

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

Trabajo de fin de carrera titulado:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE
APARATOS Y ADITAMENTOS PARA LA TRANSPORTACIÓN DE
PERSONAS CON DISCAPACIDAD FÍSICA
(Usuarios de sillas de ruedas)

REALIZADO POR:

ANDREA FERNANDA ALBÁN ZAMBRANO

Como requisito para la obtención del título de
INGENIERA COMERCIAL EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES

QUITO, SEPTIEMBRE DE 2009

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo Andrea Fernanda Albán Zambrano, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

.....
Andrea Fernanda Albán Zambrano

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación de fin de carrera, titulado
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE APARATOS Y
ADITAMENTOS PARA LA TRANSPORTACIÓN DE PERSONAS CON
DISCAPACIDAD FÍSICA (usuarios de sillas de ruedas)

Realizado por el alumno

ANDREA FERNANDA ALBÁN ZAMBRANO

como requisito para la obtención del título de

INGENIERA COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

ha sido dirigido por el profesor

ECON. GARY FLOR GARCÍA

quien considera que constituye un trabajo original de su autor.

.....
ECON. GARY FLOR GARCÍA

Director

Los profesores informantes

ECON. RODRIGO SAENZ, y
ECON. HUMBERTO NIETO

después de revisar el trabajo escrito presentado,
lo han calificado como apto para su defensa oral ante el tribunal examinador.

.....
ECON. RODRIGO SAENZ

.....
ECON. HUMBERTO NIETO

QUITO, SEPTIEMBRE DE 2009

DEDICATORIA

A Dios por darme salud y vida para poder culminar con éxito uno de mis sueños.

A mis padres Schubert y Sonia por creer en mí, por brindarme su apoyo incondicional en todo momento, por sus sabios consejos, por guiarme por el camino correcto y lo más importante su amor.

A mi hermana Lorena por ser partícipe de mis logros, sueños, por compartir sus conocimientos y experiencias profesionales.

En especial a mi hermano Schubert, que es mi angelito, mi fuerza para seguir día a día, por su amor, su dulzura y la confianza que me brinda para creer en mí.

Andrea

AGRADECIMIENTO

A mis padres, hermanos y a mi sobrina por su apoyo incondicional, por el amor que me brindan día a día y por creer en mí.

A la Universidad Internacional Sek por ser una excelente institución en la cual aprendí cosas importantes para mi desarrollo personal y profesional.

Al personal docente por brindarme sus conocimientos y ayudarme en el desarrollo profesional.

Un agradecimiento especial al Economista Gary Flor, Director de Tesis, por su apoyo, dedicación y el profesionalismo con el cual guio el trabajo, brindando sus conocimientos profesionales y acertados.

Andrea

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto surge de la idea de crear un negocio propio y a su vez ayudar a mejorar la calidad de vida de personas que posean discapacidad ya que es un mercado que no está explotado en su totalidad, se estudiaron varias alternativas de negocios, pero al analizar y establecer que en la actualidad en nuestro país se están organizado un sinnúmero de campañas para la integración de personas con discapacidad, se llegó a la conclusión de enfocar un proyecto dirigido a personas con discapacidad física, el mismo que se basa en la importación de silla de ruedas eléctricas.

Otro importante aspecto que se analizó es la poca competencia que existe en el mercado y el elevado número de personas que poseen discapacidad en el país. El mercado al cual se enfoca el giro del negocio no está explotado en su totalidad y representa un nivel de factibilidad elevado.

El problema de la discapacidad en el Ecuador es grave y un problema que va en aumento por esta razón es una necesidad que se debe solucionar de manera urgente. Ecuador es un país que posee grandes oportunidades de desarrollo, y con gran cantidad de recursos, pero lamentablemente no ha podido satisfacer las necesidades de las personas que viven aquí y peor aun satisfacer las necesidades de personas que poseen discapacidad.

El estudio de este proyecto se basa en una serie de análisis que permiten establecer si la idea del negocio es viable, para lo que se realizará: Plan de tesis, estudio de mercado, estudio técnico, organización y aspectos administrativos y jurídicos, estudio financiero y conclusiones y recomendaciones.

En el capítulo que comprende el Plan de Tesis, se establecerá los aspectos básicos del proyecto, es decir: planteamiento de problema, justificación del problema, formulación de objetivos, marco teórico y conceptual, hipótesis del problema.

En el capítulo del Estudio de Mercado se determina y cuantifica el comportamiento de la oferta y la demanda, las necesidades y requerimientos de los clientes y se analizar el Mix de Marketing.

En el capítulo del Estudio Técnico se establece la localización del proyecto, como se realizan las importaciones, los tributos que se debe pagar por el producto que se va a importar, proveedores y características del producto, el término de la negociación con el proveedor, los documentos que se usan en la compra-venta internacional.

En el capítulo que comprende Organización y Aspectos Administrativos y Jurídicos se establece la responsabilidad social de la empresa, recursos humanos requeridos y el análisis administrativo del proyecto en estudio.

En el capítulo del Estudio Financiero, se utiliza la información obtenida en los anteriores capítulos, para poder establecer y conocer la situación financiera del proyecto en estudio, para esto se analizará: los costos totales, la inversión inicial, se establece la depreciación y amortización de la inversión inicial, también podemos analizar los flujos netos de efectivo, los estados de resultados y los índices financieros. En este capítulo se puede determinar la viabilidad del proyecto.

ABSTRACT

This project come up with the idea of creation of an own business and trying to help people life quality, people who have some kind of disability due to this kind of market has not been exploited at all, there were studied some choices of business but analyzing and establishing that in our country there are many companies that are organizing some campaigns for integration of these people, came up the idea of focusing a project but aimed to people just with physical disabilities which is based in the importation of electric chair wheels.

Another point that was analyzed is the competence that is present in our market and so many people who have disabilities in our country. The market which this business is focused on is not totally exploited and it has a high level of feasibility.

The disability problem in Ecuador is very serious and a problem that is growing constantly that is why it is a necessity that must be solved urgently. Ecuador is a country that has big opportunities of development and a lot of resources but suddenly it couldn't satisfy all the necessities of people living here and worse satisfy necessities of people with disabilities.

All this project is based on several analysis that will allow establish if it is a realizable business in order to make it come true: previous thesis plan, market study, technical study, organization and administrative and legal issues, financial study, conclusions and recommendations.

In the previous thesis plan chapter, there will be established basics issues of the project which means problem raising, problem justification, goals formulation, theory and concepts, problem supposition.

In the market study chapter will be determined and quantify the main movements of offer and demand, the main necessities and requirements of customers and analyze the marketing mix.

In the technical study will be established the project location, the way to do importations, taxes must be paid for the merchandises that will be imported, providers and product

features, negotiation terms with providers, legal documents used in international buys and sales.

In the chapter of organization and administrative and legal issues is established the social responsibility of the company, human resources required and administrative analysis of the current project.

In the financial and economical study chapter all the obtained information in previous chapters will serve in order to knowing and set up the financial situation of the current project, in order to accomplish this will be analyzed total costs, starting investment, depreciation and amortization of the investment, we can also analyze cash flows, financial reports and financial indexes. This chapter will define the feasibility of the project.

CAPÍTULO I

1. PLAN DE TESIS

1.1 TEMA DE TESIS

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE APARATOS Y ADITAMENTOS PARA LA TRANSPORTACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD FÍSICA (usuarios de sillas de ruedas)”

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Ecuador existe un porcentaje elevado de personas que poseen algún tipo de discapacidad que se genera por diversas causas. Los índices del Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS), asume que del total de la población del Ecuador, el 13,2% son personas con algún tipo de discapacidad (1`600.000 personas)¹.

En el país existen aproximadamente:

- 592.000 personas con discapacidad por deficiencias físicas
- 432.000 personas con discapacidad por deficiencias mentales y psicológicas
- 363.000 personas con discapacidad por deficiencias visuales; y,
- 213.000 personas con discapacidad por deficiencias auditivas y del lenguaje.

En el país existen casos de discapacidad por diferentes motivos uno de los cuales es la parálisis cerebral (PC), que se da como un “trastorno permanente que afecta a la psicomotricidad del paciente, que causa una limitación de la actividad del enfermo, atribuida a problemas en el desarrollo cerebral del feto o del niño. Los desórdenes psicomotrices de la parálisis cerebral están a menudo acompañados de problemas sensitivos, cognitivos, de comunicación y percepción, y en algunas ocasiones, de trastornos del comportamiento. Las lesiones cerebrales de la PC ocurren desde el período fetal hasta

¹ <http://www.conadis.gov.ec>

la edad de 3 años. Los daños cerebrales después de la edad de 3 años hasta el período adulto pueden manifestarse como PC”².

El enfoque de este proyecto está dirigido a personas que poseen discapacidad desde su temprana edad, es decir, a los niños que al nacer presentan un cuadro de parálisis cerebral (PC) y que por esta causa no pueden depender por sí mismos y necesitan la ayuda de un familiar. Los niños que no pueden caminar, ponerse de pie, y mantienen incapacidad para relajar los músculos.

En el Ecuador existen varias fundaciones, escuelas de integración, y centros de ayuda para niños y personas que poseen este tipo de discapacidad, pero no existe un número elevado de proveedores de aparatos y aditamentos para la ambulación y transportación de personas discapacidad.

La demanda de este tipo de aparatos es elevada pero los proveedores o empresas que importan estos aparatos es reducida y existen complicaciones cuando las personas desean adquirir aparatos de este tipo, ya que en nuestro país es difícil encontrar y se debe importar, buscando empresas en el exterior, viendo la mejor opción, los precios más bajos, etc.

También este tipo de aparatos se los adquiere por peso, medidas del paciente, años, etc.; y para las personas es un poco complicado, ya que en muchos casos se emplea un número grande de trámites.

Este proyecto de tesis tiene como finalidad, analizar la factibilidad de un plan de importación de aparatos y aditamentos para la transportación de personas discapacitadas que no puedan trasladarse solos de un lugar a otro y a la vez ayudar a mejorar su estilo de vida, brindando así un mejor sistema de independencia.

² <http://es.wikipedia.org>

1.3 FORMULACIÓN DEL OBJETIVO GENERAL

OBJETIVO GENERAL:

- Determinar la factibilidad de la importación de sillas de ruedas eléctricas para la transportación de personas con discapacidad física.

1.4 FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar el mercado objetivo para la importación de sillas de ruedas eléctricas para la transportación de personas con discapacidad física.
- Especificar el nivel de competidores en el mercado.
- Detallar el proceso para la importación de los productos mencionados.
- Detallar los aspectos organizacionales y legales de la empresa a crear.
- Establecer la viabilidad financiera de esta actividad en la ciudad de Quito.

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Justificación práctica: Esta investigación tiene como finalidad demostrar si es factible la importación de sillas de ruedas eléctricas para la transportación de personas con discapacidad física. Por medio de un estudio de mercado se podrá establecer si existe demanda, a qué mercado se encuentra dirigido, determinar los costos, las bases legales para la importación y los clientes que se ven beneficiados con estos aparatos.

La importación de estos aparatos trae consigo un sin número de beneficios para personas con discapacidad, ya que brinda la oportunidad de ser independientes e

integrarse a la sociedad, así mismo; ayuda a las familias que tiene en su hogar una persona con discapacidad a que el trabajo sea menos duro en el cuidado de los mismo.

1.6 MARCO TEÓRICO

En la actualidad los negocios internacionales se han incrementado día a día de una manera indetenible y acelerada, se han convertido en una herramienta muy importante para el crecimiento de un país y de igual manera para las empresas, ya que con la globalización han logrado una penetración en mercados internacionales. Un claro ejemplo de la globalización, es la adopción de productos de todo tipo a los diversos mercados locales.

La globalización se genera cuando determinados países producen bienes y/o servicios relativamente de manera más eficiente y a un menor costo que otros, lo que con lleva a que se intercambien bienes y servicios entre países.

Con la globalización se implementan otros aspectos como tecnologías, nuevos patrones de consumo y conservación de los recursos naturales, que desarrollan las ventajas competitivas, las mismas que toman los precios domésticos como dados incluyendo los efectos de las políticas estatales.

En la actualidad existen varias maneras de ingresar a los mercados extranjeros, ya que si un empresario no cuenta con la experiencia suficiente para realizar transacciones internacionales, existen compañías que ayudan con los procesos para llegar a un mercado extranjero.

Los negocios internacionales se los puede definir de una manera fácil ya que son la introducción de productos extranjeros a un país y la salida de éstos a otros países.

Los negocios internacionales abren mayor campo cuando existen acuerdos internacionales como el Tratado de Libre Comercio (TLC) es favorable para los países ya que sin duda alguna el poder contar con acuerdos internacionales hace que los países trabajen activamente por lograr mejores relaciones, oportunidades de mercado y alternativas de productos que ofrecen los mercados extranjeros.

Las compañías ingresan en los mercados extranjeros por varias razones como por ejemplo:

- Desean incrementar sus ventas
- Desean obtener productos o servicios por un menor costo
- Porque no existen determinados bienes o servicios en su país
- Reducir el riesgo competitivo.

La globalización es un fenómeno dinámico que siempre va a existir ya que a medida que pasa el tiempo sigue creciendo, las empresas multinacionales cada vez acaparan más mercado y siguen entrando en el mundo extranjero.

1.6.1 TEORÍAS DEL COMERCIO

La teoría del comercio internacional ha obtenido una gran evolución desde de la etapa de los mercantilistas. La teoría del comercio internacional habla sobre la especialización que puede tener cada país en producir un bien que se constituya para este país en su ventaja competitiva, y podrían generar que la producción mundial sea mayor y de esta forma con el comercio, todos los países obtendrán ganancias. No obstante con la tecnología y los factores de producción los países en desarrollo deberían continuar especializándose en la producción y exportación de materias primas para los países desarrollados, a cambio de bienes manufacturados.

Czinkota, Ronkainen, Moffett³ en su obra “Negocios Internacionales” basados en conceptos de diversos autores, indican cómo el comercio ha ido evolucionando de la siguiente manera:

La teoría de ventaja absoluta según Adam Smith dice: Un país que posee la facultad de producir un determinado producto con un menor número de horas de trabajo y con mejor eficiencia debe dedicarse a explotarlo y centrarse en ese producto, es decir producirlo y exportarlo.

³ Czinkota, Ronkainen, Moffett, Negocios Internacionales, 2007, pág. 152

La teoría de la ventaja comparativa según David Ricardo dice: Si un país produce dos bienes, debe especializarse en la producción y exportación de un solo bien, lo que produce mayor efectividad en la elaboración de ese bien y a cambio la importación del otro bien.

Las teorías de las proporciones del factor según Eli Heckscher y Berlil Ohlin dice: Los países que poseen mano de obra a un menor valor deben producir y especializarse en un bien que sea relativamente intensivo en mano de obra y exportarlo.

La teoría de los rangos de productos traslapados según Staffan Burenstam Linder dice: La demanda de productos de un país se incrementa según crece el ingreso del mismo. Los países con niveles de ingresos per cápita semejantes negociaran con mayor intensidad teniendo demandas de productos que se traslapan.

La teoría del ciclo de producto según Raymond Vernon dice: Un país que posee una ventaja comparativa de un determinado producto, el cual lo producen y lo exportan con mayor eficiencia, con el tiempo sufre cambios por la tecnología.

Los mercados imperfectos y comercios estratégicos según Paul Krugman dice: Son teorías que hablan sobre los cambios que sufre el comercio, basadas en la imperfección de mercados.

La ventaja competitiva de las naciones según Michael Porter dice: La capacidad que una nación posee para ser competitiva es la forma en que su industria puede actualizarse e innovar. Las compañías se benefician de tener fuertes rivales domésticos, proveedores agresivos con sede en casa y clientes locales exigentes. Lo que les lleva a ser más creativos, a romper desafíos para poseer una ventaja competitiva.

1.6.2 NEGOCIOS INTERNACIONALES

“Por negocios internacionales se entiende toda transacción comercial, privada o gubernamental, entre dos o más países. Las empresas privadas llevan a cabo dichas transacciones para obtener utilidades; los gobiernos pueden o no hacer lo mismo en sus transacciones. Entre estas operaciones están las ventas, las inversiones y el transporte.”⁴

⁴ Daniel, Radegaugh, Sullivan, Negocios Internacionales Ambientes y Operaciones, 2004, pág. 3.

Las transacciones o intercambios de mercancías en la economía mundial se contabilizan en la balanza de pagos de cada país. Según Statistics Department Staff⁵, la balanza de pagos es un estado estadístico cuyo objetivo es registrar sistemáticamente las transacciones que tienen lugar entre una economía y el resto del mundo durante un período específico. La balanza de pagos de un país es favorable si las exportaciones de dicho país son superiores a las importaciones y es desfavorable si ocurre lo contrario cuando las importaciones superan a las exportaciones.

La balanza internacional de pagos según Salvador Mercado⁶ “es una balanza más general que contiene datos más amplios de los de la Balanza Comercial, de ahí que se pueda dar el caso de que un país con Balanza Comercial desfavorable tenga un cambio en su Balanza Internacional de Pagos favorable; o bien, un país cuyas exportaciones sean considerables fomentando un superávit en su Balanza Comercial, sin embargo, al final de un período se debe tener una Balanza Internacional de Pagos deficitaria”.

1.6.3 IMPORTANCIA DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES PARA LAS EMPRESAS

Así como las exportaciones, las importaciones también son importantes para las empresas que participan de los negocios internacionales. Para acceder a los intercambios internacionales se necesita realizar operaciones es decir, importaciones y exportaciones.

Para las empresas los negocios internacionales son importantes ya que es un factor estabilizador de precios dentro del mercado interno, el lograr llegar a un mercado extranjero para una empresa es vital ya que si el consumidor interno no compra por situaciones como: temporada, crisis o economía, se pueden lograr operaciones con mercados extranjeros.⁷

Con los negocios internacionales grandes, medianas y pequeñas empresas se relacionan con el exterior y venden su producción para generar mayores ingresos. Pero a su vez

⁵ Statistics Department Staff, 5ta edición, 1993.

⁶ Mercado Salvador, Mercadotecnia Internacional, Importación-Exportación, Limusa, 2005, pág. 23

⁷ Mercado Salvador, Mercadotecnia Internacional, Importación-Exportación, Limusa 2005, pág. 21

también compiten a nivel nacional con la entrada de empresas extranjeras que acaparan el mercado, esta sería una desventaja de la globalización.

Uno de los modos de realizar negocios internacionales es la exportación e importación de mercancías, ya que es el método en el que participan la mayoría de empresas y es el más utilizado por las mismas.

Las transacciones internacionales alcanzan una parte creciente y extendida de todos los negocios a nivel mundial, las empresas importan o exportan para de esta manera lograr expandir sus ventas, lograr recursos y minimizar el riesgo.

Las empresas que realizan transacciones comerciales, es decir, exportaciones e importaciones pueden hacerlo de dos maneras: Directa o Indirecta.

Las empresas que se involucran de manera directa hacen que la empresa trabaje con clientes o mercados extranjeros a fin de entablar una relación. Por lo general las empresas optan por la participación directa basadas en decisiones de costo.

Según Czinkota, Ronkainen, Moffett⁸ “la teoría del costo de transacción postula que las empresas evaluarán y compararán los costos de integrar una operación internamente con el costo de utilizar una parte externa para que actúe por la compañía en el extranjero. Una vez que se vuelve más fácil y eficiente para la compañía realizar toda la investigación, negociaciones, embarques y monitorearse a sí misma, más que pagar a alguien para que lo haga, es probable que la empresa se convierta en exportadora o importadora directa”.

Las empresas que se involucran de manera indirecta son empresas que buscan mercados extranjeros a través de un intermediario y establecen relaciones con clientes y compañías del extranjero.

Las exportaciones e importaciones realizadas de manera directa o indirecta obtienen el mismo efecto ya que los bienes y servicios salen al exterior o ingresan al mercado local intentando acaparar un gran número de clientes y a su vez conseguir su mercado meta.

⁸ Czinkota, Ronkainen, Moffett, Negocios Internacionales, 2007, pág. 159

Los intermediarios internacionales tanto importadores y exportadores directos, como indirectos, con frecuencia hacen uso de intermediarios que pueden asistir con pormenores que se suscitan en la transacción, como por ejemplo documentación, financiamiento y transportación. Los intermediarios también pueden identificar proveedores y clientes extranjeros y ayudar a la empresa en esfuerzos de penetración de mercado a corto o a largo plazo.

1.6.4 POLÍTICA ECONÓMICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Existen siete instrumentos principales para las políticas comerciales⁹:

1.-Un arancel es un impuesto que se les da a las importaciones o a las exportaciones; existen dos clases de aranceles: los específicos que se cobran como cargo fijo por cada unidad de un bien importado, y los ad valorem que se determinan como proporción del valor del artículo importado.

2.-Un subsidio es un pago del gobierno a un productor nacional. Existen muchas formas de subsidio: las ayudas en efectivo, los préstamos blandos, las facilidades fiscales y la participación del capital público en empresas privadas.

3.-Una cuota de importación es una restricción directa a la cantidad de un bien que puede importarse a un país. Por lo general, esta restricción se opera con la expedición de licencias de importación a grupos de particulares o empresas.

4.-La variante de la cuota de importación es la limitación voluntaria de las exportaciones (LVE), que es una cuota al comercio impuesta por el país exportador, por lo general, a solicitud del gobierno del país importador. Los productores extranjeros aceptan las LVE porque temen que de no aceptarlas ocurran como represalias aranceles o cuotas más dañinas.

5.-Un requisito de contenido local es la obligación de que una fracción específica de un bien se produzca dentro de país. Este requisito se expresa en términos físicos, es decir, un porcentaje determinado y puntual de cierto artículo debe fabricarse dentro del país.

⁹ <http://www.encolombia.com/economia>

6.-Las políticas informales o administrativas son reglas burocráticas que dificultan la entrada de las importaciones a un país. Por ejemplo, a Japón, Holanda no exporta tulipanes debido a que los inspectores de aduanas revisan cada bulbo partiéndolo verticalmente por la mitad. Como las anteriores políticas, los instrumentos administrativos benefician a los productores y perjudican a los consumidores, a los que se les niega el acceso a productos extranjeros de mayor calidad.

7.-Las políticas contra el dumping, se definen como la venta de bienes en un mercado extranjero a un menor precio de lo que cuesta producirlos, o como la venta de bienes en un mercado extranjero en menos.

1.6.5 IMPORTACIONES

Las importaciones son el ingreso de un bien, servicios y capitales del extranjero a un mercado local, la importación es la entrada legal de acuerdo a las leyes de un país de mercancía extranjera para uso y consumo del país.

Hoy en día las importaciones forman parte de las transacciones internacionales, son importantes cuando se realizan en un momento adecuado ya que recaudan los respectivos derechos aduaneros y demás tributos de ley.

Las importaciones se dan cuando prácticamente tenemos necesidades de abastecernos de productos que poseen mercados extranjeros, se consideran mercancías de importación todas aquellas que provenientes del extranjero, entren en el territorio nacional, con carácter temporal o definitivo, estén o no libres del pago de los derechos de aduanas, o gocen de suspensión, exención o franquicia.

Importación a Consumo: Es el régimen aduanero por el cual las mercancías extranjeras son nacionalizadas y puestas a libre disposición para su uso o consumo definitivo.

La finalidad de las importaciones es conseguir que un mercado extranjero facilite la obtención de materias primas, tecnologías o servicios que no existen en el mercado local.

Sin embargo las importaciones tiene sus ventajas y desventajas:

Ventajas

- En los países que poseen un alto costo de fabricación, seguramente se le haga más barato importar que fabricar.
- En países en vías de desarrollo los obliga a ser más competitivos y para lograrlo necesitan mejorar sus procesos, materias primas y tecnología, lo que motiva a los mercados locales importar.
- Los países que forman parte de tratados internacionales de libre comercio reducen importación, de esta manera logran que se disminuya el valor de la compra internacional.

Desventajas

- Las importaciones causan el aumento del precio en la moneda extranjera, en países que tienen su propia moneda, esto no ocurre en Ecuador ya que el país no posee moneda propia, siendo el dólar la moneda que sirve para realizar las transacciones en el mercado.
- Realizar compras internacionales con lleva a que se reduzca ingresos en el mercado local, es decir en el país donde reside el importador.

1.7 MARCO CONCEPTUAL:

Negocios Internacionales: “Son aquellos cuyas actividades suponen el cruce de fronteras nacionales.”¹⁰

Negocios Extranjeros: Son las operaciones realizadas en un determinado país que ejercen su actividad en uno o varios países extranjeros.¹¹

¹⁰ Ball, McCulloch, 1997

¹¹ Ball, McCulloch, 1997

Balanza comercial: Es la que determina y cuantifica el valor monetario del total de las compras y ventas de mercancías al exterior realizadas por un país¹².

Balanza de Pagos: “Mide la entrada neta de moneda en el país”.¹³

Globalización de Mercados: “Se refiere al cambio hacia una economía mundial con mayor grado de integración e independencia.”¹⁴

Importación: Ingreso legal al país de mercancía extranjera para su uso y consumo, la que debe pagar, previamente, si corresponde, los gravámenes aduaneros, el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y otros impuestos adicionales¹⁵.

Importador: Que importa mercancías extranjeras.¹⁶

Zona Franca: Es el territorio de un determinado país expresamente excluido de su jurisdicción aduanera, de manera que las mercancías importadas a esta área no han de satisfacer derechos arancelarios hasta que no salgan con destino al mercado local.¹⁷

Zona Primaria: Es la parte de territorio aduanero en la que se habilitan recintos para la práctica de los procedimientos aduaneros¹⁸.

Zona Secundaria: Comprende la parte restante de la zona primaria del territorio de cada país¹⁹.

Peso Bruto: Es el peso de las mercancías, incluido el embalaje y paletas para el transporte internacional, pero excluyendo el equipo del transportista (contenedor)²⁰.

Peso Neto: Se entenderá como el peso propio de la mercancía, desprovista del embalaje (materiales y componentes utilizados en cualquier operación de embalaje para envolver y proteger artículos o substancias durante el transporte) y paletas²¹.

Arancel: Impuesto que se paga por concepto de importación de bienes.²²

¹² Torres Gaytán, 1996

¹³ Dornbuscha, Fisher, Startz, 2002

¹⁴ Hill, 2007

¹⁵ <http://es.mimi.hu/economia/importacion.html>

¹⁶ Diccionario KAPELUSZ, DE LA LENGUA ESPAÑOLA.

¹⁷ Enciclopedia Práctica de Administración de Empresas, MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.

¹⁸ Ley Orgánica de Aduanas, 2008.

¹⁹ Ley Orgánica de Aduanas, 2008.

²⁰ <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2009/03/definicion-peso-bruto-neto.html>

²¹ <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2009/03/definicion-peso-bruto-neto.html>

Incoterms: Son un conjunto de reglas que permiten una fácil interpretación de los principales términos empleados en las transacciones internacionales.²³

Capital Humano: Formación de los personas para aumentar la productividad.²⁴

Demanda: “Cantidad de una mercancía que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado en un determinado momento. La demanda, como concepto económico, no se equipara simplemente con el deseo o necesidad que exista por un bien, sino que requiere además que los consumidores, o demandantes, tengan el deseo y la capacidad efectiva de pagar por dicho bien.”

Oferta: Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas, en un determinado momento.²⁵

Inversión: “Compra de nuevo capital, principalmente por las empresas”²⁶

Proyecto: Es una empresa planificada que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto y un lapso de tiempo previamente definidos.²⁷

Factibilidad: “Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto”²⁸.

Estudio de factibilidad: “El estudio de factibilidad, es una de las primeras etapas del desarrollo de un proyecto”²⁹.

Flujo de caja: Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.³⁰

²² Dornbusch, Fischer, Startz, 2002

²³ Incoterms, Términos de Compra-Venta Internacional

²⁴ Dornbusch, Fischer, Startz, 2002

²⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>

²⁶ Dornbusch, Fischer, Startz, 2002

²⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto>

²⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto>

²⁹ <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>

Valor Actual Neto: (VAN) Es la cantidad actual que se refiere a un pago futuro, “es la cantidad de dinero que invertida al tipo de interés de mercado generaría esa cantidad de dinero.”³¹

1.8 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Exploratoria: No poseemos un nivel de conocimientos amplios sobre este tema ya que, las importaciones realizadas de sillas de ruedas eléctricas para personas discapacitadas son reducidas. En las estadísticas de la CONADIS los índices de personas con discapacidad en nuestro país es elevado, pero no existe una referencia acertada, solamente una cifra aproximada.

En el Ecuador el número de personas que importan estos aparatos o aditamentos es reducido, en muchas ocasiones personas con familiares discapacitados tiene que importar al no encontrar estos aparatos o aditamentos en el mercado local.

1.9 HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Es factible obtener rentabilidad financiera con la importación de sillas de ruedas eléctricas para la transportación de personas con discapacidad física.

1.10 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y ALCANCE

1.10.1 DELIMITACIÓN

La investigación de mercados solo se realizará a personas que posean un familiar con una discapacidad física, la cual se orienta más a personas, entre 5 años de edad en adelante.

El estudio de mercado solo se realizará en la ciudad de Quito, acudiendo a fundaciones y centros de apoyo para personas discapacitadas.

³⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Cash_flow

³¹ Dornbusch, Fischer, Startz, 2002

1.10.2 ALCANCES

Los alcances del proyecto son realizar los pasos adecuados, que permitan evaluar la factibilidad de la importación de sillas de ruedas eléctricas para la transportación de personas que posean discapacidad.

El estudio de mercado abarcará la observación de la competencia en cuanto a la importación de este tipo de aparatos y aditamentos, datos secundarios obtenidos da la CONADIS, y en específico el entorno del lugar donde se realiza la investigación del proyecto.

1.11 METODOLOGÍA Y FUENTES DE DATOS

MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realizará por el método deductivo ya que se parte de un marco general de referencia.

1.11.1 FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias que se utilizarán en este proyecto ayudarán a la recopilación de un gran número de información, lo que ayudará a determinar conceptos y conocimientos desconocidos.

- Internet: Se consultaron páginas de interés
- Prensa Escrita: Se utilizará como fuente de investigación revistas que aporten con conocimientos útiles para esté proyecto.
- Libros: Que aporten definiciones, conceptos y material útil para el proyecto.

1.11.2 FUENTES PRIMARIAS:

Entrevistas:

- Se realizarán entrevistas a familiares de personas que posean discapacidad.
- Se realizará entrevistas a personas que brinda terapia física a personas con discapacidad. Ya que pueden aportar conocimientos útiles para conocer cuales serían los aparatos más convenientes.

Encuestas:

- Se realizarán encuestas a un grupo de madres de Fundaciones ubicadas en la ciudad de Quito.

CAPÍTULO II

2. PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA

2.1. MODELO DEL NEGOCIO

El porcentaje de discapacidad en el Ecuador de acuerdo con el último censo realizado por el CONADIS es del 13.2 % (1`600.000 personas) del total de los habitantes de población ecuatoriana.³²

En el país el 6% de los hogares tiene al menos un miembro con discapacidad. El 8% de los hogares rurales tienen alguna persona con discapacidad, frente al 5% de hogares urbanos.

Más de 640 mil personas tienen limitación grave en el país, el 4.8% de la población mayor de cinco años tiene limitación grave en la actividad y restricción en la participación, lo que corresponde a 640.183 personas. Es decir, son personas con discapacidad que tienen un bajo o ningún nivel de autonomía, que a pesar de utilizar ayudas técnicas o personales, presenta un nivel de funcionamiento muy restringido.

Las estadísticas también muestran que más de 100 mil personas necesitan cuidado personal permanente. El 38% de la población discapacitada con limitación grave, necesita del cuidado permanente de otra persona. El 52% de los cuidadores permanentes son los padres, generalmente las madres.

El problema de la discapacidad en el país es grave, y presenta una necesidad importante de solucionar, Ecuador es un país con grandes oportunidades de desarrollo, tomando en cuenta las estadísticas y conservando solamente los datos de personas que poseen discapacidad física el modelo de negocio es: La importación de aparatos y aditamentos para la transportación de personas con discapacidad física en este caso sillas de ruedas eléctricas, a un precio competitivo en el mercado y con modalidades de pago, siendo así una organización que desea contribuir a la integración de personas, que por causas de su discapacidad no poseen la habilidad de transportarse por si solos y necesitan la ayuda de un

³² "Ecuador: La discapacidad en cifras", el cual está a disposición en el Centro de Información y Documentación del CONADIS.

familiar. Por esta razón la organización busca implementar en el mercado ayudas técnicas para personas que lo necesiten.

La empresa realizará la venta de las sillas de ruedas eléctricas bajo pedido de los clientes, la importación inicial para empezar con las actividades económicas de la empresa se efectuará importando cinco unidades de los tres modelos elegidos en el proyecto en estudio para la venta, las mismas unidades que serán exhibidas a los clientes para que ellos elijan la que mayores beneficios les otorga, y así proseguir con la importación del modelo que prefieren.

Una vez que el cliente este decidido a la compra, se realizará los trámites y la compra en el exterior para adquirirá las sillas de ruedas eléctrica, el pedido se entregará en un mes, ya que esté es el tiempo aproximado para realizar la importación.

En un futuro al ya estar la empresa constituida se incluirá más modelos de sillas de ruedas, ya que para empezar el negocio solo se contará con tres modelos de sillas de ruedas eléctricas.

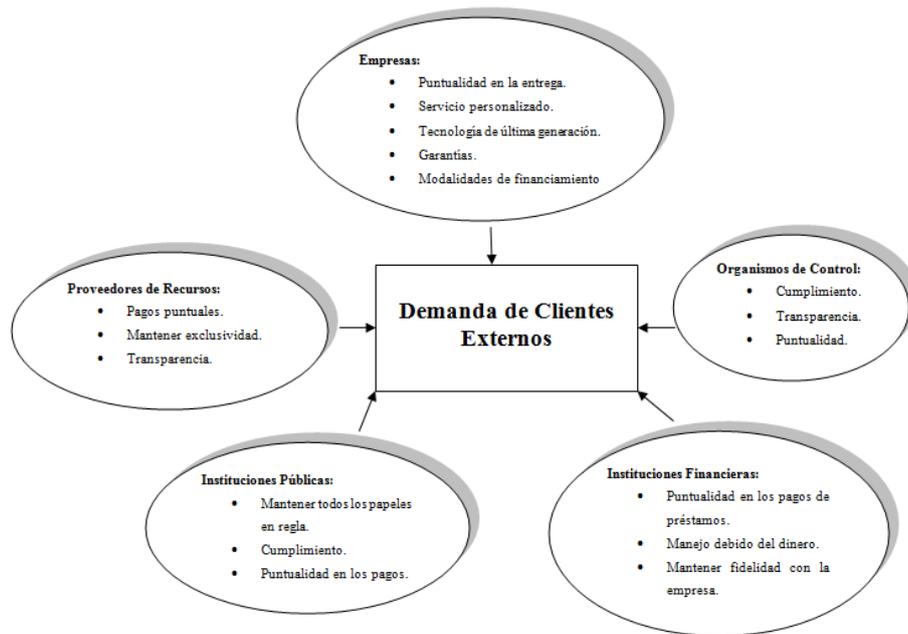
2.1.2 DEMANDA DE CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS

CLIENTES EXTERNOS: Los clientes externos son las personas naturales, entidades que demandan nuestros productos y servicios.

1. Empresas: Grandes, medianas y pequeñas que deseen vender los productos.
2. Instituciones Financieras: Ayudan con créditos y préstamos a la empresa.
3. Proveedores de Recursos: Proveen a la empresa de lo necesario para realizar el trabajo.
4. Organismos de Control: Controlan el giro del negocio y dan las clausulas para que la empresa pueda ejercer su función de manera responsable.

5. Instituciones Públicas: Emiten permisos de funcionamiento

Demanda de Clientes Externos:



Elaborado por: La Autora

CLIENTES INTERNOS: Son las personas que están de una u otra forma vinculadas con la gestión de la empresa.

1. Directivos: Personas responsables de buen manejo de la empresa.
2. Colaboradores: Personas que colaboran parte de la empresa.
3. Personal: Quien ofrece su servicio para el mejor funcionamiento de la empresa.

Demanda de Clientes Internos:



Elaborado por: La Autora

2.1.3 MATRIZ DE FACTORES INTERNOS

Los factores internos son claves en el desarrollo y mejoramiento de la empresa, para de esta forma determinar y analizar las fortalezas y debilidades dentro de la organización.

Para realizar la evaluación de la Matriz de Factores Internos se utilizó la siguiente metodología:³³

Ponderación:

- 1 SIN IMPORTANCIA / 10 GRAN IMPORTANCIA

³³ <http://emigdiolarios.googlepages.com>

Ponderación Específica:

(Ponderación / \sum Ponderación= Ponderación específica)

Clasificación:

Se asigna según criterio las debilidades y fortalezas de menor o mayor grado.

- -2 DEBILIDAD IMPORTANTE / -1 DEBILIDAD MENOR
- 1 FORTALEZA MENOR / 2 FORTALEZA MAYOR

Resultado Ponderación:

(Ponderación específica * Clasificación)

Tipo de Factor:

Se determina si es una fortaleza o debilidad.

La siguiente tabla proporciona las fortalezas y debilidades que se calificaron de la siguiente manera:

CUADRO # 2.1
FACTORES INTERNOS

FACTORES CLAVES INTERNOS	Ponderación	Ponderación Especifica	Clasificación	Resultados Ponderación	Tipo de Factor
El buen trato con los empleados	9	0,12	2	0,24	Fortaleza
La buena calidad del producto	10	0,14	2	0,27	Fortaleza
Innovación de nuevos productos	9	0,12	2	0,24	Fortaleza
Buen trato con los clientes	3	0,04	-1	-0,04	Fortaleza
Buenos canales de distribución	5	0,07	-1	-0,07	Fortaleza
Demora de proveedores en entrega de productos	6	0,08	-1	-0,08	Debilidad
Carencia de Sistemas de Promoción.	6	0,08	-1	-0,08	Debilidad
Buen control del área financiera	9	0,12	2	0,24	Fortaleza
Ausencia en los planes de implementación y puesta en marcha.	8	0,11	2	0,22	Debilidad
Falta de segmentación adecuada.	9	0,12	1	0,12	Debilidad
	74	1,00		1,07	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Al iniciar las actividades económicas se puede notar que se posee gran cantidad de fortalezas frente a las debilidades a las cuales la se está expuesto, sin embargo cabe recalcar que los factores internos de una empresa son esenciales para el buen funcionamiento de la misma como se puede notar la mayor fortaleza es la calidad del producto y al ser pioneros en importación de sillas de ruedas eléctricas se posee una gran ventaja que es la de ofrecer productos de innovación.

La empresa debe evaluar y reconocer las debilidades que posee para de esta forma lograr efectuar los cambios pertinentes para poder mejorar el sistema de la empresa en lo que respecta a los factores internos.

Al ser un proyecto en estudio para realizar la evaluación de la matriz de factores internos y al ser una empresa no constituida los valores se los determino por supuesto, es decir, que es lo que se espera tener en un futuro cuando la empresa ya se encuentre realizando sus actividades económicas.

2.1.4 MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS

Los factores externos al igual que los factores internos son de vital importancia para una organización ya que permite evaluar y analizar a que se enfrenta y conociendo las oportunidades y amenazas que se tiene como empresa.

Para realizar la evaluación de la Matriz de Factores Externos se utilizó la siguiente metodología:³⁴

Ponderación:

- 1 SIN IMPORTANCIA / 10 GRAN IMPORTANCIA

Ponderación Específica:

(Ponderación / \sum Ponderación= Ponderación específica)

Clasificación:

Se asigna según criterio las debilidades y fortalezas de menor o mayor grado.

- -2 AMENAZA IMPORTANTE / -1 AMENAZA MENOR
- 1 OPORTUNIDAD MENOR / 2 OPORTUNIDAD MAYOR

Resultado Ponderación:

(Ponderación específica * Clasificación)

³⁴ <http://emigdiolarios.googlepages.com>

Tipo de Factor:

Se determina si es una oportunidad o amenaza.

La siguiente tabla proporciona nuestras oportunidades y amenazas que se calificaron de la siguiente manera:

CUADRO # 2.2
FACTORES EXTERNOS

FACTORES EXTERNOS CLAVES	Ponderación	Ponderación Especifica	Clasificación	Resultados Ponderación	Tipo de Factor
Clientes fieles	9	0,11	2	0,22	Oportunidad
Crecimiento tecnológico de ayudas técnicas	10	0,12	2	0,25	Oportunidad
Bajo número de competidores en el mercado	9	0,11	2	0,22	Oportunidad
Alza de porcentaje en las importaciones	3	0,04	-1	-0,04	Amenaza
Inestabilidad política	5	0,06	-1	-0,06	Amenaza
Ingreso de nuevas empresas al mercado	6	0,07	-1	-0,07	Amenaza
Restricciones gubernamentales	6	0,07	-1	-0,07	Amenaza
Precios competitivos	9	0,11	2	0,22	Oportunidad
Proveedores leales	8	0,10	2	0,20	Oportunidad
Potencialidad del mercado actual	9	0,11	1	0,11	Oportunidad
Convenios con empresas internacionales	7	0,09	2	0,17	Oportunidad
	81			1,15	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

La empresa tiene grandes oportunidades y debe aprovecharlas, cabe recalcar que al ser una empresa que está iniciando su actividad económica es necesario conocer, analizar y evaluar el mercado para establecer a que se enfrenta la empresa, el producto a importar no posee gran número de competidores y esta es la oportunidad que debe aprovechar, en cuestión a las amenazas a las que se enfrenta se debe tomar medidas para evitar que las mismas afecten de forma negativa y a su vez lleve a no poder efectuar su trabajo de manera eficiente.

La mayor oportunidad que posee la empresa es el crecimiento tecnológico en ayudas técnicas, lo que beneficia, ya que los productos que se van a importar deben siempre mantener cambios de tecnología.

En el proyecto en estudio, los valores que se utilizaron en la matriz de los factores externos se determinaron bajo supuesto, ya que es una empresa nueva en el mercado.

2.1.5 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

Se debe evaluar a los competidores y como se encuentra la empresa frente a la competencia.

Para esto se realizó la Matriz de Perfil Competitivo.

Para realizar la evaluación de la Matriz de Perfil Competitivo se utilizó la siguiente metodología:³⁵

Ponderación:

- 1 SIN IMPORTANCIA / 10 GRAN IMPORTANCIA

Ponderación Porcentual:

(Ponderación / \sum Ponderación= Ponderación Porcentual)

Clasificación:

Esta se realizará por las empresas que serán evaluadas, es decir se asigna la clasificación de

-1 baja; -2 muy baja

1 alta; 2 muy alta

³⁵ <http://emigdiolarios.googlepages.com>

Resultados Ponderación:

(Ponderación porcentual * Clasificación)

La siguiente tabla compara a la empresa frente a los mayores oferentes de sillas de ruedas eléctricas que se evaluó de la siguiente manera:

CUADRO # 2.3
PERFIL COMPETITIVO

Factores de Exito	Ponderacion	Ponderacion Porcentual	AyuTec		DRIVE MEDICAL		ORTOSOLUCIONES		MOVILIDAD SIN LÍMITES	
			Clasificación	Resultados Ponderación	Clasificación	Resultados Ponderación	Clasificación	Resultados Ponderación	Clasificación	Resultados Ponderación
Publicidad	9	0,08	-1	-0,08	2	0,16	2	0,16	-2	-0,16
Atencion Personalizada	7	0,06	2	0,12	1	0,06	2	0,12	-1	-0,06
Buen Trato al Cliente	8	0,07	2	0,14	2	0,14	1	0,07	1	0,07
Facilidades de Credito	8	0,07	1	0,07	1	0,07	2	0,14	-1	-0,07
Posicionamiento del Mercado	10	0,09	1	0,09	2	0,18	2	0,18	-1	-0,09
Expansion Nacional	9	0,08	-1	-0,08	1	0,08	2	0,16	-2	-0,16
Liquidez	8	0,07	1	0,07	1	0,07	2	0,14	1	0,07
Administracion	7	0,06	2	0,12	2	0,12	1	0,06	-1	-0,06
Fidelidad Del Cliente	10	0,09	1	0,09	1	0,09	-2	-0,18	-1	-0,09
Disposicion Tecnologia	9	0,08	1	0,08	2	0,16	1	0,08	1	0,08
Precios Competitivos	10	0,09	2	0,18	1	0,09	-1	-0,09	2	0,18
Innovacion de creatividad	9	0,08	-1	-0,08	1	0,08	1	0,08	2	0,16
Calidad de Productos	9	0,08	2	0,16	2	0,16	1	0,08	-2	-0,16
	113	1,00		0,88		1,46		1,01		-0,29

Fuente: Investigación Propia (Estudio de campo y supuestos)

Elaborado por: La Autora

En el mercado al que se va a ingresar no posee una fuerte competencia, ya que los oferentes de este tipo de productos es reducido, y los mayores proveedores son empresas que al encontrarse ya constituidas están en mejor situación que la empresa a crear en aspectos como: publicidad, clientela, expansión nacional. No obstante al ingresar al mercado no se enfrenta a competidores potenciales ya que no es muy elevada su capacidad de competencia, lo que refleja que la empresa puede ingresar y captar clientes por los productos innovadores y competitivos en cuanto a precio, sin embargo solo se espera captar el 10% de los clientes potenciales, lo cual se va a determinar en capítulos posteriores.

Los valores que se utilizaron en la matriz de perfil competitivo se analizaron bajo supuestos, ya que es difícil obtener estas variables, considerando que es una empresa nueva y la competencia no brinda este tipo de información.

2.1.6 MATRIZ FODA

La matriz FODA es una herramienta importante ya que nos ayuda a determinar la situación actual de la empresa y a su vez poder analizar y evaluar cómo está la empresa en factores internos y externos con el fin de tomar decisiones acordes a los objetivos de la empresa.³⁶

Para realizar la matriz FODA se analizaron los aspectos más importantes y relevantes a los que la empresa está expuesta.

Se ha escogido como valor a

1	Más Importante
4	Menos Importante

³⁶ <http://uproadmon.blogspot.com>

CUADRO # 2.4
MATRIZ FODA

FORTALEZAS	
El buen trato con los empleados	2
La buena calidad del producto	4
Innovación de nuevos productos	3
Buenos canales de distribución	1
OPORTUNIDADES	
Crecimiento tecnológico de sillas de ruedas	2
Potencialidad del mercado actual	4
Precios competitivos	1
Bajo número de competidores en el mercado	3
DEBILIDADES	
Demora de proveedores en entrega de productos	3
Carencia de sistemas de promoción	2
Falta de segmentación adecuada	4
Ausencia en los planes de implementación y puesta en marcha.	1
AMENAZAS	
Inestabilidad política	2
Restricciones gubernamentales	1
Alza de porcentaje en las importaciones	4
Ingreso de nuevas empresas en el mercado	3

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

2.1.7. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES

Son empresas nuevas, que desean acaparar y ganar participación del mercado, y a su vez puede generar una reducción en el margen de ganancias de industrias que ya estén establecidas en el mercado.

“AyuTecní Soluciones CIA. LTDA” es una compañía que está iniciando su actividad económica en cuanto al mercado en el que compiten, existen empresas que también marcan una gran competencia como son: Multi Salud, Drive Medical en este sentido se diría que estas son empresas establecidas con gran fuerza competitiva, pero existen también competidores potenciales como por ejemplo Ortosoluciones que es una empresa que se encuentra acaparando clientes ya que poco a poco ha ido mejorando su calidad y servicio.

Lealtad a la Marca: Existen muchos puntos importantes que ayudan a esta Compañía que recién está iniciando sus actividades económicas a que sus compradores tengan preferencia por sus productos como por ejemplo:

- Control de calidad, que ayuda a que el margen de error de los productos a entregar sea menor.
- La nueva tecnología que brinda.
- Las capacitaciones constantes que recibe el personal de ventas para prestar un mejor servicio a los clientes.

Nuevos competidores:

- Multi Salud
- Ecuador Molility
- Ortopratic

RIVALIDAD ENTRE COMPAÑÍAS ESTABLECIDAS:

La rivalidad entre compañías puede estar marcada por: precios, calidad, innovación, servicios post-venta, garantías.

En el mercado al cual se está refiriendo existe la rivalidad entre compañías establecidas, y esta rivalidad se da más que nada por los precios, de esta manera la competencia entre firmas establecidas constituye una fuerte amenaza para la rentabilidad.

Rivalidad entre los competidores:

- Drive Medical
- Promedin
- Ortopédicos Recovery

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES:

En un mercado existen productos que tienen varios o muchos sustitutos, lo que genera que el comprador pueda realizar sustituciones si el producto no es muy diferenciado y es de bajo costo.

Cuando los compradores están mejor organizados, estos pueden generar más exigencias en lo que respecta a precios, calidad, etc.

Para la empresa “AyuTecní Soluciones” si se desarrolla lo que se refiere al poder de negociación de los compradores, por el aspecto que se mencionan a continuación:

Los clientes pueden adquirir el producto que se les ofrece por medio de otras empresas a menores costos, obligando a la empresa a bajar los precios, disminuyendo las ganancias.

Negociación de los compradores:

- Empresas
- Fundaciones
- Personas naturales

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Un mercado no será atractivo cuando los proveedores estén bien organizados, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido.

En este sentido de igual manera se desarrolla el poder de negociación de los proveedores, es necesario que la empresa tenga los argumentos necesarios para que así pueda imponer sus condiciones, en el caso de “AyuTecní Soluciones” el mayor proveedor es FULLID es así que al comprar un alto valor a este proveedor nos otorga descuentos, pero a su vez por ser una de las pocas empresas con la tecnología adecuada para sillas de ruedas puede que imponga sus condiciones.

Negociación de los proveedores:

- DRIVE MEDICAL
- FULL AID CO., LTD.
- BISWIFT

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Un mercado no es atractivo cuando existen productos sustitutos. Los mismos que representan un peligro cuando su avance tecnológico crece y pueden ingresar al mercado con menores precios.

En relación a este aspecto, las empresas que compiten en este mercado si poseen sustitutos para sus productos ya que las ayudas técnicas representan un factor esencial para personas con discapacidad.

Ejemplo de productos sustitutos:

- Sillas de ruedas manuales
- Andadores
- Scooter

2.2 PLAN ESTRATÉGICO

2.2.1 Nombre de la empresa

“AyuTecni Soluciones CIA. LTDA”

El nombre de la empresa se determinó de acuerdo a un análisis que se realizó, los parámetros que se tomaron en cuenta son:

- La facilidad que el nombre tenga para ser recordado por los clientes.
- Un nombre que sirva de herramienta para que cuando los clientes lo pronuncien imaginen a que se dedica la empresa.
- Un nombre que nos diferencie de la competencia.

Al analizar los parámetros mencionados, se estableció que la mejor opción para el nombre de la empresa es crear una fusión de las palabras ayuda y técnica, ya que las mismas son palabras con las que se conoce a los aparatos que ayudan a personas con discapacidad, la palabra soluciones es porque la empresa va a brindar a los clientes un producto que les beneficie ayudas.

2.2.2 MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y PRINCIPIOS

MISIÓN

“AyuTecni Soluciones”, ofrece productos de calidad centrados en la innovación tecnológica de aparatos para la trasportación de personas con discapacidad física, para mejorar la calidad de vida de nuestros clientes y a su vez generar un mayor grado de independencia para los mismos.

VISIÓN 2012

Llegar a convertirnos en una de las mejores empresas que provean ayudas técnicas para personas con discapacidad, brindando el mejor servicio y cumplimiento con las expectativas del cliente, dentro del mercado actual con equipos de alta tecnología.

VALORES

Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos sentimos más inclinados por su grado de utilidad personal y social. Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.³⁷

- **Honestidad**

Manejamos la verdad frente a todo, dentro y fuera de la empresa, para mantener la imagen que como empresa nos caracteriza.

- **Respeto**

Dentro de la empresa, para crear un ambiente laboral más cálido, acogedor, estable entre los directivos, empleados y nuestros clientes.

³⁷ <http://www.trabajo.com>

- **Entusiasmo**

Trabajar con ganas, pasión, emoción para lograr nuestros objetivos trazados como empresa.

- **Solidaridad**

Entre compañeros, cuando existen situaciones difíciles, las cuales podemos resolver trabajando en equipo, aportando ideas y conocimientos útiles para el beneficio de todos y de la organización.

- **Responsabilidad Social**

Crear una contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental con el objetivo de mejorar día a día la situación competitiva y valorativa de la empresa.

PRINCIPIOS

Los principios son verdades profundas y universales similares a las leyes de la física. No cambian con el tiempo, han existido y existirán siempre, son válidos para cualquier persona, en cualquier lugar y en cualquier situación.³⁸

- **Colaboradores**

“AyuTecn Soluciones” lidera a sus colaboradores con el ejemplo, en forma competente, justa y ética. Promueve el trabajo en equipo y la delegación con responsabilidad en condiciones laborales de limpieza, orden y seguridad.

³⁸ <http://www.jesus-guerrero.com>

- **Clientes**

“AyuTecni Soluciones” ofrece a sus clientes siempre productos de calidad, innovando sus procesos y productos para liderar los mercados en los cuales está presente.

- **Comunidades**

“AyuTecni Soluciones” en conformidad con su responsabilidad corporativa, actúa como un buen ciudadano, que siempre busca las mejores relaciones con las comunidades.

- **Proveedores**

“AyuTecni Soluciones” cree y practica el respeto a sus proveedores, a quienes les ofrece un beneficio justo en cada negociación, dentro de un marco de comportamiento ético.

2.2.3 MATRIZ FO, FA, DA, DO

Metodología Utilizada: Se utilizó la matriz FO,FA,DA,DO, la cual arroja las estrategias a aplicarse, y como estas están estrechamente relacionadas con los objetivos estratégicos y de cada área en la estructura organizacional de la empresa, por ende nos da los lineamientos por los cuales la empresa se debe dirigir.³⁹

³⁹ <http://uproadmon.blogspot.com>

CUADRO # 2.5
MATRIZ FO, FA, DA, DO

FORTALEZAS

DEBILIDADES

		1. El buen trato con los empleados	2. La buena calidad del producto	3. Innovación de nuevos productos	4. Buenos canales de distribución
OPORTUNIDADES	1. Crecimiento tecnológico de silla de ruedas				
	2. Potencialidad del mercado actual	* Implementación de estrategias de Marketing y Publicidad para captar nuevos clientes y mantener a los actuales (F1,O2, O4,F4)			
	3. Precios competitivos	* Anuncios para atraer nuevo personal y capacitarlos. (F3,O3, O1,F1)			
	4. Bajo número de competidores				
		* Ofrecer nuevos productos. (F2,O5, O4,F4)			
AMENAZAS	1. Inestabilidad política				
	2. Restricciones gubernamentales	* Implementación certificados de calidad para afianzar el mercado local (F2,A2,A5)			
	3. Alza de porcentaje en las importaciones	* Búsqueda de nuevos nichos de mercado para vender con un precio un poco más elevado para que no afecte el alza de las importaciones. (F3,A3, A2,F2)			
	4. Ingreso de nuevas empresas en el mercado				
		* Implementar métodos de investigación de mercados y competencia.(F5,A5,A4)			

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

2.2.4 OBJETIVOS

Se refieren a los resultados que fortalecen la posición general en los negocios y la vitalidad competitiva de una empresa.

Los objetivos estratégicos definidos en la presente investigación se presentan a continuación:

- ✓ Profundizar y acelerar la conformación del plan estratégico de la empresa.
- ✓ Aumentar en 35% el promedio de ventas en los próximos 2 años.
- ✓ Mantener nuestros productos y servicios de calidad en un 75%.
- ✓ Seguir impulsando el sistema de integración gerencial y de productividad.
- ✓ Aumentar la participación en el mercado del 15%.

2.2.5 ESTRATEGIAS

Las estrategias de una empresa son importantes ya que de esta manera logramos alcanzar los objetivos planteados.

- ✓ Ilustrar los beneficios de silla de ruedas eléctricas para personas con discapacidad.
- ✓ Identificar las necesidades y los requerimientos de nuestros clientes en cuanto uso, precios, beneficios.
- ✓ Tomar ventaja de la poca competencia en el país.
- ✓ Aprovechar la tendencia actual por integrar a personas con discapacidad en diferentes actividades ya sea laboral o escolar.

2.2.6 PLAN DE ACCIÓN

Plan de Acción compromete el trabajo de una gran parte del personal de la institución, estableciendo plazos y responsables y un sistema de seguimiento y monitoreo de todas las acciones diseñadas.⁴⁰

OBJETIVO: Profundizar y acelerar la conformación del plan estratégico de la empresa.

ESTRATEGIA 1: Mantener un análisis de los procesos con el fin de identificar mejoras en los métodos y tiempos de trabajo.

ACTIVIDADES:

- 1) Desarrollar un control trimestral, para observar demoras o defectos en los procesos de importación.
- 2) Realizar trimestralmente una evaluación del sistema de procesos para mejorar el nivel de calidad.

PLAZOS		RESPONSABLE	PRESUPUESTO
DESDE	HASTA		
15-jun-09	15-jun-10	GERENTE	\$200,00
6-jul-09	6-jul-09	GERENTE	\$300,00

ESTRATEGIA 2: Mejorar la eficiencia de los trabajadores, por medio de la implementación de un plan de capacitación del personal.

⁴⁰ www.gestiopolis.com

ACTIVIDADES:

- 1) Asistir a un curso de capacitación del personal.
- 2) Realizar semanalmente una evaluación de los procesos que se realizan en la empresa.
- 3) Organizar un mapa de responsabilidades y actividades que cada empleado debe realizar.

PLAZOS			
DESDE	HASTA	RESPONSABLE	PRESUPUESTO
17-sep-09	17-sep-09	GERENTE	\$200,00
6-oct-09	6-nov-09	GERENTE	\$200,00
15-jun-09	30-jun-09	GERENTE	\$50,00

OBJETIVO: Aumentar en un 35%, el promedio de ventas en los próximos 2 años.

ESTRATEGIA1: Tomar ventaja de la poca competencia en el país.

ACTIVIDADES:

- 1) Realizar una alianza estratégica con fundaciones para hacer lanzamiento de nuestros productos.
- 2) Repartir flyers en las principales fundaciones de Quito.
- 3) Analizar la situación actual de nuestros competidores, para poder analizar cómo está la competencia.

PLAZOS			
DESDE	HASTA	RESPONSABLE	PRESUPUESTO
10-may-09	10-jun-09	VENDEDOR	\$300,00
6-jun-09	6-ago-09	VENDEDOR	\$200,00
20-may-09	20-jun-09	VENDEDOR	\$400,00

ESTRATEGIA 2: Identificar las necesidades y los requerimientos de nuestros clientes en cuanto uso, precios, beneficios.

ACTIVIDADES:

- 1) Realizar una encuesta a nuestros mayores compradores para determinar:
Calidad, Precio, Servicio de nuestros productos.

- 2) Realizar un Focus Group a que posean conocimientos acerca de personas que posean discapacidad para identificar las necesidades de los clientes.

- 3) Buscar mejores alternativas en cuanto tecnología, con la ayuda de colaboradores en el exterior.

PLAZOS			
DESDE	HASTA	RESPONSABLE	PRESUPUESTO
20-oct-09	20-nov-09	VENDEDOR	\$70,00
10-ago-09	25-ago-09	GERENTE	\$100,00
10-oct-09	10-dic-09	GERENTE	\$800,00

OBJETIVO: Mantener los productos y servicios de calidad en un 75%.

ESTRATEGIA 1: Identificar las necesidades y requerimientos de nuevos clientes

ACTIVIDADES

- 1) Realizar una encuesta piloto a nuestros nuevos compradores.
- 2) Otorgar a nuestros clientes antiguos una promoción por sus compras.

PLAZOS		RESPONSABLE	PRESUPUESTO
DESDE	HASTA		
10-oct-09	10-nov-09	VENDEDOR	\$80,00
28-ago-09	28-oct-09	VENDEDOR	\$200,00

ESTRATEGIA 2: Mejorar la imagen de la empresa

ACTIVIDADES:

- 1) Hacer activaciones BTL
- 2) Muestras y material P.O.P en eventos

PLAZOS		RESPONSABLE	PRESUPUESTO
DESDE	HASTA		
10-oct-09	10-nov-09	GERENTE	\$90,00
28-ago-09	28-sep-09	GERENTE	\$80,00

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Objetivo General del Estudio de Mercado

Determinar y analizar los componentes del mercado: demanda, oferta y marketing mix (precio, producto, plaza, promoción).

Objetivos Específicos del Estudio de Mercado

- Analizar el comportamiento de la demanda pasada, demanda presente y demanda futura de los productos a importar.
- Conocer lo que requiere el mercado para satisfacer una necesidad específica.
- Analizar la oferta mediante información de importación de estos productos, saber los oferentes y su actuación en el mercado.
- Analizar marketing mix para determinar el precio, producto, plaza, promoción de la importación que estudia en el presente proyecto.
- Medir la demanda total y establecer si existe demanda insatisfecha en la importación de aparatos y aditamentos para la traspotación de niños con discapacidad física.

3.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para establecer y conocer las necesidades del mercado y determinar la viabilidad de este proyecto, se determinarán las necesidades reales de los consumidores que se satisfarán, mediante un estudio de mercado recopilando la información necesaria, para llevar a cabo la investigación.

Una de las principales fuentes primarias se considera una encuesta para efectuar a los familiares que tengan un familiar con discapacidad física, de acuerdo al tamaño de la muestra.

Como fuentes secundarias se recopilarán los datos proporcionados en el CONADIS, así como de páginas de internet.

Para de esta forma con la información obtenida de las fuentes primarias y secundarias realizar una proyección de la demanda futura.

3.1.1 SELECCIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

La población que genera la demanda total, está conformada por personas que poseen discapacidad física (usuarios de sillas de ruedas).

Se los puede clasificar en los siguientes grupos:

- Familias de Quito que tengan un integrante con discapacidad física.
- Familias de otras ciudades que tengan un integrante con discapacidad física.

Segmentación de la Población:

La segmentación está definida generalmente como un proceso de desagregación de mercado, se orienta a determinar la diversidad y preferencias de los compradores potenciales que constituyen el mercado. En los mercados de bienes de consumo, la

división de producto mercado en segmentos homogéneos puede hacerse en base a una segmentación sociodemográfica o descriptiva.⁴¹

Partiendo de lo expuesto la población objetivo son familias de Quito y de otras ciudades que tengan un integrante con discapacidad física.

Cabe recalcar que en el proyecto en estudio el único factor que incide y se considera que influye en la determinación del mercado objetivo es el factor socio-económico. Ya que es un producto útil y que brinda beneficios a personas con discapacidad física y es necesario sin importar variables demográficas, de uso, sociodemográficas, psicográficas.

Por esta razón se determina que nuestro mercado objetivo es:

- ✓ El producto es para personas con discapacidad física (usuarios de sillas de ruedas), de 5 años en adelante.
- ✓ Ingresos (capacidad económica para acceder al bien o servicio ofertado).- hogares o personas con capacidad de pagar un precio relativamente alto como el determinado para el bien ofertado.

En el análisis de las encuestas, se determinará de la población que se tomo en consideración para realizar la encuesta, cuales son los clientes que están en la facilidad de pagar el precio del bien ofertado.

⁴¹ Jean-Jacques Lambin, Marketing Estratégico, 1995, pág. 194-195

3.1.2 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra a aplicar, se utilizó la siguiente fórmula estadística:⁴²

$$n = \frac{Z^2pqN}{NE^2+Z^2pq}$$

Donde:

- n: Es el tamaño de la muestra
- Z: El nivel de confianza del 95%
- p: Es la variabilidad positiva: 0.5
- q: Es la variabilidad negativa: 0.5
- N: Es el tamaño de la población: 9856
- E: Es la precisión o el error: 5%

Para determinar el tamaño de la población se usaron valores proporcionados del INEC, como se puede observar en el anexo número # 6, los mismos que se proyectaron para determinar el crecimiento de la población desde el año 2005 hasta el año 2014.

⁴² Rochard I. Levin & David S. Rubin-Estadística para Administradores -Tercera Edición- Editorial – Prentice-Hall Hispanoamericana- 1996- Pág. 397.

CUADRO # 3.1
PERSONAS CON DISCAPACIDAD FÍSICA
(2005-20014)

AÑOS	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
POBLACIÓN	1.519.964	1.539.907	1.559.295	1.579.186	1.599.361	1.619.791	1.638.058	1.657.565	1.677.072	1.696.580
TOTAL DEL DISCAPACITADOS	45.242	45.836	46.413	47.005	47.606	48.214	48.757	49.338	49.919	50.499
PERSONAS CON DISCAPACIDAD FÍSICA	9.486	9.611	9.732	9.856	9.982	10.109	10.223	10.345	10.467	10.589
PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD TOTAL	2,98%	2,98%	2,98%	2,98%	2,98%	2,98%	2,98%	2,98%	2,98%	2,98%

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

Del cuadro anterior se desprende una tasa de crecimiento anual en el número de personas con discapacidad física del 0.5%

Para establecer el mercado al que se va a dirigir es necesario determinar la población de personas que poseen discapacidad, ya que el proyecto en estudio debe evaluar y analizar el mercado objetivo, el mismo que es personas con discapacidad física.

Para realizar las encuestas se utilizó los datos del año 2008, ya que en el presente año los datos de la población de personas con discapacidad únicamente están actualizados hasta el cuarto mes.

FORMULA:

$$n = \frac{1.96 * 1.96 * 0.5 * (1-0.5) * 9856}{9856 * 0.05 * 0.05 + 1.96 * 1.96 * 0.5 * (1-0.5)} = \frac{9465.70}{25.60} = 370 \text{ encuestas}$$

En base a esta fórmula estadística se determina que las encuestas deberán ser formuladas a 370 personas que posean un familiar con discapacidad para obtener la información requerida.

Las encuestas se realizaron en:

Fundaciones:	San Juan de Jerusalén Ángeles en cuatro patas ABEI
Escuelas de Integración:	Centro Educativo Familia Feliz
Consultorios:	Consultorio de Rehabilitación Infantil Federación Nacional de ONG's para la Discapacidad.

3.1.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Luego de haber aplicado las encuestas a las personas que posean un miembro con discapacidad, se puede observar cual son los requerimientos de los futuros clientes, y a su vez realizar las correcciones necesarias antes de implementar el proyecto.

El formato de la encuesta se encuentra en el Anexo # 1.

PREGUNTA # 1.- ¿En qué grupo de ingresos se encuentra usted?

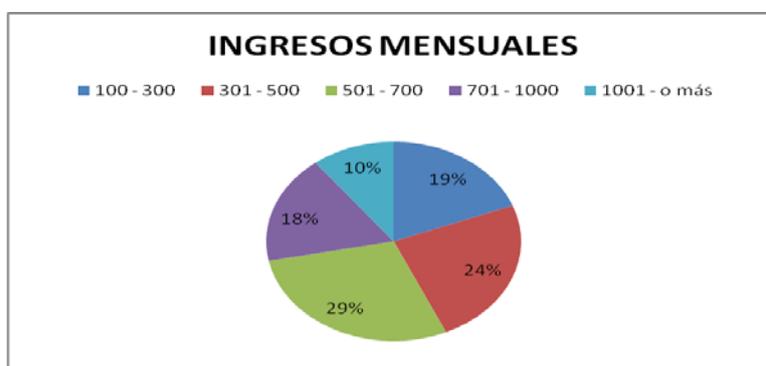
CUADRO # 3.2

		%
100 - 300	71	19
301 - 500	89	24
501 - 700	106	29
701 - 1000	65	18
1001 - o más	39	10
	370	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

La respuesta es graficada a continuación:

GRÁFICO # 3.1



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

La mayoría de los encuestados es decir el (29%) obtienen ingresos mensuales de un rango de (\$501.00 - \$700.00), el (24%) un ingreso mensual de (\$301.00 - \$500.00), el (19%) un ingreso mensual de (\$100.00 - \$300.00), el (18%) un ingreso mensual de (\$701.00 - \$1000.00), y finalmente el (10%) obtiene un ingreso mensual de (\$1001.00 – o más).

Los datos obtenidos en la primera pregunta de la encuesta realizada, permite establecer que el segmento de población al que se piensa enfocar el negocio, si posee las posibilidades de

adquirir los productos que ofrece la empresa en estudio, lo que significa que en lo que respecta a ingresos los clientes no tienen inconveniente ya que la mayoría de las personas encuestadas obtiene ingresos que les permita comprar el producto ya sea de contado o a crédito. Es vital para el proyecto en estudio que el nicho de mercado al que se va a dirigir posea poder adquisitivo para adquirir el producto.

Cabe recalcar que las personas encuestadas 2760 personas están en facilidad de adquirir el producto, de la población de 9856 personas a las que se determinó como clientes potenciales.

Se determinó a las 2760 personas que tienen la facilidad de adquirir el producto, por los porcentajes de los ingresos que comprende de \$701.00 - \$1000.00, y de \$1001.00 – o más, es decir el 0.28 de las personas encuestadas se encuentran en la facultad de adquirir el producto.

PREGUNTA # 2.- ¿En su familia existe algún miembro que posea algún tipo de discapacidad?

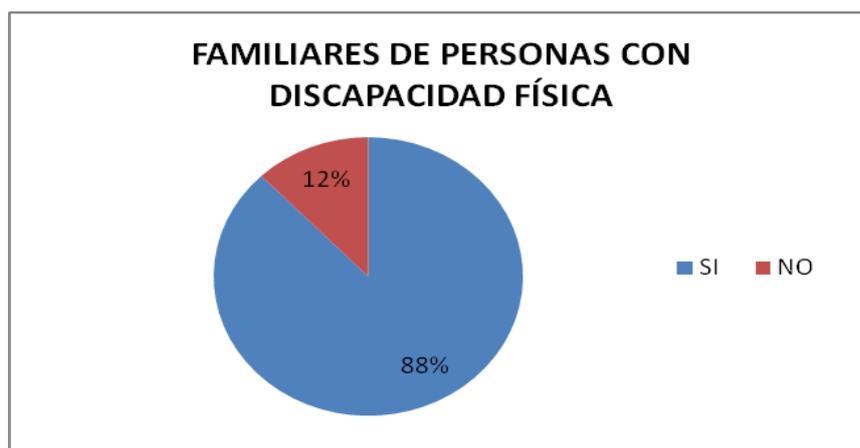
CUADRO # 3.3

		%
SI	325	88
NO	45	12
	370	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

La respuesta es graficada a continuación:

GRÁFICO # 3.2



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Como se puede observar la encuesta fue realizada a personas que tienen un familiar con personas discapacitadas, sin embargo el 12% de los encuestados respondió que no tiene un familiar con discapacidad, no obstante el 88% de los encuestados si poseen un miembro de la familia que posee discapacidad física.

La información que se recogió en las encuestas realizadas específicamente a familiares de personas que posean discapacidad, es decir de las 370 encuestas el 88% formularon las encuestas de acuerdo a su necesidad, lo que representa de cierta forma que sus respuestas fueron contestadas y evaluadas de acuerdo a sus necesidades, esto es beneficioso para la empresa ya que la información obtenida tiene un nivel mayor de confiabilidad.

PREGUNTA # 3.- ¿Conoce usted alguna empresa que dispongan de sillas de ruedas eléctricas para personas con discapacidad.

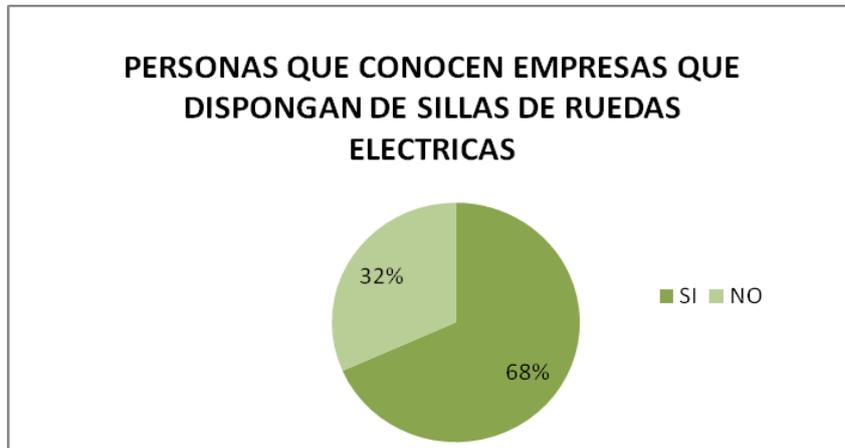
CUADRO # 3.4

		%
SI	253	68
NO	117	32
	370	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

La respuesta es graficada a continuación:

GRÁFICO # 3.3



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

En el gráfico 3.3, se puede apreciar que el 68% de los encuestados conocen y han escuchado de empresas que vendan sillas de ruedas eléctricas, mientras que el 32% de los encuestados no conocen proveedores de sillas de ruedas eléctricas.

De acuerdo con las encuestas para la empresa es vital que un porcentaje importante de los encuestados no conozcan empresas que oferten nuestros productos, en el país existe un porcentaje elevado de personas que posean discapacidad y no existe empresas que dispongan de productos como sillas de ruedas eléctricas, es importante establecer que el proyecto en estudio posee una gran ventaja al frente de sus competidores ya que no son reconocidos y la mayoría de los encuestados no han ni escuchado hablar de empresas que oferten el producto que se va a ofrecer.

El 32% de 8956 que es el tamaño de la población considerada en el presente estudio, es decir 2866 no conocen de empresas que dispongan sillas de ruedas eléctricas un factor importante para el proyecto en estudio.

PREGUNTA # 4.- De los siguientes productos que se mencionan responda cuál es la que proporciona mayores beneficios, según su criterio.

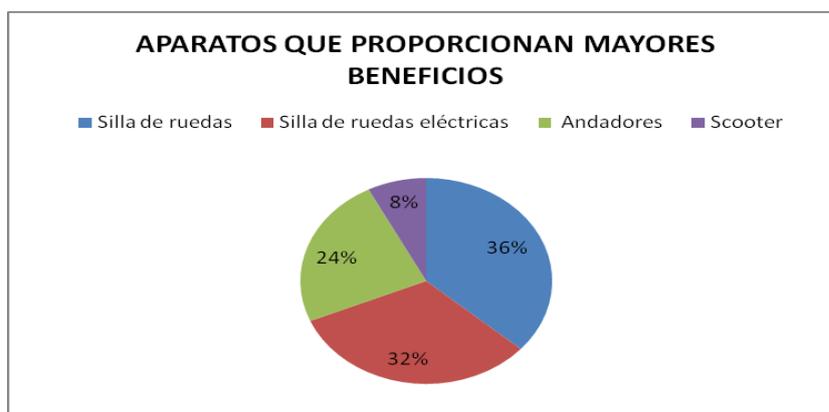
CUADRO # 3.5

		%
Sillas de ruedas	135	36
Sillas de ruedas eléctricas	119	32
Andadores	88	24
Scooter	28	8
	370	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

La respuesta es graficada a continuación:

GRÁFICO # 3.4



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

El gráfico 3.4 nos indica que la mayoría de las personas que se les realizó la encuesta, es decir el (32%) coinciden en que las sillas de ruedas dan mayores beneficios a personas con discapacidad, mientras que el (8%) coinciden que los scooter no dan grandes beneficios.

Es importante determinar que producto les parece a los encuestados que proporciona mayores beneficios, los resultados son alentadores ya que un porcentaje del 32% piensa que son sillas de ruedas eléctricas, lo que determina que si existe demanda para nuestro

producto, es decir, que las personas que realizaron la encuesta piensan que el producto si beneficia a las personas que posean discapacidad física.

De la población de 9856 de personas consideradas en la población el 32%, es decir, 3154 personas opinan que las sillas de ruedas eléctricas ofrecen mayor beneficio para sus familiares que poseen discapacidad física, lo que se analiza como para favorable para el proyecto en estudio.

PREGUNTA # 5.- ¿Cuál de estos factores incidirían en su compra, para adquirir una silla de ruedas eléctrica?

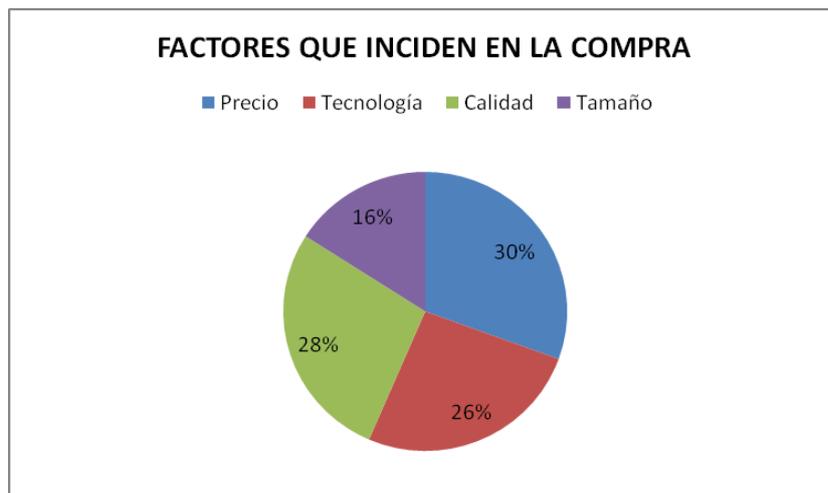
CUADRO # 3.6

		%
Precio	113	31
Tecnología	96	26
Calidad	102	28
Tamaño	59	16
	370	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

La respuesta es graficada a continuación:

GRÁFICO # 3.5



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Podemos apreciar que las personas encuestadas determinan que buscan precios relativamente bajos, sin embargo cabe recalcar que a su vez también buscan calidad, tecnología en las sillas de ruedas, lo que no refleja mucha importancia es el tamaño.

Al basarse en los resultados de la encuesta, se puede mencionar que una de las preguntas más importantes es esta, ya que aquí se determina los factores que inciden en la compra de los clientes, al evaluar los datos se observó que la mayoría de los encuestados adquieren el producto de acuerdo al precio, lo que es un factor importante para la empresa en estudio, es decir, de acuerdo al mismo estudio los ingresos de los clientes si permiten que puedan adquirir los productos.

PREGUNTA # 6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

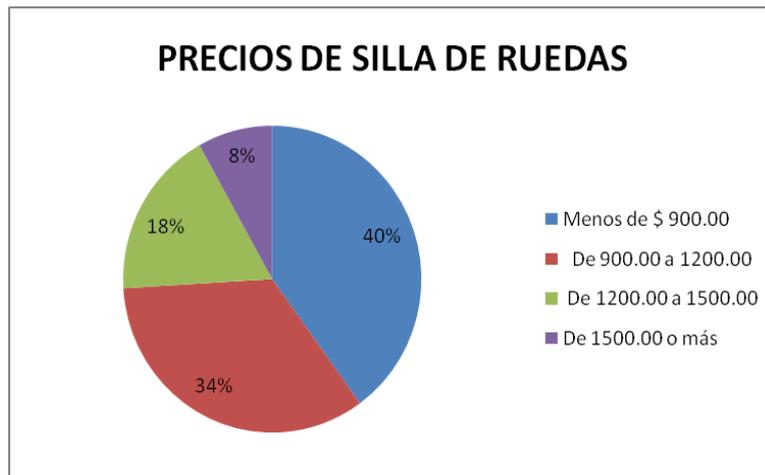
CUADRO # 3.7

		%
Menos de \$ 900.00	148	40
De 900.00 a 1200.00	126	34
De 1200.00 a 1500.00	66	18
De 1500.00 o más	30	8
	370	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

La respuesta es graficada a continuación:

GRÁFICO # 3.6



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Como se muestra en el gráfico 3.6, las personas a la que se le realizó la encuesta determinan que el precio es importante y relativamente buscan productos de precios accesibles. El 40% determino que estaría dispuestos a pagar menos de \$900.00, el 34% estaría dispuesto a pagar entre \$900.00 a \$1200.00, el 18% estaría dispuesto a pagar de \$1200.00 a \$1500.00 y el 8% determina que estaría dispuesto a pagar más de \$1500.00.

Los precios de las sillas de ruedas eléctricas, al ser importados deben cumplir con una serie gastos para poder ingresar al país, esto quiere decir que al precio del producto se le incrementa los costos realizados, pero sin embargo un porcentaje de los encuestados si está dispuesto a pagar el precio definitivo del producto que oscila entre los \$1400.00 a \$1500.00, sin embargo el precio definitivo se lo determinará en el estudio de mercado.

PREGUNTA # 7.- ¿Tiene usted interés en adquirir este producto?

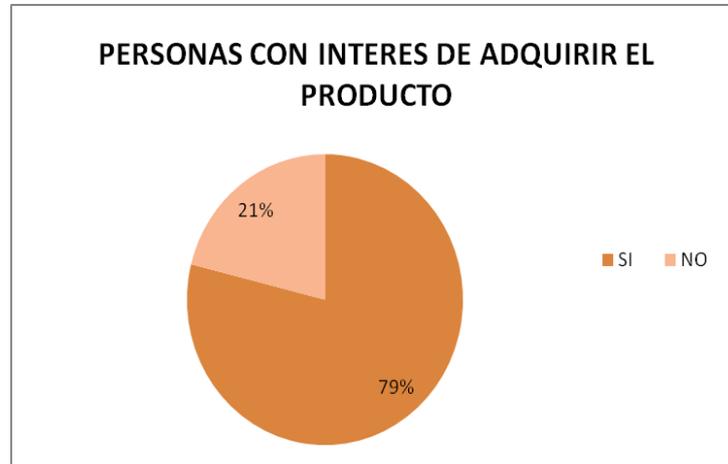
CUADRO # 3.8

		%
SI	292	79
NO	78	21
	370	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

La respuesta es graficada a continuación:

GRÁFICO # 3.7



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Como se puede apreciar, de las encuestas realizadas, el 79% de los encuestados tienen interés en el producto, mientras que 21% no tiene interés en adquirir el producto.

La viabilidad con la que cuenta el proyecto en estudio es esencial ya que más del 50% de las personas a la que se le realizó la encuesta si tienen interés en adquirir el producto, eso quiere decir que, la empresa tiene gran acogida por la demanda que existe para los productos que se van a ofertar.

Cabe recalcar que es importante que más del 50% de las personas encuestadas estén interesadas en el producto ya que nos permite tener conocimiento de que si existe demanda.

PREGUNTA # 8.- ¿Adquiriría una silla de ruedas en el presente año?

CUADRO # 3.9

		%
SI	203	55
NO	167	45
	370	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

La respuesta es graficada a continuación:

GRÁFICO # 3.8



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Al ser un producto que otorga grandes beneficios podemos notar que el 55% de las personas a las que se les realizó las encuestas estarían dispuestas a adquirir una silla de ruedas el presente año, mientras el 45% no descarta la compra pero no la realizaría el presente año.

Al ser una nueva empresa y de acuerdo con las encuestas realizadas se puede observar que si existe un porcentaje elevado de personas que adquirirían el producto en el presente año, es importante mencionar que la demanda de estos productos es elevada, ya que no existen oferentes potenciales en el mercado. Al realizar la evaluación de los datos obtenidos se

puede determinar que la empresa a crear posee gran número de ventajas para ingresar al mercado.

Se puede mencionar que el 55% de los encuestados es decir, que de 9856 que es la población considerada 5421 personas están dispuestas a adquirir el producto es un número grande y realmente beneficioso para que la empresa inicie su actividad económica.

Para definir el mercado meta, se tomará como referencia la pregunta número ocho de la encuesta que se realizó, ya que determina el interés de los clientes en adquirir una silla de ruedas el presente año, sin embargo el proyecto en estudio determinará en los siguientes capítulos el porcentaje de clientes que se quiere captar para realizar las ventas, ya que aunque el número de proveedores es reducido, la participación y la entrada al mercado es difícil.

PREGUNTA # 9.- ¿A través de qué medio desea que se proporcione la información sobre silla de ruedas eléctricas?

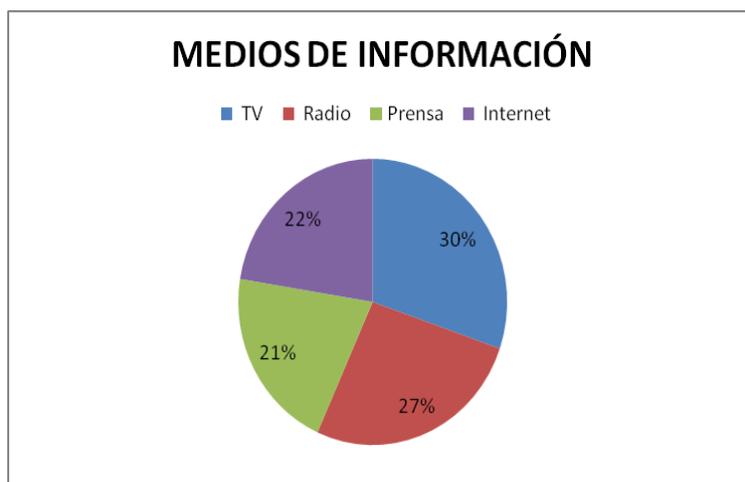
CUADRO # 3.10

		%
TV	112	30
Radio	98	27
Prensa	77	21
Internet	83	22
	370	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

La respuesta es graficada a continuación:

GRÁFICO # 3.9



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Las encuestas realizadas nos proporcionan datos en los cuales se detallan que el 30% de las personas prefieren que la publicidad acerca de las sillas de ruedas eléctricas se den por medio televisivo, el 27% prefiere que la publicidad sea transmitida a través de radio, el 22% internet y finalmente el 21% prefiere que la publicidad sea a través de la prensa.

Las personas prefieren que la publicidad se la transmita por medio de televisivo, cabe recalcar que es un medio caro, por esta razón el proyecto en estudio se va a enfocar en transmitir la publicidad por medio de una página web y flyers.

3.2 DEMANDA PASADA

Para analizar y determinar la demanda pasada se han utilizado datos proyectados y series históricas que demuestran el comportamiento pasado de la demanda y que se muestra en el cuadro a continuación:

CUADRO # 3.11
DEMANDA PASADA
(2004-2008)

AÑOS	2004	2005	2006	2007	2008
POBLACIÓN	1.500.914,00	1.519.964,00	1.539.907,00	1.559.295,00	1.579.186,00
TOTAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD	44.675	45.242	45.836	46.413	47.005
PERSONAS CON DISCAPACIDAD FISICA	9.367	9.486	9.611	9.732	9.856
PORCENTAJE DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD FISICA	0,62%	0,62%	0,62%	0,62%	0,62%

Fuente: INEC
 Elaborado por: La Autora

El cuadro # 3.11, presenta datos pasados sobre la evolución de la demanda del año 2004 hasta el año 2008, lo que determina la demanda pasada de personas con discapacidad física usuarios de (sillas de ruedas).

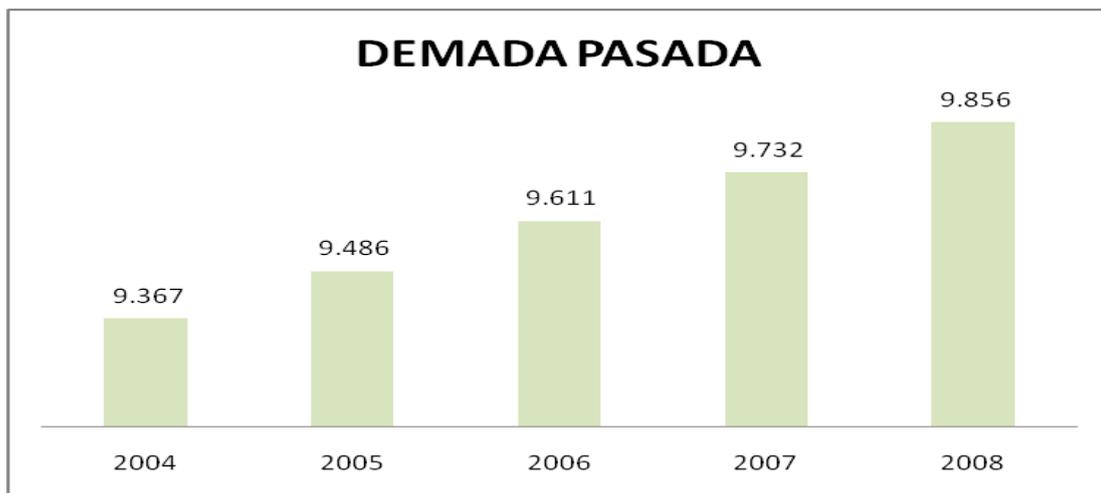
Para determinar la demanda pasada se proyectó la población de personas con discapacidad física, usando un porcentaje constante para determinar el crecimiento de la población.

El porcentaje aplicado es del 0.62% de personas con discapacidad física en la ciudad de Quito, el mismo porcentaje que fue calculado de acuerdo con los datos de la proyección de la población, proyección de la población de personas con discapacidad y la proyección de personas con discapacidad física en la ciudad de Quito.

La información utilizada en el presente estudio se la obtuvo directamente en el INEC y en el CONADIS.

Para dar una mejor explicación y apreciar de mejor manera los datos del cuadro # 3.10 de la demanda pasada se muestra gráficamente a continuación:

GRÁFICO # 3.10
DEMANDA PASADA
(2004-2008)



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

En el gráfico presentado anteriormente se puede observar que la demanda, es decir la tendencia ha ido incrementando desde el año 2004 a medida que pasa el tiempo. Es importante recalcar que la demanda de sillas de ruedas es clara ya que la tendencia tiende a crecer como se puede observar en los 5 años pasados que se analizaron.

En el proyecto en estudio se puede determinar que existe una tendencia de crecimiento y que a futuro existirá una gran demanda de sillas de ruedas.

3.3 DEMANDA ACTUAL

Lo que permite la demanda actual es definir si el número de personas con discapacidad son suficientes para que el proyecto “AyuTecní Soluciones”, tenga la posibilidad de ser implementado.

CUADRO # 3.11
DEMANDA ACTUAL
(2009)

AÑOS	2009
POBLACIÓN	1.599.361
TOTAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD	47.606
PERSONAS CON DISCAPACIDAD FISICA	9.982
PORCENTAJE DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD FISICA	0,62%

Fuente: INEC
 Elaborado por: La Autora

La demanda actual se puede notar también posee un incremento, lo que muestra que la viabilidad del proyecto si es posible de acuerdo al estudio de mercado que se realizó y a las proyecciones que se efectuaron de acuerdo a la población.

Cabe recalcar que falta analizar el estudio financiero para de esta manera constatar si el proyecto en estudio es viable.

Para establecer la demanda futura es importante observar los datos que se obtuvieron en las encuestas.

CUADRO # 3.13
DEMANDA ACTUAL
(2009)

PREGUNTAS	2009
PERSONAS QUE PREFIEREN SILLAS DE RUEDAS ELÉCTRICAS	5421
PERSONAS QUE PREFIEREN SILLA DE RUEDAS MANUALES	3593
PREFIEREN PRECIO	2957
PREFIEREN CALIDAD	2760
LE INTERESA Y PIENSA ADQUIRIR	7786
DISPOSICIÓN DE COMPRA EN EL PRESENTE AÑO	5421

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: La Autora

Para evaluar la demanda futura es importante analizar los datos de las encuestas, para lo cual se usaron las preguntas que permitan establecer la demanda que existe de las sillas de ruedas eléctricas, por esta razón se utilizaron únicamente las preguntas que otorguen datos específicos de la demanda actual.

Como se puede apreciar existe una gran cantidad de demanda ya que al evaluar las encuestas se puede notar que la demanda que existe en el mercado es vital para el negocio.

De la población que se considero para realizar el estudio que consta de 9856 personas, 7786 les interesa adquirir el producto, 5421 desean adquirirlo en el presente año, son datos considerablemente beneficiosos ya que si existe un porcentaje elevado de la demanda de el producto que se va a ofertar.

3.4 DEMANDA FUTURA

Para realizar la demanda futura se utilizaron datos de proyecciones de la población, con un porcentaje del 0.62%, analizando los siguientes cinco años. Para de esta manera poder determinar la tendencia de la demanda futura.

Para determinar la demanda futura se realizó una proyección que permita obtener información del mercado potencial para los servicios que ofrecerá el proyecto en estudio.

CUADRO # 3.14
DEMANDA FUTURA
(2010-2015)

AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014	2015
POBLACIÓN	1.619.791	1.638.058	1.657.565	1.677.072	1.696.580	1.716.087
TOTAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD	48.214	48.757	49.338	49.919	50.499	51.080
PERSONAS CON DISCAPACIDAD FISICA	10.109	10.223	10.345	10.467	10.589	10.710
PORCENTAJE DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD FISICA	0,62%	0,62%	0,62%	0,62%	0,62%	0,62%

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

El cuadro # 3.14, presenta datos futuros sobre la evolución de la demanda, los años analizados son desde el 2010 hasta el 2015.

Para determinar la demanda actual se realizó una proyección de la población de personas con discapacidad física, usando un porcentaje constante para determinar el crecimiento de la población.

Para dar una mejor explicación y apreciar de mejor manera los datos del cuadro # 3.14 de la demanda futura se muestra gráficamente a continuación:

GRÁFICO # 3.11
DEMANDA FUTURA
(2010-2015)



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

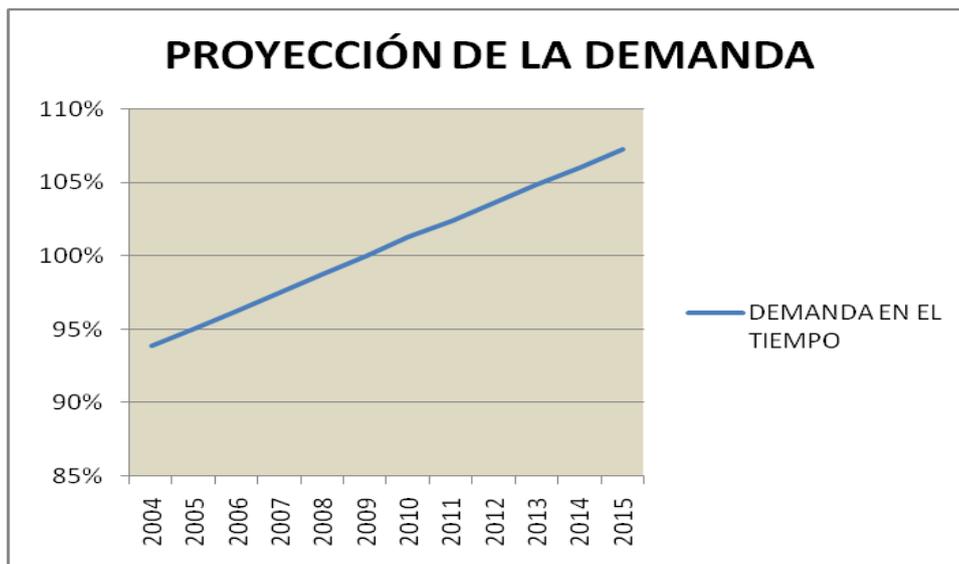
La demanda futura tiene una tendencia a crecer lo que es factible para el proyecto en estudio ya que si la demanda va en aumento, se tiene varias posibilidades de ser viable.

Otro factor importante para tomar en cuenta y establecer si existe demanda futura, son los datos que se obtuvieron en las encuestas realizadas, al procesar los datos de las encuestas se puede observar que de la población considerada para el estudio es de 9856 y las encuestas fueron realizadas a 370 personas, de las cuales el 45% en la pregunta 8 (ver anexo #1) respondieron que tiene interés de adquirir las sillas pero no el presente años es decir 4436 personas piensan compran la silla en un futuro.

De acuerdo con las encuestas realizadas y la proyección que se realizó de la población si existe demanda futura, lo que resulta alentador ya que el negocio a medida que pase en tiempo va a seguir vendiendo su producto.

3.5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

GRÁFICO # 3.12
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA
(2004-2015)



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

El gráfico expuesto anteriormente muestra que la demanda futura tiene tendencia a incrementar, con un porcentaje constante del 0.62%.

Se puede determinar que la demanda va en un aumento del 0.62% con los datos proyectados de personas que posean discapacidad física.

Se puede estipular que existe notablemente necesidad de que haya un proveedor de sillas de ruedas eléctricas, lo que quiere decir que en el mercado existe un bajo porcentaje de empresas que ofrezcan este servicio.

3.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para realizar un análisis de la oferta de sillas de ruedas eléctricas en el mercado es importante recalcar, que existe un grupo reducido de proveedores de este producto.

Uno de los mayores proveedores se puede determinar que es la empresa Drive Medical, pero la misma realiza sus ventas bajo pedido, es decir, el cliente solicita una silla de ruedas eléctrica y la empresa la importa, no existe una venta directa.

Es complicado poder realizar un análisis sobre la oferta de silla de ruedas eléctricas ya que la mayoría de empresas que ofertan este producto lo hacen de forma indirecta, es decir, que el cliente primero realiza el pedido para luego que su proveedor lo importe.

Otro factor importante que afecta para realizar el estudio de la oferta es que varias veces las importaciones se las realiza de forma independiente es decir, la persona que necesita una silla de ruedas realiza los trámites necesarios para importar sin la ayuda de un proveedor.

Por esta razón para poder realizar el estudio de la oferta se va a tomar los datos de las de importaciones realizadas (valor FOB) en los últimos años, desde 2004 hasta 2009, para de esta manera determinar la oferta pasada y presente de sillas de ruedas eléctricas.

De acuerdo a la información del Banco Central del Ecuador, respecto a la importación de sillas de ruedas eléctricas, se presenta a continuación las importaciones realizadas desde el año 2004 hasta el 2008.

3.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA PASADA

CUADRO # 3.15
ANÁLISIS DE LA OFERTA PASADA

CONCEPTO	2004	2005	2006	2007	2008
VALOR FOB	125.610,00	97.870,00	567.640,00	523.270,00	418.810,00
Unidades Vendidas	157	122	710	654	524
PESO/KILOS	32.270,00	34.030,00	122.000,00	199.810,00	119.440,00

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: La Autora

Con las cifras del cuadro anterior se puede observar que existe un valor de importación menor en el año 2005 mientras que en los años siguientes se puede notar que la oferta de este producto ha tenido un crecimiento considerable.

Para proyectar las importaciones de sillas de ruedas eléctricas para los años 2009 al 2014, se asume una tasa de crecimiento anual similar al crecimiento poblacional del Ecuador, que es del 2.98%, según el INEC.

Tasa de crecimiento anual similar a la que se desprende del cuadro # 3.1 referente a personas con discapacidad física.

3.8 ANÁLISIS DE LA OFERTA FUTURA

CUADRO # 3.16
ANÁLISIS DE LA OFERTA FUTURA

CONCEPTO	2009	2010	2011	2012	2013	2014
FOB	422276,4	425742,8	429209,2	432675,6	436142	439608,4
Unidades Estimadas	528	532	537	541	545	550
PESO/KILOS	120455,1	121470,2	122485,3	123500,4	124515,5	125530,6

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

3.9 MARKETING MIX

Para realizar el Marketing Mix, que es básicamente las 4ps (plaza, precio, producto, promoción), es vital tomar en cuenta los datos que se detallaron inicialmente. Una vez analizadas y procesadas las encuestas realizadas por los clientes, se considera necesario replantear ciertos aspectos del proyecto en estudio.

3.9.1 PLAZA

El proyecto en estudio se ubicará en la ciudad de Quito, en un sector estratégico, es decir la localización tiene que estar enfocada a la facilidad con la que pueda llegar el cliente. Por esta razón, en el estudio técnico se determinó que el mejor sector para ubicar la oficina es en el sector de La Mañosca, ya que el mismo está ubicado en el sector norte de la ciudad. La dirección exacta de la oficina es Edi. Torres de La Mañosca N35-19.

3.9.2 PRECIO

En los estudios realizados y una vez procesadas las encuestas se determinaron rangos de precios para el producto. La investigación de campo comprobó los valores reales de las importaciones de sillas de ruedas eléctricas en el mercado ecuatoriano. A continuación se establecen los precios propuestos, en función del nivel de calidad comparativo entre lo ya existente y lo proyectado.

CUADRO # 3.17
MODELO DE SILLA DE RUEDAS

MODELO	PRECIO
FS101A	1350.46
FS111A	1.386.88
FS122LGC	1.480.88

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

El cuadro anteriormente expuesto, determina los precios fijados inicialmente en el proyecto en estudio. Los precios se fijaron en la investigación de campo, con datos y presupuestos de proveedores, de los aranceles que se cobra por importaciones, seguro, flete, verificadora, etc., es decir se fijaron los precios de acuerdo a los gastos en los cuales se incurre. Sin embargo, los mismos precios se deberán mantener o modificar de acuerdo al estudio de mercado que se realizará posteriormente.

3.9.3 PRODUCTO

El producto ofertado por la empresa “AyuTecni Soluciones” será sillas de ruedas eléctricas. Las mismas que se caracterizan por tecnología, calidad y lo más importante precios competitivos en el mercado.

Este producto estará al alcance de ingresos económicos, medios, medios - altos y altos, de acuerdo a lo requerido en factores económicos.



3.7.4 PROMOCIÓN

Resaltando que “AyuTecni Soluciones” será una empresa que importa sillas de ruedas eléctricas, se informará que es un producto beneficioso para personas con discapacidad física.

Para esto la publicidad se ejecutara a través de los siguientes medios:

- Página web.- En la cual se informe a los clientes acerca de las sillas de ruedas eléctricas y todos los aspectos acerca de precios, modelos, etc.

- Volantes.- Que serán repartidos en fundaciones, escuelas de integración de la ciudad donde se detallen los productos.
- Colocar gigantografías en la entrada de las oficinas, ubicando el sitio más visual.
- Para lograr el interés en la compra de silla de ruedas eléctricas se desarrollara convenios con fundaciones y escuelas de integración, para de esta manera realizar descuentos por la compra.

3.8 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- En el procesamiento de las encuestas realizadas, se pudo determinar las necesidades y requerimientos de los clientes, en cuanto a precio, incidencia de compra, ingresos y productos más beneficiosos para personas que poseen discapacidad física.
- En el análisis de las encuestas se pudo observar que el proyecto en estudio está muy alineado en ofertar lo que necesitan los clientes.
- En las encuestas realizadas también se pudo establecer que si existe interés del producto que “AyuTecni Soluciones” va a ofrecer.
- En el estudio se puede determinar que existe una gran demanda del producto y que con los años la tendencia de la demanda va en aumento.
- El estudio determinó que el número de oferentes en el mercado es reducido y no se puede establecer valores reales acerca de las empresas que realizan venta de sillas de ruedas eléctricas.
- La tendencia de la demanda incrementa considerablemente, lo que beneficia, ya que la empresa es viable a largo plazo.
- El número reducido de oferentes en el mercado permite establecer que el proyecto en estudio si es viable.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Objetivos del Estudio Técnico

- Definir el tamaño óptimo y el diseño estructural para lograr atender un porcentaje de la demanda insatisfecha estimada para el mercado objetivo del proyecto.
- Especificar la localización del proyecto a fin de ubicarlo en un lugar estratégico, tanto para los clientes como para los inversionistas.
- Conocer y puntualizar los pasos a seguir para realizar importaciones al territorio ecuatoriano.

El presente proyecto está diseñado para ofrecer un producto con mayor tecnología a los clientes que poseen discapacidad física y no pueden trasladarse de un lugar a otro por si solos.

Si se analiza en el Ecuador el porcentaje de personas con discapacidad es elevado y el número de proveedores de sillas de ruedas electrónicas es reducido, lo cual obliga a ofrecer un productos de alta tecnología y calidad.

Es importante puntualizar la oportunidad que se presenta al importar este tipo de aparatos, ya que tomando en consideración en la actualidad se intensifican las campañas por la integración de personas con discapacidad.

Se debe tomar en cuenta que para atender a la demanda, se considera como uno de los componentes principales contar con excelente tecnología para que los clientes estén cómodos y a gusto.

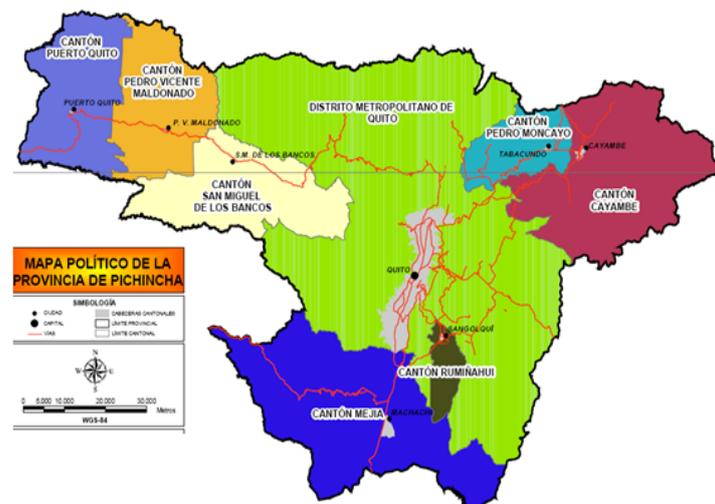
4.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para esta parte de la investigación se presentara la macro y micro localización del proyecto, para determinar la ubicación del mismo.

4.1.1 MACRO LOCALIZACIÓN

GRAFICO # 4.1

MAPA POLÍTICO DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA



FUENTE: www.pichincha.gov

CUADRO # 4.1
UBICACIÓN DEL PROYECTO

<i>REGIÓN</i>	<i>SIERRA</i>
<i>PROVINCIA</i>	<i>PICHINCHA</i>
<i>CIUDAD</i>	<i>QUITO</i>

4.1.2 MICRO LOCALIZACIÓN

Existen factores importantes que intervienen para establecer el sector adecuado para poner en marcha el proyecto.

Para la implementación de la empresa se estudió tres sectores: La Mañosca, Carapungo y Cotocollao. Se realizó una matriz de variables, para determinar el lugar indicado para el funcionamiento del proyecto.

Las variables para determinar la mejor opción para ubicar la organización se determinó por la evaluación que se realizó de los siguientes sectores de la ciudad de Quito.

- Se determinó la escala del 1 al 5, siendo 1 menor y 5 mayor.

CUADRO # 4.2
DETERMINACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	MAÑOSCA	COTOCOLLAO	CARAPUNGO
Inversión	5	3	3
Mercado	5	3	5
Competencia	5	2	5
Servicio	5	3	5
Infraestructura	5	5	3
Proveedores	4	4	5
TOTAL	29	20	26

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

De acuerdo con las variables que se determinaron en el estudio, el mejor sector para implementar e iniciar el negocio es La Mañosca ya que tiene mayor puntuación respecto a los otros sectores.

El sector de La Mañosca está ubicado en la provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito en la zona norte de la misma; ya que se encuentra en un sector estratégico y pasa por una de las calles más importantes de la ciudad. Su plusvalía y desarrollo socio-económico crecen a medida que pasa el tiempo; en este sector se han ubicado empresas de prestigio, escuelas y colegios particulares, condominios, casas y demás negocios como tiendas, ferreterías, farmacias, etc.

Por esta razón poner en marcha el negocio en este sector es factible por estar en una zona a la cual se tiene fácil acceso y ser un lugar estratégico para poner un negocio.

Las personas que realicen o inicien actividades económicas, deben de manera obligatoria registrar su declaración aduanera, con el número de RUC, ya que este número será válido por el sistema informático aduanero.

4.2.1 PARTIDA ARANCELARIA

La partida o código arancelario es un número que clasifica las mercancías. Antes de realizar una operación de compra - venta internacional, es necesario determinar su partida arancelaria, para lo cual es imprescindible conocer el país de origen (si es una importación), el país de destino (si es una exportación) y la partida arancelaria del producto a comercializar.

Al importar sillas de ruedas eléctricas se deben saber a qué capítulo, sección del arancel pertenece, para de esta manera determinar el producto que se va importar.

La partida arancelaria es importante ya que permitirá, entre otros, aspectos conocer el arancel que se aplica al producto en los diferentes mercados.⁴⁴

Sección: 17

Capítulo: 87

Fuente: **Arancel de Importación de la Aduana del Ecuador**

Partida: 8713100000

Título: **SILLONES DE RUEDAS Y DEMÁS VEHÍCULOS PARA INVÁLIDOS, INCLUSO CON MOTOR U OTRO MECANISMO DE PROPULSIÓN.**

Descripción: - sin mecanismo de propulsión

TRIBUTOS

Los tributos son los derechos arancelarios establecidos en los respectivos aranceles; los impuestos establecidos en leyes especiales; y las tasas por servicios aduaneros.

⁴⁴ www.todocomercioexterior.com

Los tributos se generan sobre los términos de negociación, es decir, que existe una base imponible para el caso de las importaciones y exportaciones.

Para el caso de las importaciones la base imponible es el valor CIF.

4.2.2 IMPUESTOS Y ARANCELES

Son los siguientes:

- ✓ Los Derechos Arancelarios establecidos en los respectivos aranceles.
- ✓ Los impuestos establecidos en Leyes Especiales (ICE).
- ✓ EL IVA (impuesto al valor agregado).
- ✓ Las Tasas por Servicios Aduaneros (Fodinfa “fondo de desarrollo para la infancia”).

TRIBUTOS

Los tributos que se pagan al importar sillas de ruedas eléctricas son los siguientes:

CUADRO # 4.3

TRIBUTOS

TRIBUTOS	%TRIBUTO
ADVALOREM	5%
FODINFA	0,5%
IVA	12%

Fuente: Corporación Aduanera Ecuatoriana
Elaborado por: La Autora

4.2.3 PROVEEDOR:

El proyecto en estudio determina si es factible la importación de sillas de ruedas eléctricas, para esto es primordial buscar los mejores proveedores de estos productos, ya sea por calidad, precio, servicio.

Los proveedores que se han evaluado son tres:

- DRIVE MEDICAL
- FULL AID CO., LTD.
- BISWIFT

✓ DRIVE MEDICAL

Es una empresa estadounidense, sus principales productos son: equipamiento médico durable incluyendo los productos de la movilidad, camas, sillones de ruedas, productos de la prevención de la presión, equipo respiratorio, sillones de ruedas eléctricos, productos de la rehabilitación, equipo paciente del sitio, productos del cuidado personal y dispositivos de la electroterapia.

La compañía vende sus productos en: Estados Unidos, Europa, Canadá, México, Suramérica, América latina, Oriente Medio y Asia.

En el Ecuador vende sus productos bajo pedidos realizados en Promedin empresa que opera con Drive Medical.

Sus productos poseen una ventaja competitiva la cual es la tecnología es por eso que los precios son relativamente caros, para el mercado al que se está dirigido.

En sillas de ruedas eléctricas sus precios están alrededor de \$4000.00 la más barata, lo que para el mercado ecuatoriano es un precio elevado.

✓ BISWIFT

Es una empresa establecida en Jiangyin Road, Bailongqiao en la ciudad de Jinhua, Zhejiang, China. Fabrica y vende productos como: Silla de ruedas eléctricas, scooter eléctricos, carros de campo de golf, vehículos eléctricos, piezas y accesorios.

Los productos de esta empresa se exportan a algunos países y distritos en América, Europa, Australia y algunos otros países de Asia.

Al observar los precios y la calidad de los productos son relativamente competitivos. En el país no existen proveedores de esta empresa.

✓ FULL AID CO., LTD.

Empresa establecida en el país de China desde el 2001, la empresa FULL AID se especializa en una gama amplia de productos e instrumentos médicos como: estetoscopios, termómetros, cintas y vendajes quirúrgicos, camas de hospital, carretillas médicas, sillas de ruedas, etc.

Trabajan actualmente con mercados internacionales como: Norteamérica, Europa, Japón y Asia Sur-Oriental

No tiene proveedores en el Ecuador, lo que resulta exitoso para el proyecto en estudio ya que al trabajar con esta empresa el proyecto sería el primero en importar sus productos.

Analizando precios, tecnología, calidad y los descuentos que se obtendrían al trabajar con Full Aid, se llegó a la conclusión que es la mejor opción.

4.2.4 CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

Para importar los productos, se deben saber las características y buscar las mejores opciones, al determinar el proveedor que es Fullaid, se contacte con la empresa y a su vez se pidió una cotización de los productos:

4.2.4.1 MODELOS DE SILLAS DE RUEDAS

Transit Type Electronic Wheelchair: FS101A



CARACTERISTICAS:

- Capacidad de peso: 120kg/264.5lbs
- Tamaño de la rueda posterior: 610mm/24"
- Tamaño de la rueda delantera: 200mm x 50mm/8 x 2"
- Anti-incline el tamaño de la rueda: 75mm x 25mm/3 x 1"
- Batería: 12V17AH x 2
- Cargador: AC100-240V50/60HZ 2A OUTPUT: 24V-2ª
- Regulador: PG (imported from England)
- Motor: Motion Tech motor (imported from Taiwan) 24V/ 200W x 2
- Peso bruto: 54.5kg/120.15lbs
- Peso neto (con las baterías): 47.5kg/104.72lbs
- Peso neto (sin las baterías): 36.5kg/80.47lbs
- Peso de la batería de la unidad: 5.5kg/12.13lbs/pc

4.2.5 COSTOS GENERALES DE IMPORTACIÓN

TRANSPORTE

Incluyen los siguientes elementos:

TERMS FOB PTO DE SHANGHAI - NINGBO - SHENZHEN HASTA PTO DE GUAYAQUIL

- ✓ Flete cont de 20 std usd 1.000.00
- ✓ Flete cont de 40std usd 1.650.00
- ✓ Flete cont de 40 hc usd 1.750.00

GASTOS ADICIONALES MARITIMOS

- ✓ Thc usd 115.00 x cont
- ✓ handling usd 65.00 x cont
- ✓ b/l usd 75.00 x embarque

21 DÍAS LIBRES EN PTO DE GYE

VERIFICADORA

Es importante al momento de importar asegurarse que la mercancía cumpla con los requerimientos y características que se detallaran en la cotización.

La inspección tendrá las siguientes características:

- ✓ Verificación de cantidad
- ✓ Verificación de calidad
- ✓ Verificación de Empacado / Integridad del empaçado / Daños
- ✓ Atestiguamiento de embarque en
- ✓ contenedor

DESCRIPCIÓN	COSTO
INSPECCIÓN POR SERVICIO	Usd. 1320,90

CUADRO # 4.4
DESAGREGACION DEL VALOR EN ADUANA

DESCRIPCIÓN	VAOLRES
FOB	11330,00
FLETE	2100,00
SEGURO	106,63
ALMACENAJE	325,55
TRANSPORTE INTERNO	220,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

4.3. MEDIOS DE PAGO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.

En una transacción de compra-venta internacional los medios de pago son imprevisibles, ya que al realizar una transacción ya sea compra, venta, pago de servicios, préstamos financieros, etc, siempre se debe usar un medio de pago.

Medios de pago básicamente son la facilitación de cobro o pago de las operaciones de compra-venta internacional entre sujetos de diferentes países.

Existen diferentes medios de pagos los cuales determinan o a su vez proporcionan varios niveles de seguridad, tanto para el comprador como para el vendedor.

Para efectuar primeramente el vendedor entrega de forma directa al comprador todos los documentos necesarios para retirar de la aduana de destino la mercadería, y el comprador por su parte, de forma independiente a la recepción de los documentos, efectuará el pago al vendedor mediante orden de pago o envío del cheque.

4.3.1 CLASIFICACIÓN DE LOS PAGOS⁴⁵

En base a la relación existente entre la fecha en que se efectúa el pago y la fecha en que se produce la contraprestación (entrega de mercancía y cumplimiento del contrato pactado) se puede clasificar los medios de pago en:

A.- Pago anticipado a la entrega de la mercancía

Vendedor: Total dominio sobre el resultado de su transacción, ya que recibe el pago con anterioridad al envío de la mercancía.

Comprador: Pierde el control del buen fin de la operación, basando su actuación por lo tanto en la confianza. Riesgos: Posible no recepción de la mercancía, recepción irregular en cuanto a fechas, cantidades y calidades, etc.

B.- Pago aplazado posterior a la entrega de la mercancía

Vendedor: No tiene control sobre el cobro de la mercancía entregada, ya que el importe de la venta lo recibirá con posterioridad a la entrega, corriendo por lo tanto el riesgo de impago.

Comprador: Tiene el control de la operación, ya que, al efectuar el pago con posterioridad a la recepción de la mercancía, puede condicionarlo a la correcta recepción de la misma.

Como medio de pago la empresa utilizará para cada transacción crédito documentario. De esta manera tanto el importador como el exportador, se asegure que exista un nivel de confianza en la operación que se realice. Al contar con una Entidad Financiera que haga de intermediario en el pago de las importaciones se beneficia la empresa.

⁴⁵ ⁴⁵ <http://www.cajaespana.com>

4.3.2 DOCUMENTOS USADOS EN LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL⁴⁶

Para realizar una compra – venta internacional, es importante que tanto el vendedor como el comprador tengan documentos que certifiquen la transacción, estos documentos son importantes para detallar el intercambio que se va a realizar, y a su vez se efectúen las transacciones de acuerdo a las normas legales.

Pedido de Cotización: (el que el comprador hace al proveedor)

Este documento debería incluir:

- Descripción del producto requerido (modelo, tipo, variedad, características técnicas).
- Oportunidad de entrega: (Plazo para embarcar en embarque único o parcial).
- Puerto de recepción.
- Precio.
- Cláusula de compraventa (exFca, FOB, CFR, CIF).
- Forma de pago.
- Medio de transporte.
- Tipo de embalaje.

Factura Proforma:

Este documento debe incluir:

1. Individualización del vendedor.
2. N°, fecha, lugar de emisión.
3. Persona natural o jurídica a quién se dirige la oferta.
4. Descripción de la mercancía.
5. Cantidad que se cotiza y medio de transporte.
6. Puerto de embarque y de destino.
7. Cláusula de venta (Incoterms).

⁴⁶ https://www.u-cursos.cl/ieb/2008/2/0206/244601/material_docente/objeto/16126

8. Tipo de embalaje.
9. Gastos estimados de flete y seguro cuando proceda.
10. Condición de pago ofrecida (contado, acreditivo, etc.)
11. Plazo de entrega.
12. Validez de la cotización.
13. Confirmación del pedido (orden de compra).
14. Carta de crédito.
15. Documentos de embarque.

Conocimiento de embarque (marítimo):

Este documento contiene las siguientes características:

1. Prueba la existencia de un contrato de transporte.
2. Acredita que el transporte ha tomado la carga, obligándose a entregarla.
3. Otorga título de propiedad negociable al ser presentado por el comprador o por persona determinada. Es endosable.
4. Es firmado por el capitán del barco y el cargador como constancia de recepción y embarque de las mercancías.
5. Se emite en 3 originales y varias copias no negociables.
6. Debe indicar el monto del flete, cantidad de bultos, marcas, etc.
7. Debe indicar cuando la carga es transportada sobre cubierta.
8. Indica si el flete es pre-pagado o por pagar.

Factura Comercial:

Es un documento privado que extiende un vendedor a un comprador. Deben ser emitidas según instrucciones de la carta crédito y debería contener:

1. Descripción de la mercancía (tipo, variedad, modelo, cantidad, pesos, valor).
2. Cláusula de compraventa.
3. Lugar de expedición y fecha.
4. No. de factura (datos completos del consignatario).
5. En caso de vehículos o maquinarias: # de chasis y motores, N° serie.

Packing List:

Indica número de bultos, forma de embalaje, pesos y dimensiones, marcas, detalle de cada bulto. Importantísimo en embarques de equipos de grandes dimensiones, embarques parciales y embarques aéreos. Es el documento que sirve para emitir el conocimiento de embarque.

Póliza de Seguro:

1. Puede ser contratada en origen o en el país de destino.
2. Asegura los riesgos habituales del medio de transporte.
3. Valor de la prima completa las cifras para determinar el valor CIF

4.3.3 ALGUNOS TIPOS DE DESTINACIONES ADUANERAS

1. Importación.
2. Exportación.
3. Admisión Temporal.
4. Salida Temporal.
5. Tránsito Internacional.
6. Redestinación.
7. Trasbordo.
8. Almacén Particular.
9. Almacén Particular de Exportación.
10. Reexportación.
11. Reimportación.
12. Efectos personales.

4.4 INCOTERMS⁴⁷

Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, las mismas son regidas por la Cámara de Comercio Internacional, las mismas que dan las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.

Los Incoterms también dan las cláusulas de precio, es decir, cada término permite determinar los elementos que los compone. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato.

El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el comercio internacional.

El proyecto en estudio va a usar el valor FOB, que la negociación que se realizó con el proveedor seleccionado es que la mercadería le dejará en el puerto de SHANGHAI, de ahí en adelante tanto la aseguradora, verificadora, transporte, etc. corre a cuenta de la empresa.

4.4.1 FOB (Free On Board) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido)⁴⁸

El término de negociación FOB, la responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

En cuando al comprador con la negociación FOB debe soportar todos los riesgos y costos como los daños que podrían tener las mercaderías desde el puerto que acordó con el vendedor.

Este término es solo para ser usado para transporte de mar o vías navegables como en el proyecto en estudio.

⁴⁷ <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm#CIF>

⁴⁸ <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm#FOB>

Obligaciones del Vendedor

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

Obligaciones del Comprador

- Pago de la mercadería
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete (lugar de importación a planta)
- Demoras

4.5 DIAGRAMA DE FLUJO

Es una representación gráfica de la secuencia de todas las operaciones, los transportes, las inspecciones, las esperas y los almacenamientos que ocurren durante un proceso.⁴⁹ Sirve para las secuencias de un producto, un operario, una pieza, etcétera.

En el caso del proyecto en estudio el diagrama de flujo determina los procesos que la empresa debe realizar al importar la mercadería desde China son:

⁴⁹ <http://148.202.148.5.htm>

DIAGRAMA DE FLUJO

“AyuTecni Soluciones”

BUSCAR PROVEEDORES

ELECCIÓN DE PROVEEDORES

ENVIÓ DE COTIZACIÓN

PEDIDO DEL CLIENTE

COMPRAR LA MERCADERÍA

CONTRATO DE TRANSPORTE (INLAND)

CONTRATO DE ASEGURADORA

TRASLADO DE LA MERCADERÍA DESDE EL PUERTO DE SHANGAI

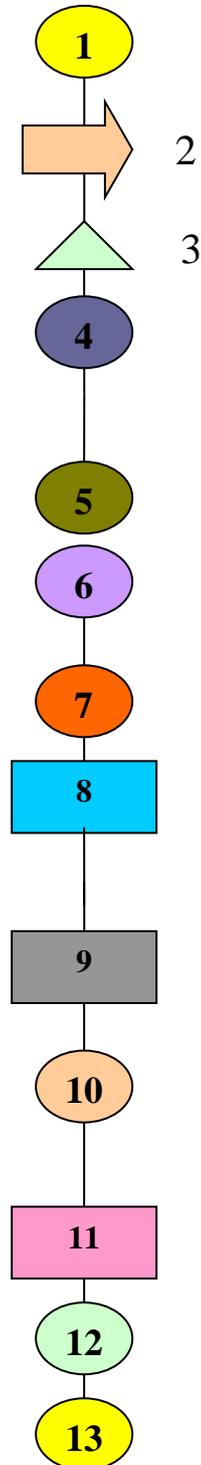
PROCEDIMIENTO DE ADUANAS

CONTRATO DE TRANSPORTE (T.I.P.D)

ENTRAGA DE LA MERCADERÍA

PAGO DEL CLIENTE

PAGO A PROVEEDOR



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

4.6 ANÁLISIS DEL ESTUDIO TÉCNICO

De acuerdo a la naturaleza del proyecto, el estudio técnico se enfoca en aspectos esenciales:

- El primer aspecto comprende la ubicación de la empresa para determinar el lugar más factible y estratégico para los clientes, al igual que si cuenta con los requisitos necesarios para iniciar actividades en el mismo.
- El segundo aspecto del estudio técnico es el de saber, conocer y puntualizar los pasos a seguir para realizar importaciones, modalidades de pagos, seguros, para de esta manera alcanzar nuestros objetivos planteados.

4.7 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO

- Para conocer el sector donde se ubicara la empresa se realizó una determinación de variables, en la cual el lugar más indicado es La Mañosca, por la facilidad de la llegada de los clientes.
- En el presente capítulo se muestra los documentos necesarios para realizar las importaciones, al igual que los costos en los cuales el proyecto en estudio incurre.
- Para realizar las importaciones es necesario establecer la partida arancelaria del producto que se va a importar, la partida arancelaria en este caso sería: 8713100000 la misma que corresponde al capítulo 87, sección 17 del Arancel de Importación de la Aduana del Ecuador.
- En este capítulo se determino los aranceles que se debe pagar por la mercadería que va a ingresar al país, como es producto para personas que poseen discapacidad tienen regímenes especiales y por esta razón solo paga: ADVALOREM, FONINFA, IVA.

- Se realizó un estudio para evaluar y seleccionar el mejor proveedor, como resultado se puede observar que la mejor opción para aprobar el proveedor en el proyecto en estudio es FULL AID ya que los costos y la tecnología con la que cuenta esta empresa es mejor que las otras que se evaluaron.
- De igual manera se determinaron las características de los productos que van a ser importados.
- La negociación que se realizó con el proveedor en términos de INCOTERMS es el valor FOB.

CAPÍTULO V

5. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y JURIDICOS

Objetivos de la organización y aspectos administrativos y jurídicos

- Establecer la estructura funcional y organizacional de la empresa de manera que se pueda ser eficiente y se pueda ofrecer al cliente un servicio especializado.
- Determinar el marco legal con el fin de cumplir de manera responsable y a cabalidad las disposiciones jurídicas vigentes.
- Definir la estructura organizacional administrativa de la empresa.
- Establecer los aspectos jurídicos que se necesitan para la instalación del proyecto en estudio.

5.1 ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

La empresa “AyuTecní Soluciones” estará en sus inicios organizada estructuralmente de la siguiente manera, no obstante si en un futuro lo amerita se lo irá modificando.

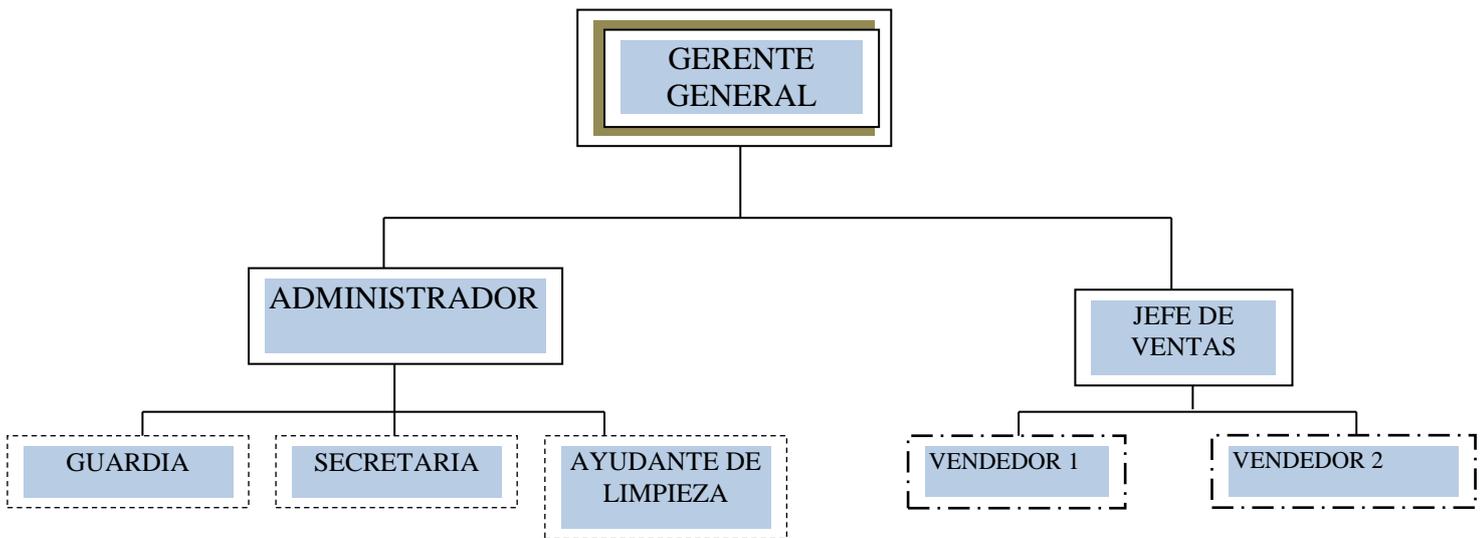
- Gerente Propietario
 - Trabajador Multifuncional

Para comprender de mejor manera la estructura de la empresa a continuación se presenta un organigrama, cabe recalcar que el que al ser una empresa que está iniciando sus actividades económicas cuenta con solo dos trabajadores pero en un futuro y al estar

establecida y consolidada la empresa el organigrama estructural ideal al que se aspira llegar quedaría de la siguiente manera:

5.1.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRÁFICO # 5.1
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Al evaluar y estudiar el proyecto si observa que si se tiene viabilidad para que la empresa logre llegar a tener un organigrama estructural como se pudo apreciar, lo cual se conseguirá en un futuro.

5.1.2 RECURSOS HUMANOS REQUERIDOS

Para poner en marcha la empresa se necesita de recursos humanos que ayuden con el funcionamiento de la misma.

Inicialmente contaremos con dos personas que colaboren con la empresa ya que recién se está iniciando la empresa.

- **Gerente:**

El Gerente es el nexo entre la Dirección y el personal del local. Es el responsable de los planes comerciales, así como el seguimiento y obtención de los objetivos planteados.

Perfil Requerido:

- Conocedor del mercado
- Dinámico
- Excelente presencia
- Buen trato interpersonal
- Honesto
- Fuerte inclinación comercial
- Trato directo con los clientes.

- **Trabajador Multifuncional:**

Prospección de mercado para detectar nuevos clientes, presentación y venta de los productos y servicios por medio de técnicas de negociación, recogida de pedidos si es política de la compañía, atención de reclamaciones.

Perfil Requerido:

- Puntualidad
- Honestidad
- Responsabilidad
- Capacidad para manejar las distintas tareas industriales
- Capacidad de respuesta ante situaciones de emergencia
- Limpieza y buena presentación

5.2 COSTOS ADMINISTRATIVOS

Los costos administrativos son importantes, por esta razón se fijaron las remuneraciones al personal, las mismas que se determinaron por la actividad y las funciones que se realizan dentro de la empresa.

CUADRO # 5.1
COSTOS ADMINISTRATIVOS

CARGO	Sueldo	Aporte Individual	Total Ingresos Mensuales	Total Ingresos Anuales	PROVISIONES						
					Dec. Tercer sueldo	Dec. Cuarto Sueldo	Vacaciones	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	TOTAL PROVIS. ANUAL	T. GASTOS ANUALES
		9,35%			8,33%		4,17%	8,33%	12,15%	32,98%	
GERENTE	600	56,10	543,90	6526,80	49,98	14,16	25,02	49,98	72,9	2544,84	9071,28
TRABAJADOR MULTIFUNCIONAL	170	15,895	154,11	1849,26	14,161	14,16	7,089	14,161	20,655	842,71	2691,97
TOTAL	770	71,995	698,005	8376,06	64,141	28,32	32,109	64,141	93,555	3387,55	11763,25

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: La Autora

5.3 ASPECTOS JURÁDICOS PARA LA EJECUCIÓN Y OPERACIÓN DEL PROYECTO

MARCO LEGAL

En el Ecuador la Superintendencia de Compañías determina que existen diferentes maneras de constituir una empresa. Para poner en marcha el proyecto en estudio se considera una empresa privada y de responsabilidad limitada.

Compañía de Responsabilidad Limitada: Es una sociedad mercantil que se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones sin que las partes sociales puedan ser representadas por títulos negociables a la orden y al portador, siendo sólo cedibles en los casos y con los requisitos legalmente preestablecidos.

5.3.1 COMPAÑÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA⁵⁰

Requisitos:

El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.

Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

La presente empresa se constituirá con dos socios.

⁵⁰ : <http://www.pequenaindustria.com.ec/>

A la Cámara de Comercio de Quito.- La empresa va a dedicar al comercio y es indispensable obtener la afiliación a la respectiva Cámara de comercio, según prescribe el Art. 13 de la Ley de Cámaras de Comercio.

Capital mínimo.- El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América.

Al constituirse como una empresa de sociedad limitada, tiene personería jurídica, lo cual determina el otorgamiento de escritura pública y redacción de estatutos, las mismas que contienen:

- Los nombres, apellidos y estado civil de los socios; (personas naturales)
- La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
- El objeto social, debidamente concretado
- La duración de la compañía.
- El domicilio de la compañía
- El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en el que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
- La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a estas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
- La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía y la indicación de los funcionarios que tenga la representación legal.

- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general de socios y el modo de convocarla y constituirarla; y, los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo establecido en esta ley.

Por lo citado anteriormente, “AyuTecní Soluciones” se consolidará como una empresa de responsabilidad limitada, ya que para iniciar con la actividad económica se debe regir a aspectos esenciales para el buen funcionamiento de la misma, de igual forma para poder limitar la responsabilidad de los socios.

5.4 ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA

Habitualmente las empresas se constituyen al menos con cinco áreas funcionales:

- Área de la Presidencia
- Área de la Administración
- Área de Ventas
- Área de Producción
- Área de Contabilidad

Pero en el proyecto en estudio básicamente habrá dos departamentos, ya que al ser una empresa pequeña se puede crear una fusión entre los departamentos.

- Área de la Administración
- Área de Ventas

Área de la Administración

En esta área se toma en cuenta todo lo relacionado con la empresa y el funcionamiento de la misma. En este departamento se realiza todo lo referente con contratación del personal, la compra de insumos, pago de salarios, firma de cheques, pago de proveedores, control de inventarios, etc.

Área de Ventas

En esta área principalmente el jefe de ventas o encargado de realizar las funciones de este departamento es el responsable del mercadeo de la empresa, por ejemplo la publicidad, los proveedores, la distribución de los productos, puntos de venta, la promoción y la labor de ventas.

5.5 SISTEMA DE ORGANIZACIÓN

Para la empresa “AyuTecni Soluciones” el sistema de organización estará basado en un tipo de organización lineal, en donde la autoridad y responsabilidad se transmite por una sola línea a cada persona. Los niveles jerárquicos se establecen de arriba hacia abajo.

Este sistema permitirá evitar todo tipo de conflictos dentro de la organización ya que de esta manera se evitarán problemas por autoridad, evasión de responsabilidades y a su vez garantiza rapidez en la acción, disciplina y es la manera más fácil de aplicarla a la empresa. Cada empleado tendrá un solo jefe, recibirá órdenes y reportará solo a él.

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO FINANCIERO

Objetivo General

Determinar el monto de los recursos económicos necesarios para poner en marcha el proyecto y determinar la viabilidad y ejecución del proyecto.

Objetivos Específicos

- Establecer el monto de la inversión inicial.
- Establecer el capital de trabajo con el que se debe contar para iniciar las actividades.
- Identificar el flujo de efectivo del proyecto
- Definir los gastos administrativos, ventas y de financiamiento.
- Detallar los gastos de operación del proyecto.
- Presentar un Balance de Situación Inicial y un Estado de Pérdidas y Ganancias al primer año de actividad del proyecto en estudio.
- Identificar la mejor forma de financiamiento de la empresa con el fin de disminuir su flujo de efectivo.
- Determinar los medios financieros de la empresa a efectos de conocer la rentabilidad del negocio.

6.1 INVERSIONES DEL PROYECTO

Este capítulo sirve para cuantificar monetariamente todo el conjunto de activos identificados como necesarios para poner en marcha el proyecto en estudio.

En todo estudio de factibilidad es importante analizar y evaluar el estudio económico, ya que es el que determina la viabilidad del proyecto.

Las inversiones que se van a estudiar y determinar en el proyecto son:

- 1.- Inversiones Fijas o Tangibles
- 2.- Inversiones Diferidas o Intangibles

Las inversiones mencionadas se las va a analizar para iniciar la actividad económica de la empresa.

6.1.1 INVERSIONES FIJAS O TANGIBLES

Las inversiones fijas son aquellas que permiten garantizar las operaciones internas de la empresa.

La inversión fija se basa de acuerdo al estudio técnico del proyecto en estudio, ya que nos permite establecer la inversión del proyecto. Las inversiones del proyecto son depreciables y no depreciables.

6.1.2 INVERSIONES FIJAS NO DEPRECIABLES

En el proyecto en estudio no se tiene inversiones no depreciables ya que vamos a operar en una oficina propia, para de esta manera lograr que la inversión del proyecto sea menor.

6.1.3 INVERSIONES FIJAS DEPRECIABLES

Las inversiones fijas depreciables son la adquisición de bienes como muebles y enseres, equipos de computación, vehículos, etc. Los mismos que son de uso interno de la empresa y no son para comercializar.

CUADRO # 6.1
ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS		
CANT.	ACTIVOS	Valor
1	Vehículo	18.000,00
10	Muebles y Enseres	900,00
	Equipos de Oficina	150,00
2	Equipo de Computación	1.800,00
	TOTAL	20.850,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

CUADRO # 6.2
DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS

Depreciaciones							
Años	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VALOR RESIDUAL
5	20,00%	2.420,35	2.420,35	2.420,35	2.420,35	2.420,35	5.898,24
10	10,00%	58,62	58,62	58,62	58,62	58,62	313,81
10	10,00%	9,77	9,77	9,77	9,77	9,77	52,30
3	33,33%	422,20	422,20	422,20	422,20	422,20	533,41
		2.910,94	2.910,94	2.910,94	2.910,94	2.910,94	6.797,77

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Los activos fijos que se obtienen en la inversión del proyecto con el tiempo sufren un desgaste por el uso, y entre más pase el tiempo su valor disminuye.

6.1.4 INVERSIONES DIFERIDAS O INTANGIBLES

Los cargos diferidos son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos. Tienen, pues, a diferencia de los gastos pagados por anticipado, propiamente dichos, naturaleza de partidas no monetarias siendo, en consecuencia, susceptibles de ser ajustados por inflación, inclusive en lo que se refiere a su amortización.⁵¹

CUADRO # 6.3
ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVOS DIFERIDOS		Amortización de Diferidos				
CONCEPTO	VALOR	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Organización	400,00	400,00	320,00	240,00	160,00	80,00
Gastos de Instalación	300,00	300,00	240,00	180,00	120,00	60,00
Gastos de puesta en marcha	200,00	200,00	160,00	120,00	80,00	40,00
Otros	100,00	100,00	80,00	60,00	40,00	20,00
TOTAL	1.000,00	1.000,00	800,00	600,00	400,00	200,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

⁵¹ <http://www.temasdeclase.com>

6.1.4.1 TOTAL ACTIVO FIJO Y DIFERIDO

CUADRO # 6.4
TOTAL ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS

CONCEPTO	COSTO
EQUIPO DE OFICINA Y VENTAS	20.850,00
ACTIVO DIFERIDO	1.000,00
SUBTOTAL	21.850,00
2% IMPREVISTOS	437,00
TOTAL	22.287,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

6.1.5 CAPITAL DE TRABAJO

Para el funcionamiento de la empresa es importante incurrir en ciertos gastos antes de recibir ingresos, por lo cual es necesario una cantidad de efectivo para cubrir las obligaciones de la empresa en el período.

CUADRO # 6.5
CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
modelo 1	5	819,00	4.095,00
modelo 2	5	739,00	3.695,00
modelo 3	5	708,00	3.540,00
TOTAL			11.330,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

CUADRO # 6.6
TOTAL DE LA INVERSIÓN
Valor en Dólares

Descripción	Valor total (USD)
Total Inversión Fija Depreciable	20.850,00
Total Inversión Diferida o Intangible	1.000,00
Total Capital de Trabajo	11.330,00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL EN ACTIVO FIJO, DIFERIDO Y CAPITAL DE TRABAJO	33.180.00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

El cuadro # 6.6 demuestra el valor total de la inversión que se realizará el proyecto en estudio, sumado los valores de los activos fijos, los activos diferidos, y capital de trabajo.

6.2 FINANCIAMIENTO

El total de la inversión inicial es de \$33.180,00 el mismo valor que es financiado de la siguiente manera:

CUADRO # 6.7
FINANCIAMIENTO
Valor en dólares

PLAN DE FINANCIAMIENTO	
Monto de la inversión	33.180,00
Financiamiento	
Aporte personal	
Efectivo (socios)	20.000,00
Especies (socios)	2.500,00
Aporte familiar	
Efectivo (padres de socios)	10.000,00
Especies	680,00
TOTAL	33.180,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Como se observa en el cuadro # 6.7 permite establecer como estará financiado el proyecto en estudio. Para iniciar las actividades económicas el aporte de los socios y familiares de es importante, ya que al ser un proyecto relativamente pequeño la inversión inicial no es elevada, por lo cual no se considera conveniente realizar un préstamo bancario.

La empresa está formada por dos socios que aportaran en efectivo cada uno \$10000.00, en especies el aporte de los socios es de \$2500.00. El aporte económico familiar es de \$10000.00 y el aporte en especie es de \$680.00.

Si en un futuro se considera necesario se realizará un préstamo bancario, pero inicialmente no es vital, ya que la empresa va a realizar las importaciones bajo pedido.

6.3 PRESUPUESTO DE GASTOS DEL PROYECTO

Los gastos en que el proyecto en estudio va a incurrir se detallan a continuación:

6.3.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO # 6.8
GASTOS SUELDOS ADMINISTRATIVOS
Valor en dólares

NOMINA	SUELDO	MES	2009	2010	2011	2012	2013
GERENTE	600,00	12	7.200,00	7.344,00	7.488,00	7.632,00	7.776,00
TRABAJADOR MULTIFUNCIONAL	170,00	12	2.040,00	2.080,00	2.121,60	2.162,40	2.203,20
TOTAL	770,00		9.240,00	9.425,00	9.610,00	9.794,00	9.979,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Al ser una empresa que está iniciando sus actividades económicas, y al ser un proyecto pequeño no se necesita mayor número de personal.

La tasa de proyección para determinar el sueldo de los trabajadores en los siguientes años es del 2%.

CUADRO # 6.9
SERVICIOS PÚBLICOS
Valor en dólares

DETALLE	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía eléctrica	15	180	183,60	183,90	184,20	184,50
Agua	10	120	122,40	122,60	122,80	123,00
Teléfono	40	480	489,60	490,40	491,20	492,00
TOTAL	65	780,00	795,60	796,90	798,20	799,50

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Se incurre en gastos de servicios públicos, ya que es de vital importancia que la empresa cuente con luz, agua, teléfono. Aunque no son parte del proceso son necesarios para mantener en funcionamiento la empresa.

CUADRO # 6.10
GASTOS ADMINISTRATIVOS
Valor en dólares

DETALLE	Mensual	2009	2010	2011	2012	2013
Suministros de Oficina	150	1800	1836	1872	1908	1944
Guardianía	125	1500	1530	1560	1590	1620
Banda Ancha	35	420	428,4	436,8	445,2	453,6
Seguros Prepagados	750	9000	9180	9360	9540	9720
TOTAL	1.060,00	12.720,00	12.974,40	13.228,80	13.483,20	13.737,60

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

La empresa realiza gastos de administración ya que son necesarios para funcionamiento de la misma. Estos gastos no están directamente ligados con el proceso de importación.

6.3.2 GASTOS DE VENTA

**CUADRO # 6.11
GASTOS DE VENTAS**

Objetivos	Estrategias	Tácticas	Valores Mensuales	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014
	Dar a conocer el producto.	Visitar Fundaciones	30,00	360,00	367,2	374,4	381,6	388,8
Identificar las necesidades y los requerimientos de nuestros clientes en cuanto usos, precios, beneficios.	Crear una página web	Ilustrar los beneficios de sillas de ruedas electricas.	400,00	4.800,00	4896	4992	5088	5184
	Aprovechar la tendencia actual por integrar a personas con discapacidad en diferentes actividades ya sea laboral o escolar.	Entregar flayers en escuelas de integración y fundaciones, con realizar impresiones de gigantografias para colocar en la oficina.	200,00	2.400,00	2448	2496	2544	2592
			630,00	7.560,00	7.711,20	7.862,40	8.013,60	8.164,80

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

6.4 PRESUPUESTO DE COSTOS DEL PROYECTO

CUADRO # 6.12
GASTOS DE IMPORTACIÓN
Valor en dólares

CONCEPTO	2010	2011	2012	2013	2014
CANTIDAD	55	56	58	59	60
FOB	41.496,00	42.204,00	43.620,00	44.470,00	45.320,00
FLETE	2.100,00	2.200,00	2.300,00	2.400,00	2.500,00
SEGURO	106,63	107,70	108,77	109,84	110,92
TRIBUTOS	1.982,75	1.982,75	1.982,75	1.982,75	1.982,75
TOTAL	45.685,38	46.494,45	48.011,52	48.962,59	49.913,67

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Los gastos de importación son aquellos que se deben pagar al importar un producto, en este caso la empresa paga de acuerdo a la negociación que realizó con el proveedor.

El término de negociación que se utilizó es valor FOB, es decir el proveedor deja la mercadería hasta el puerto de embarque y los costos que se generen después en el proceso asumen la empresa, de igual manera los gastos de ingreso al país como los tributos.

6.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS DEL PROYECTO

Para proyectar las ventas en número de sillas de ruedas, para los años 2010 al 2014 se ha procedido a aplicar la tasa de crecimiento anual del 0.5% calculado en el cuadro # 3.16, del capítulo relativo al estudio de mercado con los siguientes resultados:

CUADRO # 6.13
UNIDADES IMPORTADAS

AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014
UNIDADES ESTIMADAS PARA LA IMPORTACIÓN	532	537	541	545	550

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Del total de la demanda proyectada de sillas de ruedas eléctricas, con un criterio conservador, se considera que el proyecto podría captar apenas el 10% de las unidades importadas, esto debido a que se observa en el anexo # 7, existe en el país 46 importadores de sillas de ruedas eléctricas. Se puede apreciar que la inserción en el mercado es difícil y por consiguiente tendrá que aplicarse el plan de acción estipulado en el primer capítulo.

CUADRO # 6.14
PROYECCIÓN DE VENTAS ANUAL

CONCEPTO	2010	2011	2012	2013	2014
Venta de Sillas de Ruedas Eléctricas	53	54	54	55	55

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Como se puede apreciar en el cuadro # 6.14, se muestra las ventas anuales que realizará la empresa, de acuerdo al porcentaje utilizado para captar clientes.

**CUADRO # 6.15
PRECIO DE VENTA**

MODELO	PRECIO	FOB	FLETE	SEGURO	Ad VALOREM	IVA	FODINFA	TOTAL P.V.P.
FS101A	708,00	3.540,00	2.100,00	106,63	5%	12%	0,50%	1.350,46
FS111A	739,00	3.695,00	2.100,00	106,63	5%	12%	0,50%	1.386,88
FS122LGC	819,00	4.095,00	2.100,00	106,63	5%	12%	0,50%	1.480,88
	Total	11.330,00						

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Para establecer el precio de venta al público, es necesario determinar el valor del seguro, del flete y los tributos que el producto a importar paga para poder ingresar al país.

**CUADRO # 6.16
INGRESO DE VENTAS ESPERADOS
VALOR EN DÓLARES**

VENTAS	2010	2011	2012	2013	2014
Sillas de Ruedas Eléctricas	76.850,00	78.300,00	78.300,00	79.750,00	79.750,00
TOTAL	76.850,00	78.300,00	78.300,00	79.750,00	79.750,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Establecido el precio y las unidades que se van a importar de acuerdo al mercado objetivo se puede determinar que con la venta de las sillas de ruedas en el primer año genera un ingreso de \$76.850,00 en el primer año, si se logra vender todas las unidades que el proyecto en estudio espera.

6.6 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

Estado de Resultados muestra los ingresos y gastos en el momento en que se producen, con independencia del momento en que se hagan efectivos los cobros o pagos, por ejemplo, registra una venta o una compra en el momento que se produzca, aunque ésta se cobre o se pague meses después.⁵²

CUADRO # 6.17
ESTADO DE RESULTADOS
VALOR EN DÓLARES

	2010	2011	2012	2013	2014
Ingresos					
Ventas Netas	76.850,00	78.300,00	78.300,00	79.750,00	79.750,00
- Costo de Ventas	45.685,38	46.494,45	48.011,52	48.962,59	49.913,67
= Utilidad Bruta Venta	31.164,62	31.805,55	30.288,48	30.787,41	29.836,33
Egresos					
Gastos Administrativos	2.490,19	2.547,54	2.604,89	2.662,24	2.719,59
Gastos de Ventas	7.560,00	7.711,20	7.862,40	8.013,60	8.164,80
Total de Egresos	10.050,19	10.258,74	10.467,29	10.675,84	10.884,39
= Utilidad en Operación	21.114,43	21.546,81	19.821,19	20.111,57	18.951,94
- Interés	-	-	-	-	-
= Utilidad antes de participación laboral	21.114,43	21.546,81	19.821,19	20.111,57	18.951,94
- 15% Trabajadores	3.167,16	3.232,02	2.973,18	3.016,74	2.842,79
= Utilidad antes de impuestos	24.281,60	18.314,79	16.848,01	17.094,83	16.109,15
- 25% Impuesto a la renta	6.070,40	4.578,70	4.212,00	4.273,71	4.027,29
= Utilidad neta del ejercicio	18.211,20	13.736,09	12.636,01	12.821,13	12.081,86

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

La utilidad neta que se obtiene en el primer año de estar en funcionamiento la empresa es de \$18.211,20 una cantidad que representa que el proyecto en estudio si obtiene rentabilidad al iniciar sus actividades económicas.

⁵² <http://www.crecenegocios.com>

Efectuar un estado de resultados es importante ya que, al realizarlo se puede analizar la situación financiera de la empresa, comparándolo con los años que se hizo el estudio, para de esta manera evaluar en qué año la producción aumento o disminuyo, y así poder conocer la futura rentabilidad del negocio así como también la viabilidad.

6.7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS

El flujo de Caja representa la previsión, el control o el registro del recurso del movimiento de recursos financieros (entradas y salidas de dinero), durante un periodo determinado.⁵³

CUADRO # 6.18
FLUJO DE CAJA
VALOR EN DÓLARES

Flujo de Caja	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014
<i>Ingresos</i>					
UTILIDAD EN OPERACIÓN	21.114,43	21.546,81	19.821,19	20.111,57	18.951,94
DEPRECIACIONES	2.910,94	2.910,94	2.910,94	2.910,94	2.910,94
15% TRABAJADORES	-3.167,16	-3.232,02	-2.973,18	-3.016,74	-2.842,79
25% IMPUESTOS	-6.070,40	-4.578,70	-4.212,00	-4.273,71	-4.027,29
VALOR RESIDUAL DEL VEHÍCULO	-	-	-	-	9.000,00
VOLUMEN RESIDUAL DEL CAPITAL	-	-	-	-	11.330,00
FLUJO NETO DE CAJA	14.787,80	16.647,03	15.546,94	15.732,06	35.322,80

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Para realizar el flujo de caja se puede determinar que al ser un proyecto de larga duración no se extendió demasiado flujo, se considero conveniente realizarlo a cinco años.

Los valores obtenidos en el flujo de caja realizado, se mantienen positivos, se obtienen utilidades importantes en el primer año de operación del negocio y constantemente en los siguientes años se observa que tienen un valor positivo lo que es alentador para el proyecto en el estudio.

⁵³ Flor, Gary. GUIA PARA ELABORAR PLANES DE NEGOCIOS, 2005, pág. 95

6.8 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL PROYECTADO AL PRIMER AÑO

El balance de situación es el estado contable que proporciona información sobre la situación económica y financiera de la empresa en un momento dado del tiempo. Representa la síntesis de las cuentas patrimoniales referidas al cierre del ejercicio.⁵⁴

CUADRO # 6.19
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL
PROYECTADO AL PRIMER AÑO

Balance de Situación Inicial	
Activos	AÑO 1
Bancos	
Inventarios	11.330,00
Vehículo	18.000,00
Muebles y Enseres	900,00
Equipos de Oficina	150,00
Equipo de Computación	1.800,00
-Depreciación Activos Fijos	-
Activos Diferidos	1.000,00
Total Activos	33.180,00
Pasivos	
Préstamos por pagar	35.000,00
Total Pasivos	35.000,00
Patrimonio	
Capital Social	-1.820,00
Utilidades Presupuestadas	
Otras cuentas de patrimonio	
Total Patrimonio	-1.820,00
Total Pasivo y Patrimonio	33.180,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

⁵⁴ <http://www.eumed.net>

6.9 EVALUACIÓN FINANCIERA (VAN, TIR, RBC, PKR).

6.9.1 VAN (Valor Actual Neto): Este criterio señala que el valor capital de una inversión es igual al valor actualizado de todos los rendimientos esperados, es decir, es igual a la diferencia entre el valor actualizado de los ingresos esperados y el valor también actualizado de los pagos previstos.⁵⁵

Para el cálculo de la tasa de descuento se tomará en consideración los siguientes datos:

Prima por riesgo del negocio: Un rendimiento por encima del tipo exento de riesgo que debería esperarse que proporcionara un valor como compensación por el riesgo asociado con el valor.⁵⁶

Tasa pasiva referencial: 5.56%⁵⁷

Prima por riesgo del negocio: 12%

$$5.56\% + 12\% = 17.56\%$$

Para el cálculo de esta variable, se utilizó la fórmula establecida en la función VAN del programa Excel.

CUADRO # 6.20
VALOR ACTUAL NETO

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	FLUJOS NETOS
0	-33.180,00	-33.180,00
1		14.787,80
2		16.647,03
3		15.546,94
4		15.732,06
5		35.322,80
	VAN	24.980,85

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

⁵⁵ Flor, Gary. GUIA PARA ELABORAR PLANES DE NEGOCIOS, 2005, pág. 99

⁵⁶ <http://www.economia48.com>

⁵⁷ www.bce.fin.ec

Se determina que la inversión del proyecto en estudio generó un valor neto de \$21.249,45 de acuerdo con este valor se puede realizar la inversión, ya que al ser positivo y mayor que cero quiere decir que los beneficios serán mayores que los costos que incurrirá.

6.9.2 TIR (Tasa Interna de Retorno) La tasa interna de retorno o tipo de rendimiento interno de una inversión es aquel tipo de actualización o descuento “r”, que hace igual o cero el valor del capital VAN.⁵⁸

Para el cálculo de esta variable, se utilizó la fórmula establecida en la función TIR del programa Excel.

CUADRO # 6.21
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	FLUJOS NETOS
0	-33.180,00	-33.180,00
1		14.787,80
2		16.647,03
3		15.546,94
4		15.732,06
5		35.322,80
	TIR	43.48%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Para determinar si el proyecto en estudio es viable el resultado de la tasa del TIR debe ser mayor que la tasa de descuento, es decir, el TIR tiene un valor de 43.48% y la tasa de descuento es de 17.56%, lo que quiere decir que el proyecto si es viable y el proyecto económicamente es rentable.

⁵⁸Flor, Gary. GUIA PARA ELABORAR PLANES DE NEGOCIOS, 2005, pág. 99

6.9.3 R b/c (Relación Beneficio/Costo) La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.⁵⁹

$$R\ b/c = \frac{VA\ Ingresos}{VA\ Egresos}$$

En la tabla a continuación se define el factor:

$\frac{1}{(1+i)^n}$ que hace parte de la fórmula del VA. Aplicando los datos del proyecto se tiene:

CUADRO # 6.22

Cálculo Relación Beneficio/ Costo

PERÍODO	FLUJOS DESCONTADOS
0	-33180,00
1	12.578,94
2	12.045,30
3	9.568,99
4	8.236,59
5	15.731,03

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO 1,75

La tasa de descuento “i”, se calcula con la fórmula de TMAR anteriormente usada.

Este valor obtenido en la relación beneficio/costo indica que los ingresos son mayores que los egresos en un 75%, es decir que por lo tanto se muestra favorable la implementación del proyecto.

⁵⁹ <http://www.pymesfuturo.com>

Este resultado proporciona confianza en la ejecución del proyecto ya que se demuestra que no se tendrá problemas para cubrir las obligaciones de la empresa debido a que económicamente se tiene una brecha favorable entre la entrada y salida de dinero.

6.9.4 PRK (PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL)

El período de recuperación de la inversión - PRK - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Período de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.⁶⁰

CUADRO # 6.23
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

AÑO	INVERSIÓN	FNE NOMINAL	FACTOR ACTUAL	FNE ACTUALIZADO
0	-33.180,00			
1	-33.180,00	14.787,80	1,1756	12.578,94
2	-20.601,06	16.647,03	1,3820	12.045,30
3	-8.555,76	15.546,94	1,6247	9.568,99
4	1.013,23	15.732,06	1,9100	8.236,59
5	9.249,82	35.322,80	2,2454	15.731,03

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Como se puede apreciar en la tabla anterior, la inversión se recupera entre el segundo y tercer año, ya que al segundo año aún existe un valor negativo (inversión por recuperar).

Aplicando una regla de tres, se calcula que la inversión se recupera en 2 años, 11 meses, lo cual se considera un tiempo bastante bueno considerando el monto de la inversión inicial.

⁶⁰ <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- El proyecto en estudio para importar sillas de ruedas eléctricas, nace de la idea de poner en marcha un proyecto que ayude a personas que poseen discapacidad física, a su vez se ponderaron las posibilidades de emprender un negocio propio y la disponibilidad de recursos económicos.
- “AyuTecni Soluciones” estará ubicada en la ciudad de Quito, en el sector de la Mañosca, ya que es un lugar estratégico al cual se tiene fácil acceso, al mismo tiempo el sector socio-económico crece a medida que pasa el tiempo, ya que en este sector se han ubicado empresas de prestigio, escuelas y colegios particulares, condominios, casas y demás negocios como tiendas, ferreterías, farmacias, etc.
- Desde el punto de vista socio-económico y cultural el proyecto es totalmente positivo, ya que en la actualidad se busca la integración de personas que posean algún tipo de discapacidad.
- La viabilidad del proyecto está respaldada en el análisis del estudio de mercado, en donde se puede apreciar que existe una demanda en crecimiento.
- El estudio de mercado demuestra que la tendencia de la demanda es de crecimiento, lo cual permite tener confianza en que el proyecto no sólo se mantendrá en el mercado sino que tiene posibilidad de incrementarse.
- El estudio de mercado también ayudó a analizar los requerimientos de los clientes en cuanto a precios, tecnología y beneficios.

- El estudio técnico permitió establecer la localización más estratégica para este proyecto, la cual se realizará en el sector de La Mañosca por estar situado en lugar en el que tiene fácil acceso.
- Las inversiones implementadas en el proyecto son mínimas en cuando a sueldos, ya que al ser una empresa pequeña no se necesita gran número de trabajadores, aparte se cuenta con una oficina propia lo que permite que la inversión que se realizará en el proyecto en estudio sea menor.
- La factibilidad de la implementación del proyecto está fundamentada en la disponibilidad de capital propio, lo que representa un 100% del total de la inversión, es decir que no se realizará préstamo bancario, ya que no es una inversión elevada.
- El flujo de caja obtenido determinan que el proyecto es viable, ya que los valores son positivos, lo que establece que el proyecto es rentable.
- Para aceptar y mantener la teoría de que el proyecto en estudio es viable se considera los índices financieros, los cuales se muestran favorables ya que se obtuvo un TIR del 43.48%, un VAN de \$ 24.980.85 al evaluar los índices se puede determinar que el proyecto es factible.
- En el estudio también se obtuvo una relación beneficio/ costo de 1.75 y el período de recuperación de la inversión es de 2 años, 11 meses.

7.2 Recomendaciones

- El Gobierno debería apoyar a las empresas que se dediquen a importar productos para personas que poseen discapacidad, ya que la mayoría de personas que sufren algún tipo de discapacidad son de escasos recursos. La manera con la cual el Gobierno puede ayudar es eliminando los aranceles al importar este tipo de productos.
- El Estado debe incrementar las campañas sobre la integración de personas que poseen discapacidad, con la finalidad de crear y promover la equiparación de oportunidades de las personas con discapacidad.
- Es importante que se brinde el apoyo al desarrollo de empresas pequeñas que deseen importar productos, con el fin de que se puede realizar actividad económica de manera más efectiva. El Estado puede ofrecer cursos de capacitación para importadores que deseen iniciar un negocio propio.
- A nivel de país se considera necesario crear una cultura de mejora en las calles, pasos peatonales y lugares concurridos para que sea de fácil movilización para personas que posean discapacidad.
- Para el proyecto en estudio se va a poner énfasis en la promoción no solo al inicio, sino también en un futuro para lograr impulsar y consolidar el negocio.
- Una vez analizado y concluido el estudio, se puede recomendar la ejecución del Proyecto ya que los resultados obtenidos son alentadores y con una proyección positiva.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- José Avila y Lugo, INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA, PLAZA Y VALDES, 2004
- Baca Urbina, G, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Mc Graw-Hill 5ta edición, 2006
- Donald A. Ball, Wendell H. McCulloch; INTRODUCCIÓN Y ASPECTOS ESENCIALES, PRINTED IN SPAIN, 1997
- Michael, R Czinkota; Iikka A. Rankainen; Michael H. Moffett. NEGOCIOS INTERNACIONALES. CENGAGE LEARNING EDITORS, 2007
- Jonh D. Daniels, Lee H. Radegaugh, Daniel P. Sullivan, NEGOCIOS INTERNACIONALES AMBIENTES Y OPERACIONES, PEARSON EDUCACIÓN, 2004.
- Lambin, J. J, MARKETING ESTRATEGICO. Mc Graw-Hill. 3ra edición, 1997
- Flor, Gary. GUIA PARA ELABORAR PLANES DE NEGOCIOS. GRAFICAS PAOLA, QUITO-ECUADOR, 2005
- Charles W.L. Hill, NEGOCIOS INTERNACIONALES, APOLO S.A., 2001
- Rodrigo, Saenz. MANUAL DE GESTION FINANCIERA, SYSTEM GRAFIC, 2006
- Mercado, Salvador. MERCADOTECNIA INTERNACIONAL IMPORTACIÓN-EXPORTACIÓN, LIMUSA, 2005
- Ricardo Torres Gaytán, TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL, SIGLO XXI, 1996.
- Censo Nacional Año 2000
- Statistics Department Staff, 5ta edición, 1993.
- Ley Orgánica de Aduanas, 2008
- Diccionario KAPELUSZ, DE LA LENGUA ESPAÑOLA.

- Enciclopedia Práctica de Administración de Empresas, MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA
- Incoterms, Términos de Compra-Venta Internacional, 2007

Páginas de Internet:

- CONADIS: <http://www.conadis.gov.ec>
- <http://www.conadis.gov.ec/estadisticas/investigacion04.html>
- Diario Hoy: www.hoy.com.ec
- Definiciones de palabras: <http://es.wikipedia.org>
- <http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/clasificadores/Clasificaci%C3%B3n%20de%20Tipo%20de%20Discapacidad.pdf>
- <http://www.msp.gov.ec>
- <http://www.geocities.com/deflox/8conc.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Par%C3%A1lisis_cerebral
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barrera_f_me/capitulo1.pdf
- <http://www.conadis.gov.ec/instituciones/fepapdem.html>
- <http://www.usal.es/~inico/investigacion/jornadas/jornada3/actas/conf6.pdf>
- <http://www.mistareas.com.ve/planteamiento%20del%20problema/metodo-para-plantear-el-problema.htm>
- <http://www.definicion.org/discapacidad>
- <http://www.monografias.com/trabajos49/programa-atencion-discapitados/programa-atencion-discapitados2.shtml#crono>

- www.encolombia.com
- <http://es.mimi.hu/economia/importacion.html>
- <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2009/03/definicion-peso-bruto-neto.htm>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto>
- www.pichincha.gov.ec
- <http://uploadmon.blogspot.com>
- <http://emigdiolarios.googlepages.com>

Prensa Escrita

- ✚ Diario Hoy de la ciudad de Quito, redactó un artículo el día 02 de Diciembre del 2007, sobre el índice de discapacidad.

ANEXOS

ANEXO 1

DISEÑO DE LA ENCUESTA

Encuesta:

En el Ecuador existe un porcentaje elevado de personas que poseen algún tipo de discapacidad que se genera por diversas causas. Los índices del Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS), asume que del total de la población del Ecuador, el 13,2% son personas con algún tipo de discapacidad (1`600.000 personas)

La siguiente encuesta es para determinar el interés de obtener ayudas técnicas para personas con discapacidad física que no puedan transportarse por si solos y a su vez deseen tener un mayor grado de independencia, y mejoren su calidad de vida. Aspiramos a que nos proporcione su ayuda contestando las siguientes preguntas. Gracias.

Edad _____

Sexo _____

1.- En qué grupo de ingresos se encuentra usted.

- 100 – 300
- 301 – 500
- 501 – 700
- 701 – 1000
- 1001 – o más

2.- ¿En su familia existe algún miembro que posea algún tipo de discapacidad?

- Si -----
- No -----

Si responde que No termine la encuesta.

3.- ¿Conoce usted alguna empresa que dispongan de silla de ruedas eléctricas para personas con discapacidad?

- Si -----
- No -----

Si responde que si mencione cuales.

4.- De los siguientes productos que se mencionan responda cual es la que proporciona mayores beneficios, según su criterio.

- Silla de ruedas -----
- Silla de ruedas eléctricas -----
- Andadores -----
- Scooter -----

5.- ¿Cuál de estos factores incidirían en su compra, para adquirir una silla de ruedas eléctricas?

Precio -----
Tecnología -----
Calidad -----
Tamaño -----

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

- Menos de \$ 900.00 -----
- De 900.00 a 1200.00 -----
- De 1200.00 a 1500.00 -----
- De 1500.00 o más -----

7.- ¿Tiene usted interés en adquirir este producto?

- Si -----
- No -----

¿Por qué?

8.- ¿Adquiriría una silla de ruedas en el presente año?

- Si -----
- No -----

¿Por qué?

9.- ¿A través de qué medio desea que se proporcione la información sobre silla de ruedas eléctricas?

- TV
- Radio
- Prensa
- Internet

ANEXO 2

COTIZACION TRANSPORTE

FOB SHANGAI (NINGBO)-

GUAYAQUIL

**TERMS FOB PTO DE SHANGHAI - NINGBO - SHENZHEN HASTA PTO DE
GUAYAQUIL**

Flete cont de 20 std usd 1.000.00
Flete cont de 40std usd 1.650.00
Flete cont de 40 hc usd 1.750.00

t.t 30 dias aprox

TERMS FOB PTO KARACHI HASTA PTO DE GUAYAQUIL

Flete cont de 20 std usd 2.450.00
Flete cont de 40std usd 4750.00
Flete cont de 40 hc usd 4.850.00

t.t 45 dias aprox

Vía Busan

GASTOS ADICIONALES MARITIMOS

Thc usd 115.00 x cont
Handling usd 65.00 x cont
B/L usd 75.00 x embarque
21 DÍAS LIBRES EN PTO DE GYE
Exoneración de garantía, solo con carta de responsabilidad
Servicio semanal
Servicio directo
Tarifas validas hasta el 31 de marzo

Shanghai

JAS FORWARDING (CHINA) CO., LTD.

Address 19F, Fei Diao Int'l Mansion, No.1065
 Zhao Jia Bang Road. 200030 Shanghai, P.R.C.
Postal / Zip Code 200030 Shanghai, P.R.C.
City Shanghai
Telephone Number +86 (21) 54896968
Fax Number +86 (21) 54896978; 54896988

ANEXO 3

SOLICITUDES Y FORMATOS PARA ACCEDER A LA VERIFICADORA



REQUIREMENT OF QUOTATION / REQUERIMIENTO DE UNA COTIZACIÓN

Thank you for your enquiry. To enable us to provide you with our services efficiently, please complete this form and email to: soledad.amaya@sgs.com viviana.leon@sgs.com isabel.munoz@sgs.com as a Word® Document Attachment or return by **Fax** to 022-252300 ext 578.

Gracias por su dirigiarnos su requerimiento. Para permitirnos proveerle nuestros servicios de manera eficiente, por favor complete esta forma y sírvase enviarnos a los siguientes correos electrónicos:, soledad.amaya@sgs.com viviana.leon@sgs.com isabel.munoz@sgs.com en un Documento formato Word o vía Fax a 022-252300 ext 578.

*Product Description / Descripción del Producto:			
*Custom Nomenclatura / Partida arancelaria:		*INEN Code / Normativa INEN	
*Country / País de Orgigen:			

***Quotation Requested by / Servicio requerido por:**

Company Name / Nombre de la Empresa:			
Address / Dirección:			
City/State/Zip / Ciudad /Estado /Código Postal:			
Contact Person/ Persona de Contacto:		Title / Cargo:	
Phone / Teléfono:		Fax:	
E-mail:		Cell:	

1. *Supplier' or Exporter information / Información del Proveedor o Exportador:

Company Name / Nombre de la Empresa:	
Address / Dirección:	

City/State/Zip / Ciudad /Estado /Código Postal:			
Contact Person/ Persona de Contacto:		Title / Cargo:	
Phone / Teléfono:		Fax:	
E-mail:		Cell:	

2. Inspection Location (If different from above) / Lugar de inspección (Si es diferente al cuadro señalado abajo):

Company Name / Nombre de la Empresa:					
Address / Dirección:					
City/State/Zip / Ciudad /Estado /Código Postal:					
Contact Person/ Persona de Contacto:		Title / Cargo:			
Phone / Teléfono:		Fax:		Cell:	
When will the goods be available for inspection / Fecha en que estaría lista la mercadería para la inspección:					

3. Importer / Buyer information:

Company Name / Nombre de la Empresa:					
Address / Dirección:					
City/State/Zip / Ciudad /Estado /Código Postal:		Country Required):			
Contact Person/ Persona de Contacto:		Title:			
Phone / Teléfono:		Fax:		Cell:	

4. * Service Requested or Inspection scope / Servicio requerido o Alcance de Inspección:

Physical Inspection for / Inspección física para:

- Quantity Verification / Verificación de cantidad
(Please specify 100% [] or Random inspection: sampling plan _____)
(Especificar 100% [] or Inspección aleatoria: Plan de muestreo _____)
- Quality Verification / Verificación de Calidad
(Please specify 100% [] or Random inspection: sampling plan _____)
(Especificar 100% [] or Inspección aleatoria: Plan de muestreo _____)
- Verification of Export Packing and Shipping Marks / Integrity of packing / Damages
Verificación de Empacado y Envío / Integridad del Empacado / Daños
- Loading or Unloading Witness and Verification (Non Container)
Atestiguamiento de Carga o Descarga (No contenedor)
- Witness of Container loading & sealing with SGS seals / Unloading & Verification of seals integrity.
Atestiguamiento de carga al contenedor & sellado con sellos de SGS / Descarga & Verificación de la integridad de los sellos.
- Inspection of Used Industrial Equipment - to meet statutory requirements / Inspección de maquinaria usada – para determinar estado requeridos
(India, Indonesia, Brazil, China, Malaysia, Thailand, Vietnam and others).
- Verification of Value of Used Industrial Equipment
Verificación de Valor del Equipo industrial usado
- Witnessing Performance Testing / Atestiguamiento de Desarrollo de Ensayos
- Production monitoring -manufacturing in process- inspection / Monitoreo de Producción
Elaboración en proceso - Inspección
- Laboratory testing (Please specify if applicable with scope and procedure to use below) / Pruebas de Laboratorio (Especificar el alcance y proceso a usar – Norma)
- Product Certification –(per requirements of GOST, Russia, Egypt, other) / Certificación de Producto (GOST, Russia, Egypt, otros)
- Conformity Certification (according to applicable ISO) / Certificado de Conformidad en Origen (De acuerdo a norma aplicable)
- Supply Chain Services
 - Expediting Loading Supervision Shop Inspection
 - Quality Assurance and Quality Control Inspection Supply Chain Audits
 - Supply Chain Project Management Vendor Surveillance
- Other services / Otro servicio:** _____
(Please detail below / Por favor detallar)

If shipment is under Letter of Credit or Contract, please provide copy L/C or Contract in order to check whether we can comply with L/C or Contract clauses.

Si el embarque se encuentra bajo una Carta de Crédito o contrato, por favor proveer copia L/C o contrato para constatar si podemos o no cumplir con las cláusulas señaladas.

SGS DEL ECUADOR S.A.

Quito - Av. República de El Salvador N35-182 y Suedia, Edif. Almirante Colón, piso 5, Telf: 225-2300 Ext. 574.
Guayaquil – Av. Francisco de Orellana y Miguel H. Alcívar Edif. Las Camaras Piso 10, Telf.director: 268-3033
Miembro del grupo SGS (Société Générale de Surveillance)
www.sgs.com

PSI. Por favor llenarla con la información confirmada y completa requerida, para que de esta manera nuestra filial nos pueda emitir una correcta cotización para el servicio de Inspección en Origen. Por favor indicar en ella el alcance de la inspección.

DATOS PARA APERTURA DE CLIENTES DE CONTADO.

RAZON SOCIAL: _____

RUC:

NOMBRE DEL REP. LEGAL: _____

DIRECCION PRINCIPAL:

TELEFONO:

FAX: _____

CORREO ELECTRONICO:

PERSONA DE CONTACTO:

PERSONA QUE AUTORIZA LOS PAGOS: _____

FECHA MAXIMA DE ENTREGA FACTURAS: _____
(CIERRE DE MES)

LOCALIDAD: _____

**Sírvase adjuntar los siguientes documentos: Copia del Ruc, Copia del nombramiento del Representante Legal, Copia de Cédulas.
En caso de ser persona natural presentar la Copia del Ruc; y/o Copia de Cédula.**

FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL

Archivo de Solicitud de apertura de Clientes, si es aceptada la oferta de servicios, favor enviar lleno y adjuntada la documentación que se encuentra en un cuadro inferior dentro de este archivo

CONDICIONES GENERALES DEL SERVICIO



CONDICIONES GENERALES DE SERVICIO

1. General

(a) A menos que se acuerde en forma distinta por escrito o salvo que haya alguna variación con (i) las regulaciones que rigen los servicios ejecutados a nombre de Gobiernos, entidades gubernamentales u otras entidades públicas; o (ii) las disposiciones obligatorias de la ley local,

todas las ofertas, todos los servicios y todos los contratos o acuerdos resultantes entre cualquiera compañía afiliada de SGS SA o cualquiera

de sus agentes (cada uno de ellos una "Compañía") y el Cliente (las "Relaciones Contractuales") se regirán por las presentes Condiciones Generales de Servicio (de aquí en adelante, las "Condiciones Generales")

(b) La Compañía podrá prestar sus servicios a personas o entidades (privadas, públicas o gubernamentales) que expidan instrucciones (de aquí en adelante el "Cliente").

(c) A menos de que la Compañía reciba previas instrucciones escritas del Cliente que le sean contrarias, ninguna otra parte tiene derecho a

impartir instrucciones especialmente en cuanto se refiere al alcance de los servicios o a la entrega de los informes o certificados que resulten

de los anteriores (los "Informes de Hallazgos"). Por medio del presente, el Cliente irrevocablemente autoriza a la Compañía a

entregar los Informes de Hallazgos a un tercero si así lo desea el Cliente o de conformidad con su propio criterio cuando ello se

desprenda implícitamente de las circunstancias, de las costumbres comerciales, del uso o de la práctica.

2. Prestación de Servicios

(a) La Compañía prestará sus servicios con debido cuidado y

capacidad de conformidad con las instrucciones específicas del Cliente y confirmados por la Compañía o, en ausencia de dichas instrucciones, de conformidad con:

1. los términos de cualquier formato de orden estándar u hoja

de especificaciones estándar de la Compañía; y/o

2. cualquier costumbre comercial, uso o práctica; y/o

3. los métodos que la Compañía considere adecuados desde

el punto de vista técnico, operativo y/o financiero.

(b) La información contenida en los Informes de Hallazgos esta

derivada de los resultados de inspecciones o pruebas llevados a cabo

de acuerdo con las instrucciones del Cliente y/o de la evaluación de los

resultados hecha por la Compañía en base de estándares técnicos,

costumbres comerciales o practicas o cualquier otra circunstancia que

la Compañía, en su opinión profesional, estima necesaria.

(c) Los Informes de Hallazgos emitidos con posterioridad a la prueba

de las muestras presentan la opinión de la Compañía con relación

exclusivamente a dichas muestras y no expresan opinión alguna

relacionada con el lote del cual se tomaron las muestras.

(d) Si un Cliente solicita que la Compañía atestigüe acerca de cualquier

intervención de un tercero, el Cliente se compromete a aceptar que la

única responsabilidad de la Compañía es encontrarse presente en el

momento de la intervención del tercero y enviar los resultados o

confirmar la ocurrencia de la intervención. El Cliente acepta que la

Compañía no es responsable por la condición o calibración de los

aparatos, instrumentos y dispositivos de medidas utilizados, los

métodos de análisis aplicados, las calificaciones, acciones u omisiones

del personal de dicho tercero o los resultados del análisis.

(e) Los Informes de Hallazgos expedidos por la Compañía reflejarán los

hechos tal como hayan sido registrados por la Compañía en el

momento de la intervención únicamente, pero dentro de los límites de

las instrucciones recibidas o, a falta de dichas instrucciones, dentro de

los límites de los parámetros alternos aplicados tal como se especifica

en la cláusula 2(a). La Compañía no tiene obligación alguna de

referirse o informar los hechos o circunstancias que se salen de las

instrucciones específicas recibidas o los parámetros alternativos

aplicados.

(f) La Compañía puede delegar la ejecución de todo o parte de sus servicios a un agente o subcontratista y el Cliente autoriza a la Compañía a difundir toda la información necesaria al agente o al subcontratista para que puedan llevar a cabo dicha ejecución.

(g) Si la Compañía recibe documentos que reflejen los compromisos contraídos entre el Cliente y otras personas o documentos de otras personas tales como copias o contratos de venta, cartas de crédito, conocimientos de embarque, estos se consideran únicamente como información y de ninguna manera extienden o restringen el alcance de los servicios o las obligaciones aceptadas por la Compañía.

(h) El Cliente acepta que la Compañía, al suministrar dichos servicios, no sustituye al Cliente o a un tercero ni les exonera de sus obligaciones, ni asume, abrevia, se abroga o pretende exonerar de un deber del Cliente frente a un tercero o de un tercero frente al Cliente.

(i) Todas las muestras serán conservadas por un máximo de 3 meses o por un período menor si la naturaleza de la muestra lo permite y luego serán devueltas al Cliente o serán dispuestas de cualquier otra forma a discreción de la Compañía pero después de dicho período la Compañía dejará de asumir responsabilidad por dichas muestras.

El almacenamiento de muestras por más de 3 meses generará gastos de bodegaje, los cuales serán pagados por el Cliente. En caso de que las muestras sean devueltas, el Cliente será facturado por los costos de manejo y fletes. Si se causan gastos para disponer de las muestras, los mismos serán facturados al Cliente.

3. Obligaciones del Cliente

El Cliente deberá:

(a) garantizar que se entreguen suficiente información, instrucciones y documentos en el momento oportuno (pero en ningún caso después de 48 horas antes de la intervención deseada) con el fin de facilitar la ejecución de los servicios solicitados;

(b) facilitar todo el acceso necesario de los representantes de la Compañía a las instalaciones en donde deben prestarse los servicios y tomar todos los pasos necesarios para eliminar o remediar los obstáculos o interrupciones en la prestación de los servicios;

(c) suministrar, si fuere del caso, todo el equipo y personal necesarios para la prestación de los servicios;

(d) verificar que se tomen todas las medidas necesarias para la seguridad de las condiciones de trabajo, los sitios y las instalaciones durante la ejecución de los servicios y no confiar a este respecto en la opinión de la Compañía, buen sea que se le pida dicha opinión o no;

(e) informar oportunamente a la Compañía acerca de los peligros y riesgos conocidos, fueren estos reales o potenciales, asociados con cualquier orden o muestra o prueba incluyendo, por ejemplo, la presencia de riesgos de radiación, los elementos o materiales tóxicos o nocivos, o explosivos, contaminación ambiental o venenos;

(f) ejercer plenamente todos los derechos y descargar todas las obligaciones bajo los contratos de venta relevantes u otros contratos con un tercero, y por ley.

4. Pagos y Honorarios

(a) A menos que los honorarios hayan sido establecidos entre la Compañía y el Cliente en el momento en que se coloque la orden o en el momento en que la Compañía y el Cliente negocian un contrato, la Compañía aplicará las tarifas estándar de la Compañía (las cuales están sujetas a cambio) y todos los impuestos aplicables serán por cuenta del Cliente.

(b) A menos que se establezca un período más corto en la factura, el Cliente deberá efectuar el pago de la misma a más tardar 30 días después de la fecha de la factura o dentro de cualquier otro plazo que establezca la Compañía en la factura (la "Fecha de Vencimiento"). De no efectuar el pago en la fecha estipulada, el Cliente se compromete a pagar intereses de mora a la tasa de 1.5% por mes (o cualquier otra tasa que sea establecida en la factura) a partir de la Fecha de Vencimiento y hasta (y incluyendo) la fecha en la cual el pago sea realmente recibido por la Compañía.

(c) El Cliente no podrá retener o diferir los pagos de una suma adeudada a la Compañía aduciendo un litigio, contra reclamo o compensación que pueda alegar contra la Compañía.

(d) La Compañía puede decidir si emprende una acción para el cobro de los honorarios no pagados ante un tribunal de jurisdicción competente.

(e) El Cliente se compromete a pagar a la Compañía todos los gastos inherentes al cobro de una factura, incluyendo los honorarios legales y otros costos relacionados.

(f) En caso de que se presenten problemas o gastos no previstos en el

curso de la prestación de los servicios, la Compañía deberá informar al

respecto al Cliente y tendrá derecho al cobro de los honorarios

adicionales para cubrir el tiempo y los costos adicionales en que haya

incurrido obligatoriamente para prestar los servicios.

(g) Si la Compañía no está en capacidad de prestar todos o parte de

los servicios por una causa fuera del control razonable de la Compañía,

incluyendo la omisión por parte del Cliente en cumplir con cualquiera

de sus obligaciones estipuladas en la cláusula 3 que precede, la

Compañía tendrá derecho al pago de:

1. la suma correspondiente a todos los gastos no reembolsables en que haya incurrido la Compañía; y

2. la porción de los honorarios acordados igual a la porción de

los servicios actualmente prestados.

5. Suspensión o Terminación de Servicios

La Compañía tendrá derecho, inmediatamente y sin responsabilidad

alguna, bien sea a suspender o a dar por terminada la prestación de los

servicios en caso de que ocurra alguno de los siguientes eventos:

(a) la omisión por parte del Cliente en cumplir con sus obligaciones

bajo el presente y si dicha omisión no es remediada dentro de los 10

días siguientes a que la notificación de dicha omisión sea notificada al

Cliente; o

(b) la suspensión de pago, la conciliación con sus acreedores, la

declaración de bancarrota o insolvencia, el nombramiento de un

secuestre o la interrupción de actividades por parte del Cliente.

6. Responsabilidades e Indemnizaciones

(a) Limitación de Responsabilidad:

1. La Compañía no es una aseguradora ni un garante y renuncia a toda responsabilidad en dicha capacidad.

Los

Clientes que deseen una garantía contra pérdidas o daños

deben establecer los seguros correspondientes.

2. Los Informes de Hallazgos se expiden sobre la base de

información, documentos y/o muestras suministrados por o

a nombre del Cliente y únicamente para beneficio del

Cliente, quien es el responsable de actuar como lo

considere conveniente sobre la base de dichos Informes de

Hallazgos. Ni la Compañía ni sus funcionarios, empleados,

agentes o subcontratistas asumen responsabilidad alguna

frente al Cliente o frente a un tercero por actos realizados o

no realizados con base en dichos Informes de Hallazgos, ni

por resultados incorrectos que resulten por información confusa, errónea, incompleta, desorientadora o falsa suministrada a la Compañía.

3. La Compañía no se hará responsable por la falta de ejecución en los servicios que surja directamente de un evento que esté fuera del control razonable de la Compañía incluyendo la omisión por parte del Cliente en

cumplir con cualquiera de sus obligaciones bajo el presente.

4. La responsabilidad de la Compañía con relación a una

reclamación que surja debido a pérdida, daños o gastos de

cualquier naturaleza, bajo ninguna circunstancia podrá exceder un total agregado igual a 10 veces la cantidad de

los honorarios pagados con relación al servicio específico

que haya dado lugar a dicha reclamación o US\$20.000 (o

su equivalente en moneda local), la cantidad que sea

menor.

5. La Compañía no asume responsabilidad alguna por las

pérdidas indirectas o consecuenciales (incluyendo lucro cesante).

6. En caso de reclamación el Cliente debe enviar notificación

escrita a la Compañía dentro de los 30 días siguientes a tener conocimiento de los hechos que pretenden

justificar

dicha reclamación y, en todo caso, la Compañía será exonerada de cualquier responsabilidad por las

reclamaciones por pérdidas, daños o gastos, a menos que

se instaure una demanda dentro del año siguiente a:

o la fecha de prestación, por parte de la Compañía, del servicio que ha dado origen a la

reclamación; o

o la fecha en cual el servicio ha sido ejecutado, en caso de cualquier pretendida omisión en la

ejecución.

(b) Indemnización: El Cliente se compromete a garantizar, mantener

indemne e indemnizar a la Compañía y a sus funcionarios, empleados,

agentes o subcontratistas contra todas las reclamaciones (reales o

pretendidas) por un tercero debido a pérdidas, daños o gastos de

cualquier naturaleza, incluyendo todos los gastos legales y los costos

relacionados y que surjan debido a la ejecución, pretendida ejecución o

falta de ejecución de los servicios.

7. Varios

(a) Si una o más disposiciones de estas Condiciones Generales son

declaradas ilegales o de imposible cumplimiento en cualquier aspecto,

la validez, la legalidad y el cumplimiento forzoso de las demás

disposiciones no se verán afectados o disminuidos por éste hecho.

(b) Durante el curso de la prestación de los servicios y por un período

de un año de allí en adelante, el Cliente no podrá, directa o indirectamente, estimular o hacer ofertas a los empleados de la Compañía para que abandonen su cargo con la Compañía.

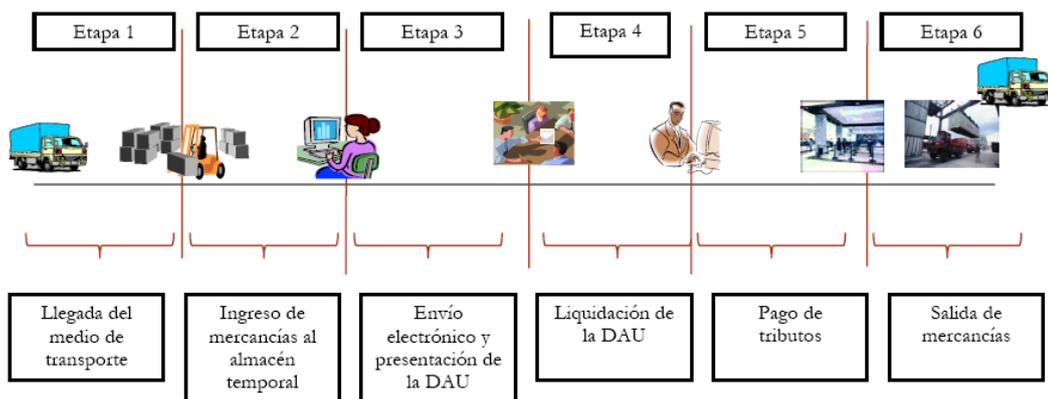
(c) No está permitido el uso del nombre corporativo o de las marcas registradas de la Compañía para fines publicitarios, sin previa autorización escrita de la Compañía.

8. Ley que Rige, Jurisdicción y Resolución de Litigio
A menos que se acuerde en forma distinta por escrito, todos los litigios que surjan bajo las Relaciones Contractuales se regirán por las leyes sustantivas de Suiza con exclusión de todas las normas relacionadas con conflictos de ley; todos los litigios serán finalmente conciliados bajo la Normas de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional por uno o mas árbitros nombrados de conformidad con dichas normas. A menos que se acuerde en forma contraria, el arbitraje se llevará a cabo en Paris, Francia en idioma inglés.
1ero de Junio de 2004

ANEXO 4

ETAPAS DEL PROCESO ADUANERO

Etapas del Proceso Aduanero



Dentro del Proceso Aduanero intervienen los Operadores de Comercio Exterior y los funcionarios de aduana tanto administrativos como operativos, las cuales utilizan las herramientas de intranet, internet y extranet.

INTRANET.- Una Intranet es una red de computadoras dentro de una red de área local (LAN) privada, empresarial o educativa que proporciona herramientas de Internet. Tiene como función principal proveer lógica de negocios para aplicaciones de captura, informe. y consultas con el fin de facilitar la producción de dichos grupos de trabajo; es también un importante medio de difusión de información interna a nivel de grupo de trabajo. Las redes internas corporativas son potentes herramientas que permiten divulgar información de la compañía a los empleados con efectividad, consiguiendo que estos estén permanentemente informados con las últimas novedades y datos de la organización.

Las intranets también deben cumplir unos requisitos de accesibilidad web permitiendo su uso a la mayor parte de las personas, independientemente de sus limitaciones físicas o las derivadas de su entorno.

INTERNET.- Internet es un método de interconexión descentralizada de redes de computadoras implementado en un conjunto de protocolos (transmisión de datos entre redes de computadoras) denominado TCP/IP y garantiza que redes físicas heterogéneas funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. Al contrario de lo que se piensa comúnmente, internet no es sinónimo de World Wide Web (WWW, o "la Web"). Ésta es parte de Internet, siendo uno de los muchos servicios ofertados en la red internet.

EXTRANET.- Una extranet (*extended intranet*) es una red privada virtual que utiliza protocolos de internet, protocolos de comunicación y probablemente infraestructura pública de comunicación para compartir de forma segura parte de la información u operación propia de una organización con proveedores, compradores, socios, clientes o cualquier otro negocio u organización. Se puede decir en otras palabras que una extranet es parte de la intranet de una organización que se extiende a usuarios fuera de ella. Usualmente utilizando el internet.

ANEXO 5

COTIZACIONES

Model: QX-04-01B (heavy –weight design)

Specification:

Weight capacity: 150kg/330.69lbs
Rear wheel size: 406.4 x 63.5mm /16” x 2.5”
Front wheel: 200mm x 50mm/8 x 2”
Anti-tip wheel size: 75mm x 25mm/3” x 1”
Battery: 12V38AH x 2
Charger: AC100-240V50/60HZ 2A OUTPUT: 24V-4A

Controller: **PG (imported from England)**

Motor: **Motion Tech motor (imported from Taiwan)**
24V/320W x 2



Gross weight: 80kg/176.37lbs

Net weight (with batteries):70kg/154.32lbs

Net weight (without batteries):44kg/97.00lbs

Unit Battery weight:13kg/28.66lbs/pc

Overall dimensions (L x W x H): 110x730x1325mm/43.7x28.74x52.17”

Carton dimensions (L x W x H): 960x810x850mm/37.80x31.89x33.46”

Seat dimension (L x W x H): 30x455x110mm/16.93x17.91x4.33”

Battery dimension (L x W x H): 194x163x177mm/7.64x6.42x6.97”

Range: up to 40km/25 miles per battery charge

Incline capability: 12 degrees

Turning radius (min):600mm/23.62”

Charger time: 6-8hrs

Forward speed:0-6.21mph/0-9km/h(adjustable)

Backward speed: 0-3.73mph/0-6km/h(adjustable)

Lead time: within 20 days after receiving the remittance

MOQ: 2PCS

Terms of payment: T/T in advance/L/C at sight

Conveyance:

Quantity of 20’ FCL: 24pcs

Quantity of 40’ FCL: 52pcs

Quantity of 40’ HQ: 78pcs

Features:

Comfortable Deluxe Captain's style seat

330lbs user weight capacity, Sturdy and stylish steel tubing

Fully programmable integral joystick/controller

Adjustable forward/backward controller position

Swing away and detachable footrest, Full length, non-removable arms.

Offers good performance on indoor and smooth outdoor surfaces

Rear-wheel drive and compact size provide optimum maneuverability and accessibility.

Model: QX-04-08(heavy –weight design)

Specification:

Weight capacity: 150kg/330.69lbs
Rear wheel size: 304.8 x 63.5mm /12" x 2.5"
Front wheel size: 200mm x 50mm/8 x 2"
Anti-tip wheel size: 75mm x 25mm/3 x 1"
Battery: 12V38AH x 2
Charger: AC100-240V50/60HZ 2A OUTPUT: 24V-4A
Controller: **PG (imported from England)**
Motor: **Motion Tech motor (imported from Taiwan)**
24V/320W x 2



Gross weight: 89kg/196.21 lbs
Net weight (with batteries): 81kg/178.57lbs
Net weight (without batteries): 55kg/121.25lbs
Unit Battery weight: 13kg/28.66lbs/pc
Overall dimensions (L x W x H): 1200x650x1165mm/47.24x25.59x45.87"
Carton dimensions (L x W x H): 945x705x900mm/37.20x27.76x35.43"
Seat dimension (L x W x H): 450x440x600mm/17.72x17.32x23.62"
Battery dimension (L x W x H): 194x163x177mm/7.64x6.42x6.97"
Range: up to 40km/25miles per battery charge
Incline capability: 12 degrees
Turning radius (min) :600mm/23.62"
Recharge time:6-8hrs
Forward speed:0-5.59mph/0-9km/h(adjustable)
Backward speed:0-3.73mph/0-6km/h(adjustable)
Lead time: within 20 days after receiving the remittance
MOQ: 10PCS
Terms of payment: T/T in advance/L/C at sight
Conveyance:
Quantity of 20' FCL: 36pcs
Quantity of 40' FCL: 76pcs
Quantity of 40' HQ: 114pcs

Features:

Comfortable Deluxe Captain's style seat. 330lbs user weight capacity
Sturdy and stylish steel tubing
Fully programmable integral joystick/controller. Adjustable forward/backward controller position. Comfortable Deluxe Captain's style seat
Swing away and detachable footrest, full length, non-removable arms.
Offers good performance on indoor and smooth outdoor surfaces
Rear-wheel drive and compact size provide optimum maneuverability and accessibility.

Model: QX-04-08B (heavy -weight design)

Specification:

Weight capacity: 350kg/440.92lbs
Rear wheel size: 385 x 63.5mm /15" x 2.5"
Front wheel size: 200mm x 50mm/8 x 2"
Anti-tip wheel size: 75mm x 25mm/3 x 1"
Battery: 12V55AH x 2
Charger: AC100-240V50/60HZ 2A OUTPUT: 24V-4A
Controller: **PG (imported from England)**
Motor: **Motion Tech motor (imported from Taiwan)**
24V/450W x 2



Gross weight: 90kg/198.41 lbs
Net weight(with batteries): 82kg/186.78lbs
Net weight(without batteries): 56.5kg/124.56lbs
Unit Battery weight: 12.75kg/28.66lbs/pc
Overall dimensions (L x W x H):1230x 700x 1230 mm
Carton dimensions (L x W x H): 790x 680x710 mm
Seat dimension (L x W x H): 450x440x600mm
Battery dimension (L x W x H): 1 94x163x177mm
Range: up to 40km/25miles per battery charge
Incline capability: 12 degrees Turning radius (min): 600mm/23.62"
Recharge time: 6-8hrs
Forward speed: 0-5.59mph/0-9km/h (adjustable)
Backward speed: 0-3.73mph/0-6km/h (adjustable)
Lead time: within 20 days after receiving the remittance
MOQ: 2PCS

Terms of payment: T/T in advance/L/C at sight

Conveyance :

Quantity of 20' FCL: 36pcs
Quantity of 40' FCL: 76pcs
Quantity of 40' HQ: 114pcs

Features:

Comfortable Deluxe Captain's style seat. 330lbs user weight capacity.
Sturdy and stylish steel tubing.
Fully programmable integral joystick/controller.
Adjustable forward/backward controller position.
Comfortable Deluxe Captain's style seat.
Swing away and detachable footrest.Full length, non-removable arms.
Offers good performance on indoor and smooth outdoor surfaces.
Rear-wheel drive and compact size provide optimum maneuverability and accessibility.

Model: QX-04-08C (heavy -weight design)

Specification:

Weight capacity: 200kg/440.92lbs
Rear wheel size: 406.4mm x 63.5mm /16" x 2.5"
Front wheel size: 200mm x 50mm/8 x 2"
Anti-tip wheel size: 75mm x 25mm/3 x 1"
Battery: 12V38AH x 2
Charger: AC100-240V50/60HZ 2A OUTPUT: 24V-4A
Controller: **PG (imported from England)**
Motor: **Motion Tech motor (imported from Taiwan)**
24V/320W x 2



Net Weight: 81kg/178.57lbs Gross Weight: 89kg/196.21 lbs
Overall Dimensions(L×W×H): 1200x650x1165mm/47.24x25.59x45.87"
Carton Dimensions(L×W×H): 945x705x900mm/37.20x27.76x35.43"
Seat dimension 450x440x600mm/17.72x17.32x23.62"
Range: up to 25km/15.53miles per battery charge
Incline capability: 12 degrees
Turning radius(min) 600mm/23.62"
Recharge time 6-8hrs
Forward speed 0-4.35mph/0-7km/h(adjustable)
Backward speed 0-1.86mph/0-3km/h(adjustable)

MOQ: 2PCS

Lead time within 30 days after received the deposit

Features Comfortable Deluxe Captain's style seat

330lbs user weight capacity

Sturdy and stylish steel tubing

Fully programmable integral joystick/controller

Adjustable forward/backward controller position

Swing away and detachable footrest, full length, non-removable arms.

Offers good performance on indoor and smooth outdoor surfaces

Rear-wheel drive and compact size provide optimum maneuverability and accessibility

Features:

Comfortable Deluxe Captain's style seat. 330lbs user weight capacity.

Sturdy and stylish steel tubing. Fully programmable integral joystick/controller.

Adjustable forward/backward controller position.

Comfortable Deluxe Captain's style seat.

Swing away and detachable footrest. Full length, non-removable arms.

Offers good performance on indoor and smooth outdoor surfaces.

Rear-wheel drive and compact size provide optimum maneuverability and accessibility.

Model: QX-04-06

Specification:

Weight capacity: 150kg/330.69lbs
Rear wheel size: 12.60"/320mm
Front wheel size: 8.66"/220mm (9.21"/234mm adjustable)
Anti-tip wheel size: 75mm x 25mm/3 x 1"
Battery: 12V/34AH x 2 (12V/38AH x 2 adjustable)
Charger: AC100-240V50/60HZ 2A OUTPUT: 24V-4A
Controller: **PG (imported from England)**
Motor: **Motion Tech motor (imported from Taiwan)**
24V/320W (24V/450W adjustable)



Gross weight: 103kg/226.61lbs
Net weight (with batteries): 93kg/204.61lbs
Net weight (without batteries): 72kg/158.44lbs
Unit Battery Weight: 10.5kg/23.11 lbs/pc
Overall dimension (length x width x height): 1150x630x1280mm/45.28x24.80x50.39"
Packing dimension (length x width x height): 880x670x880mm/34.65x26.38x34.65"
Range: up to 35km/ 21.75 miles per battery charge
Incline capability: 12 degrees
Recharge time: 6-8hrs
Forward speed: 3.73-4.98mph/6-8km/h (adjustable)
Backward speed: 1.49-2.98mph/2.4-4.8km/h(adjustable)
Lead time: within 20 days after receiving the remittance (under 10pc, including 10 pcs)
Terms of payment: T/T in advance/L/C at sight
MOQ: 10PCS

Features:

Comfortable Deluxe Captain's style seat
330lbs user weight capacity
Sturdy and stylish steel tubing
Fully programmable integral joystick/controller
Adjustable forward/backward controller position
Comfortable Deluxe Captain's style seat
Swing away and detachable footrest, full length, non-removable arms.
Offers good performance on indoor and smooth outdoor surfaces
Rear-wheel drive and compact size provide optimum maneuverability and accessibility.

ANEXO 5

**FORMULARIO DAU Y DAV
EJEMPLO**

				REPÚBLICA DEL ECUADOR DECLARACIÓN ADUANERA ÚNICA				15276719		C	
A ADUANA										B REFRENDO	
01	Nº Orden	Año	Aduana	Código	Régimen	Código	Fecha/Hora TX		05	Número 028-2009-10-040706-1 Fecha Recep 29/05/2009 Hora 18:09:54 Aforo F	
	000396		GQUIL-MARITIMO	028	03 IMPORTACION A CONSUMO	10	29/05/2009-18:09:54				
C CONTRIBUYENTE / AGENTE											
06	Importador / Exportador				07	Tipo y N° Doc ID		08	Ciudad		
	CARDENAS MALDONADO EDISON MARC					1 1707156343001					
09	Dirección				10		Teléfono		11 Nivel Comercial		
	PANAMERICANA NORTE KM 14 1/2 NO 85 SAN C										
12	Declarante / Agente		Código	13 Almacen / Depósito			Código				
	9416		9416	CONTECON GUAYAQUIL S.A.			9025				
D VALORES EN ADUANA											
14	Fob USD	15	Flete USD	16	Seguro USD	17	Ajuste USD	18	CIF USD	19	Valor Aduana USD
	43500		2100		106.73		0		45706.73		45706.73
E AUTOLIQUIDACIÓN DE TRIBUTOS											
20	CONCEPTO			LIQUIDACIÓN \$(1)		LIBERACIÓN			CANTIDAD A PAGAR \$ (1-2)		
	AD / VALOREM								0		
21	DER. ESPECÍFICO								0		
22	IMP. CONSUMO ESPECIAL								0		
23	IMP. VALOR AGREGADO								5512.23		
24	DERECHO ANTIDUMPING								0		
25	DERECHOS CONSULARES								0		
26	SOBRETIEMPO PETROLERO								0		
27	ADICIONAL POR BARRIL DE CRUDO								0		
28	TASA MODERNIZACIÓN								0		
29	TASA DE CONTROL								0		
30	TASA ALMACENAJE								0		
31	MULTAS (ART 89 Y 91)								0		
32	INTERESES								0		
33	IMP. A LA SALIDA DE DIVISAS								0		
34	FODINFA								228.53		
35	CORPEI								0		
36	OTROS								0		
37	SALVAGUARDA								0		
38						TOTAL AUTOLIQUIDACIÓN			5,740.76		
F BANCO Y ADUANA											

LIQUIDACION DE DAU ELECTRONICO					
Nro DAU	028-2009-10-040706-1-01			Fec Liquidación	03/06/2009
Declarante	CARDENAS MALDONADO EDISON MARC			Fec Ultimo Dia de Pago	05/06/2009
				Fec Cancelación	
Nro Secuencial	15276719			PAGO AUTORIZADO	
CONCEPTO DEL TRIBUTO	AUTOLIQ(\$)	LIQUIDACION(\$)	LIBERACION/SUSPENSIÓN (\$)	CANTIDAD A PAGAR(\$)	
AD VALOREM	0	0	0	0	
DERECHO ESPECIFICO		0	0	0	
IMPUESTO A CONSUMOS ESPECIALES	0	0	0	0	
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	5512.23	5512.23	0	5512.23	
DERECHO ANTIDUMPING	0	0	0	0	
MULTAS	0	26.28	0	26.28	
TASA DE MODERNIZACION	0	0	0	0	
TASA DE CONTROL	0	0	0	0	
TASA DE ALMACENAJE	0				
FODIN	228.53	228.53	0	228.53	
SALVAGUARDA	0	0	0	0	
INTERES		0	0	0	
IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS	0	0	0	0	
TOTAL	5,740.76	5,767.04	.0	5,767.04	

CORPEI :	10.88
Agente: 9416-PROAÑO ADRIAN LUIS FERNANDO	Imprimir BajarArchivo

1. ADUANA

Hojas Adicionales 1 de 1	N° Formulario DAU 000000000	Régimen 10	1.1 Aduana GUAYAQUIL	Código 028	1.2 RUC / CI / Catastro / Pasaporte	Código 1	2. REGISTRO DE ADUANAS
1.3 Consignatario o Importador					1.4 Nivel Comercial DISTRIBUID	Código 2	1.5 Otros (Especifique)

3. PROVEEDOR

3.1 Nombre / Razón Social NANTONG GOMAA INTERNATIONAL CO		3.2 Condición DISTRIBUID		Código 2		3.3 Dirección NO 1 PUJIANG ROAD HAIMEN DEVEL	
3.4 Ciudad SHANGAI		3.5 País CHINA, REPUBLIC		Código 215		3.6 Fax - -	
				3.7 Teléfono - -		E-mail	

4. TRANSACCIÓN

4.1 Naturaleza (Cód) 11	4.2 Incoterms FOB	Lugar SHANGAI	4.3 N° de Resolución de Aduana	4.4 Fecha	4.5 N° de Factura DD90401	4.6 Fecha de Factura 26/04/2009	
4.7 N° contrato u otro documento		4.8 Fecha - Contrato		4.9 tipo de cambio 1.000000		4.10 Fecha cambio 28/05/2009	
		4.11 Moneda (Cód) 249		4.12 País de origen CHINA, REPUBLIC		Código 215	
		4.13 País de Procedencia CHINA, REPUBLIC		Código 215			
4.14 Forma de envío Fraccionado Unico X		4.15 N° de envíos 1		4.16 Modo de Transporte MARITIMO		Código 1	
		4.17 Puerto de embarque SHANGAI		Código CNSHA		4.18 Puerto de descarga GUAYAQUIL	
				Código EGGYE		4.19 Forma de Pago GIRO DIRECTO	
						Código 01	

5. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA

Item	5.1 Subpartida (Nandina)	5.2 Descripción Comercial	5.3 Características / tipo	5.4 País de origen
1	8447900000-0	MAQUINA ACOLCHADORA	.MAQUINA ACOLCHADORA	CHINA, REPUBLICA
2	8447900000-0	MAQUINA ACOLCHADORA	.MAQUINA ACOLCHADORA	CHINA, REPUBLICA
3				
4				
5				

Item	5.5. Marca comercial	5.6. Modelo	5.7. Año	5.8. Estado de mercancía	5.9. Cantidad	5.10. Unidad. Com.	5.11. FOB unit. US\$
1	DADAO MACHINERY	GDD-4-A	2009	NUEVO	3.00	No. UNIDADES (U	11,000.0000
2	DADAO MACHINERY	GDD-4-B	2009	NUEVO	1.00	No. UNIDADES (U	10,500.0000
3							
4							
5							

6. INTERMEDIARIO ENTRE COMPRADOR Y VENDEDOR

6.1 Se utilizó algún intermediario en la transacción comercial?		SI	NO X	6.2 Nombre del intermediario		
6.3 Dirección		6.4 Ciudad		6.5 País		6.6 Tipo de intermediario 0

7. CONDICIONES DE LA TRANSACCION

7.1 Existe vinculación con el proveedor	SI	NO X
7.2 Ha influido la vinculación en el precio de mercancías importadas	SI	NO X
7.3 Existen pagos indirectos relativos a las mercaderías	SI	NO X
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 X
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 revierte directa o indirectamente a su Proveedor extranjero?	SI	NO X
7.6 Existen restricciones para la cesión o utilización de las mercancías por el importador, de acuerdo a lo señalado en el artículo 1 de acuerdo al valor GATT	SI	NO X
7.7 Depende la venta o el precio, de condiciones o contraprestaciones en relación a las mercancías a valorar	SI	NO X
7.8 Puede determinarse el valor de las condiciones o contraprestaciones	SI	NO X

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		43,500.00	8.2.1. Comisiones, Corretaje, salvo comisiones de compra		0.00
8.1.2. Pagos indirectos, descuentos retroactivos, otros		0.00	8.2.2. Envases y embalajes		0.00
		Total 8.1.			0.00
		43,500.00	8.2.3. Bienes y servicios suministrados por el importador gratuitamente o a precio reducido y utilizado en la producción y venta de las mercancías importadas		0.00
8.3. Deducciones; importes incluidos en 8.1.		US\$	8.2.4. Cánones y derechos de licencia		0.00
8.3.1. Gastos de entrega posteriores a la importación (transporte, etc.)		0.00	8.2.5. Producto de cualquier reventa, cesión o utilización posterior que revierte al proveedor extranjero		0.00
8.3.2. Intereses		0.00	8.2.6. Gastos de entrega hasta el lugar de imoración		0.00
8.3.3. Asistencia técnica, armado, montaje, instalación, entrenamiento, gastos de construcción		0.00	8.2.7. Gastos de transporte hasta el lugar de embarque		0.00
8.3.4. Derechos de Aduana y otros impuestos		0.00	8.2.8. Gastos de transporte desde el lugar de embarque hasta el lugar de imortación		2,100.00
8.3.5. Otros gastos		0.00	8.2.9. Gastos de carga, descarga, manipulación		0.00
		Total 8.3			0.00
8.4. Valor en aduana = 8.1 + 8.2 - 8.3		45,706.73	8.2.10. Gastos de seguro		106.73
8.5. Tiene carácter estimativo o provisional del casilleros 8.2.4. y 8.2.5.		SI	NO X	Total 8.2.	
				2,206.73	

9. DESAGREGACION DEL VALOR EN ADUANA

9.1. FOB US\$	43,500.00	9.2. FLETE US\$	2,100.00	9.3. sEGURO us\$	106.73	9.4. OTROS US\$	0.00
---------------	-----------	-----------------	----------	------------------	--------	-----------------	------

10. IMPORTADOR

10.1 Nombre del Importador CARDENAS MALDONADO EDISON	10.2 cargo: REP LEGAL	10.3. Fecha: 28/05/2009
--	---------------------------------	-----------------------------------

Declaro bajo juramento que la información aquí considerada es correcta y ajustada a las disposiciones legales vigentes. Conozco que cualquier omisión o error pueda dar origen a los procesos legales y acciones establecidas en la Ley Orgánica de Aduanas

Firma Autorizada

ANEXO 6

TIPO DE INCAPACIDAD POR ZONAS URBANAS

CEPAL/CELADE Redatam+SP 25/05/2009									
Base de datos									
C:\BasesCPV\CPV2001\EC21.dic									
Área Geográfica									
C:\BasesCPV\CPV2001\quitourbano.sel									
Crosstab									
de ZONA.BARRIOS (Parroquias Urbanas)									
por PERSONA.SEXO (SEXO)									
por PERSONA.TIPODIS (TIPO DE INCAPACIDAD)									
Parroquias Urbanas	SEXO	TIPO DE INCAPACIDAD							
1. EL CONDADO		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	306	215	146	90	64	59	218	1.098
	2. Mujer	290	186	137	109	115	98	207	1.142
	Total	596	401	283	199	179	157	425	2.240
2. CARCELEN		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	193	102	88	35	14	24	97	553
	2. Mujer	181	135	76	29	16	31	100	568
	Total	374	237	164	64	30	55	197	1.121
3. COMITE DEL PUEBLO		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	209	164	130	56	18	46	138	761
	2. Mujer	236	152	86	49	14	75	168	780
	Total	445	316	216	105	32	121	306	1.541
4. PONCEANO		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	217	165	91	60	21	38	130	722
	2. Mujer	229	192	103	58	26	64	125	797
	Total	446	357	194	118	47	102	255	1.519
5. COTOCOLLAO		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	131	98	64	41	9	44	79	466
	2. Mujer	140	95	56	31	19	61	78	480
	Total	271	193	120	72	28	105	157	946
6. COCHAPAMBA		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	244	181	115	58	32	53	162	845
	2. Mujer	299	158	108	49	25	67	203	909
	Total	543	339	223	107	57	120	365	1.754
7. CONCEPCION		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	135	104	87	49	27	81	87	570
	2. Mujer	184	171	87	59	26	117	90	734
	Total	319	275	174	108	53	198	177	1.304
8. KENEDY		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	290	191	139	74	26	39	128	887
	2. Mujer	318	209	156	65	35	54	172	1.009
	Total	608	400	295	139	61	93	300	1.896
9. SAN ISIDRO DEL		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	149	103	65	39	11	15	80	462
	2. Mujer	153	82	71	37	12	18	109	482
	Total	302	185	136	76	23	33	189	944
10. JIPIJAPA		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	118	88	74	36	19	15	50	400
	2. Mujer	139	116	77	43	11	34	75	495
	Total	257	204	151	79	30	49	125	895
11. IÑAQUITO		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	115	116	99	41	21	27	77	496
	2. Mujer	117	155	109	46	21	35	127	610
	Total	232	271	208	87	42	62	204	1.106
12. RUMIPAMBA		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	80	90	81	28	14	17	62	372
	2. Mujer	90	113	69	29	13	31	72	417
	Total	170	203	150	57	27	48	134	789
13. BELISARIO		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	165	138	122	63	22	49	119	678
	2. Mujer	208	209	127	51	52	101	159	907
	Total	373	347	249	114	74	150	278	1.585
14. MARISCAL SUCRE		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	79	48	60	24	17	20	47	295
	2. Mujer	87	85	47	20	28	32	54	353
	Total	166	133	107	44	45	52	101	648
15. SAN JUAN		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	377	255	193	90	42	56	201	1.214
	2. Mujer	448	269	171	90	45	100	254	1.377
	Total	825	524	364	180	87	156	455	2.591
16. ITCHIMBIA		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	227	132	103	39	25	31	108	665
	2. Mujer	194	181	89	41	25	46	126	702
	Total	421	313	192	80	50	77	234	1.367
17. PUENGASI		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	228	164	101	66	23	40	103	725
	2. Mujer	240	138	101	38	28	43	135	723
	Total	468	302	202	104	51	83	238	1.448
18. CENTRO		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	222	194	134	88	66	48	185	937
	2. Mujer	219	201	139	63	95	94	220	1.031
	Total	441	395	273	151	161	142	405	1.968
19. LA LIBERTAD		1. Para ver	2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	171	115	100	55	18	30	136	625
	2. Mujer	169	164	65	40	23	56	146	663

	Total	340	279	165	95	41	86	282	1.288
20. CHILIBULO	1. Para ver		2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	262	195	134	74	29	34	140	868
	2. Mujer	289	175	117	66	21	47	164	879
	Total	551	370	251	140	50	81	304	1.747
21. SAN BARTOLO	1. Para ver		2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	206	210	138	91	18	40	168	871
	2. Mujer	306	188	147	73	25	53	207	999
	Total	512	398	285	164	43	93	375	1.870
22. LA MAGDALENA	1. Para ver		2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	90	113	67	32	14	21	69	406
	2. Mujer	128	115	69	40	13	29	118	512
	Total	218	228	136	72	27	50	187	918
23. CHIMBACALLE	1. Para ver		2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	199	149	136	52	17	43	100	696
	2. Mujer	236	180	87	54	18	56	168	799
	Total	435	329	223	106	35	99	268	1.495
24. LA FERROVIARIA	1. Para ver		2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	348	249	189	98	28	48	219	1.179
	2. Mujer	377	244	162	87	26	95	245	1.236
	Total	725	493	351	185	54	143	464	2.415
25. LA ARGELIA	1. Para ver		2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	261	190	146	63	25	37	170	892
	2. Mujer	279	170	104	43	29	61	185	871
	Total	540	360	250	106	54	98	355	1.763
26. SOLANDA	1. Para ver		2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	288	232	159	93	31	42	165	1.010
	2. Mujer	323	232	155	90	37	63	242	1.142
	Total	611	464	314	183	68	105	407	2.152
27. LA MENA	1. Para ver		2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	174	126	88	37	18	29	85	557
	2. Mujer	178	159	59	50	52	50	116	664
	Total	352	285	147	87	70	79	201	1.221
28. CHILLOGALLO	1. Para ver		2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	232	146	97	54	16	30	111	686
	2. Mujer	206	137	95	48	17	40	135	678
	Total	438	283	192	102	33	70	246	1.364
29. LA ECUATORIANA	1. Para ver		2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	206	164	89	53	14	37	109	672
	2. Mujer	220	146	64	49	12	43	141	675
	Total	426	310	153	102	26	80	250	1.347
30. QUITUMBE	1. Para ver		2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	186	122	76	48	18	42	143	635
	2. Mujer	210	122	75	43	18	46	200	714
	Total	396	244	151	91	36	88	343	1.349
31. TURUBAMBA	1. Para ver		2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	154	105	59	45	11	27	97	498
	2. Mujer	147	64	45	40	12	36	118	462
	Total	301	169	104	85	23	63	215	960
32. GUAMANI	1. Para ver		2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	215	124	106	54	21	44	159	723
	2. Mujer	190	125	86	54	15	54	207	731
	Total	405	249	192	108	36	98	366	1.454
Total	1. Para ver		2. Para caminar	3. Es sordo	4. Retardo	5. Enfermedad siquiatrica	6. Multiple	7. Otra	Total
	1. Hombre	6.477	4.788	3.476	1.826	749	1.206	3.942	22.464
	2. Mujer	7.030	5.068	3.139	1.684	924	1.830	4.866	24.541
	Total	13.507	9.856	6.615	3.510	1.673	3.036	8.808	47.005
NSA :	1.365.709								
Ignorado :	465								

ANEXO 7

COMPETECIA DIRECTA

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	NOMBRE IMPORTADOR
		ADIMORT ALTERNATIVA DE INSUMOS MEDICOS Y ORTOPEDIC
		ALMACENES ESTUARDO SANCHEZ S.A.
		ALONZO VILLACIS MARCO ANTONIO
		BOETTI S.A.
		CABRERA SOLIS ANGEL MODESTO
		CASA COMERCIAL ORTEGA S.A.
		CASA FRETA S.A. CAFRESA
		CEGA INTERNATIONAL TRADERS S.A.
		CIA GRAL. DE COMERCIO Y MANDATO S.A.
		CONFERENCIA EPISCOPAL ECUATORIANA
		DENTALES PABLO HERMAN S.A.
		DEPOSITO DENTAL KROBALTO C.A.
		DI PRO MEDICO CIA LTDA
		EDESA S A
		EQUIMEDA S.A.
		ESTADISA S.A.
		FREIRE MALDONADO ERNESTO EDISON
		FREIRE MALDONADO MERCEDES MARISOL
		FREPRIM S.A.
		FUNDACION ANCON
		FUNDACION ECUADOR
		FUNDACION VISTA PARA TODOS
		GASESPOL INDUSTRIAL CEM
		GERARDO ORTIZ E HIJOS CIA.LTDA.
		GRUPO IMAR S.A. GRUPIMARSA
		HEALTH AND GLOBAL SERVICES S.A.HEALGLO
		IMPORBAHIA S.A.
		IMPORTACIONES ESPACRI CIA.LTDA.
		IMPORTADORA AIG COMPAÑIA ANONIMA
		IMPORTADORA DE SIST.MEDICOS INSISMED CIA
		JIMENEZ DAVALOS BYRON FERNANDO
		MARCELO FREIRE S.A.
		MEDICORSA CIA. LTDA.
		MEDINA MACHUCA DIEGO FERNANDO
		MENDOZA ALAVA MARLON EUGENIO
		OMNIMED S.A.
		ORTOPEDIA Y DEPORTES S. A. ORTO SPORT
		OSCAR ESTUARDO GALLO
		PERFECTECH S.A.
		PINEDA CARRION CARMITA MARINA
		PONCE RIVAS FANNI NOEMI
		PRODIMEDA CIA. LTDA.
		RISCO PALMA CELINA MARIA
		SUMINISTROS Y DISTRIB. IVAN QUINTANILLA CIA.LTDA.
		TECNIESTAMP COMPAÑIA DE ECONOMIA MIXTA

Fuente: www.bce.fin.ec