INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TEMA:

La industria de la pintura y los procesos de importación y comercialización. Estudio de factibilidad para la importación y comercialización de pintura de esmalte en aerosol en la ciudad de Quito.

Proyecto de Trabajo de Graduación que se presenta como requisito para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Recursos Humanos

Autora: Diana Elizabeth Jiménez Narváez

diana_jimenez@hotmail.es

Director de Trabajo de Graduación:

Ing. Juan Guevara Samaniego

Quito, Abril 2013

CESIÓN DE DERECHOS

Quito, 29 de abril del 2013

Yo, Diana Elizabeth Jiménez Narváez, alumna de la Escuela de Administración de Empresas, reconozco que el presente proyecto es de mi autoría, pero los derechos de propiedad intelectual pertenecen al Instituto Tecnológico Superior “Cordillera”.

Diana Elizabeth Jiménez Narváez
C.I. 171378714-9

DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado en primer lugar a Dios por darnos la vida para alcanzar todas las metas propuestas, en segundo lugar a la memoria de mis padres que siempre quisieron que luche por mis sueños y no me rinda por las adversidades de la vida, a las personas que amo que siempre han estado apoyándome en los buenos y malos momentos, a mi esposo Edison Herrera, mi hija Melissa y a toda mi familia que siempre me han apoyado con palabras de aliento para seguir adelante.

A todas las personas en especial a las mujeres que pese a todas las dificultades que se presentan día a día no se rinden y buscan alcanzar nuevas metas que permiten el crecimiento personal, académico y profesional.

Diana Jiménez N.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a todas las personas que creyeron en mí, a mi madre que gracias a su educación, valores y esfuerzo ha dejado una gran enseñanza en mi vida, a mi esposo por estar en los momentos más difíciles pero que nunca me dejo caer, a mi pequeña hija que es mi gran motivación para seguir luchando.

A mi abuelita Elva gracias por siempre estar alentándome para que no me quede estancada, por sus enseñanzas que siempre las llevo presente, por su cariño y por todas las vivencias a lado tuyo gracias...

A mi hermano Luis que ha sido como un padre para mí, gracias por tu apoyo, cariño y consejos que me han servido de mucho, gracias por no dejarme sola...

A toda mi familia: cuñadas, sobrinos, tíos, tías, primos, gracias por los momentos compartidos y por creer que puedo alcanzar todo lo que me propongo y por las palabras de aliento que nunca faltan gracias...

Quiero dejar constancia de mi sincero agradecimiento a todos mis profesores que a lo largo de mi carrera, supieron trasmitir sus conocimientos y experiencias los mismos que me han permitido aplicar en el campo personal y profesional con mucho éxito.

A mi Director del Proyecto, señor Ing. Juan Guevara, cuyas orientaciones y sobre todo su incondicional apoyo, han hecho realidad él termino de este trabajo.

Diana Jiménez N.

FRASE CÉLEBRE

Nunca consideres el estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber.

Diana Jiménez N.

Índice de Gráficos

Gráfico N° 1 Evaluación 360° 70
Gráfico N°2 Inflación 76
Gráfico N°3 Tasa Activa..... 77
Gráfico N°4 Tasa Pasiva..... 79
Gráfico N° 5 PIB….....81
Gráfico N° 6 Importaciones……..83
Gráfico N° 7 Población económicamente activa……..….99
Gráfico N° 8 Hombres y mujeres encuestados.....……...100
Gráfico N° 9 Edad hombres y mujeres encuestados……...101
Gráfico N° 10 Pregunta N ° 1…….....102
Gráfico N° 11 Pregunta N ° 2 …….....103
Gráfico N° 12 Pregunta N ° 3..…….. 104
Gráfico N° 13 Pregunta N ° 4…….…. 105
Gráfico N° 14 Pregunta N ° 5 ……. 106
Gráfico N° 15 Pregunta N ° 6…….. 107
Gráfico N° 16 Pregunta N ° 7……..... 108
Gráfico N° 17 Pregunta N ° 8 ……..…… 109
Gráfico N° 18 Pregunta N ° 9 ……..…… 110
Gráfico N° 19 Pregunta N ° 10 ……..... 111
Gráfico N°20 Pregunta N ° 11……... 112
Gráfico N°21 Punto de Equilibrio…… 143

Índice de Cuadros

Cuadro N° 1Aranceles de Importación..... 34
Cuadro N° 2 Fórmula para calcular el valor de importación..... 34
Cuadro N° 3 Aranceles por kilo..... 35
Cuadro N° 4 Población 54
Cuadro N° 5 Operacionalización de variables 55
Cuadro N° 6 Cronograma Actividades..... 67
Cuadro N° 7 Cuadro de evaluación 71
Cuadro N° 8 Inflación..... 73
Cuadro N° 9 Tasa de interés 75
Cuadro N° 10 Tasa activa..... 76
Cuadro N° 11 Tasa pasiva..... 77
Cuadro N° 12 PIB 78
Cuadro N° 13 Balanza Comercial 80
Cuadro N° 14 Importaciones..... 81
Cuadro N° 15 Población económicamente activa..... 83
Cuadro N° 16 Clientes 88
Cuadro N° 17 Cuadro de competencias 89
Cuadro N° 18 Segmentación geográfica..... 93
Cuadro N° 19 Segmentación demográfica..... 94
Cuadro N° 20 Segmentación pictográfica..... 94
Cuadro N° 21 Mercado meta 95
Cuadro N° 22 Población DMQ 95
Cuadro N° 23 Total Hombres y mujeres 98
Cuadro N° 24 Tabla edades 99
Cuadro N° 25 Aceptación del negocio 111
Cuadro N° 26 Frecuencia de consumo..... 111

Cuadro N° 27 Precio 111
Cuadro N° 28 Resultado de la encuesta 112
Cuadro N° 29 Calculo de la demanda 112
Cuadro N° 30 Proyección de la Oferta 113
Cuadro N° 31 Demanda insatisfecha 113
Cuadro N° 32 Precio Competencia 115
Cuadro N° 33 Macro localización del proyecto 120
Cuadro N° 34 Tamaño del proyecto 121
Cuadro N° 35 Ingeniería del proyecto 122
Cuadro N° 36 Razones de cercanía 122
Cuadro N° 37 Cuadro de Activos 127
Cuadro N° 38 Costo de ventas 128
Cuadro N° 39 Gastos Administrativos 129
Cuadro N° 40 Gastos de venta 129
Cuadro N° 41 Ingresos del proyecto 130
Cuadro N° 42 Inversiones 131
Cuadro N° 43 Depreciaciones 132
Cuadro N° 44 Calculo amortización activo diferido 132
Cuadro N° 45 Proyección costo de venta 132
Cuadro N° 46 Proyección gastos administrativos 133
Cuadro N° 47 Proyección gastos de venta 134
Cuadro N° 48 Estado de Situación Inicial 135
Cuadro N° 49 Estado de Resultados proyectado 136
Cuadro N° 50 Flujo de Caja proyectado 137
Cuadro N° 51 TMAR 138
Cuadro N° 52 VAN 139
Cuadro N° 53 TIR 139
Cuadro N° 54 Periodo de recuperación 140
Cuadro N° 55 Punto de equilibrio 141
Cuadro N° 56 Análisis de sensibilidad (esc. positivo) 142

Cuadro N° 57 Análisis de sensibilidad (esc. negativo)..... 143
Cuadro N° 58 Recursos económicos..... 146
Cuadro N° 59 Cronograma de actividades 146

RESUMEN EJECUTIVO

La tesis titulada “estudio de factibilidad para la importación y comercialización de pintura de esmalte en aerosol” se desarrollo tomando en cuenta los parámetros generales los cuales permiten conocer a fondo sobre el mercado de la pintura de esmalte en aerosol.

Para lo cual el presente proyecto se ubica en el sector de la pintura y barnices a base de poliésteres disueltos en medio no acuoso, donde se desprende la pintura de esmalte en aerosol.

El objetivo general es diseñar un estudio de factibilidad para la importación de pintura de esmalte en aerosol y comercialización en la ciudad de Quito con la finalidad de satisfacer las necesidades de los potenciales clientes de este mercado tan importante.

En la actualidad y gracias a la tecnología las negociaciones para adquirir los productos son procesos agiles y dinámicos, lo que permite cerrar negocios casi de manera inmediata.

Respecto a la normativa tributaria que regula las importaciones en la actualidad es transparente y tiende a simplificar los procesos burocráticos, dinamizando la actividad en el comercio exterior.

Al realizar el estudio de mercado fue grato saber que el producto a importar, tiene una gran acogida de parte de las personas encuestadas lo que nos indica que el proyecto es aceptado.

Al momento de realizar la evaluación financiera se desprende que el proyecto es rentable alcanzando una TIR del 45,28%, este porcentaje nos indica que se encuentra dentro de los parámetros normales para que la microempresa se pueda mantener estable en el mercado.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad en el mundo globalizado que vivimos, se generan nuevas necesidades en las personas debido a la nueva tecnología, desarrollo de la sociedad y nuevas costumbres que se van adoptando en el país.

El ser humano por naturaleza busca nuevas alternativas que le permitan adaptarse a estos cambios, ya sea adquiriendo nuevos productos y servicios, lo que produce que los consumidores sean más exigentes al momento de la compra.

Es por esta razón que el presente proyecto se enfoca en satisfacer la necesidad de las personas que utilizan la pintura de esmalte en aerosol y para lo cual se ha realizado el correspondiente estudio para la importación de pintura en aerosol de excelente calidad y con diferente funcionalidad que permite llenar las expectativas del cliente exigente.

Otra iniciativa para la realización de este proyecto es que el mercado internacional tiene gran influencia en el Ecuador, debido a que es la puerta para que el país siga innovando y mejorando su economía, a través de los innovadores productos y servicios que se encuentran en el extranjero.
Además cabe recalcar que el crecimiento depende de cada uno y las ganas que tenemos para cada día ser mejores.

CAPITULO I

1.1 EL PROBLEMA

A pesar de que el mercado de pinturas de esmalte en aerosol ha crecido en los últimos años, no es menos cierto que por la restricción de las importaciones decretadas por el Gobierno Nacional el mercado se ha visto afectado; sin embargo; la microempresa "STAR SPRAY", realizará todos los trámites correspondientes para poder importar y de esta manera dar solución a este mercado.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.-

La falta de inversión extranjera y la implementación de maquinaria moderna ha contribuido para que el Ecuador mantenga altos índices de importación de varios productos, tal es el caso de la pintura de esmalte en aerosol, que necesita ser elaborada en serie y con alta tecnología, manteniendo controles de calidad, lo que permite que los costos sean más bajos, lo que permite que el precio final del aerosol sea accesible y atractivo para los consumidores en el país importador.

En el Ecuador la Demanda de pintura en aerosol esta en creciente evolución, debido a la gran variedad de colores y funciones que tiene la pintura en aerosol importada, que permite realizar una infinidad de trabajos ya sean para el arreglo de cualquier tipo de mueble o para ser utilizado por los artistas de la calle.

La producción nacional de pintura de esmalte en aerosol no satisface completamente a los demandantes de este producto, por el motivo de que solo existen aerosoles con colores y funciones básicas.

El constante crecimiento de este segmento de mercado ha ocasionado que se importe pintura de esmalte en aerosol de otros países, en consecuencia de que el mercado extranjero nos ofrece pinturas de esmalte en aerosol con mejores funciones y una extensa gama de colores a precios accesibles para el consumidor final.

Debido a que los impuestos para las importaciones han tenido un aumento por decreto del Gobierno, se realizará un estudio en el cual se pueda establecer la factibilidad de este proyecto.

La mayor utilización de la pintura en aerosol ha generado la necesidad de realizar un estudio concreto para así determinar la oferta y demanda real, y establecer si es o no un mercado potencial.

1.3 Causas y Consecuencias.-

CAUSAS	CONSECUENCIAS
- Índices bajos de producción nacional de pintura de esmalte en aerosol.	- Mayor número de importaciones de varios productos.
- Aumento de la demanda de pintura en aerosol.	- Utilización del producto extranjero por las características favorables de este producto.
- Baja producción de pintura en aerosol en el Ecuador.	- No se cuenta con la maquinaria y tecnología necesaria para producir éste producto.
- Aumento de los aranceles para las importaciones.	- Realizar el estudio correspondiente para establecer si es factible la importación de la pintura de esmalte en aerosol.

1.4 Formulación del problema.-

¿Es posible ofrecer al mercado actual la pintura de esmalte en aerosol con una extensa gama de colores y funciones importadas del exterior, a precios atractivos y accesibles para el consumidor final?

1.5 OBJETIVOS.-

1.5.1 OBJETIVO GENERAL:

Diseñar un estudio de factibilidad para la importación de pintura de esmalte en aerosol y comercialización en la ciudad de Quito con la finalidad de satisfacer las necesidades de los potenciales clientes de este mercado tan importante.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Investigar la producción de pinturas nacionales y extranjeras que se ofrecen en el mercado
- Investigar las empresas o microempresas que ofrecen pinturas de esmalte en aerosol.
- Determinar los requerimientos y mecanismos para los procesos de importación.
- Determinar la factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la importación y comercialización de pintura de esmalte en aerosol.
- Calcular los indicadores financieros del proyecto con la finalidad de determinar si es viable y rentable.

1.6 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA

El nivel de importancia de la presente investigación radica en la influencia que tienen el comercio internacional en la economía mundial, nacional, regional, y local, con la importación de nuevos productos que permitan una utilización sencilla como es el caso de las pinturas de esmalte en aerosol para acabados de muebles del hogar, de la oficina o para pintar en tela, cartulina o en la pared; además, es necesario hacer hincapié de la importancia que tiene la vía aérea que es la que transporta la mayor cantidad de carga y es el medio de transporte más adecuado, cuando existe gran distancia entre origen y destino.

El presente estudio comprende la importación de pinturas en aerosol de esmalte, debido a las características del producto, se utiliza para el pintado de superficies de hierro que deban soportar altas temperaturas, ya sea uso industrial, doméstico, manualidades, bellas artes o como lo hacen los artistas de la calle y en definitiva donde se requieran las propiedades de una pintura en spray de alta calidad.

Un primer elemento indispensable en la decoración es sin duda la pintura, que mediante la variedad de colores nos permite crear ambientes cálidos, relajantes o alegres, y al mismo tiempo prevenir el deterioro de las superficies; así mismo nos permite dar un toque especial a los muebles del hogar, así como la utilización en las artes como por ejemplo dibujos en tela, cartulina o pared.

Las pinturas de esmalte en aerosol básicamente se emplean para recubrir superficies de plástico y madera, lo cual las convierte en un producto apto para decorar interiores.

Su aplicación es muy fácil ya que no requiere de herramientas adicionales para su utilización, simplemente usted adquiere el color que necesita y como es en aerosol no requiere ser experto en la utilización de este producto. El tiempo de secado de este tipo de pintura es inmediato, dependerá en gran parte de la temperatura ambiente, la ventilación del lugar y la formulación del producto.

Al elegir una pintura de esmalte en aerosol, los principales factores que se tienen en cuenta son que proporcione un buen acabado y protección duradera a bajo costo, pero como en su fabricación se utilizan solventes (los cuales en el proceso de secado se liberan en la atmósfera), en la actualidad otra característica importante es hasta qué punto el producto es menos dañino para el medio ambiente.

Por todo esto, este trabajo se constituye en un motor generador de expectativas, ya que por un lado está en juego el nivel profesional y por el otro, está la propia percepción, de las capacidades que poseen los autores para el desarrollo de tales actividades, "**que mejor incentivo para crear que saber que nuestra supervivencia depende de ello**", una frase muy profunda que para este caso tiene un significado más personal que académico, por la sencilla razón que todo lo nuevo es bueno y si es novedoso trae consigo nociones de enseñanza, así que quienes viven ávidos de conocimientos siempre se encontrarán satisfechos.

CAPITULO II

2 MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES DE ESTUDIO

Una vez realizada la investigación se desprende que no existe un estudio realizado, lo que nos da como resultado que la presente investigación será inédita.

2.2 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

2.2.1 Origen de la Pintura

A lo largo de la historia, la pintura ha adoptado diferentes formas, según los distintos medios y técnicas utilizadas. Hasta el siglo XX, se ha venido apoyando, casi invariablemente, en el arte del dibujo.

Durante el renacimiento, la pintura al óleo vino a ocupar el lugar del fresco y del temple; otras técnicas de pintura son el esmalte, la encáustica, el guache, la grisalla y la acuarela. En los últimos años se ha extendido el uso de las pinturas acrílicas, con base de agua, de rápido secado y que no se oscurecen con el paso del tiempo.

2.2.1.1Pintura prehistórica y antigua

Las pinturas más antiguas que se conocen fueron realizadas en las paredes de las cuevas que servían de abrigo a la especie humana hace 30.000 años, durante el periodo paleolítico. Hay muestras del arte paleolítico en emplazamientos de Europa occidental, del África sahariana y del sur, y en Australia. En algunas zonas, como el litoral mediterráneo, el desarrollo de la pintura continuó en el periodo neolítico.

2.2.1.2 Pintura paleocristiana y bizantina

Las muestras de pintura paleocristiana que han llegado hasta nosotros datan de los siglos III y IV y son los frescos de las catacumbas, en los que se representan escenas del Nuevo Testamento, cuya característica son ciertas estilizaciones y convencionalismos artísticos procedentes del mundo clásico. Por ejemplo, Jesús aparecía como el Buen Pastor, con una figura adoptada de las representaciones del dios griego Hermes; para simbolizar la resurrección se representaba la historia de Jonás liberado de la ballena, según el Antiguo Testamento.

Esta presentación poco terrenal pasó a ser característica del arte bizantino y el estilo quedó vinculado a la corte imperial cristiana de Constantinopla, que perduró del año 330 al 1453. El estilo bizantino aparece también en los iconos, pinturas convencionales sobre tabla, destinadas al culto, que representan a Jesucristo, la Virgen y los santos.

2.2.1.3 Realismo

Hacia mediados del siglo XIX, "el pintor francés Gustave Courbet rechazaba tanto el neoclasicismo como el romanticismo y proclamaba un movimiento individual llamado realismo. No le interesaba la pintura histórica, ni los retratos de los gobernantes, ni los temas exóticos, pues creía que el artista debía ser realista y pintar los acontecimientos cotidianos de la gente común. El entorno elegido para muchos de sus lienzos fue Ornans, su villa natal en el levante francés; allí retrató a obreros construyendo una carretera, a ciudadanos asistiendo a un funeral, o a hombres sentados alrededor de la mesa escuchando música y fumando".

G:\dd\historia de la pintura.htm

2.2.1.4 Neo expresionismo

En la década de 1980 varios artistas jóvenes, europeos y americanos, se rebelaron contra la pureza formalista, impersonal y austera, de gran parte del arte abstracto. El resultado fue un resurgimiento de la pintura figurativa y narrativa llamado neo expresionismo. Muchos de los seguidores de este movimiento evitaron la representación realista, empleando en su lugar pinceladas toscas y colores fuertes para plasmar sus visiones subjetivas, por lo general ambiguas y enigmáticas.

2.2.2 Mercado de la Pintura

2.2.2.1 Comportamiento del mercado

El mercado de los extractos, pigmentos y pinturas en Ecuador; como en la mayoría de los países latinoamericanos, se caracteriza por una marcada estacionalidad en su ventas, dependiendo del comportamiento de los sectores productivos.

Por un lado, varía con la construcción en el país, ya que al incrementarse los proyectos de construcción se incrementa la demanda de pinturas para interiores y exteriores; de otro lado, la demanda de pinturas de uso industrial, marina y maderas depende del comportamiento del sector manufacturero.

Existen básicamente cinco tipos de pinturas de acuerdo a sus componentes químicos:

- Vinílicas
- Alquídicas o esmaltes
- Epóxicas catalizadas
- Con composición uretanos
- Con base Zinc

La fabricación de éstas se distribuye al uso que se le dé, generalmente clasificado en uso doméstico, industrial y marino. Sin embargo, la pintura para uso industrial puede contener la de uso marino o dejar en algunos tipos con clasificación independiente. Como se mencionó anteriormente, los principales tipos de pinturas que se encuentran en el mercado ecuatoriano son:

Arquitectónico: son aquellas utilizadas en interiores y exteriores; generalmente son pinturas de agua o de látex (diluible en agua) o pinturas alquídicas. Las pinturas alquídicas son durables y son más resistentes a la abrasión.

Para uso en exteriores deben brindar protección contra el clima, el sol y demás condiciones ambientales que pueden deteriorar la superficie. Para uso interior se ofrecen pinturas decorativas, línea de esmaltes para marcos, ventanas, puertas, etc.

Las pinturas arquitectónicas son comercializadas al consumidor final en almacenes especializados y ferreterías.

Madera: La pintura de madera se utiliza como insumo en la fabricación de muebles y artículos de madera, en el hogar o en el sector de la construcción.

La comercialización de las pinturas para uso doméstico y de construcción se hace a través del canal ferreterías y a través de almacenes especializados.

Cuando la pintura se destina a la fabricación de muebles, es decir como insumo de cualquier industria, el canal es directo de fábrica a fábrica y no existen intermediarios.

Automotriz: La pintura automotriz es utilizada tanto para fabricación de pintura original como para re-acabado.

Este tipo de pinturas requiere componentes y preparaciones químicas que aseguren resistencia a la oxidación y a condiciones externas, durabilidad y adherencia óptima.

Para la pintura original la comercialización se realiza a través del fabricante, ya que sus consumidores son empresas productoras del sector automotriz que requieren grandes volúmenes y la negociación por lo general es directa.

Marina: La pintura marina es aquella dirigida a las empresas cuya actividad requiere uso de barcos, buques y demás medios de transporte marítimo; y pinturas y recubrimientos especiales para protegerlos. Dentro de esta gama por lo general se ofrecen pinturas con características de anti-incrustante, anticorrosivo, resistente a la abrasión, antioxidantes y de secado rápido.

La comercialización de este tipo de pinturas se realiza sin intermediarios, es decir que el fabricante lleva a cabo la negociación directamente con la empresa con actividad marítima.

Otras: Las demás pinturas industriales consisten en esmaltes y barnices sintéticos, estas son utilizadas en estructuras de hierro, tanques e instalaciones industriales, puentes metálicos, hierro forjado de cerramientos o bardas.

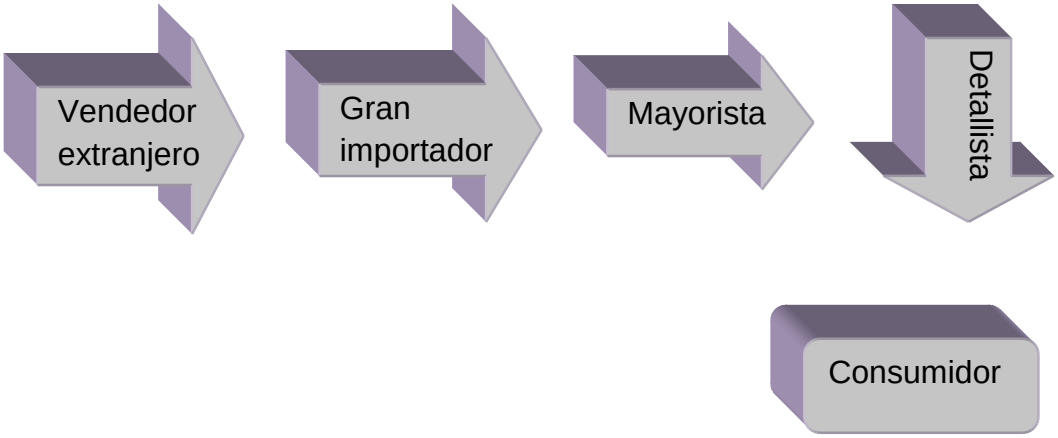
Sus propiedades deben permitir el uso en todo tipo de metales expuestos a la intemperie o de difícil mantenimiento, brindando protección contra la oxidación. Adicionalmente deben proporcionar alto grado de adherencia, dureza y secado relativamente rápido.

2.2.2.2 Canales de distribución

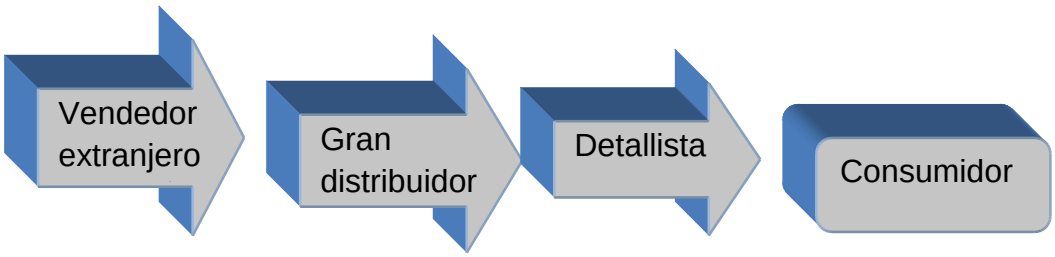
La comercialización de los productos del sector de la pintura en Ecuador se realiza por medio de diferentes canales, los más comunes son las ferreterías, los almacenes y depósitos de materiales de construcción y los distribuidores; a nivel industrial encontramos algunos productores nacionales que importan pinturas para ser expuestas a procesos productivos y finalmente están las empresas que compran el producto para complementar su línea de producción y venderlos en el mercado local, las cuales serían ventas institucionales.

La distribución de los productos estudiados en el sector se hace de cuatro formas:

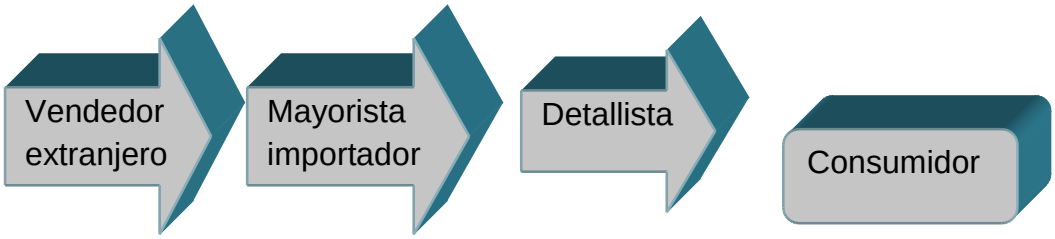
Forma 1



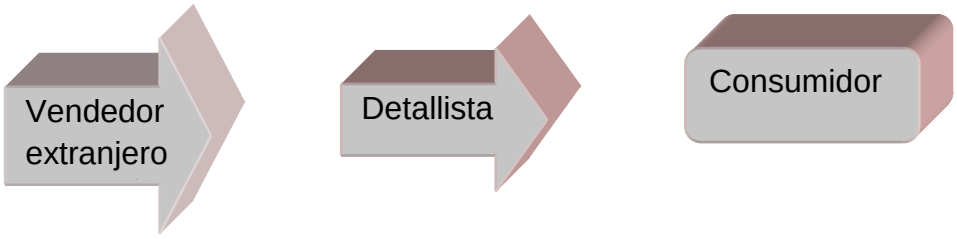
Forma 2



Forma 3



Forma 4



2.2.2.3 Industrial

Este canal está compuesto por las empresas importadoras del producto, las cuales pueden ser de origen nacional o pertenecer a multinacionales que han entrado en el mercado ecuatoriano por medio de la incursión de marcas de reconocimiento mundial y utilizan las pinturas para consumo propio y que estas sean utilizadas en el proceso productivo o como insumo secundario de los productos que elaboran. Este canal se caracteriza por ser un importador directo y no utiliza intermediarios en la importación.

2.2.2.4 Institucional

Este canal está encaminado principalmente a satisfacer los requerimientos para completar la cadena productiva de empresas o grandes multinacionales que se caracterizan por tener una estructura sólida a nivel financiero.

En términos generales, las empresas que utilizan este canal se encargan de comercializar directamente los productos importados a través de los

representantes de fábrica y de ventas, ya que éstos conocen y manejan el mercado, términos de negociación y compra, de los diferentes demandantes de estos productos.

Como se mencionó anteriormente, estas empresas se caracterizan por la fabricación de pinturas, especialmente.
En el proceso de producción de estos artículos se exigen estándares de calidad muy altos y requisitos técnicos que deben cumplir las materias primas utilizadas en dicho procedimiento, por lo cual en el mercado existen representantes especializados, que se encargan de hacer el contacto entre las compañías demandantes y las compañías oferentes en el exterior, de los diversos insumos.

Estos representantes están ligados a varias multinacionales y empresas extranjeras con el fin de poder ofrecer un portafolio variado de opciones para las empresas de la industria ecuatoriana.
El uso de este canal implica niveles más altos de rentabilidad para las empresas productoras ecuatorianas al reducir intermediarios y obtener, además del contacto con los proveedores, una asistencia técnica en caso de requerirla. Sin embargo, este canal sólo es conveniente para las empresas grandes, que hacen pedidos de volúmenes significativos y que por esta razón pueden obtener descuentos especiales.

2.2.2.5 Ferreterías

Las ferreterías son establecimientos especializados y destinados a la comercialización de materiales menores para la construcción como pinturas, barnices, lacas, eléctricos, herramientas menores, plomería, entre otros.
En Ecuador se encuentran varios tipos de negocios asociados con las ferreterías dentro de los cuales se destacan:

- Los distribuidores ferreteros: Tienen capacidad de importar pero al comparar los montos con los manejados por los grandes se puede afirmar que su capacidad es mínima, cuentan con su bodega y vendedores. Importan montos de 10 hasta 50 mil dólares.

- Las grandes ferreterías: Estas sólo cuentan con 2 o 3 puntos de venta y con un número determinado de vendedores externos.

- Pequeñas ferreterías: Por lo general sólo cuentan con un almacén, sus proveedores son por lo general distribuidores ferreteros.

En la actualidad los pequeños ferreteros se unen para realizar sus compras a un mismo proveedor con el fin de obtener precios más bajos gracias al volumen que manejan, para tal efecto las ferreterías de este tipo identifican con el nombre de Ferretería del Barrio.

2.2.2.6Tiendas Especializadas

Para el sector de pinturas, como tiendas especializadas se manejaran los conceptos de almacenes de pinturas, y comercializadores de materiales de construcción al ser grandes comercializadores de pinturas y barnices.
Los almacenes de pinturas son establecimientos comerciales dedicados exclusivamente a la venta de pinturas y barnices con mezclas específicas. Usualmente son propiedad de las grandes empresas fabricantes de pinturas, quienes los utilizan como un canal de comercialización directo mediante el cual presta un servicio de alto valor agregado para el cliente, además de disminuir los agentes que intervienen en la cadena de comercialización de los productos.

Los establecimientos de venta de materiales para la construcción, por su parte, se identifican como distribuidores de productos similares a los que

se comercializan en las ferreterías pero en volúmenes mayores, además de ladrillos, cemento y mayólicas, entre otros.

2.2.2.7 Mercado de venta especializada

A través de este canal se suplen los requerimientos de pequeñas y medianas empresas de pinturas, cuya principal fuente de ingresos es el mercado local; sin embargo, este tipo de almacenes también atiende empresas medianas interesadas en adquirir insumos en pequeñas cantidades, como pinturas, solventes, ciertos pigmentos o aquellos que se necesitan para la elaboración de productos especiales y esporádicos y que no ameritan una importación directa, tanto por volumen como por frecuencia de compra.

En este mercado, cabe destacar que las empresas o los distribuidores que se encargan de abastecer a las tiendas de pinturas, manejan un sistema de financiación a los minoristas que se ha flexibilizado como consecuencia de la crisis económica ecuatoriana en el año 2000, para permitir la recuperación en la industria nacional. Sin embargo, las comercializadoras también han fortalecido sus departamentos de crédito para seleccionar mejor a sus clientes y asumir riesgos medios.

Este es un canal utilizado por las comercializadoras y representantes de fábrica para mercadear la amplia gama de productos en pinturas y barnices que ofrece el mercado, ya que allí no sólo se realizan ventas al menudeo sino que también se realizan ventas importantes a empresas medianas y pequeñas que compran este tipo de productos a medida que éstos se necesitan en su sistema productivo.

2.2.2.8 Márgen de comercialización

En la cadena producción – comercialización, los comercializadores sean distribuidores mayoristas o minoristas asumen el menor riesgo posible y obtienen importantes márgenes de ganancia. Es común que el márgen

esté directamente relacionado con el poder de negociación de las partes, si existen muchos productores y pocos comercializadores o bien posicionados en el mercado estos imponen sus condiciones generando mayor precio para el consumidor final y menor valor agregado para los productores, los que en muchas ocasiones apenas cubren sus costos de producción.

Esta es una de las razones que ha llevado a los productores de pinturas en Ecuador a crear sus propios centros de distribución a nivel nacional en las principales ciudades y cubrir con estos las zonas geográficamente cercanas o a realizar alianzas de tipo comercial y tecnológicas con empresas extranjeras y de alguna manera diversificar su riesgo e incrementar sus utilidades.

2.2.2.9 Condiciones comerciales con los distribuidores y comercializadores

Por lo general los importadores exigen exclusividad. La manera de negociar es llegar a un volúmen o monto en dólares por lo que es posible acordar que se tengan unos pocos distribuidores más, es decir que en este sector se puede negociar el número de distribuidores más no la exclusividad.

Las condiciones comerciales con los canales de distribución dependen del tipo del canal, en el caso de los representantes de empresas, exigen que se les dé exclusividad en la comercialización aunque ésta tendencia se está reduciendo al visualizar la expansión del mercado que fomenta la oferta de un portafolio completo de insumos, que se caracterizan por ser complementarios entre sí y que frecuentemente no se adquieren con el mismo productor.

Cuando se realiza la negociación los distribuidores solicitan plazo para el pago por lo general 90 días, ya sea con carta de crédito o con pagarés

firmados y en algunos casos se asegura la cartera con un seguro al crédito, solicitan muestras del producto, hacen pruebas de calidad, etc.

La relación de las empresas del sector y los distribuidores autorizados con las ferreterías y almacenes de pinturas, depende del tiempo que lleven trabajando juntos, con créditos que se otorgan con plazos de pago entre 7, 30, 60 y 90 días, después de haber generado una relación de conocimiento del cliente y someterlo a un estudio de crédito.

2.2.3 Pintura en aerosol

2.2.3.1Historia del aerosol

En 1825, Charlie Plinth inventó su surtidor portátil estilo Regencia, que utilizaba la presión para servir agua con soda y estaba controlado con una llave de cierre. Ésta fue sustituida por otro mecanismo denominado sifón champenois que era, en realidad, un sacacorchos hueco que permitía servir bebidas gaseosas y otras bebidas a presión sin quitar el corcho.

Charlie Plinth, 1825, http://www.aeda.org/aerosol.php

En 1837, Perpigna inventó el jarro con sifón que consistía en una válvula en la parte superior activada por un muelle. Ese mismo año Savaresse introdujo el sifón de agua gaseosa, basado en un principio similar. El moderno sifón de agua de soda es el descendiente directo de estos inventos.

2.2.3.2Durante el siglo XIX

Durante el siglo XIX y principios del XX, los médicos y boticarios utilizaban ampollas de metal o vidrio que contenían cloruro de etilo, para producir un spray que empleaban como anestésico local. Las ampollas se calentaban en la mano para incrementar la presión. Luego se les daba la vuelta y se rompía el extremo para dejar salir un chorro de líquido, que se evaporaba rápidamente en la piel, produciendo una sensación de frío intenso. En

Perú, en la época del carnaval de primavera, se utilizaba un mecanismo de spray perfumado conocido como "chisquete". Consistía en un tubo de vidrio sellado con un tapón de goma que se mantenía en su sitio mediante un muelle. Contenía cloruro de etilo y perfume.

2.2.3.3El despegue de los aerosoles

Hasta la Segunda Guerra Mundial los aerosoles no vivieron con éxito la producción en masa. En 1942, en el área del Pacífico, murieron más hombres por enfermedades causadas por insectos, que por la propia guerra. Este hecho inspiró a L.D. Goodhue y W.N. Sullivan, que trabajaban para el departamento de Agricultura de los Estados Unidos.
Goodhue era un investigador químico que en 1935 tuvo la idea de pulverizar insecticidas utilizando hidrocarburos halógenos líquidos, aunque esto no se había ensayado nunca antes. En la semana santa de 1941, Goodhue y Sullivan fueron impulsados a encontrar una solución para el problema del área del Pacífico, de manera que decidieron probar la idea de Goodhue. El test fue un éxito y en 1942 se desarrollaron cilindros portátiles, que se conocieron como "bomba insecto", para ser utilizadas por los soldados.

Después de la guerra, estos insecticidas se hicieron populares entre el público, al venderse en tiendas de excedentes del ejército. Los fabricantes estadounidenses vieron el gran potencial que existía. Modificaron los envases de cerveza y sustituyeron la válvula de cobre de la bomba insecticida por una de plástico. En 1957 se inició la producción en España.

2.2.3.4¿Qué es el aerosol?

En las enciclopedias se nos define un aerosol como: "Una suspensión coloidal de partículas líquidas o sólidas en un gas". La niebla y las nubes

son ejemplos de aerosoles de partículas líquidas, mientras que el humo es un aerosol de partículas sólidas.

La definición en la normativa de la Comunidad Europea, y por tanto, española, dice: "El conjunto formado por un recipiente no reutilizable de metal, vidrio o plástico que contenga un gas comprimido, licuado o disuelto con o sin líquido, pasta o polvo y esté provisto de un dispositivo de descarga que permita la salida del contenido en forma de partículas sólidas o líquidas suspendidas en un gas en forma de espuma, pasta, polvo o estado líquido". (http://www.aeda.org/aerosol.php)

En el año 1999 un conocido periódico elaboró con la opinión de técnicos, comerciales y directivos un listado de los grandes inventos del siglo XX. El aerosol era uno de ellos.

El aerosol es un sistema de envasado, que puede contener y dispensar una gran diversidad de productos. El envase aerosol está constituido por:

- Un recipiente no reutilizable de hojalata, aluminio, vidrio o plástico.
- Que contiene una mezcla de producto y propelente.
- Con un dispositivo regulable de salida.
- La presión ejercida por el dedo del usuario sobre el dispositivo de salida permite la salida del contenido en forma de pulverización, espuma o gel.

2.2.3.5 ¿Cómo funciona?

Todos conocemos como hacer funcionar un aerosol. Es fácil, se aprieta el pulsador, y ya está, ya funciona.

Pero en el funcionamiento de un aerosol concurren una serie de dispositivos y materias que permiten que el producto diseñado para un fin determinado laca, desodorante, limpiador, espuma, etc., salga al exterior propulsado por el mismo según la voluntad del usuario.

El producto está disuelto o suspendido en un concentrado diluyente en estado líquido.

El propelente consiste generalmente en un gas licuado, que se introduce en el envase, que ya contiene el producto y que está cerrado, a través de la válvula. Normalmente, el gas licuado se mezcla con el producto.

En el caso de utilizar gas comprimido el gas no se mezcla con el producto.

Al accionar la válvula, a través del tubo de pesca sale el producto del envase, que al llegar al pulsador se pulveriza, y al evaporarse el gas licuado, el efecto de pulverización se acentúa.

A medida que se gasta la mezcla, el gas líquido que hay dentro del aerosol se va evaporando manteniendo constante la presión interior del aerosol, esté lleno o medio vacío.

En el caso que el producto sea una espuma el gas líquido forma pequeñas burbujas para hacer crecer el producto para que tenga textura de espuma.

En algunos casos especiales, por ejemplo en pinturas, el propelente se utiliza como un disolvente de secado rápido.

2.2.3.6 Ventajas

El aerosol se ha convertido en un elemento cotidiano debido a sus cualidades de:

- **Facilidad de uso:** aplicación inmediata, idoneidad en el tipo de pulverización, comodidad de uso y manejabilidad.
- **Eficacia:** óptima aplicación y rendimiento y máxima fiabilidad
- **Estanqueidad y conservación:** garantía de hermeticidad, total inviolabilidad, higiene del contenido, seguridad de uso y mantenimiento de sus propiedades originales.
- **Precisión de aplicación y economía de uso:** dosificación controlada en cuanto a tiempo de salida, área de aplicación y cantidad de producto, evitando el derroche por sobredosificación.

Una amplia variedad de productos se presentan en el mercado en forma de aerosol en sectores de hogar (ambientadores, limpieza, insecticidas), cuidado personal (desodorantes, lacas cabello, espumas afeitado), aplicaciones industriales (automoción, pinturas), alimentación y farmacia.

2.2.3.7 Medioambiente

¿Es reciclable?

A principios de los años 80 hubo una preocupación con la utilización de Clorofluorocarbonos (CFC´s) en varios productos de consumo, entre ellos los aerosoles, y su relación con la capa de ozono.
A partir de 1989 los fabricantes de aerosoles dejaron voluntariamente de utilizar estos propelentes y actualmente ningún producto de consumo en aerosol contiene CFC´s.

2.2.3.8 Los aerosoles son reciclables

Los envases aerosol son fabricados con materiales totalmente reciclables, y ya una parte importante del metal usado en su fabricación proviene de materiales reciclados.
Un 75% de envases utilizan hojalata, un 24% aluminio y menos del 1% son de vidrio o plástico.

Las experiencias en el reciclado de aerosoles muestran que es una práctica totalmente aceptada y compatible tanto con los esquemas establecidos de recogida normal de residuos domésticos como los de recogida selectiva, transporte y tratamiento.
En los sistemas de recogida selectiva, los aerosoles vacíos, después de su uso por el consumidor, están incluidos en los esquemas de reciclado formando parte de las fracciones correspondientes.
Nuestras actuales estimaciones indican que en los países europeos se reciclan, con distintas formas y métodos, unos 1000 millones de aerosoles.

2.2.3.9 Los aerosoles fuera de uso y la basura domestica

Los envases aerosol que el consumidor ha utilizado y están ya vacíos deben ser tratados como cualquier otro envase metálico de bebidas, alimentación, etc. y depositados en los puntos de recogida selectiva de residuos domésticos.

Los aerosoles llenos o no utilizados totalmente deben ser considerados según la clasificación de su contenido (en general clasificado extremamente inflamable) y por tanto, deben ser depositados en puntos "limpios", "verdes" o de recogida especial.

2.2.3.10 Envases

Capacidad nominal

Cantidad total de masa que puede contener el envase hasta a ras de la parte superior. Se especificará en ml.

Contenido

Cantidad útil de masa que contiene el envase, tanto de materias como de propelente. Se especifica en el exterior del envase en ml.

Deformación

Abombamiento o doblez que se produce en el envase como consecuencia de haber estado sometido a una presión o depresión superior a su resistencia sin que se produzca ninguna rotura.

Rotura

Apertura que se produce en el cuerpo del envase como consecuencia de haberse superado en el interior la presión de resistencia del envase. La apertura provoca la salida del producto y propelente al exterior.

Fugas o goteo

Emisión constante de pequeñas cantidades de propelente o producto, desde el interior hacia el exterior a través de pequeños defectos en la estructura del envase. Pueden haberse producido por defecto del proceso

de construcción del envase, del agrafado válvula /envase , por ataque químico a las paredes del envase o por alteración de las condiciones de temperatura en el estocaje del envase.

Barnizado interior

Barniz aplicado en el interior del envase en función del producto a contener y que sirve de protección de acciones mecánicas o químicas entre producto y material del envase.

Barnizado exterior

Barniz aplicado en el exterior del envase tras ser litografiado o decorado para protegerle de acciones mecánicas y químicas externas.

WACO

Equipo para realizar el ensayo de conductividad y poder determinar la porosidad e impermeabilidad de la capa de resina depositada en las paredes interiores del envase.

Envase hojalata

Los envases aerosol hojalata se fabrican a partir de hojalata de acero ligero en carbono, con una capa en ambas caras, de estaño que se aplica en una operación electrolítica continuada. Se fabrican usualmente en tres piezas, cuerpo, fondo y cono superior. Todos ellos acabados con igual consistencia y características metálicas.

Cuerpo envase hojalata

Es la pared cilíndrica del envase producida enrollando una plancha plana y aplicando una soldadura vertical para formar la costura lateral.

Fondo envase hojalata

Parte cóncava adherida al cuerpo del envase mediante un proceso de curvatura sellada a través de una junta elástica, que cierra ambas partes.

Cono o cúpula envase hojalata

Parte superior del envase con una abertura redondeada y reborneada donde se fija la válvula. El cono se adhiere al cuerpo mediante un proceso de curvatura sellada a través de una junta elástica, que cierra ambas partes.

Envase de hojalata recto

Se denomina al envase que las curvaturas tanto de fondo como del cono superior forman un anillo con ligero perfil añadido al diámetro del cuerpo.

Envase hojalata "necked in"

Se denomina al envase en que las curvaturas tanto fondo como del cono, han sido mecanizadas sin producir anillo exterior. Todo el envase tiene el mismo diámetro.

2.2.3.11 Válvulas

Agrafado

Es la operación que asegura el cierre estanco de a válvula con el envase.

Válvula dosificadora

Es una válvula con unas características en su construcción que le permite liberar cantidades predeterminadas de producto.

Válvula one-shot

Es una válvula con unas características en su construcción en que una vez accionada queda abierta hasta la total liberación del contenido del envase.

Toma de gas (VPT)

Es un orificio abierto en el cuerpo de la válvula, por donde en posición vertical, solo fluye propelente en fase vapor. Sirve para determinar la

acción de la liberación de producto con un alto contenido de vapor del propelente.

Restricción interna (RTP)

Es el orificio que regula el paso de producto y conecta con el tubo de pesca con el fondo del envase. Acostumbra a usarse en combinación con la VPT.

2.2.3.12 Propelentes

Clasificación de propelentes

Se clasifican en licuados, disueltos y comprimidos.

Entre ellos se distinguen si son o no inflamables. Los más usados tienen escasa toxicidad. Actualmente los más usados son las mezclas de hidrocarburos de iso-butano, n-butano y propano (GLP), dimetiléter (DME) y 1,1- difluoretano (HFC-152 a).

La característica común es su inflamabilidad siendo sus vapores a baja concentración altamente inflamables. Otro propelente utilizado en productos de usos restringidos es el HFC-134ª que no es inflamable. Su uso está regulado por Directivas Europeas.

2.2.3.13 Fabricación

Área primaria de ventilación

Es el área interior de la cabina donde se alojan las máquinas de llenado de propelentes y donde las fugas de vapores inflamables se recogen en origen.

Área secundaria de ventilación

El resto de las áreas de la estructura productiva de llenado de aerosoles, donde el ritmo de extracción es suficiente para diluir a niveles de seguridad cualquier escape o fuga de gas que se produzca en los envases con fugas o en las instalaciones complementarias.

Cabina de llenado de gas

El recinto cerrado, en el interior y el exterior, donde el propelente se incorpora al envase aerosol.

Línea de envasado

Término general utilizado para describir el conjunto de maquinaria y operaciones en la manufactura de aerosoles. Incluye desde la operación de llenado de producto, de gas, comprobación de peso, baño de agua, colocación de pulsadores y tapas y embalaje del aerosol.

Envasado de producto

Parte del proceso de fabricación de aerosoles en que el concentrado de producto, el formulado, se incorpora al envase aerosol.

Desvío blando

Retirada de envases de aerosol rechazados por varios defectos de la línea de producción. La operación se efectuará suavemente y no se producen impactos o caídas que puedan dar lugar a daños en los aerosoles.

Unidad de transporte

Usualmente se trata de una paleta que contiene muchos envases aerosol retractilados. También se pueden cualificar las unidades de venta en cajas de cartón grandes, que contienen docenas de envases.

Caja de embalaje

Caja de cartón o pack retractilado que contiene una docena o cantidad similar de aerosoles.

Agrupación

Cualquier número de aerosoles agrupados juntos con o sin bandeja y retractilados.

Controles redundantes

Conjunto de equipos que proporcionan una mayor seguridad en la eficacia de medición. Generalmente son dos controles que verifican los mismos parámetros y otros parámetros inmediatamente cercanos dentro del límite de seguridad.

2.2.4 Procesos de importación

2.2.4.1 Nota de Pedido (obligatorio)

Este documento debe ser entregado a la Aduana, a la Verificadora y al Banco y debe contener lo siguiente:

Fecha

Número pre impreso

Nombre y dirección del importador

Nombre y dirección del exportador

País de origen

Lugar de embarque

Lugar de destino

Vía (aérea, marítima o terrestre)

Término de la mercadería (FOB, CyF, CIF)

Moneda (en letras)

Forma de pago (giro directo, etc.)

Fecha de inicio de la negociación

2.2.4.2 Autorizaciones (cuando proceda)

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

2.2.4.3Póliza de seguro (cuando proceda)

Entregarle a la Aduana, Si hemos obtenido un seguro, hay que incluir la póliza siempre en nuestra documentación a entregar. De acuerdo a la ley ecuatoriana, debemos adquirir el seguro de una aseguradora radicada en el país. Existen tres tipos de seguro:

1.- Libre de avería

2.- Libre de avería particular

3.- Contra todo riesgo.

- Fenómenos naturales
- Choques
- Oxidación, humedad, exudación del barco, contaminación con olores extraños, contaminación con bichos del exterior, contaminación por ratas.

Generalmente el seguro cubre de bodega a bodega, y los valores asegurados pueden ser: FOB, CyF, CyF+U (utilidades, que es el 10% del CyF). La suma asegurada es la máxima que nos reconoce la aseguradora.

Para utilizar los servicios de la aseguradora se debe pagar primero, la prima, es decir, el porcentaje sobre la suma asegurada que vamos a pagar; además, existe la Contribución a la Superintendencia de Bancos (CSB) que constituye el 3.5% de la prima; y si cree que eso es poco, también hay que pagar el Derecho de Emisión (DE) que constituye los valores que establece cada aseguradora por los papeles que nos llena y nos entrega.

¿Qué pasa si la mercadería no viene con póliza de seguro?

Como importadores debemos declarar el CyF, y el fisco puede con plena razón hacernos el reajuste efectivo.

Hay dos tipos de seguro de transporte:

a) Una póliza que se tramita para cada importación; o,

b) una póliza "madre", con un monto grande y preestablecido como suma asegurada, de la cual se desprenden las "hijas" o aplicaciones para cada importación, ésta póliza se llama Seguro Flotante.

Una póliza de transporte debe contener la siguiente información:

- Número de la Póliza
- Número de la Aplicación (si es del caso)
- Nombre del Asegurado
- Ruta del viaje (desde origen hasta destino)
- Tipo de Transporte
- Nombre de la compañía transportadora
- Fecha de arribo (se puede señalar que una "Fecha por Confirmar").
- En algunos casos se señala Consignatario, quien es el beneficiario de la póliza.
- Marcas y números (que indican la cantidad de paquetes que se transportan).
- Embalaje
- Peso kilos neto
- Peso kilos bruto
- Sub-partida arancelaria
- Descripción
- Cantidad de Bultos y Contenidos
- Valor unitario
- Valor FOB
- Valor TOTAL
- Lugar y fecha
- Firma del importador

2.2.4.4 Solicitud de Verificación de Importación (SVI)

Entregarla a la Verificadora. Sólo para mercadería cuyo valor FOB es mayor a $4,000. Se llena esta solicitud y se la entrega a la Verificadora (SGS, Bureau Veritas, Cotecna o ITS) junto con la Nota de Pedido.

Recordemos que se debe pagar hasta el 1% del valor FOB, con un mínimo de $180, valor que suele pagarse 50% al presentar la solicitud y el 50% restante cuando la Verificadora entrega el Certificado de Inspección (CI).

2.2.4.5 Certificado de Inspección (CI)

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

2.2.4.6 Manifiesto de Carga

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

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

Si llega menor cantidad de la mercadería manifestada, el importador tributará sólo por la mercadería que ha llegado, y él se las arreglará con el exportador. Pero si llega mayor cantidad, existen dos situaciones:

a) Si el margen excedente es menor del 10% de lo que dice el manifiesto, es una falta, no un delito, y se puede aceptar (errar es humano).
b) Si el margen excedente es superior al 10% se considera un delito o ilícito aduanero.

2.2.4.7Conocimiento de embarque

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

2.2.4.8Factura comercial (FC)

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

2.2.4.9 Documento Único de Importación (DUI)

Éste consta de tres formularios:

DUI-A
Si el valor FOB de la mercadería es mayor a $4,000, debe presentarse el DUI a un Banco corresponsal en Ecuador, autorizado por la Aduana, para que éste dé su visto bueno, previo al embarque de la mercadería. Si la mercadería llega al país sin tener el visto bueno del Banco, la mercadería debe ser reembarcada, desafortunadamente puede presentarse el caso en que se obvie la ley y más bien se aplique una multa del 10% del valor CIF.

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

DUI-B

Debe ser entregarlo a la Aduana y al Banco.

Se utiliza para cuando se quiere importar dos o más subpartidas arancelarias.

DUI-C

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

Se debe llenar la siguiente información:

No. Orden

Aduana y su código

No. Formulario A (el número de nuestro DUI-A)

Régimen

Importador o consignatario

RUC /CI /o pasaporte

Almacén /Depósito

Declarante /Agente y su código

Ad Valorem (tasa arancelaria)

Derecho específico (cláusula de salvaguardia)

ICE

IVA

Tasa de Modernización

Tasa de control (Tasa Fodinfa)

Tasa de Almacenaje. Se entrega únicamente a la Aduana. Hay que colocar el número de orden correspondiente a la importación realizada por

el Agente de Aduana.

Si el producto tiene preferencia arancelaria, hay que señalar el valor correspondiente a dicha preferencia en la columna "Liberación".

2.2.4.10 Declaración Aduanera del Valor (DAV)

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

Según la Ley, el DAV no es otra cosa que un juramento de que el valor consignado es el verdadero, juramento que hacemos como importadores, y sólo nosotros podemos firmarlo. Y esto es muy importante, pues toda declaración juramentada tiene implicaciones legales. Si no es usted, sino el Agente de Aduana quien lo llena, verifique que está correctamente la información antes de firmarlo. Por ejemplo, es en este documento donde debemos declarar si somos representantes, si cobramos comisión, si existe vinculación comercial (entre fabricante e importador).

Por cada factura comercial debemos hacer un DAV.

2.2.4.11 Aranceles

Los derechos arancelarios vigentes para la importación productos clasificados como pinturas y barnices a base de polímeros, a base de polímeros acrílicos o vinílicas, a base de poliésteres y tintas de imprimir con es de 30% sobre el valor, sin embargo los productos de estas subpartidas tienen un arancel efectivo de 0% gracias al Acuerdo de la Comunidad Andina de Naciones CAN.

Aranceles de importaciones para pinturas en Ecuador
Cuadro N° 1

Partida	Descripción	D. Arance/ Ad Valorem	Tasas Fodinfa	Impus/ IVA	Cuotas Corpei	Autoriz. y Restricc	Requi-sitos y Condi-ciones	Norma INEN
32089000	Demás pinturas y barnices y disoluciones definidas en la nota 4 del capítulo 32	0.00%	0.50%	12.00%	0.00%	NO	NO	NO
32151900	Las demás tintas de imprenta	0.00%	0.50%	12.00%	0.00%	NO	NO	NO
32064910	Las demás Dispersiones concentradas de los demás pigmentos	0.00%	0.50%	12.00%	0.00%	NO	NO	NO
32041700	Colorantes pigmentarios y preparaciones a base de estos colorantes	0.00%	0.50%	12.00%	0.00%	SI	NO	NO
32091000	Pinturas barnices a base de polímeros acrílicos o vinílicos dispersos en medio acuoso	0.00%	0.50%	12.00%	0.00%	NO	NO	NO
32081000	Pinturas y barnices a base de poliesteres disueltos en medio no acuoso	0.00%	0.50%	12.00%	0.00%	NO	NO	NO
32110000	Secativos preparados	0.00%	0.50%	12.00%	0.00%	NO	NO	NO

Fuente: Arancel de Importaciones del Ecuador.

Elaborado por: Diana Jiménez

Fórmula para calcular el valor de importación
Cuadro N° 2

NOMBRE	VALOR (USD)	FORMULA
FOB	2880,00	
FLETE	150,00	
SEGURO	20,07	
TOTAL VALOR EN ADUANA	3050,07	**= FOB + FLETE + SEGURO**
AD VALOREM 30%	915,02	= VALOR EN ADUANA x 30%
FODINFA 0.5%	15,25	= VALOR EN ADUANA x 0.5%
IVA 12%	477,64	= (CIF + AD VALOREM + FODINFA) x 12% de IVA
TOTAL LIQUIDACION	4457,98	**= AD VALOREM + FODINFA + IVA**
AGENTE ADUANERO	150,00	
BODEGAJE	15,00	
TRANSPORTE INTERNO	8,00	
TOTAL COSTOS	4630,98	**= VALOR EN ADUANA + TOTAL LIQUIDACION + AGENTE ADUANERO + BODEGAJE + TRANSPORTE INTERNO**

Fuente: Siati Logistics

Elaborado por: Diana Jiménez

2.2.4.12 Proceso en Aduana

Una vez realizado todos los trámites anteriores la mercancía arriba a la zona primaria en donde la almacenan dicha mercancía y envía a la bodega en donde ingresan el peso recibido de la mercancía por la almacenera, a continuación se presentan los costos según el peso a cobrar por el almacenaje, pero se debe tomar en cuenta que estos valores son por 7 días calendario, a partir del octavo día se cobrara la tarifa básica mas 0,05 por día calendario y por cada kilo de carga o fracción.

Cuadro N° 3

PESO EN KILOS		TARIFA
DESDE	HASTA	US $ DOLARES
0	50	7.00
51	100	12.00
101	300	18.00
301	500	25.00
501	750	40.00
751	1000	70.00
1001	2000	90.00
2001	3000	120.00
3001	5000	180.00
5001	10000	240.00
10001	20000	350.00
20001	30000	450.00
30001	40000	600.00
40001	EN ADELANTE	750.00

Fuente: Arancel de Importaciones del Ecuador.

Elaborado por: Diana Jiménez

Después se retira la guía aérea en la agencia de transporte una vez este correcto el manifiesto y se haya presentado la declaración el el departamento de nacionalización, continuamos con el aforo.

Sorteo de Aforo lo cual lo realiza la Aduana, en donde el aforo es aquella operación en la que se reconocen las mercancías, para verificar su naturaleza, valor, peso, cuenta o medida y de esta forma clasificarlas en

la nomenclatura arancelaria determinando los aranceles e impuestos que le son aplicables.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

2.3.1 Constitución de la República del Ecuador

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador para crear una microempresa se tiene que regir a los siguientes artículos:

Artículo 275 de la Constitución de la República establece que todos los sistemas que conforman el régimen de desarrollo (económicos, políticos, socioculturales y ambientales) garantizan el desarrollo del buen vivir, y que toda organización del Estado y la actuación de los poderes públicos están al servicio de los ciudadanos y ciudadanas que habitan el Ecuador.

Artículo 276 numeral 2 de la Constitución de la República establece que el régimen de desarrollo, tiene entre sus objetivos el de construir un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Artículo 281 numeral 5 de la Constitución de la República establece las responsabilidades del Estado para alcanzar la soberanía alimentaria, entre las que se incluye el establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción".

De acuerdo a los artículos establecidos en la Constitución Política del Ecuador, todas las personas que estén en capacidad de generar una inversión y a la creación de la microempresa "STAR SPRAY" con el pleno apoyo y financiamiento del estado, si esto fuese necesario.

2.3.2 Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

Según el Artículo 108 los tributos al comercio exterior son:

a. Los derechos arancelarios;

b. Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de Mercancías; y,

c. Las tasas por servicios aduaneros.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador mediante resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, fijará sus tarifas y regulará su cobro.

Los recargos arancelarios y demás gravámenes económicos que se apliquen por concepto de medidas de defensa comercial o de similar naturaleza, no podrán ser considerados como tributos en los términos que establece el presente código, y por lo tanto no se regirán por los principios del Derecho Tributario.

De acuerdo al Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones existen diferentes artículos a los cuales tenemos que regirnos para la importación de pintura de esmalte en aerosol para mejor conocimiento ver los anexos adjuntos.

2.3.3 Superintendencia de Compañías

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa y micro empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil.

La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

2.3.4 Registro Único de Contribuyentes

Para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).

- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.

- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).

- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.

- Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente.

- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes: Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la

última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.

- Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador.

  El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción.

  El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

  El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.

- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.

- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá

encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.

- Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

2.3.5 IESS

Para la emisión del un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- Actualización de Datos del Registro Patronal,
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- Digitar el número del RUC y
- Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz
- Calificación artesanal si es artesano calificado.

2.3.6 PERMISO MUNICIPAL

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES USO DE SUELO

1. Pago de tasa de trámite.
2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

PATENTES MUNICIPALES

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

1 Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2 RUC actualizado.
3 Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
4 Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
5 Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

2.3.7 PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado.

Para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual.

El tamaño y número de extintores dependerá de las dimensiones del local.

Requisitos:

1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
2. Fotocopia nítida del RUC actualizado.

3. Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
4. Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
5. Nombramiento del representante legal si es compañía.
6. Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
7. Señalar dimensiones del local.

2.4 CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.4.1 Mercado

Mercado proviene del vocablo ingles market (mercado) que representa un grupo de vendedores y compradores deseosos de intercambiar bienes y/o servicios por algo de valor.

2.4.2 Pintura en aerosol

Es la pintura en esmalte de cualquier color que se encuentra introducido en un pequeño recipiente de lata a presión.

2.4.3 Características

Pintar con aerosol es fácil simplemente porque no salpicaremos, no tendremos que lavar pinceles, podremos hacerlo sobre casi cualquier superficie, y además nos permitirá lograr muchos efectos decorativos.

Además, uno de los aspectos más importantes es que día tras día aparecen dentro del mercado más opciones de aerosoles, cada una de ellos con nuevas y mejores características, permitiéndonos pintar con

aerosol cualquier superficie, sea cual fueran las condiciones climáticas a las que se enfrentan.

2.4.4 Procesos de importación

Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del régimen de importación al que haya sido declarado.

2.4.4.1 Características

Las importaciones pueden ser de cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales. Las importaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas.

Las importaciones permiten a los ciudadanos adquirir productos que en su país no se producen, o más baratos o de mayor calidad, beneficiándolos como consumidores. Al realizarse importaciones de productos más económicos, automáticamente se está librando dinero para que los ciudadanos ahorren, inviertan o gasten en nuevos productos, aumentando las herramientas para la producción y la riqueza de la población. Pero por otro lado, también esto pone en competencia a la industria local, con industrias extranjeras que podrían tener mejores condiciones de producción (Como una población laboral altamente calificada, mayor desarrollo tecnológico y mejor infraestructura).

2.5 PREGUNTAS DIRECTRICES DE LA INVESTIGACIÓN

1.- ¿Cuáles serán los beneficios que brinda la pintura en aerosol?

2.- ¿La pintura de esmalte en aerosol puede ser utilizado en la belleza femenina?

3.- ¿El mercado de la pintura de esmalte en aerosol es explotada debidamente en el Ecuador?

4.- ¿Cuál son los procedimientos para importar bienes, como pintura en aerosol?

5.- ¿Qué tan difícil resulta realizar los procesos de importación en el Ecuador?

6.- ¿Cómo influirá en la economía del país la importación la pintura de esmalte en aerosol?

7.- ¿Con el estudio de factibilidad para la importación de pintura de esmalte en aerosol qué se quiere demostrar?

8.- ¿Cómo se va a realizar la comercialización en la ciudad de Quito?

2.6 GLOSARIO DE TÉRMINOS

A

Abrasión: Se denomina abrasión a la acción mecánica de rozamiento y desgaste que provoca la erosión de un material o tejido.

Adherencia: Es la propiedad de la materia por la cual se unen y plasman dos superficies de sustancias iguales o diferentes cuando entran en contacto, y se mantienen juntas por fuerzas intermoleculares.

Aerosol: Una suspensión coloidal de partículas líquidas o sólidas en un gas.

Alquídicas: Fabricadas a base de aceite que se pueden diluir en solventes.

Anticorrosivo: Un material anticorrosivo es un material que sirve para proteger una superficie de un proceso de degradación llamado corrosión.

Anti-incrustante: es un compuesto químico que tiene la propiedad de evitar que las sales del agua se depositen en conducciones, depósitos, o cualquier superficie.

Antioxidantes: Un antioxidante es una molécula capaz de retardar o prevenir la oxidación de otras moléculas.

B

Barniz: El barniz es una disolución de aceites y sustancias resinosas en un disolvente, que se volatiliza o se deseca al aire con facilidad, dejando una capa o película sobre la superficie a la que se ha aplicado.

C

Compatibilidad: Características de afinidad que tienen materias y componentes de los aerosoles que facilitan la normal vida del aerosol en más de tres años.

Corrosión: Proceso físico-químico producido por una reacción química de sus componentes, atacando la pared del envase y /o la válvula y produciendo o pudiendo producir la perforación de ambos.

D

Distribuidor: Empresa que almacena y distribuye los productos aerosol al minorista para su venta al detalle. Es responsable de un adecuado almacenaje y transporte.

E

Emisión: Salida del producto al exterior. Se denomina pulverización cuando las partículas son muy finas. Espuma cuando las partículas forman un cuerpo consistente y espumoso.

Envasado a presión: Introducción del propelente a través de la válvula ya cerrada, en el aerosol. Usualmente son propelentes licuados.

Envasado impact filling: Introducción de propelentes comprimidos a través de la válvula. Su tecnología es compleja y requiere estudios sobre la aceptación y dilución del propelente en el producto.

Envasador: Empresa equipada con maquinaria para envasar productos en aerosol. Puede ser el fabricante, cuando no lo es se denomina envasador a terceros.

Envase Aerosol: Conjunto formado por un recipiente no reutilizable de metal, vidrio o plástico que contenga un gas comprimido, licuado o disuelto a presión con o sin líquido, pasta o polvo, y esté provisto de un dispositivo de descarga que permita la salida del contenido, en forma de partículas sólidas o líquidas suspendidas en un gas en forma de espuma, pasta o polvo, o en estado líquido.

Estacionalidad: La estacionalidad o variación estacional de una serie temporal es la variación periódica y predecible de la misma con un periodo inferior o igual a un año.

Etilo: La etilación es la introducción en un compuesto de un grupo funcional etilo, lo que origina un nuevo compuesto.

F

Fabricante: Empresa que posee los derechos de marca del producto y que tiene el control de su fabricación. Es responsable ante las administraciones de la puesta en el mercado del producto, así como de la calidad y de las consecuencias de las anomalías que se puedan producir en la vida normal y útil del producto.

Flexibilidad: se refiere a la capacidad de algunos materiales para deformarse y retomar su forma original.

I

Incursión: Una incursión consiste en un ataque en territorio enemigo con un fin específico, sin pretender ganar o mantener un territorio y tras el cual, la fuerza atacante vuelve inmediatamente a territorio amigo.

Inflamabilidad: Capacidad de inflamarse la emisión de producto y propelente .Su graduación y características de medición viene determinado por las normas FEA 608, 609 y 610.

Intermediario: Se aplica a la persona que media entre dos o más partes para comerciar con unas mercancías que no ha producido.

L

Laca: Sustancia resinosa que se forma en ciertos vegetales asiáticos por la intervención de ciertos insectos, que se utiliza en la fabricación de barnices, colorantes y en la decoración de objetos de arte.

Ladrillo: Pieza de arcilla cocida, generalmente en forma de prisma rectangular, que se usa en la construcción.

Látex: Jugo vegetal de aspecto similar a la leche, que se obtiene de los cortes hechos en el tronco de algunos árboles y que se emplea en la fabricación de gomas y resinas.

M

Materiales de los envases: Pueden ser de aluminio, hojalata, vidrio y plástico.

Materia Prima: Se conocen como materias primas a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo.

Mayólica: Es el nombre que se da desde el renacimiento a un tipo de decoración cerámica sobre loza, con un esmalte de plomo opacificado con estaño, posteriormente se decora los diversos motivos con óxidos sobre la anterior base.

Menudeo: Venta de productos en pequeñas cantidades.

Mercadeo: Conjunto de operaciones por las que ha de pasar una mercancía desde el productor al consumidor.

Multinacional: Se aplica a la empresa o sociedad mercantil que tiene negocios y actividades en varios países.

O

Oxidación: Proceso de pérdida de electrones experimentada por un elemento o un ion en beneficio de otro (oxidante). En los compuestos esta acción también se manifiesta por la ganancia de oxígeno u otro elemento electronegativo, o por la pérdida de hidrógeno u otro elemento electropositivo.

P

Pigmento: Es un material que cambia el color de la luz que refleja como resultado de la absorción selectiva del color.

Portátil: Se aplica al objeto que es fácil de transportar de un lugar a otro por ser manejable y de pequeño tamaño.

Presión de prueba: La presión a la que podrá someterse el recipiente vacío del generador de aerosol durante 25 segundos sin que se produzcan escapes y sin que los recipientes de metal o plástico presenten deformaciones visibles y permanentes.

Presión de rotura: La presión mínima que produce una abertura o una rotura del recipiente del generador de aerosol.

Propelente: Los propelentes son los agentes químicos que proporcionan la presión que permite la emisión del contenido del envase.

S

Sintéticos: Material que se obtiene mediante procedimientos industriales o químicos y que imita una materia natural.

Solubilidad: Características de afinidad que tienen las materias y que facilitan una mezcla homogénea entre sí.

Solvente: es aquella que se puede disolver**.** La mezcla homogénea entre un solvente y un soluto se conoce como solución.

Spray pattern: Forma que toma la huella del producto al ser proyectado contra una superficie plana, usualmente porosa. Sirve como identificativo de la eficacia en ciertas determinaciones en la calidad del producto.

Spray rate: Cantidad de producto emitida durante un cierto tiempo. Sirve como identificativo de las prestaciones y duración del aerosol. Presión a que está sometido el interior del envase, cuando está cerrado y conteniendo un propelente licuado disuelto o comprimido.

Surtidor: Aparato que sirve para extraer combustible de un depósito y suministrarlo a algún sitio, especialmente el que suministra carburante a los vehículos en las gasolineras.

Subjetividad: Es la propiedad de las percepciones, argumentos y lenguaje basados en el punto de vista del sujeto, y por tanto influidos por los intereses y deseos particulares del mismo. Su contrapunto es la objetividad, que los basa en un punto de vista intersubjetivo, no prejuiciado, verificable por diferentes sujetos.

T

Trazabilidad: Capacidad de disponer de información registrada, relativa a los distintos procesos en la fabricación de componentes, envasado, almacenaje, transporte y cualquier otro aspecto relativo a la creación, controles y circulación del producto aerosol.

V

Valor CIF: Valor de Mercado en las fronteras aduaneras de un país, de las Importaciones de mercancías, otros Bienes, etc., incluidos todos los

Costos de transporte y seguros de los Bienes desde el país exportador al país de que se trata, pero excluido el Costo de descarga del barco, aeronave, etc., a menos que sea a cargo del transportista.

Valor FOB: Valor de Mercado de las exportaciones de mercancías y otros Bienes, en las aduanas fronterizas de un país incluidos todos los Costos de transporte de los Bienes, los derechos de exportación y el Costo de colocar los Bienes en el medio de transporte utilizado, a menos que este último costo corra a cargo del transportista.

CAPITULO III

3 METODOLOGÍA

3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Diseños de investigación.-

Tenemos básicamente tres diseños de investigación que son:

- Básico.- es aquel que genera nuevos conocimientos.
- Aplicado.- permite desarrollar un proyecto de investigación, factibilidad.
- Experimental.- nos permite desarrollar nuevos productos.

En la mencionada propuesta se utilizará el método aplicado, debido a que permite emprender en un proyecto de factibilidad, ya que se define como un plan global de investigación que intenta aclarar las preguntas planteadas en la misma, de modo que se acentúa el énfasis en la dimensión estratégica del proceso de investigación.

3.1.2 Tipos de métodos de investigación

Como es de conocimiento que método es el camino para establecer la verdad o nuevos conocimientos, en tal virtud, se cuenta con los métodos empíricos y teóricos, en el caso de la presente investigación los empíricos no tienen aplicación, por lo tanto, se hace referencia a los métodos teóricos:

Métodos teóricos

- Histórico Lógico
- Analítico Sintético
- Inductivo Deductivo

- Hipotético Deductivo

En el Presente Proyecto se utilizará el método Analítico Sintético debido a que en primer lugar permite al investigador conocer aspectos que pueden constituir causas del fenómeno y, en segundo lugar permite aclarar los elementos que necesita modificar para cambiar el comportamiento del todo, en estrecha relación con sus partes constitutivas.

3.2 Población y muestra

En el presente proyecto la muestra de la población de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos es de:

POBLACIÓN

Cuadro N° 4

Cotocollao	33.026
El Condado	56.001
Pomasqui	20.341
Ponceano	52.106
Carcelén	39.286
Total Población:	200.760

Fuente: Dirección metropolitana de gestión de información
Elaborado por: Diana Jiménez

Como la población es demasiado extensa es necesario calcular la muestra con la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{200.760}{(200.760-1)0{,}05^2+1} = 399.92 = 400$$

3.3 Operacionalización de variables

Cuadro N° 5

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable Independiente **El mercado de la Pintura en aerosol**	1.- Tipos de pinturas 2.-Colores 3.- Consumidores	Interior, exterior Básicos, secundarios Normales, corporativos
Variable Dependiente **Procesos de importación**	1.- Costo de importación 2.- Desaduanización 3.-Mercadería en tránsito	Impuestos, aranceles Tiempo y Costos Entrega y recepción del producto

Elaborado por: Diana Jiménez

3.4 Instrumentos de la investigación

Tenemos conocimiento que existen varios instrumentos que se utilizan en la investigación como son los siguientes:

- **Encuestas**
- **Entrevistas**
- **Focus Group**
- **Fichaje**
- **Observación**

Para el proyecto propuesto se utilizará las encuestas las mismas que permiten interactuar de forma directa con las personas establecidas en la muestra y se obtendrá información más exacta, además que resulta más práctico estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.

3.5 Recolección de la información

El proceso y análisis de datos se lleva a cabo de la siguiente manera:

- Elaboración de una encuesta
- Delimitación de la población
- Realización de la encuesta
- Recopilación de datos
- Tabulación de los resultados
- Procesamiento de los datos
- Análisis de los datos
- Representación cuantitativa de los datos
- Representación gráfica de los resultados.

CAPITULO IV

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES:

Una vez realizada la presente investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

El mercado de la pintura está en crecimiento constante, debido a las situaciones internas del país que ha incidido en la demanda de productos internacionales, tales como la pintura en aerosol y otros.

Mediante el estudio que ha realizado se ha encontrado las ventajas de la pintura de esmalte en aerosol que son: Facilidad de uso, eficacia, estanqueidad[1], conservación, precisión de aplicación y economía de uso.

Los envases de aerosol son fabricados con materiales totalmente reciclables, y una parte importante del metal usado en su fabricación proviene de materiales reciclados lo que nos indica que se puede utilizar sin provocar riesgos al medio ambiente ni a la salud de las personas.

La comercialización estará enfocada en que el producto importado sea de excelente calidad para ser entregado al consumidor en óptimas condiciones y con los requerimientos de los demandantes.

Con la investigación realizada se puedo conocer las debilidades y fortalezas de la competencia directa por lo que se debe actuar con mayor énfasis en las debilidades y neutralizando las fortalezas, para así llegar a ser líderes en el mercado de la pintura de esmalte en aerosol.

[1] Estanqueidad: Protección para evitar el paso del agua a través de una construcción o de los elementos constructivos exteriores.

4.2 RECOMENDACIONES:

Para el siguiente proyecto se ha tomado en cuenta las siguientes recomendaciones:

Se recomienda que la estructura organizacional de la microempresa sea totalmente descentralizada, y de forma lineal lo que permita prestar un servicio rápido y de calidad, buscando siempre alcanzar metas que vayan acordes con la filosofía corporativa de la microempresa, para así brindar un servicio excelente.

Se recomienda que al momento de realizar una importación se determine si la mercadería es de buena calidad y si tendrá acogida dentro del mercado objetivo.

Se recomienda que la microempresa cuente con personal capacitado, el cual ayude a brindar un servicio eficiente y eficaz, cumpliendo siempre con una planificación que permita dar un servicio de calidad.

Se recomienda que el servicio que se brinde sea personalizado, no sólo durante la apertura de la microempresa, sino durante todo el proceso de la microempresa.

Se recomienda que la microempresa cumpla con todas las disposiciones de la Ley entre las cuales tenemos: Registro de patente, RUC, permiso municipal, afiliación de los empleados al IESS, Permiso del cuerpo de bomberos,etc.

4.3 Respuesta a las preguntas directrices de la investigación.

1.- ¿Cuáles serán los beneficios que brinda la pintura en aerosol?

- **Facilidad de uso:** aplicación inmediata, idoneidad en el tipo de pulverización, comodidad de uso y manejabilidad.
- **Eficacia:** óptima aplicación y rendimiento y máxima fiabilidad
- **Estanqueidad y conservación:** garantía de hermeticidad, total inviolabilidad, higiene del contenido, seguridad de uso y mantenimiento de sus propiedades originales.
- **Precisión de aplicación y economía de uso:** dosificación controlada en cuanto a tiempo de salida, área de aplicación y cantidad de producto, evitando el derroche por sobredosificación.

2.- ¿La pintura de esmalte en aerosol puede ser utilizado en la belleza femenina?

La pintura de esmalte en aerosol si se la puede utilizar en la belleza femenina ya que existe un tipo de aerosol que es pequeño y tiene baja presión lo que permite aplicarlo en las uñas con la ayuda de una plantilla para realizar el diseño escogido.

3.- ¿El mercado de la pintura de esmalte en aerosol es explotada debidamente en el Ecuador?

El mercado de la pintura de esmalte en aerosol no es debidamente explotada en nuestro país debido, a que el mercado local no ofrece variedad de colores ni funciones, razón por la cual se ha visto la necesidad de ingresar producto extranjero con variedad de colores y funciones lo que permitirá el crecimiento de éste mercado por la demanda que cada día va en crecimiento en nuestro país.

4.- ¿Cuál son los procedimientos para importar bienes, como pintura en aerosol?

Para importar cualquier tipo de producto como la pintura en aerosol se necesita tener los siguientes documentos para presentarlos al momento de la importación:

- Nota de Pedido (obligatorio)
- Autorizaciones (cuando proceda)
- Póliza de seguro (cuando proceda)
- Solicitud de Verificación de Importación (SVI)
- Certificado de Inspección (CI)
- Certificado de Origen
- Manifiesto de Carga
- Conocimiento de embarque
- Factura comercial (FC)
- Documento Único de Importación (DUI)

Éste consta de tres formularios:

  - DUI-A
  - DUI-B
  - DUI-C

- Declaración Aduanera del Valor (DAV)

5.- ¿Qué tan difícil resulta realizar los procesos de importación en el Ecuador?

Los procesos para importar en el País no tienen mayor complicación los importadores deben regirse a las normas para que no tengan ningún problema al momento de la importación, además los requisitos son necesarios para prevenir que ingrese cualquier tipo de mercadería ilícita que afecte a la economía del país.

6.- ¿Cómo influirá en la economía del país la importación la pintura de esmalte en aerosol?

La economía del país necesita el desarrollo de varios sectores que no han sido explotados en nuestro país, como es el sector de la pintura de esmalte en aerosol que permitirá que genere una mayor competencia y por ende genere más ingresos para la economía del Ecuador.

7.- ¿Con el estudio de factibilidad para la importación de pintura de esmalte en aerosol qué se quiere demostrar?

Con el presente estudio se pretende demostrar que éste mercado es potencial y que con la creciente demanda la microempresa tendrá gran impacto en nuestro país.

8.- ¿Cómo se va a realizar la comercialización en la ciudad de Quito?

Para realizar la comercialización en la ciudad de Quito se va a trabajar con el siguiente canal de distribución:

Mediante este canal se pretende comercializar la pintura de esmalte en aerosol de una forma directa, sin embargo no se descarta la posibilidad de que las personas que se dedican a revender productos puedan realizar esta función con nuestro producto.

CAPÍTULO V

5 LA PROPUESTA

5.1 Antecedentes.-

La microempresa "STAR SPRAY" está dedicada a la importación y comercialización de pintura de esmalte en aerosol en la ciudad de Quito, para lo cual la microempresa va a estar ubicada en el sector de Cotocollao (norte de quito), que además contará con personal capacitado para brindar una atención personalizada y de excelente calidad.

La investigación realizada sobre el mercado de la pintura de esmalte en aerosol sirve de enlace entre la organización y su entorno de mercado e implica la especificación, la recolección, el procesamiento, el análisis y la interpretación de la información para ayudar a la microempresa "STAR SPRAY" a entender ese ambiente de mercado, identificar sus problemas y oportunidades, así como a desarrollar y evaluar cursos de acción.

A lo largo de la investigación se ha ido estructurando otras técnicas que ayudaran a la microempresa a tener reconocimiento dentro del mercado local como es: propaganda, publicidad, pronóstico de venta y los canales de distribución que van acorde con las necesidades de los clientes.

El mercado de la pintura en nuestro país es un mercado que va en creciente evolución debido a muchos factores entre los cuales tenemos: la facilidad de uso de éste producto, adopción de una cultura extranjera como lo es el grafitti, debido a que en los últimos años se ha visto que ha tenido gran acogida en nuestro país debido a que el grafiti es el resultado de pintar textos abstractos en las paredes de manera libre, creativa e

ilimitada con fines de expresión y divulgación donde su esencia es cambiar y evolucionar buscando ser un atractivo visual y con un alto impacto, como parte de un movimiento urbano, revolucionario y rebelde. El grafiti se realiza de manera espontánea, veloz, en lugares públicos, y en algunas ocasiones se mantiene el anonimato.

Por otro lado la microempresa estará establecida de acuerdo a las leyes establecidas en el país y cumplirá con los impuestos que se requiere para importar y comercializar la pintura de esmalte de aerosol para contribuir de una manera positiva a la economía en el Ecuador.

5.2 Objetivos de la propuesta

- Elaborar el análisis situacional que permita orientar a la microempresa correctamente.

- Estructurar una investigación de mercado que permita determinar la demanda insatisfecha.

- Realizar un estudio técnico con el objetivo de establecer una localización optima de la microempresa.

- Determinar el monto de la inversión que requiere el proyecto, así como los costos y gastos del mismo.

- Calcular los indicadores de evaluación financiera para medir la viabilidad y rentabilidad que generara el proyecto.

5.3 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

5.3.1 AMBIENTE INTERNO

5.3.1.1 FILOSOFÍA CORPORATIVA

Principios y Valores

La microempresa "STAR SPRAY" trabajará con una Filosofía Corporativa que tendrá en cuenta los principios y valores que ayudan a estructurar mejor a la microempresa y entre los cuales tenemos.

Principios:

Liderazgo: Es importante trabajar con un tipo de liderazgo que sea positivo para lograr que este equipo trabaje con entusiasmo, en el logro de metas y objetivos.

Trabajo en equipo: El trabajo en equipo es un componente esencial debido a que permite que haya compañerismo porque este puede dar muy buenos resultados; ya que normalmente genera entusiasmo para que el resultado sea satisfactorio en las tareas encomendadas.

Mejora continua: Es muy importante para la organización y depende de algunas herramientas utilizadas que incluyen las acciones correctivas, preventivas y el análisis de la satisfacción en los miembros o clientes para controlar que la microempresa en realidad está mejorando.

Calidad del Servicio: Es la función principal de la microempresa debido a que la satisfacción del cliente es fundamental para la aceptación en el mercado de la pintura de esmalte en aerosol.

Valores:

Puntualidad: La entrega puntual de los productos a nuestros clientes va a ser primordial para "STAR SPRAY".

Respeto: Aceptar la personalidad de cada persona, para así brindar un servicio de calidad.

Confianza: Generar un ambiente de confianza entre "STAR SPRAY" y sus clientes para garantizar la satisfacción de todos.

MISIÓN

"STAR SPRAY" es una comercializadora que ofrece al público en general pinturas de esmalte en aerosol importadas de primera calidad con personal altamente calificado, para satisfacer los requerimientos de los clientes inmersos en este mercado.

VISIÓN

"STAR SPRAY" en el lapso de 3 años se fortalecerá como líder en importación y comercialización de pintura de esmalte en aerosol de excelente calidad.

OBJETIVOS CORPORATIVOS

- Incrementar el volúmen de ventas cada año.
- Maximizar las utilidades para recuperar la inversión de los accionistas.
- Lograr posicionamiento en el mercado de la pintura de esmalte en aerosol.
- Incrementar después de seis meses la cartera de clientes

POLÍTICAS

- Usar el uniforme correctamente y exclusivamente en las horas de jornada laboral.

- Brindar un trato justo y cordial a todos los clientes, en sus requerimientos y reclamos con el fin de no dañar la imagen de "STAR SPRAY"
- Asistir al lugar de trabajo 10 minutos antes del horario normal para así tener todo organizado para comenzar la jornada laboral.
- Todo trabajador contara con igualdad de derechos y obligaciones para obtener un buen ambiente laboral.
- Se brindará cursos de capacitación y promoción humana para que los colaboradores se sientan motivados y con ganas de seguir trabajando.
- Se deberá comunicarse al empleado todas las responsabilidades que tiene a su cargo para que las ejecute de manera responsable y profesional.
- Contribuir para que el ambiente laboral sea óptimo y agradable para el trabajador.
- Proteger y cuidar los activos que han sido puestos a disposición de los trabajadores para la realización de sus funciones.
- Las personas que ingresen a laborar eventualmente también cumplirán con el reglamento interno de la microempresa.

5.3.1.2GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Para realizar el proceso administrativo el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

- **PLANIFICACIÓN.-**

La planificación es un proceso para la toma de decisiones con el objetivo de llevar un orden en los procesos y en el presente proyecto se aplicará un cronograma de actividades para la importación y comercialización de pintura en aerosol.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cuadro N° 6

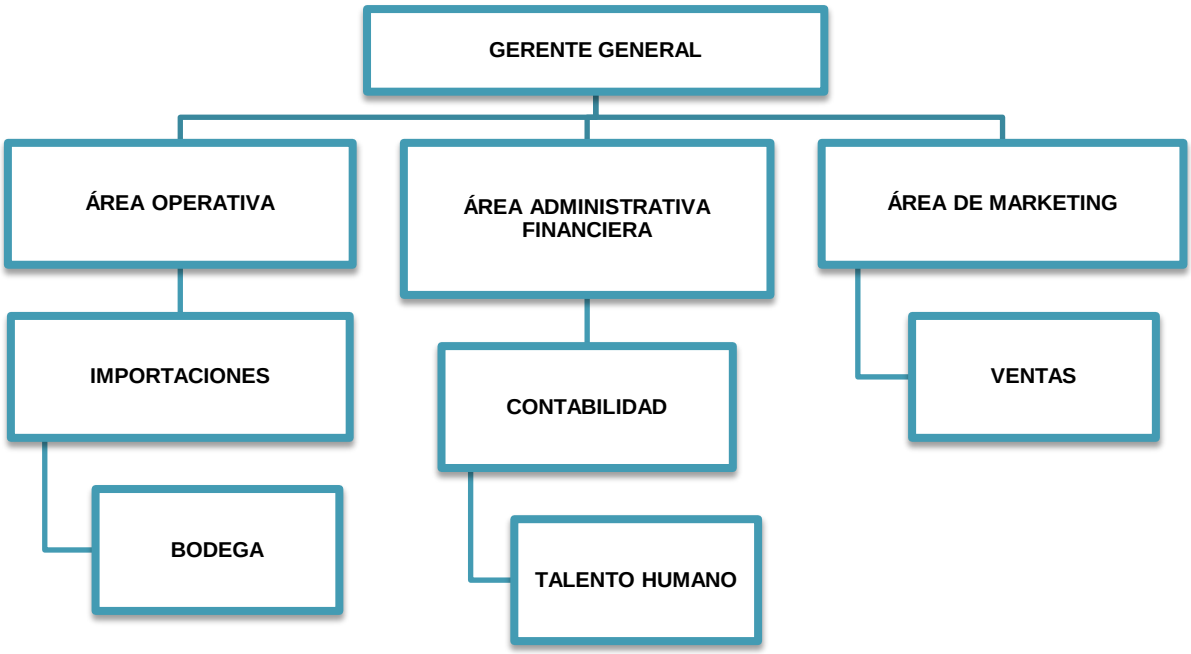
ACTIVIDAD	ÁREA RESPONSABLE	TIEMPO
Conseguir todos los documentos necesarios para la importación	Departamento Operativo	1 mes
Comprar la pintura de esmalte en aerosol en el extranjero.	Departamento Operativo	1 mes
Arribo de la mercadería al país y Desaduanización de la misma.	Departamento Operativo	2 semanas
Traslado de la mercadería del Aeropuerto a la comercializadora.	Departamento Operativo	1 día
Almacenamiento en la bodega de la Comercializadora	Departamento Operativo	1 día
Organización de la mercadería en las estanterías del local	Departamento Operativo	1 día
Venta al público	Departamento de Ventas	Depende de la demanda

Elaborado por: Diana Jiménez

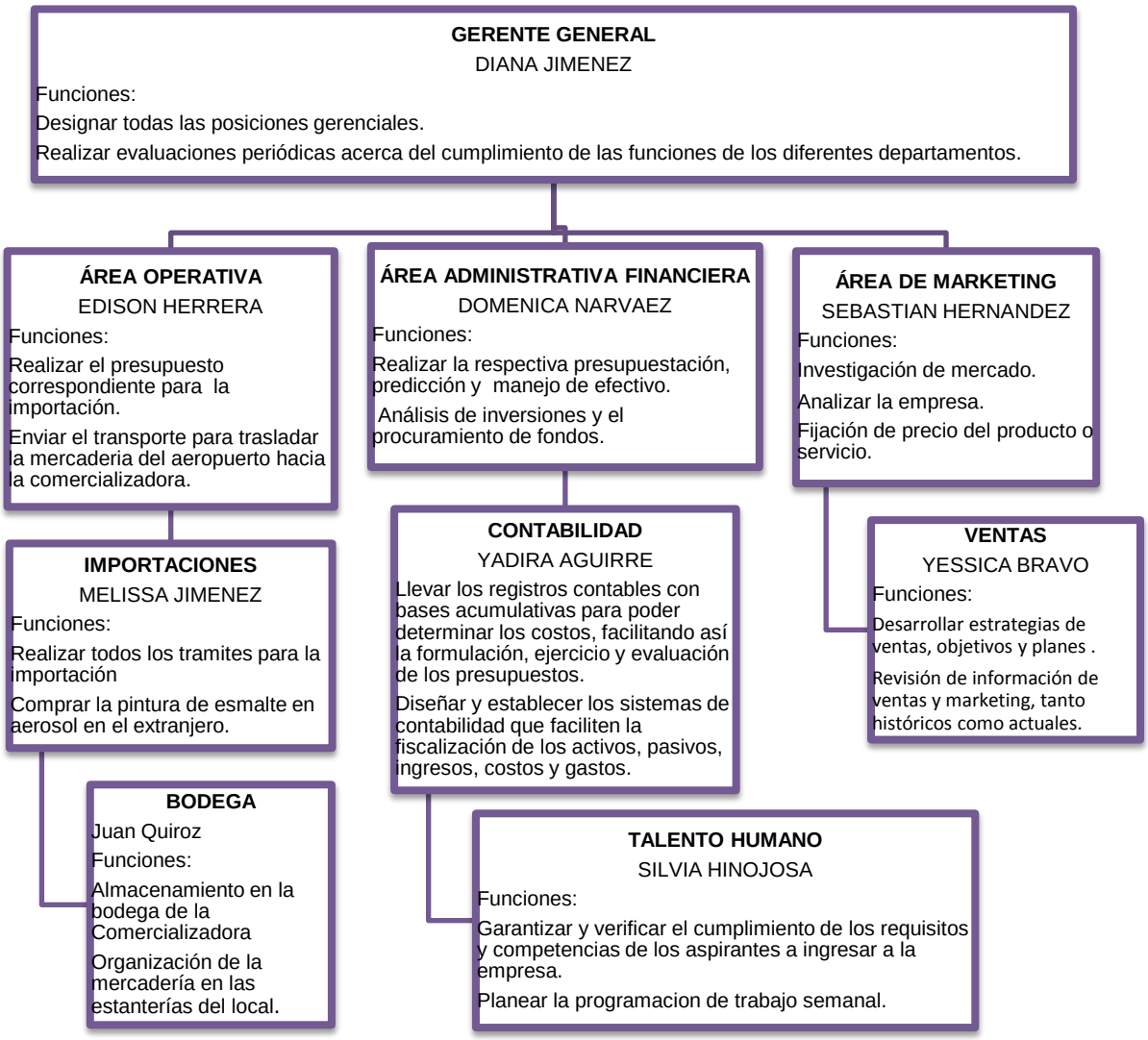
- **ORGANIZACIÓN:**

  La Organización del proyecto estará representado por un organigrama estructura y un organigrama funcional los mismos que indican las distintitas funciones y cargos de cada uno de los departamentos de la microempresa.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
"STAR SPRAY"



ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL


GERENTE GENERAL
DIANA JIMENEZ
Funciones:
Designar todas las posiciones gerenciales.
Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
ÁREA OPERATIVA
EDISON HERRERA
Funciones:
Realizar el presupuesto correspondiente para la importación.
Enviar el transporte para trasladar la mercaderia del aeropuerto hacia la comercializadora.
ÁREA ADMINISTRATIVA FINANCIERA
DOMENICA NARVAEZ
Funciones:
Realizar la respectiva presupuestación, predicción y manejo de efectivo.
Análisis de inversiones y el procuramiento de fondos.
ÁREA DE MARKETING
SEBASTIAN HERNANDEZ
Funciones:
Investigación de mercado.
Analizar la empresa.
Fijación de precio del producto o servicio.
IMPORTACIONES
MELISSA JIMENEZ
Funciones:
Realizar todos los tramites para la importación
Comprar la pintura de esmalte en aerosol en el extranjero.
CONTABILIDAD
YADIRA AGUIRRE
Llevar los registros contables con bases acumulativas para poder determinar los costos, facilitando así la formulación, ejercicio y evaluación de los presupuestos.
Diseñar y establecer los sistemas de contabilidad que faciliten la fiscalización de los activos, pasivos, ingresos, costos y gastos.
VENTAS
YESSICA BRAVO
Funciones:
Desarrollar estrategias de ventas, objetivos y planes .
Revisión de información de ventas y marketing, tanto históricos como actuales.
BODEGA
Juan Quiroz
Funciones:
Almacenamiento en la bodega de la Comercializadora
Organización de la mercadería en las estanterías del local.
TALENTO HUMANO
SILVIA HINOJOSA
Funciones:
Garantizar y verificar el cumplimiento de los requisitos y competencias de los aspirantes a ingresar a la empresa.
Planear la programacion de trabajo semanal.

- **DIRECCIÓN**

La microempresa "STAR SPRAY" estará a cargo del Gerente General con el apoyo de varios departamentos entre los cuales tenemos:

- Departamento Operativo, éste a su vez contará con el apoyo del área de importaciones.
- Departamento Administrativo y Financiero quién estará a cargo de supervisar el área de Contabilidad y Talento Humano.
- Departamento de Marketing qué conjuntamente trabajará con el área de Ventas.

- **CONTROL**

La microempresa "STAR SPRAY" trabajará en este aspecto por medio de la evaluación que estará a cargo del jefe superior de cada área.

Se implementará el proceso de evamución trimestral al talento humano de forma ordenada, eficiente y eficaz aplicando las siguientes herramientas.

Evluacion 360°

Gráfico N° 1

Elaborado por: Diana Jiménez

Cuadro de Evaluación

Cuadro N° 7

Valoración	5	4	3	2	1
Objetivo: Identificar las competencias que se consideran necesarias para que el personal de la microempresa trabaje adecuadamente.	SIEMPRE	FRECUENTEMENTE	A VECES	OCASIONALMENTE	CASI NUNCA
Trabajo en equipo	x				
Iniciativa	x				
Puntualidad y compromiso	x				
Buena comunicación	x				
Planeación y acción	x				

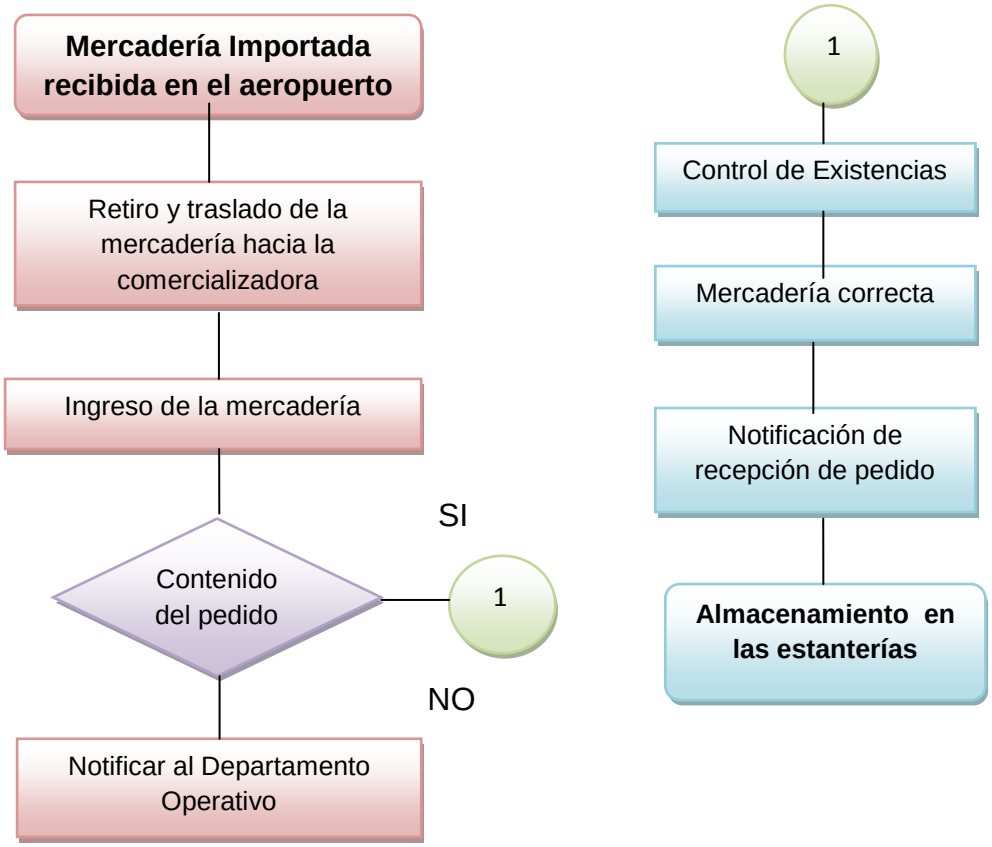
PUESTO	VARIABLE DE EVALUACION	PERIOCIDAD	RESPONSABLE	PONDERACION DE EVALUACION 5 – 3 - 1	%
Gerente general	Administrar de manera eficiente la microempresa.	trimestral	Administrador, Jefe de Marketing, Jefe Operativo	E= B= R=	%
Supervisor Operativo	Coordinar y revisar el cumplimiento de los procedimientos de operación y técnicas de comercialización.	trimestral	Gerente general	E= B= R=	%
Jefe de Marketing	Diseñar las campañas de publicidad adecuadas para el producto y buscar nuevos nichos de mercado	trimestral	Gerente general,	E= B= R=	%
Administrador	Distribuir de forma eficiente los recursos económicos y materiales de la microempresa	trimestral	Gerente general	E= B= R=	%
Personal Operativo	Receptar y almacenar la mercadería importada de forma ordenada y llevar registros.	trimestral	Gerente general, supervisor operativo	E= B= R=	%

Encargado de las importaciones	Realizar todos los trámites legales para la importación de la pintura en spray	trimestral	Gerente general, supervisor operativo	E= B= R=	%
Contador	Ccontrol y registro de todas las operaciones financieras, que ocurren dentro de la microempresa.	trimestral	Gerente general, Jefe Administrativo.	E= B= R=	%
Personal de ventas	Establecer un nexo entre el cliente y la microempresa, integrarse a las actividades de mercadotecnia de la misma.	trimestral	Gerente general, Jefe de Marketing.	E= B= R=	%

Elaborado por: Diana Jiménez

5.3.1.3GESTIÓN OPERATIVA

- **FLUJOGRAMA DE RECEPCIÓN DE MERCADERÍAS**



5.3.1.4GESTIÓN FINANCIERA

El presente proyecto estará financiado con capital propio y con un préstamo familiar y los Estados Financieros se llevarán desde el primer año que tiene como finalidad servir a los inversionistas para tomar las respectivas decisiones sobre la función de la microempresa.

5.3.2 AMBIENTE EXTERNO

5.3.2.1MACROAMBIENTE

ASPECTO ECONÓMICO

5.3.2.1.1 Inflación

Es el incremento generalizado de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda sostenida durante un período de tiempo determinado. La inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda.

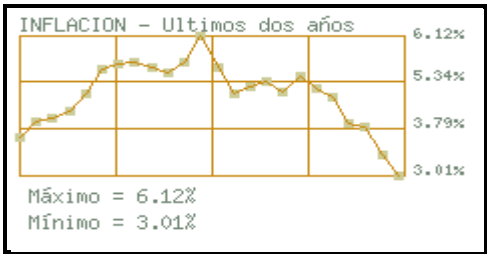
Cuadro N° 8

FECHA	VALOR
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %
Febrero-29-2012	5.53 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	5.41 %
Noviembre-30-2011	5.53 %
Octubre-31-2011	5.50 %
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %
Julio-31-2011	4.44 %
Junio-30-2011	4.28 %
Mayo-31-2011	4.23 %
Abril-30-2011	3.88 %

Fuente: B.C.E

Elaborado: Diana Jiménez

Gráfico N°2



Fuente: B.C.E

Elaborado: Diana Jiménez

- **Análisis**

La inflación no afecta directamente tiene un impacto bajo con respecto al proyecto que se va a emprender debido a que la pintura de esmalte en aerosol no es un producto de primera necesidad, y las personas que adquieren éste producto no tendrían mayor problema en cancelar un precio establecido.

5.3.2.1.2 Tasas de Interés

La tasa de interés (expresada en porcentajes) representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia (oportunidad) de la utilización de una suma de dinero en una situación y tiempo determinado.

TASA DE INTERES

Cuadro N° 9

MARZO 2013			
SAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		**Tasas Máximas**	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	**% anual**	**Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:**	**% anual**
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50
SAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	**% anual**	**Tasas Referenciales**	**% anual**
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
SAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	**% anual**	**Tasas Referenciales**	**% anual**
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35
4. TASA BASICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Pasiva Referencial:	4.53%	Legal	8.17%
Activa Referencial:	8.17%	Máxima Convencional	9.33%
Tasa Activa Efectiva Referencial Productivo Corporativo	8.17%	Tasa Efectiva Máxima Productivo Corporativo	9.33%

Fuente: B.C.E

Elaborado: Diana Jiménez

- **Tasa Activa**

  Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos.

TASA ACTIVA

Cuadro N°10

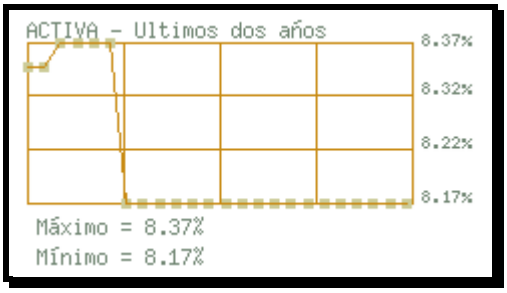
FECHA	VALOR
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %
Diciembre-31-2012	8.17 %
Noviembre-30-2012	8.17 %
Octubre-31-2012	8.17 %
Septiembre-30-2012	8.17 %
Agosto-31-2012	8.17 %
Julio-31-2012	8.17 %
Junio-30-2012	8.17 %
Mayo-31-2012	8.17 %
Abril-30-2012	8.17 %
Marzo-31-2012	8.17 %
Febrero-29-2012	8.17 %
Enero-31-2012	8.17 %
Diciembre-31-2011	8.17 %
Noviembre-30-2011	8.17 %
Octubre-31-2011	8.17 %
Septiembre-30-2011	8.37 %
Agosto-31-2011	8.37 %
Julio-31-2011	8.37 %
Junio-30-2011	8.37 %
Mayo-31-2011	8.34 %
Abril-30-2011	8.34 %

Fuente: B.C.E

Elaborado: Diana Jiménez

TASA ACTIVA

Gráfico N°3



Fuente: B.C.E

Elaborado: Diana Jiménez

- **Tasa Pasiva**

  Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.

TASA PASIVA

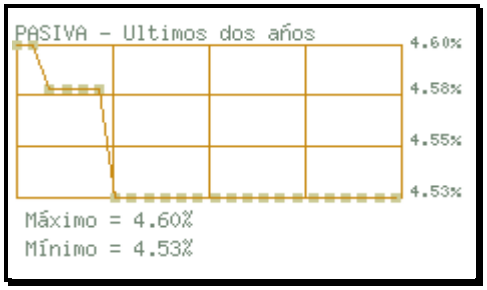
Cuadro N°11

FECHA	VALOR
Marzo-31-2013	4.53 %
Febrero-28-2013	4.53 %
Enero-31-2013	4.53 %
Diciembre-31-2012	4.53 %
Noviembre-30-2012	4.53 %
Octubre-31-2012	4.53 %
Septiembre-30-2012	4.53 %
Agosto-31-2012	4.53 %
Julio-31-2012	4.53 %
Junio-30-2012	4.53 %
Mayo-31-2012	4.53 %
Abril-30-2012	4.53 %
Marzo-31-2012	4.53 %
Febrero-29-2012	4.53 %
Enero-31-2012	4.53 %
Diciembre-31-2011	4.53 %
Noviembre-30-2011	4.53 %
Octubre-31-2011	4.53 %
Septiembre-30-2011	4.58 %
Agosto-31-2011	4.58 %
Julio-31-2011	4.58 %
Junio-30-2011	4.58 %
Mayo-31-2011	4.60 %
Abril-30-2011	4.60 %

Fuente: B.C.E

Elaborado: Diana Jiménez

Gráfico N°4



Fuente: B.C.E

Elaborado: Diana Jiménez

- **Análisis**

La tasa de interés Activa tiene un impacto alto en nuestro proyecto debido a que el mismo va a estar financiado por capital propio y por un préstamo el cual se va a adquirir en una entidad financiera y para lo cual estamos analizando la entidad en la cual vamos a realizar dicho préstamo.

5.3.2.1.3 PIB

Es el valor de todos los bienes y servicios finales producidos dentro de una nación en un año determinado.

PIB

Cuadro N°12

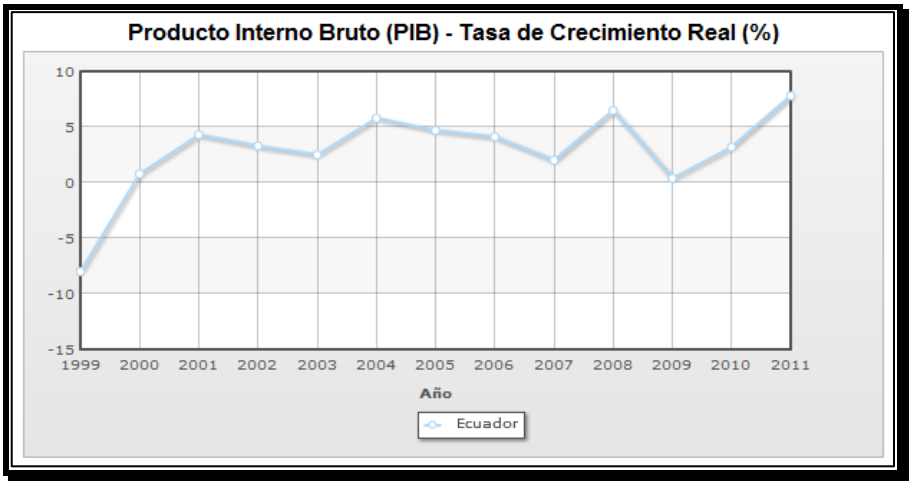
Ramas de actividad \ Años	2010	2011	2012
CIIU CN	(p)	(p)	(prev)
Cultivo de banano, café y cacao	1,7	1,8	1,6
Cultivo de flores	0,6	0,7	0,6
Otros cultivos agrícolas	3,4	3,1	3,0
Cría de animales	0,9	0,8	0,8
Silvicultura, extracción de madera y actividades relacionadas	0,9	1,0	0,9
Acuicultura y pesca de camarón	0,5	0,5	0,5
Pesca y acuicultura (excepto de camarón)	0,7	0,7	0,7
Extracción de petróleo, gas natural y actividades de servicio relacionadas	9,8	9,4	9,1
Explotación de minas y canteras	0,3	0,4	0,3
Elaboración de productos lácteos	0,4	0,4	0,4
Elaboración de productos de la molinería, panadería y fideos	0,5	0,5	0,4
Elaboración de azúcar	0,2	0,2	0,2
Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería	0,2	0,1	0,1
Elaboración de otros productos alimenticios	0,4	0,4	0,4
Elaboración de bebidas	0,9	0,9	0,9
Elaboración de tabaco	0,0	0,0	0,0
Fabricación de productos textiles, prendas de vestir; fabricación de cuero y artículos de cuero	1,0	0,9	0,9
Producción de madera y de productos de madera	0,6	0,6	0,6
Fabricación de sustancias y productos químicos	1,2	1,2	1,2
Fabricación de productos del caucho y plástico	0,6	0,7	0,7
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	1,0	1,0	1,0
Fabricación de muebles	0,3	0,3	0,3
Industrias manufactureras ncp	0,3	0,3	0,3
Suministro de electricidad y agua	1,2	1,5	1,5
Construcción	8,7	9,8	10,2
Comercio al por mayor y al por menor; y reparación de vehículos automotores y motocicletas	11,0	10,9	10,8
Alojamiento y servicios de comida	1,8	1,9	2,0
Actividades de servicios financieros y Financiación de planes de seguro, excepto seguridad social	2,7	2,7	2,8

Actividades profesionales, técnicas y administrativas	**6,7**	**6,6**	**6,6**
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	**5,1**	**5,1**	**5,5**
Servicios sociales y de salud	**2,5**	**2,5**	**2,5**
Hogares privados con servicio doméstico	**0,3**	**0,2**	**0,2**
Otros servicios	**7,8**	**7,5**	**7,5**
Otros elementos del PIB	**4,8**	**4,8**	**4,7**
PRODUCTO INTERNO BRUTO	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fuente: B.C.E

Elaborado: Diana Jiménez

Gráfico N° 5



Fuente: B.C.E

Elaborado: Diana Jiménez

- **Análisis**

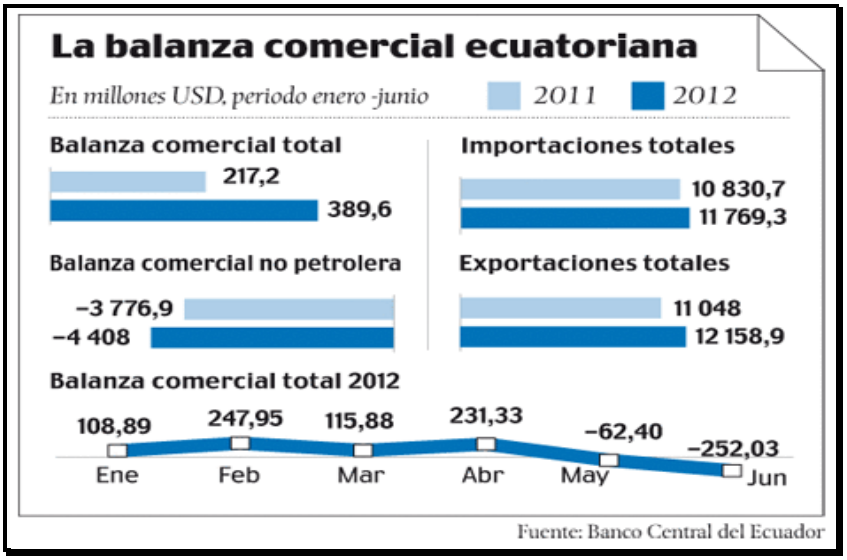
El PIB en el Comercio al por mayor y menor afecta de una manera baja al proyecto y ha tenido un incremento con relación al año anterior, en el 2011 es de 10.9%, en el 2012 es de 10.8% lo cual significa una estabilidad en el mercado para la comercialización de pintura de esmalte en aerosol ya que éste es un mercado potencial.

5.3.2.1.4 Balanza Comercial

La balanza comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones.

BALANZA COMERCIAL

Cuadro N°13



Fuente: B.C.E

Elaborado: Diana Jiménez

- **Análisis**

La balanza comercial tiene un impacto alto con relación al presente proyecto, debido a que en el presente año las importaciones han tenido mayores resultados que las exportaciones, lo que significa que las importaciones tengan gran impacto en el país.

5.3.2.1.5 Importaciones

La importación es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país, pretendidos para el uso o consumo interno de otro país.

Cuadro N°14

IMPORTACIONES *

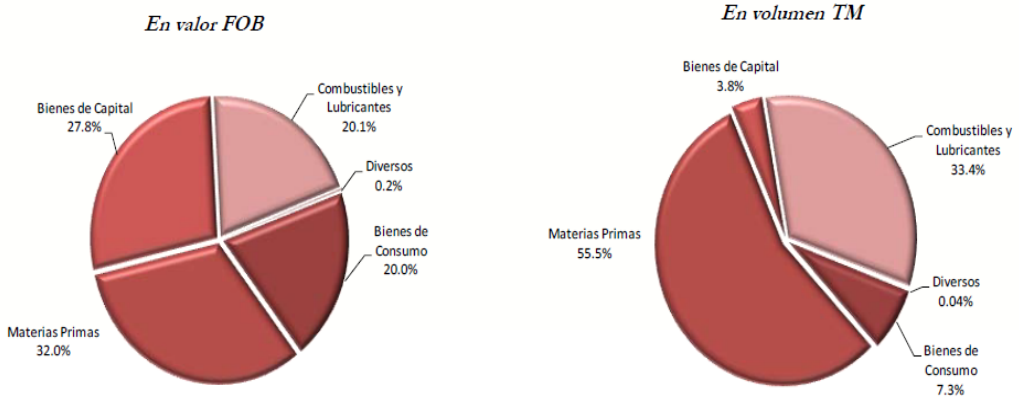
Toneladas métricas y valor USD FOB (en miles)

	Ene-Feb 2009					Ene-Feb 2010					Ene-Feb 2011					Ene-Feb 2012					Variación 2012 - 2011		
	a	b	b/a	Participación		a	b	b/a	Participación		a	b	b/a	Participación		a	b	b/a	Participación				
	Vol.	Valor USD FOB	Valor unitario	Vol.		Vol.	Valor USD FOB	Valor unitario	Vol.	Valor	Vol.	Valor USD FOB	Valor unitario	Vol.	Valor	Vol.	Valor USD FOB	Valor unitario	Vol.	Valor	Vol.	Valor USD FOB	Valor unitario
Totales	**1,774**	**2,255,979**	**1,272**	**100.0%**	**100.0%**	**2,218**	**2,619,476**	**1,181**	**100.0%**	**100.0%**	**2,152**	**3,131,252**	**1,455**	**100.0%**	**100.0%**	**2,319**	**3,785,024**	**1,632**	**100.0%**	**100.0%**	**7.8%**	**20.9%**	**12.2%**
Bienes de Consumo	**153**	**530,059**	**3,473**	**8.6%**	**23.5%**	**136**	**516,176**	**3,787**	**6.1%**	**19.7%**	**157**	**611,802**	**3,894**	**7.3%**	**19.5%**	**168**	**755,776**	**4,491**	**7.3%**	**20.0%**	**7.1%**	**23.5%**	**15.3%**
No duradero	118	323,725	2,746	6.6%	14.3%	102	276,394	2,719	4.6%	10.6%	117	344,327	2,940	5.4%	11.0%	119	411,509	3,469	5.1%	10.9%	1.3%	19.5%	18.0%
Duradero	35	206,334	5,944	2.0%	9.1%	35	239,782	6,915	1.6%	9.2%	40	267,475	6,687	1.9%	8.5%	50	344,267	6,929	2.1%	9.1%	24.2%	28.7%	3.6%
Materias Primas	**893**	**751,932**	**842**	**50.3%**	**33.3%**	**1,158**	**874,676**	**755**	**52.2%**	**33.4%**	**1,143**	**1,024,683**	**896**	**53.1%**	**32.7%**	**1,287**	**1,209,823**	**940**	**55.5%**	**32.0%**	**12.5%**	**18.1%**	**4.9%**
Para la agricultura	88	73,557	835	5.0%	3.3%	186	103,443	556	8.4%	3.9%	250	143,751	576	11.6%	4.6%	289	169,590	587	12.4%	4.5%	15.6%	18.0%	2.0%
Para la industria	599	614,407	1,026	33.8%	27.2%	900	678,048	753	40.6%	25.9%	718	793,272	1,105	33.4%	25.3%	744	884,450	1,189	32.1%	23.4%	3.6%	11.5%	7.6%
Materiales de construcción	206	63,968	310	11.6%	2.8%	72	93,186	1,291	3.3%	3.6%	176	87,661	499	8.2%	2.8%	254	155,783	613	10.9%	4.1%	44.5%	77.7%	22.9%
Bienes de Capital	**70**	**689,238**	**9,807**	**4.0%**	**30.6%**	**67**	**635,573**	**9,508**	**3.0%**	**24.3%**	**84**	**838,682**	**9,954**	**3.9%**	**26.8%**	**89**	**1,050,653**	**11,786**	**3.8%**	**27.8%**	**5.8%**	**25.3%**	**18.4%**
Para la agricultura	3	17,398	6,516	0.2%	0.8%	2	11,599	5,366	0.1%	0.4%	2	17,341	7,253	0.1%	0.6%	2	12,598	6,216	0.1%	0.3%	-15.2%	-27.3%	-14.3%
Para la industria	36	445,295	12,338	2.0%	19.7%	30	418,113	13,805	1.4%	16.0%	45	577,545	12,968	2.1%	18.4%	50	709,830	14,064	2.2%	18.8%	13.3%	22.9%	8.5%
Equipos de Transporte	32	226,545	7,187	1.8%	10.0%	34	205,861	5,985	1.6%	7.9%	37	243,796	6,532	1.7%	7.8%	37	328,224	8,957	1.6%	8.7%	-1.8%	34.6%	37.1%
Combustibles y Lubricantes	**657**	**280,094**	**426**	**37.1%**	**12.4%**	**854**	**581,196**	**681**	**38.5%**	**22.2%**	**766**	**649,781**	**848**	**35.6%**	**20.8%**	**774**	**760,273**	**982**	**33.4%**	**20.1%**	**1.1%**	**17.0%**	**15.8%**
Diversos	**0.8**	**4,656**	**5,583**	**0.0%**	**0.2%**	**2.7**	**11,855**	**4,376**	**0.1%**	**0.5%**	**1.1**	**6,304**	**5,742**	**0.1%**	**0.2%**	**0.9**	**8,499**	**9,092**	**0.04%**	**0.2%**	**-14.8%**	**34.8%**	**58.3%**

Fuente: B.C.E

Elaborado: Diana Jiménez

Gráfico N° 6



Fuente: B.C.E

Elaborado: Diana Jiménez

- **Análisis**

Las importaciones son una oportunidad para nuestro proyecto y tiene un impacto alto debido a que es el medio por el cual vamos a comercializar la pintura de esmalte en aerosol y además es la puerta para conocer

distintos productos que no existen en el país, y lo que generará mayor competencia en el país.

5.3.2.1.6 ASPECTO SOCIO-CULTURAL

Ecuador es un país que se emplaza al noroeste de América del Sur. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano Pacífico. Pese a estar rodeado de otras naciones, Ecuador cuenta con una población que ronda los 15 millones de personas, con lo que los aspectos sociales de Ecuador son muchos y muy particulares como: las costumbres, dialecto, gastronomía, religión, etnias, música, en fin un sin número de aspectos que hace que este país sea único

Además, existen varias culturas en el Ecuador unas propias y otras adoptadas a través de los años y la evolución del País, y en el presente proyecto se ha tomado en cuenta la adopción de la expresión del graffiti, que es originaria de Estados Unidos y que en la actualidad se encuentra en la mayoría de los países debido a que es una manera de expresarse por medio de dibujos y frases impregnados en lienzos, paredes y otros.
Y en el cual se utiliza mucho la pintura de esmalte en aerosol.

5.3.2.1.7 POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA

La población activa es la cantidad de personas que se han incorporado al mercado de trabajo, es decir, que tienen un empleo o que lo buscan actualmente.

Cuadro N° 15

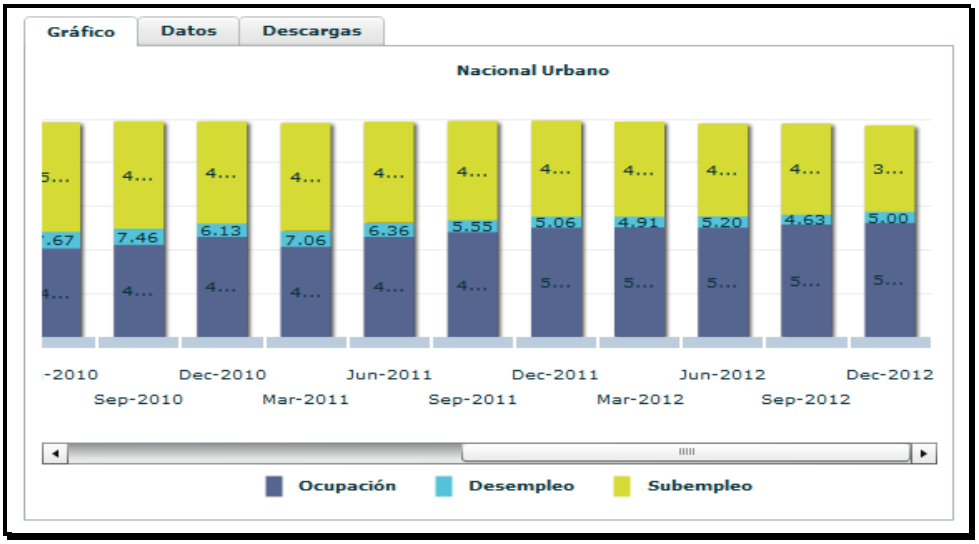
Gráfico | Datos | Descargas

Fecha	Desempleo	Ocupación Plena	Subempleo
Dec-2010	6.13	45.85	46.86
Mar-2011	7.06	41.40	49.74
Jun-2011	6.36	45.86	46.46
Sep-2011	5.55	48.07	45.46
Dec-2011	5.06	50.08	44.04
Mar-2012	4.91	50.23	43.55
Jun-2012	5.20	50.11	42.68
Sep-2012	4.63	51.48	41.88
Dec-2012	5.00	52.30	39.62

Fuente: B.C.E

Elaborado: Diana Jiménez

Gráfico N°7



Fuente: B.C.E

Elaborado: Diana Jiménez

- **Análisis**

En el presente proyecto la PEA tiene un impacto bajo, pero es una oportunidad para "STAR SPRAY", debido a que podemos aportar para

que disminuya la tasa de desempleo y subempleo dando oportunidad de trabajo en la microempresa.

5.3.2.1.8 ASPECTO POLÍTICO-LEGAL

En la Actualidad el Ecuador es gobernado por Rafael Vicente Correa Delgado (Guayaquil, Ecuador, 6 de abril de 1963), es un político y economista ecuatoriano[2].

Nombrado Presidente de la República desde su victoria en las elecciones presidenciales de 2006, posterior revalidación del cargo en las elecciones de 2009 año en el que fue presidente pro tempore de la Unión de Naciones Suramericanas, y reelecto Presidente de Ecuador, por tercera vez, en las elecciones presidenciales de 2013 en la primera vuelta electoral el 17 de febrero de 2013 ganó con el 57,17% de votos válidos (porcentaje más alto de la historia ecuatoriana hasta ese momento), razón por la cual no fue necesaria una segunda vuelta, Correa iniciará un nuevo período el 24 de mayo de 2013.

Reformas políticas

La administración de Rafael Correa inició el 15 de enero de 2007 con el cumplimiento a través de sus dos primeros decretos de dos de sus propuestas de campaña: la convocatoria de una consulta popular para que la ciudadanía decidiera si quería una Asamblea Nacional Constituyente, y la reducción a la mitad de los salarios de los altos cargos del Estado, comenzando por la retribución del propio Presidente, que quedó disminuido a 4.250 dólares mensuales (25 salarios mínimos vitales). Actualmente funcionarios de la judicatura se han adjudicado salarios por sobre los 5.000 dólares.

[2] Kintto Lucas, *Rafael Correa: un extraño en Carondelet*, Editorial Grupo Planeta Ecuador

El Presidente Correa buscó además el equilibrio de género y su Ejecutivo contaba al inicio de su gestión con un 40% de las carteras ocupadas por mujeres. Asimismo, prohibió a sus ministros y otros empleados públicos recibir regalos y agasajos por su labor. No obstante, los candidatos del Movimiento PAIS a la Asamblea Constituyente han participado en eventos oficiales, tales como la inauguración de la central hidroeléctrica San Francisco (Alberto Acosta), y el inicio de la construcción de la sede para la Asamblea Constituyente (Trajano Andrade), ambos cuando desempeñaban los cargos de Ministros de Energía, Transporte y Obras Públicas respectivamente, previo a la convocatoria a elecciones.

Nuevas leyes

La recientemente aprobada Constitución de Montecristi en el año 2008, daba a la nueva Asamblea Nacional un plazo para aprobar nuevas leyes, terminando con la constitución de 1998, creada en un contexto neoliberal, para dar paso en la nueva constitución del año 2008 a un modelo de socialismo de siglo XXI. Con esta constitución se busca eliminar al juez y a la parte que obraban en un mismo campo de acción en la política ecuatoriana.

Correa impulsa las leyes con miras a recuperar el control estatal de la economía, los recursos naturales y la austeridad administrativa.

El actual Gobierno ha obtenido algunos logros a favor de la población ecuatoriana entre ellos tenemos: afiliación de todos los empleados al IESS, regularización de sueldos a todos los empleados desde las empleadas domésticas, construcción de nuevas escuelas, Ley de educación superior y entre otras acciones que han permitido que las personas recuperen sus derechos.

Este punto influye de una forma alta al presente proyecto debido a que la microempresa tiene que cumplir con todos los aspectos legales

establecidos, para que se desarrolle de una forma normal y no tenga mayores dificultas en este aspecto.

5.3.2.1.9 ASPECTOS TECNOLÓGICOS

La Tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

En el presente proyecto la tecnología juega un papel muy importante debido a que por medio de la misma se conocen nuevos productos y servicios que se encuentran en todo el mundo es por esto que la microempresa "STAR SPRAY" tiene la función de importar productos elaborados con tecnología de punta.

5.3.2.1.10 ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES

A principios de los años 80 hubo una preocupación con la utilización de Clorofluorocarbonos (CFC´s) en varios productos de consumo, entre ellos los aerosoles, y su relación con la capa de ozono.

A partir de 1989 los fabricantes de aerosoles dejaron voluntariamente de utilizar estos propelentes y actualmente ningún producto de consumo en aerosol contiene CFC´s.

Los envases aerosol son fabricados con materiales totalmente reciclables, y ya una parte importante del metal usado en su fabricación proviene de materiales reciclados. Un 75% de envases utilizan hojalata, un 24% aluminio y menos del 1% son de vidrio o plástico.

Las experiencias en el reciclado de aerosoles muestran que es una práctica totalmente aceptada y compatible tanto con los esquemas establecidos de recogida normal de residuos domésticos como los de recogida selectiva, transporte y tratamiento.

En los sistemas de recogida selectiva, los aerosoles vacíos, después de su uso por el consumidor, están incluidos en los esquemas de reciclado formando parte de las fracciones correspondientes.

Los envases de aerosol que el consumidor ha utilizado y están ya vacíos deben ser tratados como cualquier otro envase metálico de bebidas, alimentación, etc. y depositados en los puntos de recogida selectiva de residuos domésticos.

Los aerosoles llenos o no utilizados totalmente deben ser considerados según la clasificación de su contenido y por tanto, deben ser depositados en puntos "limpios", "verdes" o de recogida especial.

En conclusión la pintura de esmalte en aerosol puede ser utilizada sin ningún riesgo de contaminación medioambiental, es por eso que tiene gran acogida dentro del mercado y por su facilidad de uso.

5.3.2.2MICROAMBIENTE

5.3.2.2.1 CLIENTES

EL cliente es la persona o personas que acceden a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago.

Para el presente proyecto se estableció que los principales clientes es todo tipo de persona que utiliza la pintura de esmalte en aerosol para distintas funciones como para el arte, graffiti, hogar, carpintería, etc.

También contaremos con otro tipo de clientes que son las ferreterías grandes y pequeñas, así mismo como cualquier otro tipo de distribuidor pequeño.

Cuadro N° 16

CLIENTES DE "STAR SPRAY"
✓ Ferreterías
✓ Artistas de la Calle
✓ Artesanos
✓ Carpinteros
✓ Cualquier tipo de personas

Elaborado por: Diana Jiménez

5.3.2.2.2 PROVEEDORES

Proveedor es una empresa o persona física, cuya actividad tiene que ver con la comercialización o fabricación de algún producto, los cuales tienen un valor monetario en el mercado, así mismo los proveedores de bienes tienen como característica principal de satisfacer una necesidad tangible del mercado.

Es así que para la comercialización de pintura en aerosol hemos analizado los proveedores extranjeros y hemos analizado que vamos a trabajar con la marca de pintura en spray "Evans".

5.3.2.2.3 Competencia

Son empresas que se dedican a la misma actividad económica.

CUADRO DE COMPETENCIA

Cuadro N° 17

Competencia	Infraestructura	Tecnología	Atención al Cliente
SPRAY PLANET	Bueno	Regular	Bueno
OCTOPUS	Bueno	Regular	Bueno
SMOG WRITHER	Regular	Bueno	Bueno
PINTULAC	Excelente	Bueno	Excelente
PINTUCO	Excelente	Bueno	Excelente

Elaborado por: Diana Jiménez

Las competencias directas de "STAR SPRAY" son:

- SPRAY PLANET
- OCTOPUS
- SMOG WRITHER

Las competencias indirectas de "STAR SPRAY" son:

- PINTULAC
- PINTUCO

Análisis.-

Para nuestro proyecto estudiar a la competencia es una oportunidad debido a que vamos a investigar el mercado y se podrá comprobar que la competencia no ha realizado un estudio de mercado, el cual es muy importante para demostrar que es un amplio mercado preparado para ser explotado.

MATRIZ BCG

MICROEMPRESA "STAR SPRAY"

PINTURA DE ESMALTE EN AEROSOL	**Maximo XXXL Spray Paint**
MICRO SPRAY	**ACCESORIOS**

Elaborado por: Diana Jiménez

5.3.2.2.4 Sustitutos

Un bien se considera un bien sustitutivo o competitivo de otro, en tanto uno de ellos puede ser consumido o usado en lugar del otro en alguno de sus posibles usos.

Los productos sustitutos de la pintura de esmalte en aerosol es la pintura por galones de esmalte, es la misma pintura pero lo que le diferencia es la utilidad y facilidad de uso de la pintura de esmalte en aerosol.

5.3.2.2.5 ANÁLISIS FODA

✓ AMBIENTE INTERNO

Descripción	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Filosofía corporativa						
Misión	✓					
Visión	✓					
Políticas	✓					
Gestión administrativa	✓					
Planificación	✓					
Organización	✓					
Dirección	✓					
Control	✓					
Gestión Operativa	✓					
Flujo grama del proceso principal	✓					
Gestión Financiera	✓					

✓ **AMBIENTE EXTERNO**

Descripción	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
MACROAMBIENTE						
Inflación						
Tasas de Interés		✓				
PIB		✓				
Balanza Comercial		✓				
Importaciones	✓					
Cultura	✓					
Población económicamente activa	✓					
Aspecto Tecnológico		✓				
Aspecto Político-Legal		✓				
Aspecto Medioambiental		✓				
MICROAMBIENTE						
Clientes		✓				
Proveedores		✓				
Competencia						✓
Sustitutos						✓

5.4 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de 3 grandes análisis importantes:

- Análisis del consumidor
- Análisis de la competencia
- Estrategia

5.4.1 Objetivos.

- Identificar el segmento de mercado de la microempresa.
- Conocer la demanda insatisfecha para obtener participación en el mercado.
- Identificar los clientes potenciales dentro del mercado de la pintura de esmalte en aerosol.
- Establecer estrategias de comercialización y distribución para cubrir las necesidades del mercado.
- Determinar la aceptación del mercado en base a los resultados de las encuestas.

5.4.2 Segmentación de Mercado

Segmentación de mercado es el proceso, para dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.

5.4.3 Segmentación Institucional

La segmentación de mercado institucional corresponde, por lo regular a las variables tales como: actividad, región geográfica, tamaño y volúmen medio de consumo.

Segmentación geográfica

CUADRO N° 18

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Sector	Norte de Quito
Barrio	Cotocollao
Población Ecuador	14'666.055
Población Pichincha	2'646.426
Población barrios aledaños	207.760

Elaborado por: Diana Jiménez

Fuente: INEC

Segmentación Demográfica

CUADRO N° 19

Edad	15-50 años
Genero	Masculino y Femenino, sin discriminación
Nacionalidad	Ecuatorianos y extranjeros
Estado Civil	Solteros, casados, sin discriminación
Profesión	Estudiantes Profesionales, sin discriminación
Nivel de instrucción	Secundaria, superior, sin discriminación
Ingresos Mensuales	Mayor o menor a 318
Religión	Sin discriminación

Elaborado por: Diana Jiménez

Fuente: Estudio de mercado

Segmentación Pictográfica

CUADRO N° 20

CLASE SOCIAL	ESTILO DE VIDA
Media baja Media Media alta Alta	Nuestro producto está orientado a clientes nacionales y extranjeros con distintas formas de vestir, de pensar, en si cualquier tipo de persona que requiera de la pintura de esmalte en aerosol.

Elaborado por: Diana Jiménez

Fuente: Estudio de mercado

5.4.4 Mercado Meta

Se puntualiza especialmente al grupo de clientes a quien va dirigido la pintura de esmalte en aerosol.

Mercado Meta

CUADRO N° 21

Mercado meta del producto
Hombres y mujeres
15 a 40 años
Estudiantes , profesionales, en general
Clase media baja, media, media alta, alta
Todo tipo de cliente interesado en el producto

Elaborado por: Diana Jiménez

Fuente: Estudio de mercado

5.4.5 Población y muestra

La población para el presente proyecto, fue tomada según los datos proporcionados por el INEC y se muestra en la siguiente información con respecto a la población del sector de Cotocollao y los barrios aledaños que también serán tomados en cuenta.

Población Distrito Metropolitano de Quito

CUADRO N° 22

ZONA	Hombres	Mujeres	Total
Cotocollao	15.608	17.418	33.026
Condado	27.617	28.384	56.001
Pomasqui	9.966	10.375	20.341
Ponceano	24 844	27 262	52.106
Carcelén	19.205	20.081	39.286
Total DMQ	97240	103520	200.760

Elaborado por: Diana Jiménez

Fuente: INEC

Como la población es demasiado extensa es necesario calcular el tamaño de la muestra utilizando la siguiente fórmula:

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

En donde:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

E^2 = Error máximo admisible

$$n = \frac{200760}{(200760-1)(0.05)^2+1} = 399{,}21 = 400$$

Luego de la aplicación de la fórmula a la población tenemos como resultado 400 personas a las cuales se les hará las encuestas en determinados puntos estratégicos de los sectores que fueron tomados en cuenta al momento de calcular la muestra.

5.4.6 ENCUESTA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA

OBJETIVO: Recolectar información referente a la utilización de la pintura de esmalte en aerosol, con fines académicos.

DATOS GENERALES:

GENERO:

Femenino ____

Masculino ____

EDAD: ___

1.- ¿Conoce usted la pintura de esmalte en aerosol (spray)?

Sí ____ No ____

2. ¿Conoce usted la utilidad que presta la pintura de esmalte en aerosol?

Sí ____ No ____

3. Considera usted conveniente que en el sector de Cotocollao se implemente una microempresa dedicada a la comercialización de pintura de esmalte en aerosol (spray).

Sí ____ No ____

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una lata o frasco de pintura de esmalte en aerosol?

$ 1,80 - 2,00 ___

$ 2,00 - 2,20 ___

$ 2,20 - 2,80 ___

$ 2,80 - 3,20 ___

5.- ¿En qué actividades considera usted la utilización de la pintura?

En el hogar ____

En el ttrabajo ____

En el arte ____

6.- ¿Considera usted que la pintura de esmalte en aerosol es un producto práctico y necesario?

Sí ____ No ____

Por qué:

_____

7.- ¿Está satisfecho con las pinturas en aerosol que le ofrece el mercado actual?

Sí ____ No ____

8.- ¿Le gustaría recibir asesoría de acuerdo a su necesidad cada vez que compre pintura en aerosol?

Sí ____ No ____

9.- ¿Le gustaría recibir descuentos por la compra desde una caja de spray en adelante?

Sí ____ No ____

10.- En qué horario de atención le gustaría que se le ofrezca este producto

08 am – 16 pm

09 am – 17 pm

10 am – 18 pm

11.- Con qué frecuencia utiliza pintura en aerosol (spray)

Mensualmente ___

Trimestralmente ___

Semestralmente ___

Anualmente ___

GRACIAS POR SU VALIOSA COLABORACIÓN

5.4.7 RESULTADO DE LA ENCUESTA

Una vez establecido el diseño de la encuesta se procede a la recolección y tabulación de las 400 encuestas aplicadas.

Cuadro N° 23

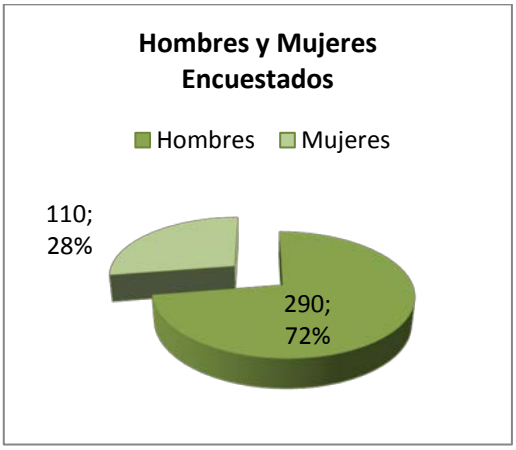
Total hombres y mujeres encuestados

DETALLE	Nº DE ENCUESTADOS	PORCENTAJES
Hombres	290	72,50
Mujeres	110	27,50
TOTALES	400	100,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

Gráfico N°8



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

Cuadro N° 24

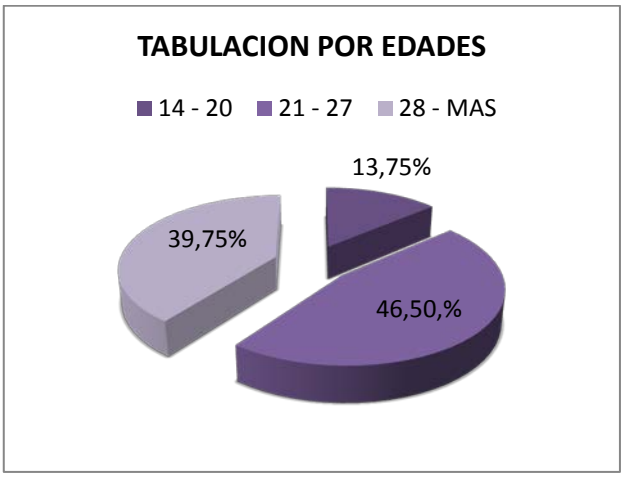
Tabla por edades

DETALLE	TOTALES	PORCENTAJE
14 - 20	55	13,75
21 - 27	186	46,50
28 - MAS	159	39,75
TOTALES	400	100

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

Gráfico N°9



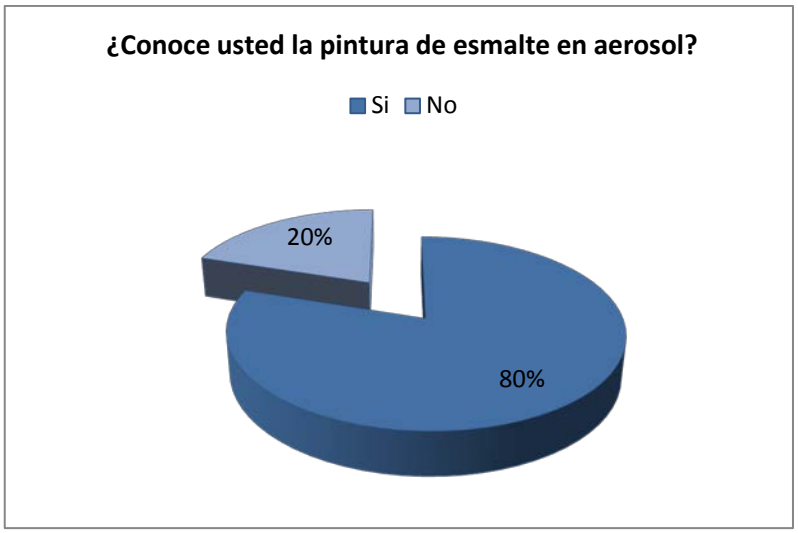
Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

1. ¿Conoce usted la pintura de esmalte en aerosol?

PREGUNTA	VALORACION	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJES
1	Si	320	80%
	No	80	20%
Total		**400**	**100%**

Gráfico N°10



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

Análisis.-

De acuerdo a la encuesta realizada en la primera pregunta tenemos que un 80% de las 400 personas encuestadas conocen la pintura de esmalte en aerosol y un 20% no tienen conocimiento lo que es beneficioso para el presente proyecto.

2. ¿Conoce usted la utilidad que presta la pintura de esmalte en aerosol?

PREGUNTA	VALORACION	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJES
2	Si	280	70%
	No	120	30%
Total		**400**	**100**

Gráfico N°11

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

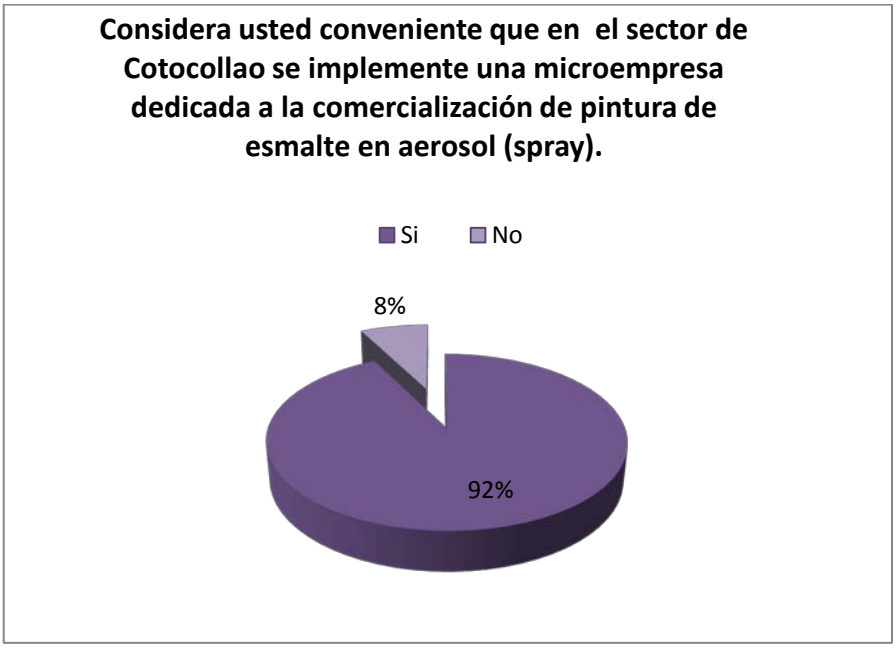
Análisis.-

El 70% de las personas encuestadas tiene conocimiento de la utilidad de la pintura de esmalte en aerosol lo que significa que es un producto de gran acogida, y el 30% no tienen conocimiento en lo mínimo del producto.

3.- Considera usted conveniente que en el sector de Cotocollao se implemente una microempresa dedicada a la comercialización de pintura de esmalte en aerosol (spray).

PREGUNTA	VALORACION	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJES
3	Si	368	92%
	No	32	8%
	Total	**400**	**100%**

Gráfico N°12



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

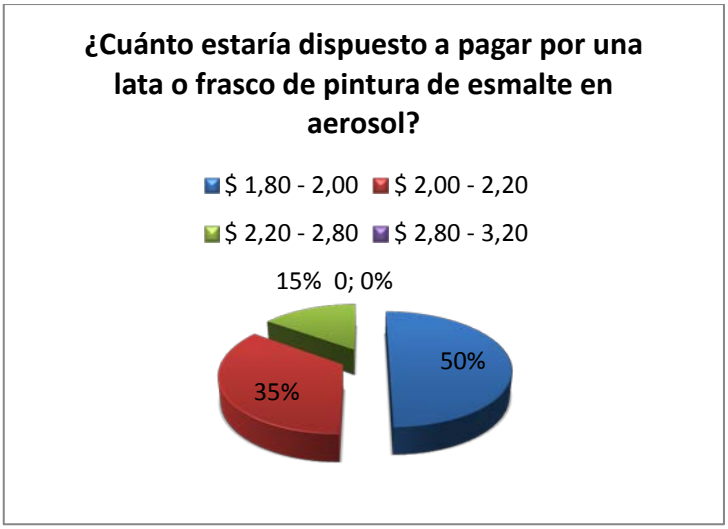
Análisis.-

El 92% de las personas encuestadas están de acuerdo con la apertura de la microempresa en el sector de Cotocollao lo cual significa una oportunidad debido a que esas personas podrían ser nuestros clientes, y el 8% no están de acuerdo con la apertura.

4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una lata o frasco de pintura de esmalte en aerosol?

PREGUNTA	VALORACION	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJES
4	$ 1,80 - 2,00	200	50%
	$ 2,00 - 2,20	140	35%
	$ 2,20 - 2,80	60	15%
	$ 2,80 - 3,20	0	0%
	Total	**400**	**100%**

Gráfico N°13



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

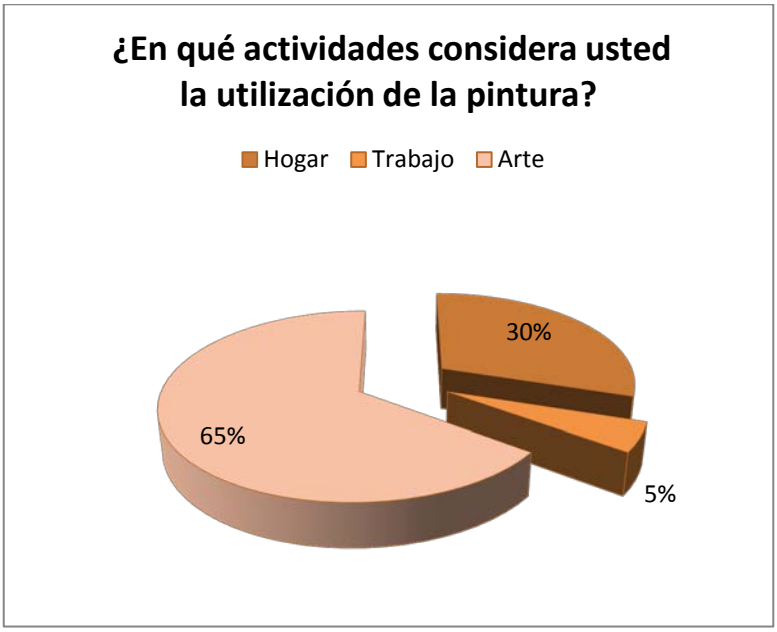
Análisis.-

El 50% de las personas estarían dispuestas a pagar entre $1,80- 2,00, el 35% pagarían entre $ 2,00-2,20, el 15% pagaría entre $ 2,20-2,80 y el 0% de las personas estarían dispuestas a pagar entre $2,80-3,20, lo que demuestra que el precio más aceptable es de $1,80 y $2,00 lo que demuestra que es un precio accesible para el consumidor y rentable para la microempresa.

5. ¿En qué actividades considera usted la utilización de la pintura?

PREGUNTA	VALORACION	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJES
5	Hogar	120	30%
	Trabajo	20	5%
	Arte	260	65%
	Total	**400**	**100%**

Gráfico N°14



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

Análisis.-

El 65% de las personas consideran que la pintura de esmalte en aerosol se puede utilizar en el arte, el 30% utilizarían en el hogar y el 5% en el trabajo lo que demuestra qué este producto se lo pueden utilizar en varios puntos de nuestra vida.

6. ¿Considera usted que la pintura de esmalte en aerosol es un producto práctico y necesario?

PREGUNTA	VALORACION	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJES
6	Si	340	85%
	No	60	15%
Total		**400**	100%

Gráfico N°15

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

Análisis.-

El 85% de las personas encuestadas piensan que la pintura de esmalte en aerosol es un producto práctico y fácil de usar debido a las características del mismo y el 15% considera que no es un producto práctico y necesario.

7. ¿Está satisfecho con las pinturas en aerosol que le ofrece el mercado actual?

PREGUNTA	VALORACION	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJES
7	Si	40	10%
	No	360	90%
Total		**400**	100%

Gráfico N°16

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

Análisis.-

El 92% de las personas no se sienten satisfechas con el mercado local de la pintura en aerosol porque no satisfacen al 100% sus necesidades, y el 8% de las personas si están de acuerdo con los productos que le ofrece el mercado nacional.

8. ¿Le gustaría recibir asesoría de acuerdo a su necesidad cada vez que compre pintura en aerosol?

PREGUNTA	VALORACION	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJES
8	Si	340	85%
	No	60	15%
Total		**400**	**100%**

Gráfico N°17

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

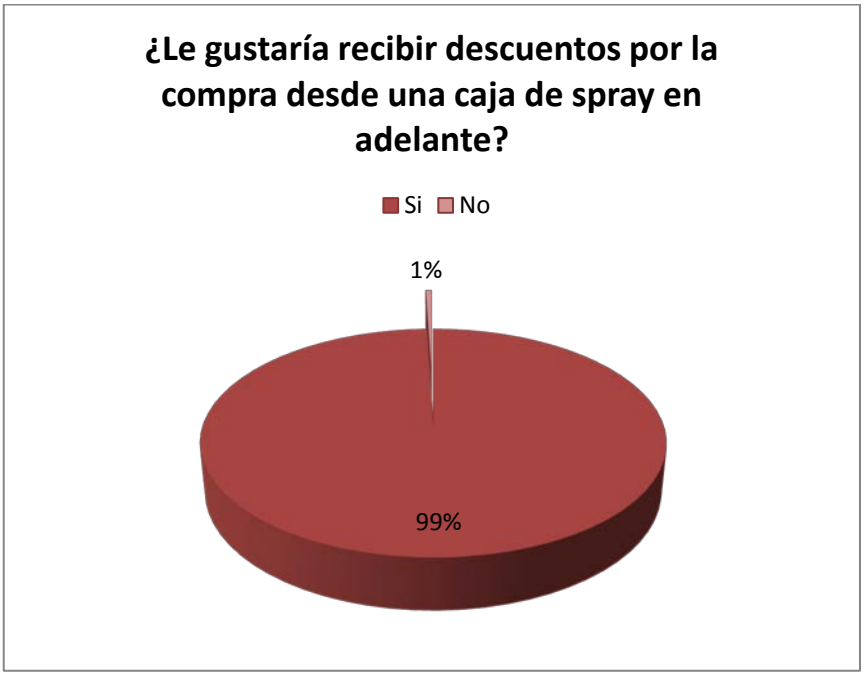
Análisis.-

El 85% de las personas le gustaría recibir una atención personalizada para despejar dudas, realizar reclamos, en fin todo lo que necesiten saber del producto y de la comercializadora.

9. ¿Le gustaría recibir descuentos por la compra desde una caja de spray en adelante?

PREGUNTA	VALORACION	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJES
9	Si	398	99,5%
	No	2	0,50%
Total		**400**	**100%**

Gráfico N°18



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

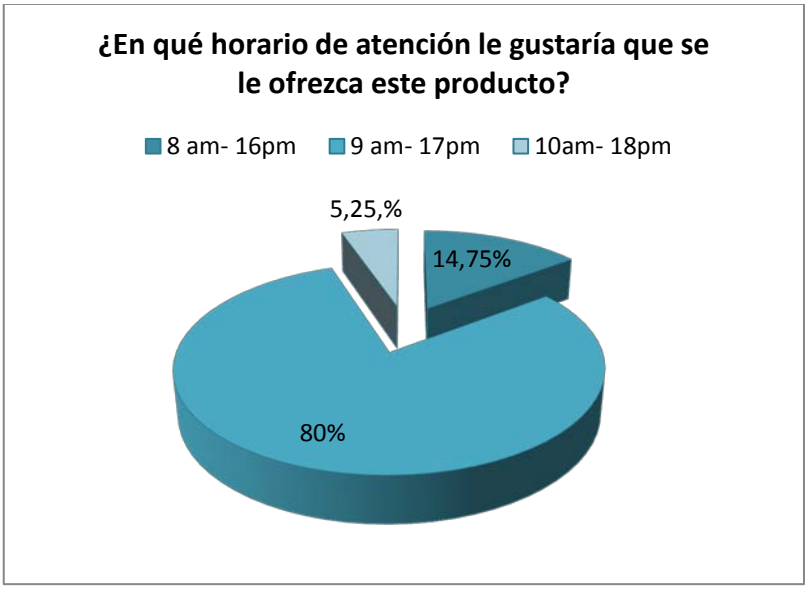
Análisis.-

El 99% de las personas están de acuerdo con los descuentos que se ofrecerá dentro de la microempresa mientras que el 1% no está de acuerdo con los descuentos por la compra de pintura de esmalte en aerosol.

10- ¿En qué horario de atención le gustaría que se le ofrezca este producto?

PREGUNTA	VALORACION	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJES
10	8 am- 16pm	59	14,75%
	9 am- 17pm	320	80%
	10am- 18pm	21	5,25%
	Total	**400**	**100%**

Gráfico N°19



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

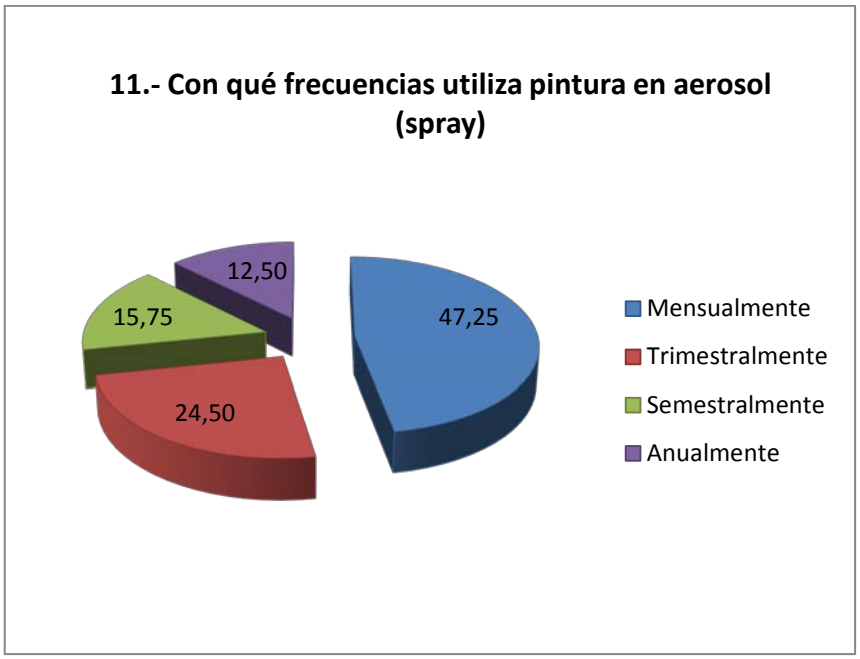
Análisis.-

De acuerdo a las necesidades de cada persona el 80% creen que es más conveniente que el horario de atención sea de 09am a 17pm, mientras que el 14,75% prefiere el horario de 08am a 18pm y el 5,25% está de acuerdo con el horario de 10am a 18pm.

11.- Con qué frecuencia utiliza pintura en aerosol (spray)

PREGUNTA	VALORACION	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJES
11	Mensualmente	189	47,25%
	Trimestralmente	98	24,50%
	Semestralmente	63	15,75%
	Anualmente	50	12,50%
	Total	**400**	**100%**

Gráfico N°20



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

Análisis.-

El 47% de las personas entrevistadas utilizan la pintura de esmalte en aerosol mensualmente, el 24,5% utilizan trimestralmente, el 15,75% utilizan semestralmente, y el 12,50 utilizan anualmente lo que nos demuestra lo importarte que es la pintura de esmalte en aerosol para las personas.

- **ANALISIS DE LA ENCUESTA**

Aceptación del negocio

Cuadro N° 25

Detalle	Aceptación	Porcentaje
Si	368	92%
No	32	8%
Total	400	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

Frecuencia de Consumo

Cuadro N° 27

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	189	47,25%
Trimestral	98	24,50%
Semestral	63	15,75%
Anual	50	12,50%
Total	**400**	**100%**

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

Precio

Cuadro N° 27

Detalle N° encuestados	Precio	Porcentaje
200	$ 2,00	50%
140	$ 2,20	35%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

5.4.8 DEMANDA

Es la cantidad de bienes y servicios que requiere el mercado para ser consumidos a un precio determinado.

5.4.8.1CÁLCULO DE LA DEMANDA

Cuadro N° 28

Aceptación del producto	92%
Frecuencia de Compra mensual	189
Precio Producto	$2,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Diana Jiménez

Cálculo

200.760*92%= 184.699,2

184.699,2*47,25%*12= 1´047.244,46

1´047.244,46*$2= 2´094.488,92

CALCULO DE LA DEMANDA

CUADRO N° 29

AÑOS	DEMANDA	TASA DE CRECIMIENTO DEL SECTOR	DEMANDA PROYECTADA
2014	$ 2.094.488,92	1,108	$ 2.320.693,72
2015	$ 2.320.693,72	1,108	$ 2.571.328,65
2016	$ 2.571.328,65	1,108	$ 2.849.032,14
2017	$ 2.849.032,14	1,108	$ 3.156.727,61
2018	$ 3.156.727,61	1,108	$ 3.497.654,19

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Diana Jiménez

5.4.8 OFERTA

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer para ser adquiridos a un determinado precio por los clientes o consumidores.

5.4.8.1 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

CUADRO N° 30

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	TASA DE ACEPTACION	OFERTA PROYECTADA
2014	$ 2.320.693,72	0,1	$ 232.069,37
2015	$ 2.571.328,65	0,1	$ 257.132,86
2016	$ 2.849.032,14	0,1	$ 284.903,21
2017	$ 3.156.727,61	0,1	$ 315.672,76
2018	$ 3.497.654,19	0,1	$ 349.765,42

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Diana Jiménez

5.4.9 DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha se refiere a la población que no ha alcanzado a adquirir el bien o servicio, o a su vez no está satisfecho con lo que le ofrece el mercado actual.

5.4.9.1 DEMANDA INSATISFECHA

CUADRO N° 31

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	$ 2.320.693,72	$ 232.069,37	$ 2.088.624,35
2015	$ 2.571.328,65	$ 257.132,86	$ 2.314.195,78
2016	$ 2.849.032,14	$ 284.903,21	$ 2.564.128,93
2017	$ 3.156.727,61	$ 315.672,76	$ 2.841.054,85
2018	$ 3.497.654,19	$ 349.765,42	$ 3.147.888,77

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Diana Jiménez

5.4.9 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

- **Producto / Servicio**

La microempresa "STAR SPRAY" ofrecerá un excelente servicio que cuenta con la exclusividad y atención personalizada que se brindará al cliente, mientras que el producto es la pintura de esmalte en aerosol, debido a que éste producto es muy práctico y fácil de utilizar, además que no tiene gran impacto con el ambiente y puede ser utilizado en cualquier aspecto de nuestra vida ya sea en el hogar, trabajo o en el arte.

El producto que se ofrecerá en "STAR SPRAY" será la clave para lograr un gran posicionamiento en el mercado escogido y para el éxito del mismo se contará con estrategias que permitan la aceptación y fidelización de los clientes.

Características de la Pintura de esmalte en aerosol:

Facilidad de uso: aplicación inmediata, idoneidad en el tipo de pulverización, comodidad de uso y manejabilidad.

Eficacia: óptima aplicación y rendimiento y máxima fiabilidad.

Estanqueidad y conservación: garantía de hermeticidad, total inviolabilidad, higiene del contenido, seguridad de uso y mantenimiento de sus propiedades originales.

Precisión de aplicación y economía de uso: dosificación controlada en cuanto a tiempo de salida, área de aplicación y cantidad de producto, evitando el derroche por sobredosificación.

- **Precio**

Se puede decir que el precio es quizás el elemento más importante de la estrategia comercial debido a que es la cantidad de dinero con utilidad necesaria que se paga para satisfacer una necesidad.

Precios de la competencia de "STAR SPRAY"

PRECIOS DE LA COMPETENCIA

CUADRO N° 32

COMPETENCIA	PRECIO
SPRAY PLANET	**$2,00**
OCTOPUS	**$2,00**
SMOG WRITHER	**$2,20**
STAR SPRAY	**$ 2,00**

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Diana Jiménez

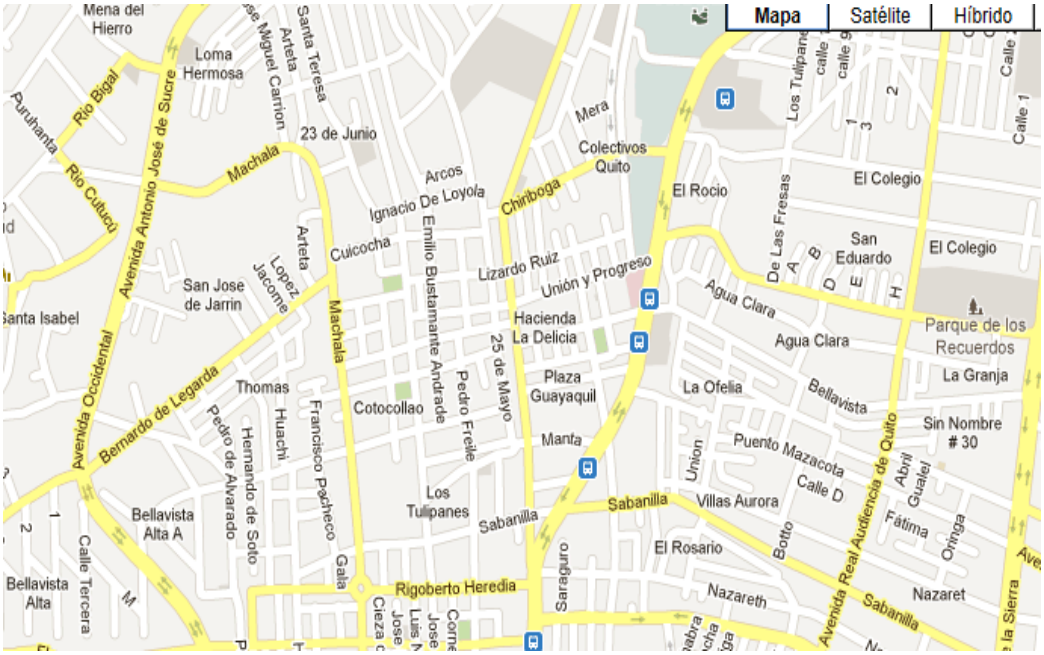
De acuerdo a los precios de la competencia se puede establecer un precio promedio de $2,07, es decir la pintura de esmalte en aerosol tendrá un costo de $ 2,00.

- **Plaza**

La plaza o distribución persigue colocar de la forma más acertada, el producto o servicio al alcance de los consumidores o usuarios con el fin de que los mismos tengan mayores oportunidades de adquirirlo.

Por esta razón se ha escogido el sector de Cotocollao para ubicar a la microempresa "STAR SPRAY" debido a que es un lugar muy comercial en el norte de la ciudad de Quito.

CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA



- **Promoción**

La promoción es el intento de influir en el público con la intensión de compra, consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.

Los objetivos son asociados generalmente con resultados de corto plazo, y no con resultados permanentes:

- o Aumentar las ventas en el corto plazo
- o Ayudar a aumentar la participación del mercado en el largo plazo
- o Romper la lealtad de clientes de la competencia
- o Colaborar a la fidelización
- o Lograr mayor apoyo del equipo de ventas para futuras campañas.

"STAR SPRAY" realizará algunas estrategias para tener un buen posicionamiento en el mercado.

- **Descuentos:**

Que se realizara de acuerdo al número de latas de spray adquiridas por el cliente ejemplo: por la compra de una caja en adelante se cobrará la unidad a $1,80 o que es lo mismo el valor de la caja a $21,60.

- **Promociones:**

La promoción se realizara especialmente en eventos de grafitti en la Ciudad de Quito, en los cuales "STAR SPRAY" estará presente ofertando las latas de aerosol a un precio unitario de $1,9 y por la compra de 5 latas de spray en adelante a $ 1,60 cada una.

o **Obsequios:**

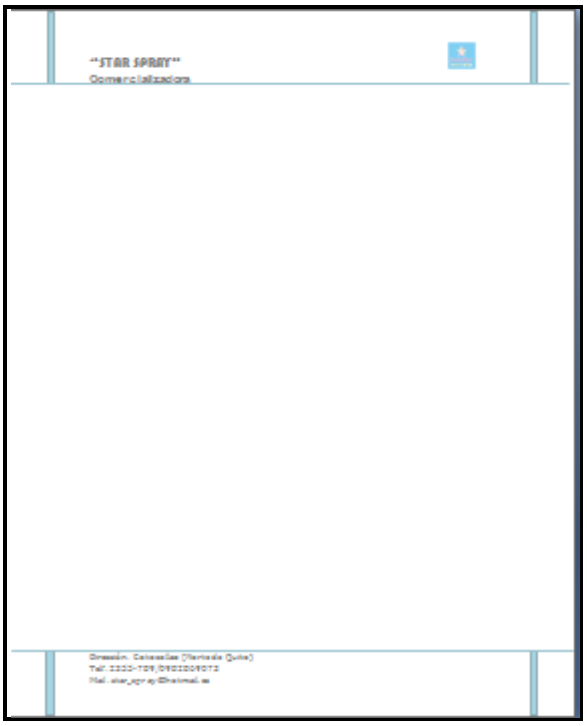
En temporadas especiales como: Navidad, 14 de febrero y en otras fechas especiales obsequiar distintos artículos de la microempresa "STAR SPRAY" como: latas de aerosol pequeñas para utilizar como llaveros, esferos, calendarios, libretas, manillas con el logotipo de "STAR SPRAY".

Además de todas estas estrategias la microempresa se dará a conocer a través las redes sociales como TWITTER, FACEBOOK, y otros para ganar reconocimiento en el mercado y en el cual se publicará todos los productos, nuevas promociones y eventos de graffiti, etc.

- **LOGOTIPO Y SLOGAN DE "STAR SPRAY"**

- **TARJETA DE PRESENTACIÓN**

- **Hoja membretada**



5.5 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica, también permite definir la localización y tamaño del presente proyecto.

5.5.1 Localización del Proyecto

Representa al lugar más idóneo para ubicar la microempresa, generando trabajo y rentabilidad, mediante el análisis de diversos factores como económico, social y tecnológico.

5.5.1.1Macro Localización del Proyecto

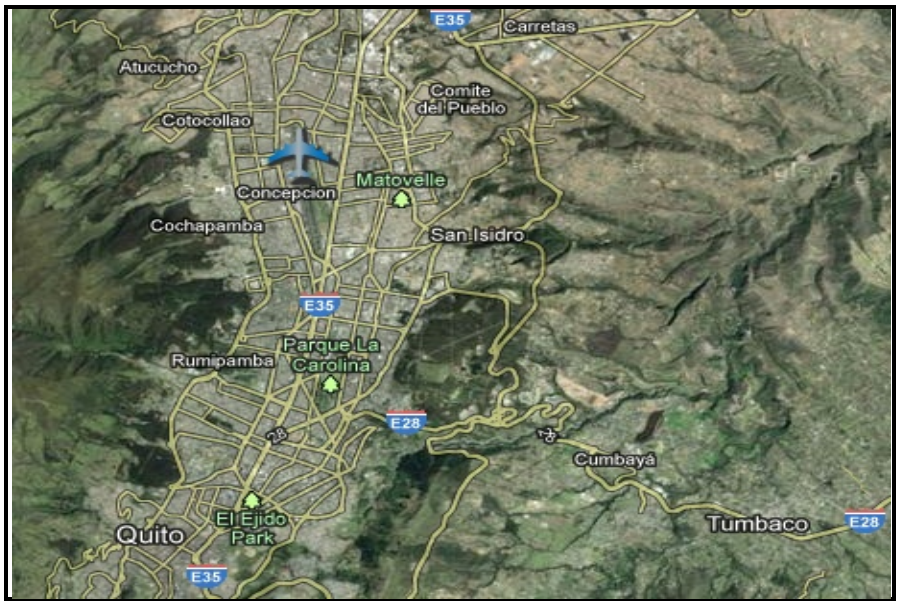
Es la ubicación internacional donde se desarrollara el proyecto.

CUADRO N° 33

MACROLOCALIZACIÓN	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Sector	Cotocollao

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Jiménez



5.5.1.2Micro Localización del Proyecto

Es la determinación exacta del lugar donde se llevara a cabo el proyecto, y en este caso la ubicación será en el barrio de Cotocollao sector norte de Quito en la calle 25 de mayo, este lugar ha sido escogido por ser un lugar comercial y con gran afluencia de personas.

5.5.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto consiste en la capacidad que tendrá el negocio en lo que se refiere a las áreas que contará la microempresa.

CUADRO N° 34

AREA	DIMENSION MTS2	MTS 2
Recepción	5x4	20
Ventas	5x4	20
Bodega	5x4	20
Archivo	4x4	16
Administración	4x5	20
Baño 1	2x1	2
Baño 2	3x2	6
Total Áreas		104m2

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Jiménez

5.5.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

CUADRO N° 35

Distribución de Planta

A	Absolutamente necesario
E	Especialmente necesario que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía indeseable

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Jiménez

CUADRO N° 36

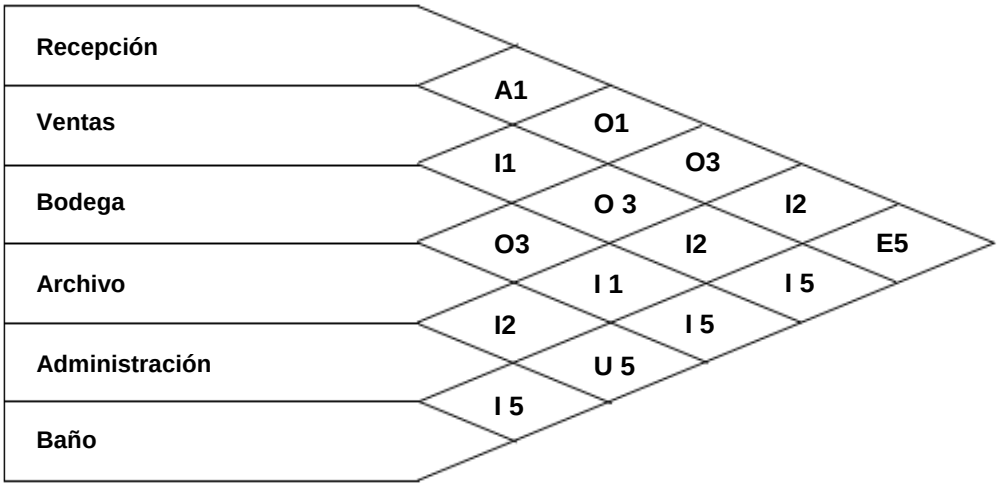
Razones de Cercanía

1	Por proceso
2	Por Administración
3	Por conveniencia
4	Por ruido
5	Por higiene

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Jiménez

5.5.4 MATRIZ TRIANGULAR



5.5.5 MATRIZ DE TABULACIÓN

A		E
	I	
O	U	X

Recepción

A1	E5
I2	
O1,3	U5

5x4=20 mts 2

Ventas

I1,2,5	
O3	U5

5x4=20 mts2

Bodega

I1,5	
O3	U5

5x4=20 mts2

Archivo

I2,5 U5

4x4=16mts 2

Administración

I5 O5

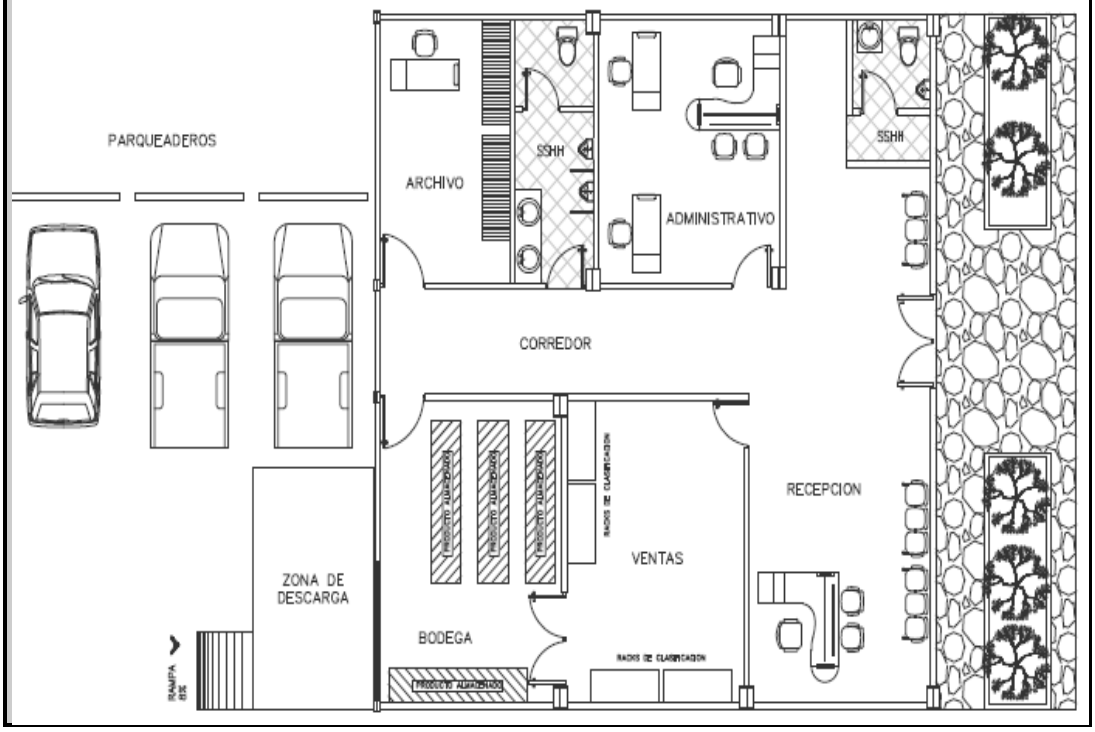
5x4=20mts2

Baño

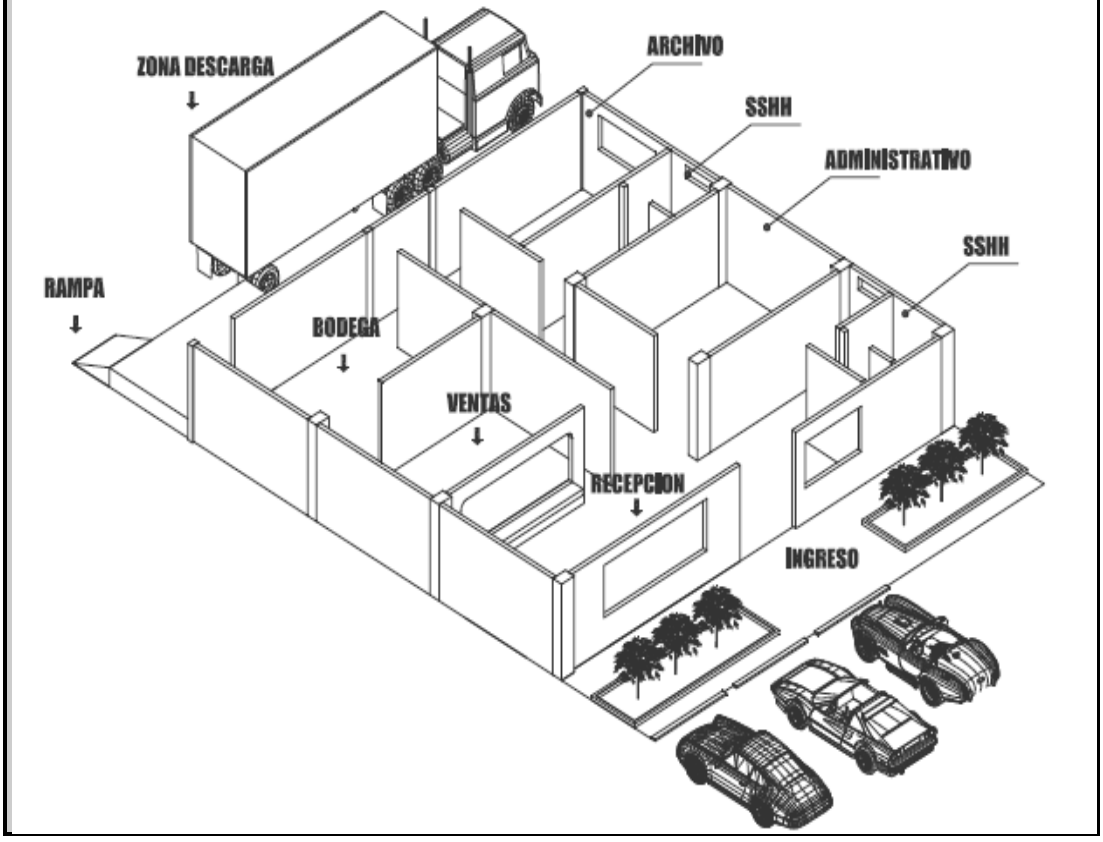
I5

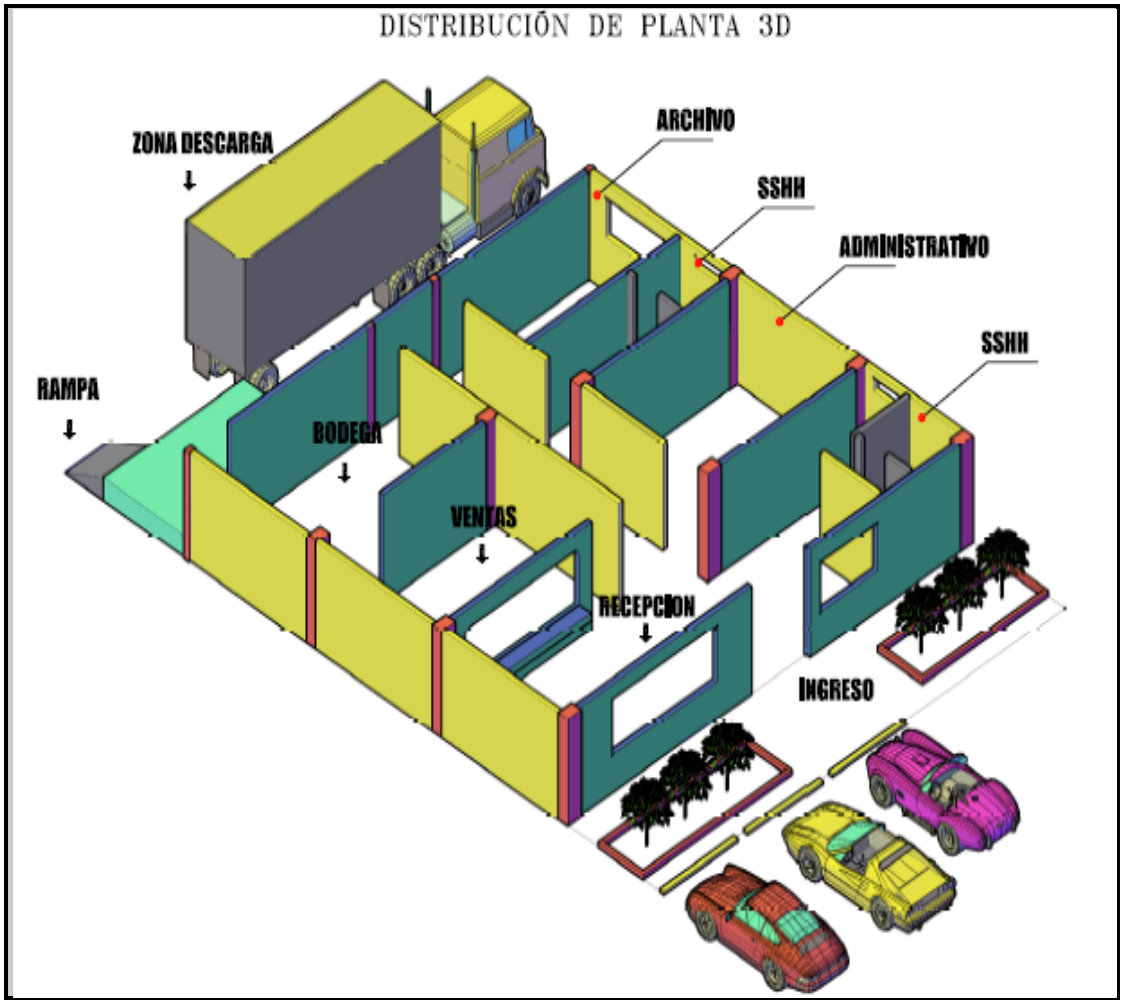
3x2=6mts2

DISTRIBUCIÓN DE DEPARTAMENTOS



DISTRIBUCIÓN DE PLANTA 3D





5.5.6 CUADRO DE ACTIVOS

En este cuadro se detalla todos los muebles, equipos y otros activos que se va a considerar para la implementación de la microempresa.

CUADRO N° 37

Cuadro de activos

Activo fijo	N° unidad	Modelo	Capacidad	Valor unitario	Valor total	Total bruto
Vehículo	1	Hino city 300	3.6 tonel	$ 284.888,00	$ 28.488,00	
Total vehículos					**$ 28.488,00**	$ 28.488,00
Muebles y enseres						
Escritorio	4	Metálico		$ 90,00	$ 360,00	
Sillas giratoria	4	Metálico		$ 30,00	$ 120,00	
Archivadores	1	Madera		$ 35,00	$ 35,00	
Estanterías	3	Metálicas		$ 85,00	$ 255,00	
Sillas	4	Madera		$ 30,00	$ 120,00	
Total muebles y enseres					**$ 890,00**	**$ 890,00**
Equipo de computación						
Laptop	1	Hp		$ 700,00	$ 700,00	
PC	2	Pentium 4		$ 400,00	$ 800,00	
Impresoras	3	Remar		$ 150,00	$ 450,00	
Teléfono	2			$ 15,00	$ 30,00	
Total equipos de computación					**$ 1.980,00**	$ 1.980,00
Equipos de oficina						
Calculadora	3	Casi		$ 8,00	$ 24,00	
Perforadoras	3	Artesón		$ 2,00	$ 6,00	
Grapadoras	2	Artesón		$ 1,50	$ 3,00	
Suminis oficina		Cinta adhesiva, cuadernos, esferos etc.		$ 40,00	$ 40,00	
Total					$ 73,00	$ 73,00
Activos diferidos						
Gasto de constitución	1			$ 1.000,00	$ 1.000,00	
Estudio de factibilidad	1			$ 400,00	$ 400,00	
Total de activos diferidos					**$ 1.400,00**	$ 1.400,00
Total activos						**$ 32.831,00**

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

5.5.7 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

El cálculo de los Costos y Gastos pretende establecer el monto total de los costos y gastos que invertiremos en la importación y comercialización de la pintura de esmalte en aerosol.

5.1.1.1 Costo de Ventas

Para la comercialización de pintura de esmalte en aerosol debemos tomar en cuenta algunos costos que tendremos dentro de este aspecto.

COSTO DE VENTAS

CUADRO N° 38

COSTO DE VENTAS				
CONCEPTO	Cant.	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Cajas de pintura de esmalte en aerosol	200	$ 14,40	$ 2.880,00	$ 34.560,00
vendedor	1	$ 350,00	$ 429,49	$ 5.153,88
total			**$ 5.060,47**	**$ 60.725,64**

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

5.1.1.2Gastos de administración

Para un adecuado desarrollo de la microempresa es indispensable coordinar la acción administrativa lo cual se hace presente a través de los gastos administrativos que son de naturaleza fija, ya que no varían si el nivel de comercialización aumenta o disminuye.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

CUADRO N° 39

GASTOS ADMINISTRATIVOS							
Detalle	**Cant**	**Mensual**	**Decimo tercero**	**Decimo cuarto**	**Fondos de reserva**	**Total valor mensual**	**Total valor anual**
Gerente general	1	$ 380,00	$ 31,67	$ 26,50	$ 31,65	$ 469,82	$ 5.637,85
Jefe dep. Administrativo y financiero	1	$ 350,00	$ 29,17	$ 26,50	$ 29,16	$ 434,82	$ 5.217,86
Jefe dep. Marketing	1	$ 350,00	$ 29,17	$ 26,50	$ 29,16	$ 434,82	$ 5.217,86
Contador	1	$ 330,00	$ 27,50	$ 26,50	$ 27,49	$ 411,49	$ 4.937,87
Jefe dep. Recursos h.	1	$ 350,00	$ 29,17	$ 26,50	$ 29,16	$ 434,82	$ 5.217,86
Bachiller técnico	1	$ 318,00	$ 26,50	$ 26,50	$ 26,49	$ 397,49	$ 4.769,87
Tecnólogo	1	$ 318,00	$ 26,50	$ 26,50	$ 26,49	$ 397,49	$ 4.769,87
Jefe dep. Operativo	1	$ 350,00	$ 29,17	$ 26,50	$ 29,16	$ 434,82	$ 5.217,86
Suministros de oficina	1	$ 50,00				$ 50,00	$ 600,00
Material de aseo	1	$ 50,00				$ 50,00	$ 600,00
Servicios básicos	1	$ 120,00				$ 120,00	$ 1.440,00
total						$ 3.635,58	$ 43.626,90

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

5.1.1.3Gasto de Ventas

Para promocionar de una manera eficaz el producto y distribuir correctamente los productos importados, la microempresa deberá incurrir en los gastos de ventas.

GASTO DE VENTAS

CUADRO N° 40

GASTO DE VENTAS				
CONCEPTO	cant	valor unitario	valor mensual	valor anual
Arriendo	1	$ 600,00	$ 600,00	$ 7.200,00
Garantía	1	$ 900,00	$ 900,00	$ 900,00
Gasolina	20	$ 1,25	$ 25,00	$ 300,00
Publicidad	1	$ 100,00	$ 100,00	$ 1.200,00
Aranceles	1	$ 1.750,98	$ 1.750,98	$ 21.011,76
Gigantografía	2	$ 20,00	$ 40,00	$ 80,00
total			**$ 3.415,98**	**$ 30.611,76**

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

5.1.1.4Ingresos del Proyecto

Los ingresos parten de la demanda total que fue determinada en el estudio de mercado, por lo tanto las ventas cumplen un papel muy importante pues de este depende que los ingresos que sean favorables o no para la microempresa, así como también dependerá de la estructura de comercialización.

INGRESOS DEL PROYECTO

CUADRO N° 41

INGRESOS DEL PROYECTO					
Años	Demanda Insatisfecha	Castigo de la Demanda	Total Ventas	Capacidad 75%	Ingresos Anuales
2014	$ 2.088.624,35	0,08	$ 167.089,95	0,75	$ 125.317,46
2015	$ 2.314.195,78	0,08	$ 185.135,66	0,75	$ 138.851,75
2016	$ 2.564.128,93	0,08	$ 205.130,31	0,75	$ 153.847,74
2017	$ 2.841.054,85	0,08	$ 227.284,39	0,75	$ 170.463,29
2018	$ 3.147.888,77	0,08	$ 251.831,10	0,75	$ 188.873,33

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

5.2 ESTUDIO FINANCIERO

Se trata de la cuantía o monto que se va a obtener para el proyecto así como también los ingresos y gastos que se obtenga después de realizar dicho estudio.

5.2.1 Objetivos

- Determinar el monto de la inversión que requiere el presente proyecto
- Realizar el cálculo de las depreciaciones y amortizaciones
- Elaborar los principales Estados Financieros.

5.2.2 Cuadro de Inversiones

Las inversiones para el presente proyecto es la siguiente:

- Inversiones de activos fijos
- Inversiones de capital de trabajo

INVERSIONES

CUADRO N° 42

INVERSION			
CONCEPTO	**USO DE FONDOS**	**RECURSOS PROPIOS**	**RECURSOS FINANCIADOS**
INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			
Vehículos	$ 28.488,00	$ 28.488,00	$ 0,00
Muebles y enseres	$ 890,00	$ 890,00	$ 0,00
Equipos de computación	$ 1.980,00	$ 1.980,00	$ 0,00
Equipos de oficina	$ 73,00	$ 73,00	$ 0,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	**$ 31.431,00**	**$ 31.431,00**	$ 0,00
ACTIVOS DIFERIDOS			
Amortización activo diferido	$ 1.000,00	$ 1.000,00	$ 0,00
Estudio técnico	$ 400,00	$ 400,00	$ 0,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	**$ 1.400,00**	**$ 1.400,00**	**$ 0,00**
CAPITAL DE OPERACIÓN O DE TRABAJO			
gasto de administración	$ 3.635,58	$ 3.635,58	
gasto de ventas	$ 1.697,50	$ 1.697,50	
costo de ventas	$ 5.060,47	$ 5.060,47	
TOTAL DE CAPITAL DE OPERACIÓN	**$ 10.393,55**	**$ 10.393,55**	**$ 0,00**
TOTAL DE INVERSIÓN	**$ 43.224,55**	**$ 43.224,55**	**$ 0,00**
PARTICIPACION	**100,00%**	**100,00%**	**0,00%**

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

5.2.3 Depreciaciones

Las depreciaciones se las realiza a todos los activos fijos, y vienen a ser costos virtuales por cuanto tienen un efecto de un costo sin serlo.

Todos estos bienes van perdiendo su valor por el uso que prestan, por lo que a la disminución de su valor también es conocida como depreciación, constituyéndose en un gasto para la empresa, proporcionando a que sirva como escudo fiscal en el pago de impuestos.

DEPRECIACIONES

CUADRO N° 43

DEPRECIACIONES						
Activo	Valor de compra	Vida contable	Depre. Anual	Años depre.	Depre. Acumulada	Valor de salvamento
vehículo	28488,00	20	1424,40	5	7122,00	21.366,00
Muebles y Enseres	890,00	10	89,00	5	445,00	445,00
Equipos de Computación	1980,00	3	660,00	3	1980,00	0,00
equipos de oficina	73,00	3	24,33	3	73,00	0,00
Total	31431,00		2197,73		73,00	3.1358,00
					9.693,00	53.169,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

Calculo de la Amortización del Activo Diferido

CUADRO N° 44

AMORTIZACIONES						
CONCEPTO	**VALOR TOTAL**	**TIEMPO**	**VALOR ANUAL**	**AÑOS AMORT.**	**AMORTIZACIÓN ACUMULADA**	**SALDO**
Gastos de Constitución	**1000,00**	**5**	**200,00**	**5**	**1000,00**	**0,00**

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

5.2.4 Proyección de Costos y Gastos

La proyección se la realiza en base a la tasa del índice inflacionario de la fecha más actual que nos proporciona el Banco Central del Ecuador y en la cual se proyecta lo siguiente:

PROYECCION DE COSTOS DE VENTAS

CUADRO N° 45

Costo de Ventas							
DESCRIPCION	**INFLACION**	**año base 2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	2018
Cajas de pintura de esmalte en aerosol	0,0301	$ 34.560,00	$ 35.600,26	$ 36.671,82	$ 37.775,65	$ 38.912,69	$ 40.083,96
vendedor	0,0301	$ 5.153,88	$ 5.309,01	$ 5.468,81	$ 5.633,42	$ 5.802,99	$ 5.977,66
TOTAL		**$ 39.713,88**	**$ 40.909,27**	**$ 42.140,64**	**$ 43.409,07**	**$ 44.715,68**	**$ 46.061,62**

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO N° 46

Gastos Administración							
Detalle	**INFLACION MERCADO PINTURA**	**año base 2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Gastos de personal							
Gerente general	0,0301	$ 5.637,85	$ 5.807,55	$ 5.982,35	$ 6.162,42	$ 6.347,91	$ 6.538,98
Jefe dep. Administrativo y financiero	0,0301	$ 5.217,86	$ 5.374,92	$ 5.536,70	$ 5.703,36	$ 5.875,03	$ 6.051,87
Jefe dep. Marketing	0,0301	$ 5.217,86	$ 5.374,92	$ 5.536,70	$ 5.703,36	$ 5.875,03	$ 6.051,87
Contador	0,0301	$ 4.937,87	$ 5.086,50	$ 5.239,60	$ 5.397,31	$ 5.559,77	$ 5.727,12
Jefe dep. Recursos h.	0,0301	$ 5.217,86	$ 5.374,92	$ 5.536,70	$ 5.703,36	$ 5.875,03	$ 6.051,87
Bachiller técnico	0,0301	$ 4.789,67	$ 4.933,84	$ 5.082,35	$ 5.235,33	$ 5.392,91	$ 5.555,24
Tecnólogo	0,0301	$ 4.769,87	$ 4.913,45	$ 5.061,34	$ 5.213,69	$ 5.370,62	$ 5.532,27
Jefe dep. Operativo	0,0301	$ 5.217,86	$ 5.374,92	$ 5.536,70	$ 5.703,36	$ 5.875,03	$ 6.051,87
Total		$ 41.006,70	$ 42.241,00	$ 43.512,45	$ 44.822,18	$ 46.171,33	$ 47.561,08
Gastos generales							
Suministros de oficina	0,0301	$ 600,00	$ 618,06	$ 636,66	$ 655,83	$ 675,57	$ 695,90
Material de aseo	0,0301	$ 600,00	$ 618,06	$ 636,66	$ 655,83	$ 675,57	$ 695,90
Servicios básicos	0,0301	$ 1.440,00	$ 1.483,34	$ 1.527,99	$ 1.573,99	$ 1.621,36	$ 1.670,17
Total		$ 2.640,00	$ 2.719,46	$ 2.801,32	$ 2.885,64	$ 2.972,50	$ 3.061,97
Depreciación							
Vehículo		**$ 7.122,00**	**$ 7.122,00**	**$ 7.122,00**	**$ 7.122,00**	**$ 7.122,00**	**$ 7.122,00**
Muebles y Enseres		$ 445,00	$ 445,00	$ 445,00	$ 445,00	$ 445,00	$ 445,00
Equipos de Computación		$ 1.980,00	$ 1.980,00	$ 1.980,00	$ 1.980,00	$ 1.980,00	$ 1.980,00
Equipos de oficina		$ 73,00	$ 73,00	$ 73,00	$ 73,00	$ 73,00	$ 73,00
Total		$ 9.620,00	$ 9.620,00	$ 9.620,00	$ 9.620,00	$ 9.620,00	$ 9.620,00
Amortización activo diferido		$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00
Total		$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00
Total gastos administrativos		$ 53.466,70	$ 54.780,46	$ 56.133,77	$ 57.527,82	$ 58.963,82	$ 60.443,05
Flujos de efectivo		$ 43.846,70	$ 45.160,46	$ 46.513,77	$ 47.907,82	$ 49.343,82	$ 50.823,05

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

PROYECCION DE GASTOS DE VENTAS

CUADRO N° 47

GASTOS DE VENTAS							
DESCRIPCION	**INFLACION**	**año base 2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	2018
Arriendo	0,0301	$ 7.200,00	$ 7.416,72	$ 7.639,96	$ 7.869,93	$ 8.106,81	$ 8.350,83
Garantía	0,0301	$ 900,00	$ 927,09	$ 955,00	$ 983,74	$ 1.013,35	$ 1.043,85
Gasolina	0,0301	$ 300,00	$ 309,03	$ 318,33	$ 327,91	$ 337,78	$ 347,95
Publicidad	0,0301	$ 1.200,00	$ 1.236,12	$ 1.273,33	$ 1.311,65	$ 1.351,14	$ 1.391,80
Gigantografía	0,0301	$ 80,00	$ 82,41	$ 84,89	$ 87,44	$ 90,08	$ 92,79
Aranceles	0,0301	$ 21.011,76	$ 21.644,21	$ 22.295,70	$ 22.966,81	$ 23.658,11	$ 24.370,22
Total		$ 30.691,76	$ 31.615,58	$ 32.567,21	$ 33.547,48	$ 34.557,26	$ 35.597,44

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

5.2.5 Estado de Situación Inicial

En el estado de situación inicial se refleja la situación financiera actual de la empresa al momento de su inicio en las operaciones económicas.

En el siguiente estado se mostrará el balance inicial de la microempresa "STAR SPRAY" en el que se refleja todos los activos con los que cuenta la organización que no es más que un conjunto de bienes tangibles e intangibles que posee la mico empresa en un momento determinado y los pasivos son aquellas obligaciones que ejercen con terceras personas, tanto el capital social o patrimonio son aporte de los dueños y accionistas de la microempresa.

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

CUADRO N° 48

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL
MICROEMPRESA "STAR SPRAY"
al 01 enero del 2014

Activos			
Activo fijo		$ 31.341,0	
Vehículo	$ 28.488,0		
Muebles y enseres	$ 890,0		
Equipos de computación	$ 1.890,0		
Equipos de oficina	$ 73,0		
Activos diferidos		$ 1.000,0	
Gastos de constitución	$ 1.000,0		
Total activo			$ 32.341,0
Pasivo			
Pasivo corriente			
Préstamo	0,0		
Total pasivo		0,0	
Patrimonio			
Capital		$ 32.341,0	
Total patrimonio			
Total pasivo + patrimonio			$ 32.341,0

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Diana Jiménez

5.2.6 Estado de Resultados

Para las empresas con fines de lucro es necesario contar con una proyección de resultados, elaborando un estado de pérdidas y ganancias proyectado para los cinco años de vida útil del proyecto.

Hay que señalar que la utilidad obtenida es razonable para llevar a cabo las actividades de la microempresa.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CUADRO N° 49

ESTADO DE RESULTADOS PROYEC TADO

DESCRIPCION	2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS	**$ 138.851,75**	**$ 153.847,74**	**$ 170.463,29**	**$ 188.873,33**	**$ 209.271,65**
(-) Costos de ventas	$ 40.909,27	$ 42.140,64	$ 43.409,07	$ 44.715,68	$ 46.061,62
(=) Utilidad Bruta en gastos	**$ 97.942,48**	**$ 111.707,10**	**$ 127.054,22**	**$ 144.157,65**	**$ 163.210,03**
(-)Gastos administrativos	$ 54.780,46	$ 56.133,77	$ 57.527,82	$ 58.963,82	$ 60.443,05
(-) Gastos de ventas	$ 31.615,58	$ 32.567,21	$ 33.547,48	$ 34.557,26	$ 35.597,44
(-) Depreciaciones	$ 2.197,73	$ 2.197,73	$ 2.197,73	$ 2.197,73	$ 2.197,73
(=) Utilidad operacional	**$ 9.348,71**	**$ 20.808,39**	**$ 33.781,19**	**$ 48.438,84**	**$ 64.971,81**
(-) Gastos financieros	$ 0,00				$ 0,00
(+) Otros Ingresos	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
(=) Utilidad antes de part. e imp.	**$ 9.348,71**	**$ 20.808,39**	**$ 33.781,19**	**$ 48.438,84**	**$ 64.971,81**
(-) 15% Participación trabajadores	$ 1.402,31	$ 3.121,26	$ 5.067,18	$ 7.265,83	$ 9.745,77
(=) Utilidad antes de impuestos	**$ 7.946,40**	**$ 17.687,13**	**$ 28.714,01**	**$ 41.173,01**	**$ 55.226,04**
(-) 22% de impuesto a la renta	$ 1.748,21	$ 3.891,17	$ 6.317,08	$ 9.058,06	$ 12.149,73
(=) Utilidad neta del ejercicio	**$ 6.198,19**	**$ 13.795,96**	**$ 22.396,93**	**$ 32.114,95**	**$ 43.076,31**

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

5.2.7 Flujo de Caja

Se entiende por flujo de caja a las entradas y salidas de caja o efectivo, en un periodo dado el flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos y por lo tanto constituye un indicador importante de la liquidez de la microempresa.

CUADRO N° 50

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

DESCRIPCION	2013 (año base)	2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS		**$ 138.851,75**	**$ 153.847,74**	**$ 170.463,29**	**$ 188.873,33**	**$ 209.271,65**
(-) Costos de ventas		$ 40.909,27	$ 42.140,64	$ 43.409,07	$ 44.715,68	$ 46.061,62
(=) Utilidad Bruta en gastos		**$ 97.942,48**	**$ 111.707,10**	**$ 127.054,22**	**$ 144.157,65**	**$ 163.210,03**
(-)Gastos administrativos		$ 54.780,46	$ 56.133,77	$ 57.527,82	$ 58.963,82	$ 60.443,05
(-) Gastos de ventas		$ 31.615,58	$ 32.567,21	$ 33.547,48	$ 34.557,26	$ 35.597,44
(-) Depreciaciones		$ 2.197,73	$ 2.197,73	$ 2.197,73	$ 2.197,73	$ 2.197,73
(=) Utilidad operacional		**$ 9.348,71**	**$ 20.808,39**	**$ 33.781,19**	**$ 48.438,84**	**$ 64.971,81**
(-) Gastos financieros		$ 0,00				$ 0,00
(+) Otros Ingresos		$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
(=) Utilidad antes de part., e imp.		**$ 9.348,71**	**$ 20.808,39**	**$ 33.781,19**	**$ 48.438,84**	**$ 64.971,81**
(-) 15% Participación trabajadores		$ 1.402,31	$ 3.121,26	$ 5.067,18	$ 7.265,83	$ 9.745,77
(=) Utilidad antes de impuestos		**$ 7.946,40**	**$ 17.687,13**	**$ 28.714,01**	**$ 41.173,01**	**$ 55.226,04**
(-) 22% de impuesto a la renta		$ 1.748,21	$ 3.891,17	$ 6.317,08	$ 9.058,06	$ 12.149,73
(=) Utilidad neta del ejercicio		**$ 6.198,19**	**$ 13.795,96**	**$ 22.396,93**	**$ 32.114,95**	**$ 43.076,31**
(+) Depreciación activos		$ 2.197,73	$ 2.197,73	$ 2.197,73	$ 2.197,73	$ 2.197,73
(+) Amortización del intangible		$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00
(-) Amortización de la deuda		$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00		
(-) Compra de activo fijo		$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
Inversión inicial	**$ 44.943,03**					
(-) Capital de trabajo	$ 32.831,00					
Deuda	$ 0,00					
Depósito de garantía	$ 0,00					$ 0,00
(+) Valor de desecho	$ 0,00					$ 53.169,00
(=) Flujo de caja del período	**$ 12.112,03**	**$ 8.595,92**	**$ 16.193,69**	**$ 24.794,66**	**$ 34.512,68**	**$ 98.643,04**

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

5.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera del proyecto se caracteriza por medir la bondad del mismo, por medio de esta evaluación podremos determinar la factibilidad del proyecto utilizando metodologías que no permitirán determinar la tasa mínima aceptable de descuento, valor actual neto, tasa

interna de retorno, periodo de recuperación de la inversión, relación costo beneficio, punto de equilibrio y el estudio de impacto o sensibilidad.

5.3.1 Cálculo de la tasa nominal

Debido a que el proyecto requiere un préstamo para su ejecución se utilizara el método del costo de capital promedio ponderado, el cual permite calcular la rentabilidad mínima que la empresa deberá esperar para satisfacer las rentabilidades exigidas por sus accionistas y acreedores.

TMAR

CUADRO N° 51

CONCEPTO	PORCENTAJE
Tasa activa	8,17%
Tasa pasiva	4,53%
TMAR	**12,70%**

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

5.3.2 Cálculo del Valor Actual Neto

El VAN es un indicador del valor del proyecto que tiene en cuenta la influencia del tiempo específicamente el valor presente neto nos mide el valor actualizado de los beneficios netos del proyecto, si el VAN es positivo la inversión puede generar ganancias después de reconocer el capital y pagar los intereses incurridos.

Si el VAN es negativo el rendimiento de la inversión no es suficiente para reponer el capital invertido y pagar los intereses.

VAN

CUADRO N° 52

CONCEPTO	VALOR
TASA	12,70%
INVERSION	-$ 44.943,03
AÑOS 2014	$ 8.595,92
2015	$ 16.193,69
2016	$ 24.794,66
2017	$ 34.512,68
2018	$ 98.643,04
VAN	**$ 60.696,42**

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

5.3.3 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

El TIR justifica la rentabilidad del proyecto que se encuentra dentro de los parámetros normales.

CUADRO N° 53

CALCULO DE LA TIR

CONCEPTO	VALOR
INVERSION	-$ 44.943,03
AÑOS 2014	$ 8.595,92
2015	$ 16.193,69
2016	$ 24.794,66
2017	$ 34.512,68
2018	$ 98.643,04
TIR	**45,02%**

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

5.3.4 Cálculo del periodo de recuperación de la Inversión

Este indicador determina el tiempo en años, meses y días que se demorara el proyecto en recuperar la inversión se basa en los flujos actualizados del VAN y TMAR.

PERIODO DE RECUPERACÓN

CUADRO N° 54

Años	Flujo de Efectivo	Flujos Actualizados	Flujos acumulados	Saldo de inversión a recuperar
2013 año base	-$ 44.943,03			
2014	$ 8.595,92	0,89	$ 7.627,26	$ 7.627,26
2015	$ 16.193,69	0,79	$ 12.749,29	$ 20.376,55
2016	$ 24.794,66	0,70	$ 17.352,77	$ 37.729,32
2017	$ 34.512,68	0,62	$ 21.390,96	
2018	$ 98.643,04	0,55	$ 54.253,67	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

El tiempo de recuperación de la inversión es de 3 años, 4 meses, 10 días.

5.3.5 Cálculo de la Relación Costo Beneficio

La relación Costo Beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto, es decir la Relación Costo Beneficio, es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

RELACION COSTO BENEFICIO

$$\frac{\sum \ FLUJO\ DE\ EFECTIVO\ A.}{INVERSIÓN}$$

$$\frac{113.373,95}{44.943,03} = 2,52$$

Una vez efectuado los cálculos correspondientes se desprende que por cada dólar se tiene una utilidad de $2,52 es decir $1,52 de ganancia.

5.3.6 Calculo del punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es la venta mínima requerida para no perder, ni ganar en el proyecto, es decir para mantenerse estable en el mercado.

PUNTO DE EQUILIBRIO

CUADRO N° 55

Años	2014	2015	2016	2017	2018
COSTOS FIJOS	$ 86.396,04	$ 88.700,98	$ 91.075,30	$ 93.521,08	$ 96.040,49
COSTOS VARIABLES	$ 40.909,27	$ 42.140,64	$ 43.409,07	$ 44.715,68	$ 46.061,62
VENTAS	$ 138.851,75	$ 153.847,74	$ 170.463,29	$ 188.873,33	$ 209.271,65
PUNTO DE EQUILIBRIO	187.817,48	192.828,22	197.989,78	203.306,70	208.783,67

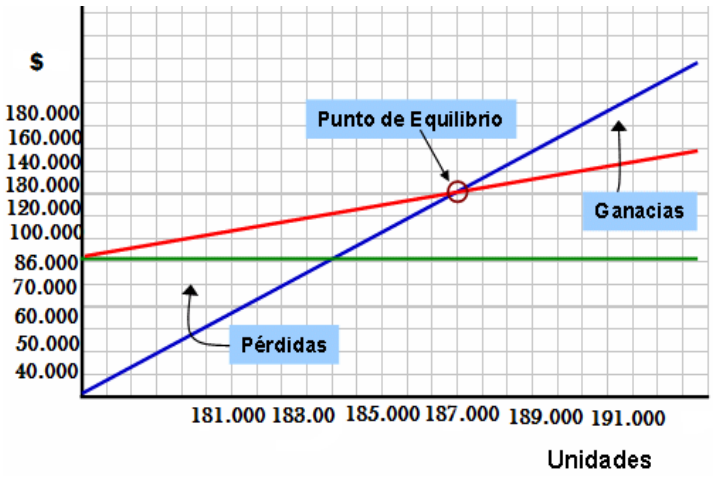
Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

$$PE = \frac{CF}{PVP - CVU}$$

$$PE = \frac{86.396,04}{2,00 - 1,54} = 187.817,48$$

Gráfico N° 21



Fuente: Evaluación Financiera

Elaborado por: Diana Jiménez

5.3.7 Análisis de Sensibilidad

El análisis consiste en mejorar la calidad de la información para que el inversionista tenga una herramienta adicional para decidir si invierte o no en el proyecto en el presente análisis se refleja un 10% de aumento y 10% de disminución en ventas.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

ESCENARIO POSITIVO

CUADRO N° 56

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	**$ 138.851,75**	**$ 153.847,74**	**$ 170.463,29**	**$ 188.873,33**	**$ 209.271,65**
SALIDAS					
Costo de Ventas	$ 40.909,27	$ 42.140,64	$ 43.409,07	$ 44.715,68	$ 46.061,62
Gasto de Administración	$ 54.780,46	$ 56.133,77	$ 57.527,82	$ 58.963,82	$ 60.443,05
Gasto de Ventas	$ 31.615,58	$ 32.567,21	$ 33.547,48	$ 34.557,26	$ 35.597,44
Total	$ 127.305,31	$ 130.841,62	$ 134.484,37	$ 138.236,76	$ 142.102,11
Entradas	**$ 138.851,75**	**$ 153.847,74**	**$ 170.463,29**	**$ 188.873,33**	**$ 209.271,65**
Salidas	$ 127.305,31	$ 130.841,62	$ 134.484,37	$ 138.236,76	$ 142.102,11
Total	$ 11.546,44	$ 23.006,12	$ 35.978,92	$ 50.636,57	$ 67.169,54
Ventas + 10%	$ 152.736,93	$ 169.232,51	$ 187.509,62	$ 207.760,66	$ 230.198,82
Salidas	$ 127.305,31	$ 130.841,62	$ 134.484,37	$ 138.236,76	$ 142.102,11
Total	**$ 25.431,61**	**$ 38.390,89**	**$ 53.025,25**	**$ 69.523,90**	**$ 88.096,71**

CONCEPTO	**VALOR**
TASA	12,70%
INVERSION	-$ 44.943,03
AÑOS 2014	$ 25.431,61
2015	$ 38.390,89
2016	$ 53.025,25
2017	$ 69.523,90
2018	$ 88.096,71
VAN	**$ 121.067,83**

CALCULO DE LA TIR

CONCEPTO	**VALOR**
INVERSION	-$ 44.943,03
AÑOS 2014	$ 25.431,61
2015	$ 38.390,89
2016	$ 53.025,25
2017	$ 69.523,90
2018	$ 88.096,71
TIR	**82,27%**

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

- Análisis.-

Al aumentar el 10% de las ventas nos refleja un mayor impacto al proyecto que nos indica que el estudio es muy rentable y que se obtendrá ganancias muy altas.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

ESCENARIO NEGATIVO

CUADRO N° 57

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	**$ 138.851,75**	**$ 153.847,74**	**$ 170.463,29**	**$ 188.873,33**	**$ 209.271,65**
SALIDAS					
Costo de Ventas	$ 40.909,27	$ 42.140,64	$ 57.527,82	$ 44.715,68	$ 46.061,62
Gasto de Administración	$ 54.780,46	$ 56.133,77	$ 57.527,82	$ 58.963,82	$ 60.443,05
Gasto de Ventas	$ 31.615,58	$ 32.567,21	$ 33.547,48	$ 34.557,26	$ 35.597,44
Total	$ 127.305,31	$ 130.841,62	$ 134.484,37	$ 138.236,76	$ 142.102,11
Entradas	**$ 138.851,75**	**$ 153.847,74**	**$ 170.463,29**	**$ 188.873,33**	**$ 209.271,65**
Salidas	$ 127.305,31	$ 130.841,62	$ 134.484,37	$ 138.236,76	$ 142.102,11
Total	$ 11.546,44	$ 23.006,12	$ 35.978,92	$ 50.636,57	$ 67.169,54
Ventas - 10%	$ 124.966,58	$ 138.462,97	$ 153.416,96	$ 169.986,00	$ 188.344,49
Salidas	$ 127.305,31	$ 130.841,62	$ 134.484,37	$ 138.236,76	$ 142.102,11
Total	**-$ 2.338,74**	**$ 7.621,35**	**$ 18.932,59**	**$ 31.749,24**	**$ 46.242,38**

CONCEPTO	**VALOR**
TASA	12,70%
INVERSION	-$ 44.943,03
AÑOS 2014	-$ 2.338,74
2015	$ 7.621,35
2016	$ 18.932,59
2017	$ 31.749,24
2018	$ 46.242,38
VAN	**$ 15.371,29**

CALCULO DE LA TIR

CONCEPTO	**VALOR**
INVERSION	-$ 44.943,03
AÑOS 2014	-$ 2.338,74
2015	$ 7.621,35
2016	$ 18.932,59
2017	$ 31.749,24
2018	$ 46.242,38
TIR	**22,09%**

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Jiménez

- Análisis.-

El escenario que acabamos de observar menos el 10% en las ventas, refleja una pérdida en el primer año, mientras que en los siguientes 4 años obtiene una ganancia un poco baja pero que nos indica que la microempresa puede mantenerse en el mercado.

CAPÍTULO VI

6. MARCO ADMINISTRATIVO

6.1 Capital Humano

La realización del presente proyecto de investigación necesito para llevarlo a cabo el siguiente capital humano.

- Investigadora: Diana Jiménez
- Director del trabajo de investigación: Ing. Juan Guevara
- Tecnólogo en Mecánica Industrial: Edison Herrera
- Asesoría en la Aduana del Ecuador
- Distribuidor de productos: Empresa EVANS

6.2 Recursos Materiales

Los materiales que se utilizaron en el presente proyecto fueron:

- Computador
- Impresora
- Internet
- Libros de consulta
- Suministros
- Escritorio
- Transporte
- Servicios varios

6.3 Recursos Económicos

En el siguiente cuadro se especifica todos los recursos económicos que se utilizaron:

CUADRO N° 58

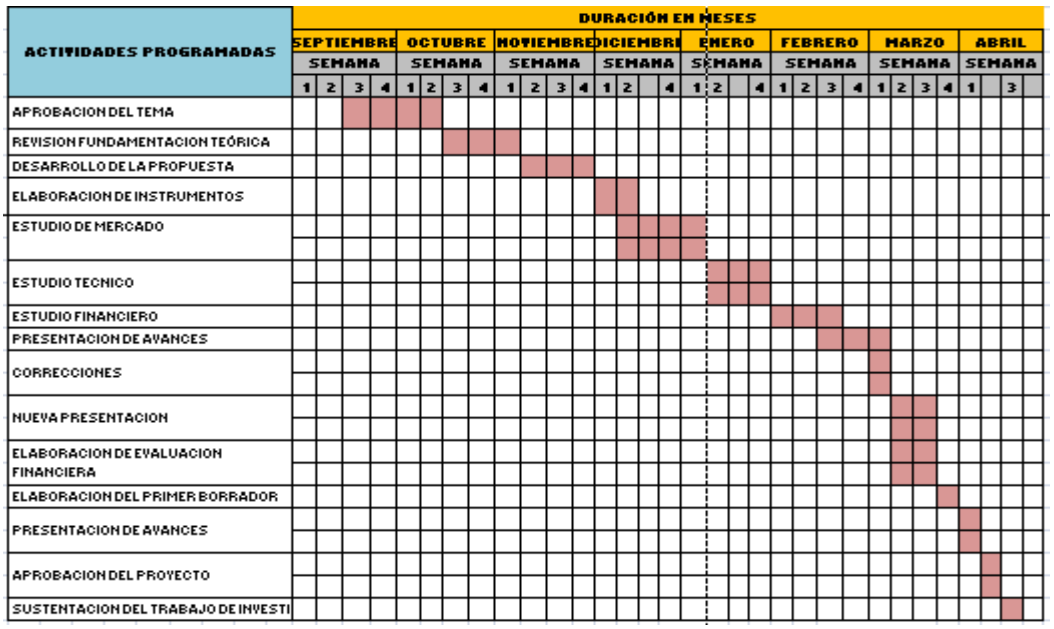
INGRESOS		1200
Aporte personal	500	
Aporte terceros	700	
EGRESOS		**1200**
Tutorías	200	
Seminarios de profesionalización	520	
Impresiones	150	
Copias	35	
Internet	30	
Empastados	40	
Muestras de producto	45	
Transporte	100	
varios	80	

Elaborado por: Diana Jiménez

6.4 Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CUADRO N°59



Elaborado por: Diana Jiménez

6.5 Fuentes de Información

6.5.1 Linkgrafía

http://www.aeda.org/aerosol.php

http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action

http://es.wikipedia.org/wiki/Aerosol_(pintada)

http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n
https://es.wikipedia.org/wiki/Liderazgo
http://es.wikipedia.org/wiki/Trabajo_en_equipo
http://es.wikipedia.org/wiki/Proceso_de_mejora_continua
http://www.slideshare.net/mianacru/gestion-administrativa-8839327
http://es.wikipedia.org/wiki/Gerente_general
http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action
http://es.wikipedia.org/wiki/Aerosol_(pintada)

6.5.2 Bibliografía

- Burbano Homero, Altamirano Edwin, (2008), Métodos y Técnicas de Investigación, Ecuador, Ecuacolor El vengador y el Zuriago.
- Osmin Diaz, (2006) Administracion de Empresas, Mc Graw Hill
- Mc Daniel Hill, (2003) Marketing, EEUU International Thomson.

6.5.3 Fuentes Legales

- CONSTITUCION POLITICA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR
- LEY DE COMPAÑIAS
- MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES
- IESS, SRI
- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

6.5.4 Anexos

Art. 109.- **Hecho Generador de la Obligación Tributaria Aduanera**

El Hecho Generador de la Obligación Tributaria Aduanera es el ingreso de Mercancías Extranjeras o la salida de Mercancías del Territorio Aduanero bajo el control de la Autoridad Aduanera competente.

Sin perjuicio de lo expuesto, no nace la obligación tributaria aduanera, aunque sí se sujetan al control aduanero, las mercancías que atraviesen el territorio aduanero nacional realizando un tránsito aduanero internacional al amparo de la normativa aplicable a cada caso, o las que

ingresen al territorio aduanero como parte de una operación de tráfico internacional de mercancías, con destino a un territorio extranjero, incluido el Régimen de Transbordo. Tampoco nace la obligación tributaria aduanera, aunque sí la obligación de someterse al Control Aduanero, respecto de las mercancías que arriben forzosamente, salvo que la persona que tenga el derecho de disponer sobre dichas mercancías exprese mediante la respectiva declaración aduanera su intención de ingresarlas al territorio aduanero nacional.

Art.110.- **Base Imponible**

La base imponible de los derechos arancelarios es el valor en aduana de las Mercancías importadas.

El valor en aduana de las mercancías será el valor de transacción de las mismas más los costos del transporte y seguro, determinado según lo establezcan las disposiciones que rijan la valoración aduanera. El costo del seguro formará parte del valor en aduana pero la póliza de seguro no será documento obligatorio de soporte exigible a la Declaración Aduanera.

Cuando la base imponible de los derechos arancelarios no pueda determinarse, conforme al valor de transacción de las mercancías importadas, se determinará de acuerdo a los métodos secundarios de valoración previstos en las normas que regulen el valor en aduana de mercancías.

Para el cálculo de la base imponible, los valores expresados en moneda extranjera, serán convertidos a la moneda de uso legal, al tipo de cambio vigente a la fecha de la presentación de la Declaración Aduanera.

Art. 111.- **Sujetos de la Obligación Tributaria Aduanera**

Son sujetos de la bligación tributaria: el sujeto activo y el sujeto pasivo.

- a. Sujeto activo de la Obligación Tributaria Aduanera es el Estado, por intermedio del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

- b. Sujeto pasivo de la Obligación Tributaria Aduanera es quien debe satisfacer el respectivo tributo en calidad de contribuyente o responsable.

La persona natural o jurídica que realice exportaciones o importaciones deberá registrarse en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, conforme las disposiciones que expida para el efecto la Directora o el Director General.

En las importaciones, contribuyente es el propietario o consignatario de las mercancías; y, en las exportaciones, contribuyente es el consignante.

Art. 128 Operaciones Aduaneras.

Las Operaciones Aduaneras y demás actividades derivadas de aquellas se establecerán y regularán en el reglamento a este Código, y demás normas que dicte el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Art. 129 Cruce de la Frontera Aduanera

El ingreso o salida de personas, Mercancías o medios de transporte, al o del territorio nacional se efectuará únicamente por los lugares y en los días y horas habilitados por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Todo medio o unidad de transporte que ingrese al Territorio Aduanero queda sujeto al control del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Art. 131Carga y Descarga

La Mercancía que provenga del exterior, por cualquier vía, deberá estar expresamente descrita en el Manifiesto de Carga.

Cuando por motivos de cantidad, volumen o naturaleza de las mercancías, resulte necesario, la servidora o el servidor a cargo de la dirección distrital podrán autorizar la descarga fuera de los lugares habilitados para el efecto.

Las mercancías destinadas a la exportación estarán sometidas a la potestad de la Administración Aduanera hasta que la autoridad naval, aérea o terrestre que corresponda, autorice la salida del medio de transporte.

Art. 138 Declaración Aduanera.

La declaración aduanera será presentada conforme los procedimientos establecidos por la Directora o el Director General.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá autorizar el desaduana miento directo de las Mercancías en los casos previstos en el reglamento a este Código, previo cumplimiento de los requisitos en él establecidos, y de acuerdo a las disposiciones emitidas por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En estos casos la declaración aduanera se podrá presentar luego del Levante de las mercancías en la forma que establezca el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Se exceptúa de la presentación de la declaración aduanera a las importaciones y exportaciones calificadas como material bélico realizadas exclusivamente por las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá establecer, reglamentar y eliminar, las declaraciones aduaneras simplificadas, cuando así lo requieran las condiciones del comercio, para cuya aplicación se podrán reducir o modificar formalidades, para dar una mayor agilidad.

Art. 228 Derechos y Deberes del Agente de Aduana

Los Agentes de Aduana tienen derecho a que se les reconozca su calidad de tal a nivel nacional. El principal deber del agente de aduanas es cumplir este Código, sus reglamentos y las disposiciones dictadas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y asesorar en el cumplimiento de las mismas a quienes contraten sus servicios.

El otorgamiento de la licencia de los agentes de aduana, sus derechos, obligaciones y las regulaciones de su actividad, se determinarán en el Reglamento de este Código y las disposiciones que dicte para el efecto el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador