	1,3
COTOPAXI	349.540	1,8	169.303	48,4	180.237	51,6	93,9	2,9
CHIMBORAZO	403.632	0,9	190.667	47,2	212.965	52,8	89,5	3,3
IMBABURA	344.044	2,0	167.818	48,8	176.226	51,2	95,2	2,8
LOJA	404.835	0,5	197.595	48,8	207.240	51,2	95,3	3,3
PICHINCHA	2.388.817	2,8	1.167.332	48,9	1.221.485	51,1	95,6	19,7
TUNGURAHUA	441.034	1,6	213.513	48,4	227.521	51,6	93,8	3,6
REGIÓN COSTA	6.056.223	2,1	3.044.045	50,3	3.012.178	49,7	101,1	49,8
EL ORO	525.763	2,2	266.716	50,7	259.047	49,3	103,0	4,3
ESMERALDAS	385.223	2,1	197.150	50,9	188.073	48,8	104,8	3,2
GUAYAS	3.309.034	2,5	1648.398	49,8	1660.636	50,2	99,3	27,2
LOS RÍOS	650.178	1,9	335.279	51,6	314.899	48,4	106,5	5,3
MANABÍ	1.186.025	1,3	596.502	50,3	589.523	49,7	101,2	9,8
REGIÓN AMAZÓNICA	548.419	3,2	286.296	52,2	262.123	47,8	109,2	4,5
MORONA SANTIAGO	115.412	1,7	57.425	49,8	57.987	50,2	99,0	0,9
NAPO *	79.139	-2,4	40.284	50,9	38.855	49,1	103,7	0,7
PASTAZA	61.779	3,5	31.988	51,8	29.791	48,2	107,4	0,5
ZAMORA CHINCHIPE	76.601	1,3	39.662	51,8	36.939	48,2	107,4	0,6
SUCUMBÍOS	128.995	4,7	70.139	54,4	58.856	45,6	119,2	1,1
ORELLANA	86.493	-	46.798	54,1	39.695	45,9	117,9	0,7
REGIÓN INSULAR	18.640	5,9	10.204	54,7	8.436	45,3	121,0	0,2
GALÁPAGOS	18.640	5,9	10.204	54,7	8.436	45,3	121,0	0,2
ZONAS NO DELIMITADAS	72.588	0,2	37.788	52,1	34.800	47,9	108,6	0,6

REPÚBLICA DEL ECUADOR

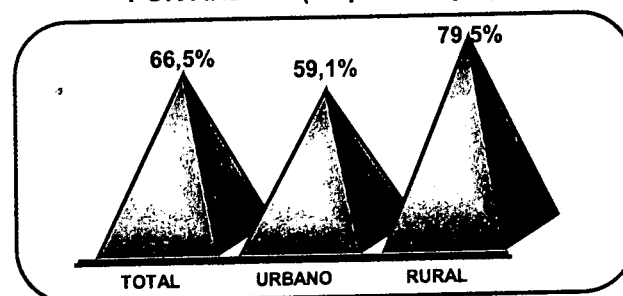
PIRÁMIDE DE POBLACIÓN CENSO 2001



POBLACIÓN POR GRANDES GRUPOS DE EDAD. Censo 2001



DEPENDENCIA DEMOGRÁFICA ^{1/} POR ÁREAS. (En porcentajes)



1/ DD = (Pobl. <15 años + Pobl. 65 años y +) / Pobl. entre 15 y 64 años * 100

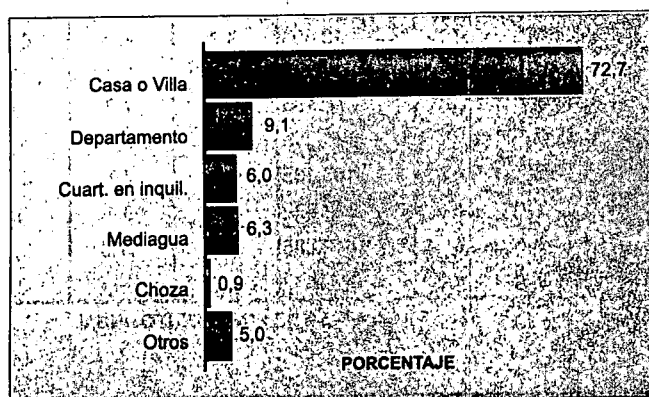
ECUADOR: TASAS DE ANALFABETISMO DE LA POBLACIÓN DE 10 AÑOS Y MÁS, POR ÁREA Y SEXO, SEGÚN PROVINCIAS. Censo 2001

PROVINCIAS	TOTAL			ÁREA URBANA			ÁREA RURAL		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL PAÍS	8,4	7,3	9,5	5,2	4,6	5,8	13,7	11,6	16,0
AZUAY	7,9	5,2	10,2	4,0	2,8	5,1	12,5	8,1	16,0
BOLÍVAR	15,2	11,6	18,6	6,7	5,1	8,0	18,4	13,9	22,7
CAÑAR	13,4	9,5	16,5	7,0	5,2	8,7	17,2	12,3	21,0
CARCHI	6,6	5,2	8,0	4,4	3,4	5,3	8,7	6,7	10,6
COTOPAXI	15,3	10,2	20,1	5,9	4,0	7,5	19,1	12,7	25,0
CHIMBORAZO	16,5	11,6	20,7	4,9	3,4	6,3	24,6	17,3	30,9
EL ORO	5,2	4,9	5,6	4,5	4,2	4,9	7,4	6,8	8,2
ESMERALDAS	11,0	10,9	11,1	6,7	6,6	6,9	14,1	13,8	14,5
GUAYAS	6,8	6,5	7,1	5,4	4,9	5,8	13,6	13,7	13,5
IMBABURA	11,9	8,8	14,9	5,3	3,9	6,5	19,1	13,8	24,3
LOJA	7,2	6,4	7,9	3,8	3,5	4,0	10,1	8,6	11,6
LOS RÍOS	10,8	11,5	10,1	7,6	8,1	7,1	14,2	14,8	13,5
MANABÍ	11,6	11,5	11,6	7,5	7,1	7,8	16,2	16,2	16,2
MORONA SANTIAGO	8,9	7,0	10,9	5,3	4,1	6,4	11,0	8,5	13,5
NAPO	9,5	6,9	12,2	5,7	4,2	7,1	11,5	8,3	15,2
PASTAZA	9,3	6,8	11,9	4,6	3,5	5,6	13,2	9,4	17,7
PICHINCHA	5,3	4,2	6,5	4,1	3,2	4,9	8,7	6,6	10,8
TUNGURAHUA	9,0	6,1	11,7	4,3	3,1	5,3	12,7	8,4	16,7
ZAMORA CHINCHIPE	7,3	5,9	8,8	4,8	4,0	5,6	8,8	7,0	10,8
GALÁPAGOS	2,8	2,5	3,2	2,5	2,3	2,8	4,8	3,9	6,1
SUCUMBÍOS	8,1	6,8	9,6	6,0	5,2	6,8	9,5	7,8	11,7
ORELLANA	8,2	6,3	10,6	6,1	5,2	7,1	9,2	6,7	12,4
ZONAS NO DELIMITAD	11,5	11,5	11,4	-	-	-	11,5	11,5	11,4

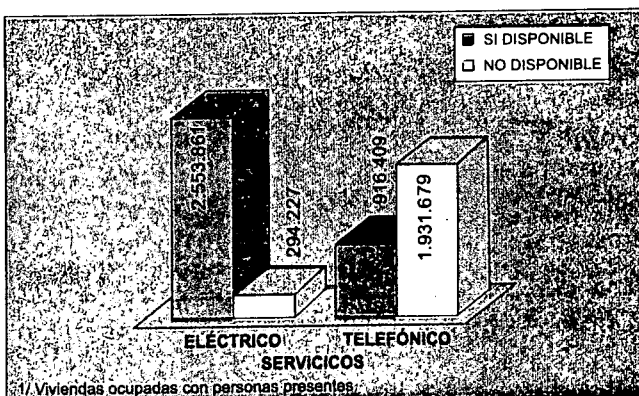
La Tasas de Analfabetismo es la relación entre la población analfabeta con el total de la población de 10 años y más.

PROVINCIAS	TOTAL DE VIVIENDAS	CON PERSONAS PRESENTES			PUEBLA CIÓN TOTAL	SIÓN Km ²	DAD Hab / Km ²
		NÚMERO	OCUPANTES	PROMEDIO			
TOTAL PAÍS	3.456.103	2.848.088	12.068.651	4,2	12.156.608	256.369,6	47,4
AZUAY	211.517	143.684	593.759	4,1	599.546	7.994,7	75,0
BOLIVAR	52.848	39.253	168.623	4,3	169.370	3.926,0	43,1
CAÑAR	72.449	48.784	206.173	4,2	206.981	3.141,6	65,9
CARCHI	43.594	36.198	151.189	4,2	152.939	3.749,7	40,8
COTOPAXI	109.235	80.545	348.103	4,3	349.540	5.984,5	58,4
CHIMBORAZO	131.739	99.343	400.933	4,0	403.632	6.470,4	62,4
EL ORO	146.675	122.681	520.238	4,2	525.763	5.817,3	90,4
ESMERALDAS	100.620	84.249	382.801	4,5	385.223	15.895,7	24,2
GUAYAS	865.562	766.705	3.296.837	4,3	3.309.034	20.566,0	160,9
IMBABURA	98.123	82.166	341.591	4,2	344.044	4.614,6	74,6
LOJA	124.947	93.320	400.820	4,3	404.835	10.994,9	36,8
LOS RÍOS	168.539	145.726	647.586	4,4	650.178	7.150,9	90,9
MANABÍ	301.533	252.111	1.181.485	4,7	1.186.025	18.893,7	62,8
MORONA SANTIAGO	33.763	23.843	113.087	4,7	115.412	23.796,8	4,8
NAPO	20.739	14.918	77.283	5,2	79.139	12.483,4	6,3
PASTAZA	16.783	13.212	59.646	4,5	61.779	29.325,0	2,1
PICHINCHA	709.088	610.668	2.370.525	3,9	2.388.817	13.270,1	180,0
TUNGURAHUA	143.847	109.411	438.707	4,0	441.034	3.369,4	130,9
ZAMORA CHINCHIPE	22.743	16.191	75.567	4,7	76.601	10.456,3	7,3
GALÁPAGOS	5.697	4.766	16.844	3,5	18.640	8.010,0	2,3
SUCUMBÍOS	34.758	27.616	122.273	4,4	128.995	18.008,3	7,2
ORELLANA	22.089	16.964	82.085	4,8	86.493	21.675,1	4,0
ZONAS NO DELIMITAD	19.215	15.734	72.496	4,6	72.588	775,2	93,6

VIVIENDAS PARTICULARES SEGÚN TIPO DE VIVIENDA



VIVIENDAS PARTICULARES OCUPADAS ^{1/} SEGÚN SERVICIO ELÉCTRICO Y TELEFÓNICO



VIVIENDAS PARTICULARES OCUPADAS POR TIPO DE TENENCIA SEGÚN TIPO DE VIVIENDA CENSO 2001

TIPO DE VIVIENDA	TOTAL	TIPO DE TENENCIA					
		PROPIA	ARRENDADA	ANTICRESIS	GRATUITA	SERVICIOS	OTRA
TOTAL	2.848.088	1.919.576	665.394	11.729	155.654	74.871	20.864
Casa o Villa	2.048.769	1.583.517	287.069	7.949	104.231	51.490	14.513
Departamento	282.053	98.456	159.238	1.562	17.155	4.039	1.603
Cuarto casa en inquil.	191.899	0	179.399	661	8.256	2.914	669
Mediagua	172.014	115.353	29.704	783	14.928	9.233	2.013
Rancho	88.485	69.537	5.456	473	7.391	4.664	964
Covacha	35.347	26.595	3.160	261	2.996	1.553	782
Chozas	20.085	20.085	0	0	0	0	0
Otro	9.436	6.033	1.368	40	697	978	320

OFICINAS DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC)

ADMINISTRACIÓN CENTRAL
QUITO

Juan Larrea N1536 y Riofrío
Teléfonos: 2233208 - 2529858 - 2544326

REPÚBLICA DEL ECUADOR

ESCOLARIDAD MEDIA SEGÚN PROVINCIAS

Censos 1990, 2001

PROVINCIAS	CENSO 1990	CENSO 2001
TOTAL PAÍS	6,3	7,1
AZUAY	5,8	6,6
BOLÍVAR	4,6	5,4
CAÑAR	4,7	5,4
CARCHI	5,5	6,1
COTOPAXI	4,8	5,5
CHIMBORAZO	4,9	5,9
EL ORO	6,7	7,0
ESMERALDAS	5,3	5,8
GUAYAS	7,0	7,2
IMBABURA	5,4	6,1
LOJA	5,8	6,6
LOS RÍOS	5,2	5,8
MANABI	5,2	5,9
MORONA SANTIAGO	5,2	5,4
NAPO	5,0	6,1
PASTAZA	6,0	6,6
PICHINCHA	7,7	8,1
TUNGURAHUA	5,9	6,6
ZAMORA CHINCHIPE	5,3	5,9
GALÁPAGOS	8,0	8,4
SUCUMBÍOS	5,0	5,6
ORELLANA	-	5,5
ZONAS NO DELIMITAD	4,5	4,9

La escolaridad media se refiere al número promedio de años aprobados por la población de 10 años y más de edad, en los diferentes niveles de instrucción.

POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS POR NIVELES DE INSTRUCCIÓN SEGÚN ÁREAS DE RESIDENCIA. Censo 2001

TOTAL NACIONAL

NO DECLAR.	833.842	7,7%
SUPERIOR 1/	1.071.440	9,9%
SECUNDARIO 2/	2.727.624	25,2%
PRIMARIO		
C. ALFABET.	48.045	0,4%
NINGUNO	776.413	7,2%

ÁREA URBANA

NO DECLAR.	509.691	7,6%
SUPERIOR 1/	941.647	14,1%
SECUNDARIO 2/	2.098.901	31,4%
PRIMARIO		
C. ALFABET.	24.461	0,4%
NINGUNO	256.551	3,8%

ÁREA RURAL

NO DECLAR.	324.151	7,8%
SUPERIOR 1/	129.793	3,1%
SECUNDARIO 2/	628.723	15,2%
PRIMARIO		
C. ALFABET.	23.584	0,6%
NINGUNO	519.862	12,6%

1/ Incluye Postgrado
2/ Incluye Postbachillerato

REPÚBLICA DEL ECUADOR

POBLACIÓN DE 12 AÑOS Y MÁS, POR ESTADO CIVIL O CONYUGAL, SEGÚN SEXO. CENSO 2001

SEXO	TOTAL	ESTADO CIVIL O CONYUGAL						
		UNIDOS	SOLTEROS	CASADOS	DIVORCIADOS	VIUDOS	SEPARADOS	NO DECLAR.
AMBOS SEXOS	8.917.360	1.579.712	3.406.236	3.198.205	122.484	339.484	256.362	14.814
HOMBRES	4.375.430	777.149	1.817.592	1.570.138	43.181	81.078	78.873	7.419
MUJERES	4.541.930	802.563	1.588.644	1.628.067	79.303	258.469	177.489	7.395

POBLACIÓN DE 12 AÑOS Y MÁS, POR ESTADO CIVIL O CONYUGAL, SEGÚN GRUPOS DE EDAD CENSO 2001

GRUPOS DE EDAD	TOTAL	ESTADO CIVIL O CONYUGAL						
		UNIDOS	SOLTEROS	CASADOS	DIVORCIADOS	VIUDOS	SEPARADOS	NO DECLAR.
TOTAL	8.917.360	1.579.712	3.406.236	3.198.205	122.484	339.484	256.362	14.814
12 A 17	1.556.383	49.417	1.474.927	23.869	492	992	3.338	3.348
18 A 40	4.411.691	1.026.159	1.551.730	1.628.165	47.612	27.866	123.434	6.725
41 Y MAS	2.949.286	504.136	379.579	1.546.171	74.380	310.689	129.590	4.741

ESTRUCTURA PORCENTUAL

TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
12 A 17	17,5	3,1	43,3	0,7	0,4	0,3	1,3	22,6
18 A 40	49,5	65,0	45,6	50,9	38,9	8,2	48,1	45,4
41 Y MAS	33,1	31,9	11,1	48,3	60,7	91,5	50,5	32,0

PROVINCIAS	TOTAL		SECTOR PRIMARIO	SECTOR SECUNDARIO	SECTOR TERCIARIO	NO ESPECIFICADO	TRABAJADOR NUEVO
	NÚMERO	%					
TOTAL PAÍS	4.585.575	100,0	1.289.750	774.813	2.077.613	416.796	26.603
AZUAY	232.664	5,1	56.486	61.145	98.045	16.171	817
BOLÍVAR	63.151	1,4	38.183	5.667	16.574	2.526	201
CAÑAR	72.319	1,6	33.013	13.273	21.772	3.991	270
CARCHI	58.471	1,3	25.139	6.580	22.243	4.274	235
COTOPAXI	141.062	3,1	71.614	22.416	41.645	4.862	525
CHIMBORAZO	164.009	3,6	82.577	21.644	52.885	6.329	574
EL ORO	195.046	4,3	61.488	22.655	89.334	20.508	1.061
ESMERALDAS	129.655	2,8	50.220	14.640	51.116	12.527	1.152
GUAYAS	1.220.389	26,6	203.766	211.442	647.500	147.745	9.936
IMBABURA	132.200	2,9	34.661	32.182	55.093	9.675	589
LOJA	137.885	3,0	60.941	16.328	51.471	8.689	456
LOS RÍOS	225.875	4,9	113.860	19.775	72.511	18.509	1.220
MANABÍ	382.106	8,3	151.074	46.779	150.417	31.618	2.218
MORONA SANTIAGO	40.911	0,9	22.774	3.981	12.227	1.835	94
NAPO	30.375	0,7	15.997	2.982	9.842	1.415	139
PASTAZA	24.332	0,5	9.466	3.171	10.542	1.071	82
PICHINCHA	995.452	21,7	117.077	213.034	553.985	105.611	5.745
TUNGURAHUA	197.033	4,3	67.742	44.034	75.116	9.404	737
ZAMORA CHINCHIPE	26.076	0,6	15.095	2.350	7.269	1.309	53
GALÁPAGOS	8.772	0,2	1.508	1.213	5.310	689	52
SUCUMBÍOS	49.509	1,1	22.729	4.822	17.616	4.129	213
ORELLANA	33.706	0,7	20.160	2.392	8.546	2.492	116
ZONAS NO DELIMITADAS	24.577	0,5	14.180	2.308	6.554	1.417	118
PORCENTAJE POR SECTORES ECONÓMICOS DEL TOTAL NACIONAL	100,0		28,1	16,9	45,3	9,1	0,6

TRABAJO INFANTIL

De la Población Económicamente Activa entre 5 y 11 años de edad, se declararon OCUPADOS 31.829, de los cuales 20.362 son niños y 11.467 son niñas.

De acuerdo al Área de Residencia, 7.463 viven en el área urbana y 24.366 en el área rural. Con respecto al total de la P.E.A. del Ecuador, esos menores de edad representan el 0,7 % del total.

RELACIÓN NIÑOS / MUJERES

Promedio de hijos nacidos vivos tenidos por las mujeres durante toda su vida.

ÁREAS	Hijos Nacidos Vivos	Población femenina	Número promedio de hijos
CENSO 1990 (15 años y +)			
TOTAL	8.849.646	3.018.042	2,9
URBANO	4.473.696	1.807.764	2,5
RURAL	4.375.950	1.210.278	3,6
CENSO 2001 (12 años y +)			
TOTAL	11.100.313	4.541.930	2,4
URBANO	6.287.846	2.906.745	2,2
RURAL	4.812.467	1.635.185	2,9

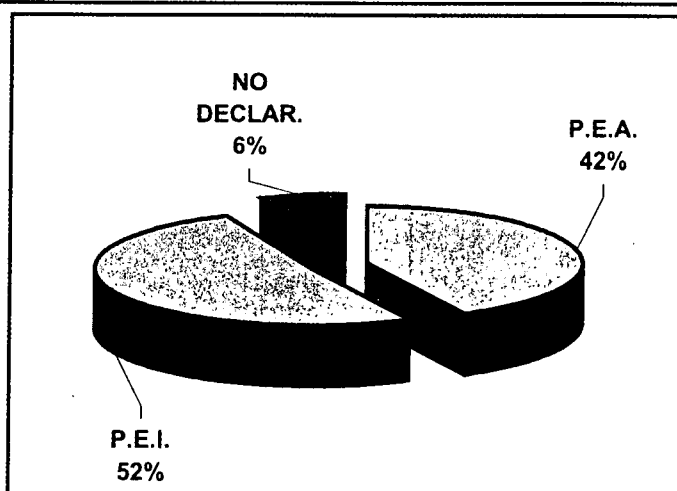
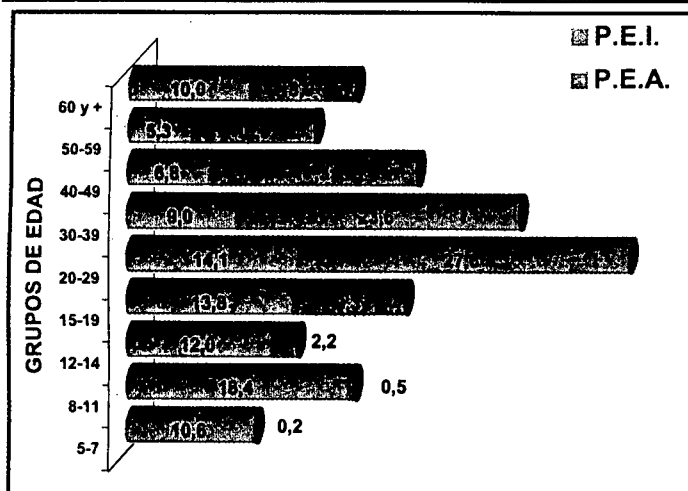
ECUADOR: POBLACIÓN FEMENINA DE 12 AÑOS Y MÁS, POR ESTADO CIVIL O CÓNYUGAL, SEGÚN HIJOS NACIDOS VIVOS Y PROMEDIO DE HIJOS POR MUJER
CENSO 2001

	ESTADO CIVIL O CONYUGAL						
	UNIDAS	SOLTERAS	CASADAS	DIVORCIADAS	VIUDAS	SEPARADAS	NO DECLAR.
TOTAL MUJERES	802.563	1.588.644	1.628.067	79.303	258.469	177.489	7.395
TOTAL DE HIJOS	2.522.436	595.143	5.775.923	214.815	1.405.923	588.450	7.623
PROMEDIO DE HIJOS	3,1	0,4	3,5	2,7	5,4	3,3	1,0

REPÚBLICA DEL ECUADOR

**ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA
E INACTIVA POR GRUPOS DE EDAD. Censo 2001**

**POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS ACTIVA E INACTIVA
Censo 2001**



REPÚBLICA DEL ECUADOR

**POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 12 AÑOS Y MÁS, POR ESTRUCTURAS PORCENTUALES Y
TASAS DE CRECIMIENTO, SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA. CENSOS 1982, 1990, 2001**

RAMAS DE ACTIVIDAD	1.982		1.990		2.001		TCA %	
	POBLACIÓN	%	POBLACIÓN	%	POBLACIÓN	%	82-90	90-2001
TOTAL	2.346.063	100,0	3.327.550	100,0	4.553.746	100,0	4,4	2,9
AGRICULTURA, SILVICULTURA, CAZA Y PESCA	786.972	33,5	1.018.561	30,6	1.244.686	27,3	3,2	1,8
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	7.406	0,3	20.795	0,6	24.607	0,5	12,9	1,5
MANUFACTURA	286.530	12,2	368.937	11,1	471.548	10,4	3,2	2,2
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	13.183	0,6	12.649	0,4	13.803	0,3	-0,5	0,8
CONSTRUCCIÓN	158.009	6,7	196.293	5,9	287.735	6,3	2,7	3,5
COMERCIO	271.914	11,6	474.180	14,3	878.465	19,3	7,0	5,6
TRANSPORTE	101.321	4,3	131.002	3,9	227.619	5,0	3,2	5,0
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	44.116	1,9	81.357	2,4	163.165	3,6	7,7	6,3
SERVICIOS	554.915	23,7	832.471	25,0	802.630	17,6	5,1	-0,3
ACTIVIDADES NO BIEN ESPECIFICADAS *	38.594	1,6	154.006	4,6	412.885	9,1	17,3	9,0
TRABAJADOR NUEVO	83.103	3,5	37.299	1,1	26.603	0,6	-10,0	-3,1

* EN EL AÑO 2001, INCLUYE A NO DECLARADO

TCA = TASA DE CRECIMIENTO ANUAL

REPÚBLICA DEL ECUADOR

**POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 12 AÑOS Y MÁS, POR ESTRUCTURAS PORCENTUALES Y
TASAS DE CRECIMIENTO, SEGÚN CATEGORÍA DE OCUPACIÓN. CENSOS 1982, 1990, 2001**

CATEGORÍA DE OCUPACIÓN	1.982		1.990		2.001		TCA %	
	POBLACIÓN	%	POBLACIÓN	%	POBLACIÓN	%	82-90	90-2001
TOTAL	2.346.063	100,0	3.327.550	100,0	4.553.746	100,0	4,4	2,9
Patrono o Socio Activo	79.180	3,4	218.173	6,6	412.397	9,1	12,7	5,8
Cuenta Propia	795.233	33,9	1.308.679	39,3	1.567.067	34,4	6,2	1,6
Empleado o Asalariado	1.116.543	47,6	1.422.308	42,7	1.912.447	42,0	3,0	2,7
Del Sector Público	316.381	13,5	383.586	11,5	386.546	8,5	2,4	0,1
Del Sector Privado	800.162	34,1	1.038.722	31,2	1.525.901	33,5	3,3	3,5
Trabajador Familiar Sin Remuneración	136.147	5,8	136.654	4,1	240.310	5,3	0,0	5,1
Otros	39.363	1,7	0	-	0	-	-	-
No Declarado	96.494	4,1	204.437	6,1	394.922	8,7	9,4	6,0
Trabajador Nuevo	83.103	3,5	37.299	1,1	26.603	0,6	-10,0	-3,1

TCA = TASA DE CRECIMIENTO ANUAL

Cuales son los productos que mas vendemos (Valores Netos)

Año 2003 Desde el mes 1 hasta el mes 6

Productos	Total
SH. CABELLO LACIO (4231)	82,962
SH. PAPAYA + VITAMINA E (91292)	75,556
SH. MANZANILLA + MIEL (91307)	63,926
HIERBAZID (288)	58,493
SH. ANTIC.CLIMB.Y EXTR.HIERBAS (91219)	54,548
BLONDOR IMPORTADO (2996)	51,164
SH. MAXIMA HIDRATACION (4134)	48,440
CREMA P'PEINAR CABELLO LACIO (4704)	48,391
SH. MULTIVITAMINAS+JOJOBA (91252)	43,378
ACOND. CABELLO LACIO (4233)	43,147
SH. 8 HIERBAS + VITAMINA C (91212)	42,983
WELLOXON 30 VOL. (118)	40,128
KOLESTON KIT 6646 (3714)	39,856
KOLESTON KIT 5546 (3713)	39,161
SH. CABELLOS RIZADOS (4138)	36,687
SH. SOL INTENSO (4693)	35,435
CREMA TRATAMIENTO LACIOS (4705)	31,256
SH. ANTRACIL+EXTRACTO BOTANICO (91226)	31,067
WELLOXON 20 VOL. (116)	28,829
SHAMPOO CRISAN CASPA (233)	28,528
REGENAL TONICO (312)	27,788
KOLESTON KIT 20 (1556)	27,664
SH. CABELLO LACIO (4230)	24,159
KOLESTON KIT 7744 (3715)	23,971
SH. PROTECCION (4136)	23,556
SH. SABILA + COLAGENO (91238)	23,269
ACONDIC. MULTIVITAMINAS+JOJOBA (4144)	22,884
KOLESTON KIT 46 (1636)	22,790
ACONDIC. CABELLOS RIZADOS (4150)	22,441
SH. HIERBAZID (91258)	22,349
KOLESTON KIT 773 (1644)	21,177
KOLESTON KIT 73 (1621)	20,490
CREMA P'PEINAR SOL INTENSO (4698)	19,827
SH.REGENAL ANTICASP. CAB.GRASO (91316)	19,205
KOLESTON KIT 67 (1651)	18,321
KOLESTON KIT 71 (1581)	18,310
ACOND. SOL INTENSO (4696)	18,214
KOLESTON KIT 50 (1566)	18,108
SH.REGENAL ANTIC.CAB.SECO/MALT (91314)	17,525
KOLESTON KIT 30 (1559)	17,510
ACOND. CABELLO LACIO (4232)	17,170
KOLESTON KIT 673 (1641)	17,163
KOLESTON KIT 40 (1561)	16,714
ACONDIC. MAXIMA HIDRATACION (4146)	16,312
SH.REGENAL ANTICASP.CAB.NORMAL (91312)	16,091
KOLESTON KIT 72 (1598)	15,759
WELLAFLEX FUERTE (294)	15,719
WELLAFORM (302)	14,830
KOLESTON KIT 873 (1646)	14,789
HIERBAZID (282)	14,613
CREMA TRATAMIENTO SOL INTEN (4697)	14,517
KOLESTON KIT 22 (1552)	14,022

CONSULTA DE TOTALES DE EXPORTACIONES E IMPORTACIONES			
(En miles de kilos y de US Dólares)			
Desde (aaaa/mm):	2002/01	Hasta (aaaa/mm):	2002/12
			Consultar

AÑO - MES	EXPORTACIONES (X)		IMPORTACIONES (M)			BALANZA COMERCIAL (BC)
	PESO (Kilos)	FOB	PESO (Kilos)	FOB	CIF	XFOB - MFOB
2002-01	1,719,754.97	349,684.11	660,824.70	495,331.31	539,103.73	-145,647.20
2002-02	1,470,030.27	345,718.76	459,305.85	402,698.34	436,095.80	-56,979.58
2002-03	1,561,525.84	404,576.34	453,558.04	424,833.27	459,256.27	-20,256.93
2002-04	1,846,997.58	446,775.69	651,313.06	580,225.57	623,654.62	-133,449.88
2002-05	1,628,788.35	446,702.64	489,446.35	521,308.80	560,657.16	-74,606.16
2002-06	1,599,677.19	403,982.94	582,592.42	504,924.01	545,307.84	-100,941.07
2002-07	1,658,655.95	419,900.96	423,837.06	501,017.33	541,662.25	-81,116.37
2002-08	1,695,902.49	442,951.15	460,658.39	548,752.82	590,437.75	-105,801.67
2002-09	1,707,566.60	449,087.91	562,695.95	505,820.14	547,578.59	-56,732.23
2002-10	1,521,460.23	427,139.69	530,016.94	540,879.93	583,669.12	-113,740.24
2002-11	1,743,729.70	446,301.73	379,060.42	451,773.91	488,269.65	-5,472.18
2002-12	1,647,173.22	446,929.00	478,811.55	475,860.81	515,372.38	-28,931.81
TOTAL GENERAL:	19,801,262.34	5,029,750.87	6,132,120.68	5,953,426.21	6,431,065.11	-923,675.34

Tipo: Importaciones	Subpartida Nandina: 3305100000	Desde (aaaa/mm): 2003/01	Hasta (aaaa/mm): 2003/06	Consultar
------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION	PESO - KILOS	FOB - DOLAR	CIF - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
3305100000	CHAMPÚES	2,391.15	4,038.20	4,279.38	100.00
TOTAL GENERAL:		2,391.15	4,038.20	4,279.38	100.00

CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA				
(En miles)				
Tipo: Importaciones ▼	Subpartida Nandina: 3305100000	Desde (aaaa/mm): 2002/01	Hasta (aaaa/mm): 2002/12	Consultar

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION	PESO - KILOS	FOB - DOLAR	CIF - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
3305100000	CHAMPÚES	4,187.33	7,818.80	8,355.06	100.00
TOTAL GENERAL:		4,187.33	7,818.80	8,355.06	100.00

CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA				
(En miles)				
Tipo:	Subpartida Nandina:	Desde (aaaa/mm):	Hasta (aaaa/mm):	Consultar
Importaciones	3305100000	2001/01	2001/12	

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION	PESO - KILOS	FOB - DOLAR	CIF - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
3305100000	CHAMPÚES	2,970.35	6,078.65	6,493.28	100.00
TOTAL GENERAL:		2,970.35	6,078.65	6,493.28	100.00

CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA				
(En miles)				
Tipo: Importaciones	Subpartida Nandina: 3305900000	Desde (aaaa/mm): 2000/01	Hasta (aaaa/mm): 2000/12	Consultar

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION	PESO - KILOS	FOB - DOLAR	CIF - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
3305900000	LAS DEMÁS	787.22	2,687.72	2,911.20	100.00
TOTAL GENERAL:		787.22	2,687.72	2,911.20	100.00

CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA

(En miles)

Tipo: Importaciones ▼	Subpartida Nandina: 3305900000	Desde (aaaa/mm): 2002/01	Hasta (aaaa/mm): 2002/12	Consultar
---------------------------------	--	------------------------------------	------------------------------------	------------------

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION	PESO - KILOS	FOB - DOLAR	CIF - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
3305900000	LAS DEMÁS	2,963.03	7,765.28	8,414.91	100.00
TOTAL GENERAL:		2,963.03	7,765.28	8,414.91	100.00

CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA

(En miles)

Tipo: Importaciones	Subpartida Nandina: 3305100000	Desde (aaaa/mm): 2000/01	Hasta (aaaa/mm): 2000/12	Consultar
------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION	PESO - KILOS	FOB - DOLAR	CIF - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
3305100000	CHAMPÚES	1,482.04	3,115.54	3,368.01	100.00
TOTAL GENERAL:		1,482.04	3,115.54	3,368.01	100.00