



| POSGRADOS |

MAESTRÍA EN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RPC-SO -50-30-No.502-2019

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

PROYECTOS DE DESARROLLO

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE COMERCIO EXTERIOR PARA PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE CENTROS COMERCIALES POPULARES DEL SUR DE QUITO.

AUTOR: RICARDO IVAN ORELLANA RAMOS

DIRECTOR: NELSON CLEY PERALTA QUISHPE

QUITO – ECUADOR

Autor:***Ricardo Iván Orellana Ramos***

Ingeniero Comercial

Candidato a Magíster en Administración de Empresas, Mención Gestión de Proyectos por la Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito.

rorellanar@est.ups.edu.ec

Dirigido por:***Nelson Cley Peralta Quishpe***

Ingeniero Comercial

Magíster en Dirección de Empresas

nperalta@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2022 Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO – ECUADOR – SUDAMÉRICA

RICARDO IVAN ORELLANA RAMOS

PLAN DE NEGOCIOS PARA CREAR UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE COMERCIO EXTERIOR PARA PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE CENTROS COMERCIALES POPULARES DEL SUR DE QUITO.

DEDICATORIA

El presente Proyecto está dedicado de manera especial a mis Padres ya que con su esfuerzo, enseñanzas y valores inculcados han hecho de mi la persona y profesional en el que día a día me voy convirtiendo, y sobre todo a mi hermosa familia Andrea, Camila y Emilio que sin ellos nada de esto tendría sentido.

AGRADECIMIENTO

Primero el agradecimiento es a Dios quien dio la oportunidad de poder profesionalizarme, a mis compañeros de Maestría fueron la motivación que se requería para poder culminar este proyecto de vida, que es obtener un título de Cuarto Nivel, y un agradecimiento especial a mi Tutor Msc. Nelson Peralta por las enseñanzas, paciencia, comprensión y motivación que me sirvió para poder culminar el presente Proyecto.

RESUMEN

El desarrollo del presente proyecto *“Plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de comercio exterior para productores y comercializadores de centros comerciales populares del Sur de Quito.”* Tiene como finalidad la Creación de una empresa que brinde servicios de Comercio Exterior a Comerciantes y Productores de Centros Comerciales Populares, esto debido a que el contrabando se ha apoderado del mercado informal, principalmente en Centros Comerciales Populares del Sur de Quito, esta Empresa le permitirá a este Segmento de Mercado tener un servicio de Comercio Exterior a la mano; colaborando con sus clientes, en trámites de importación y exportación de mercadería, haciendo que este proceso para ellos sea menos riesgoso y más rentable, permitiéndoles tener una mejor proyección para sus negocios, así también ayudara al Estado ya que al actuar bajo los lineamientos del Comercio Exterior tendrá mayor contribución de impuestos por parte de este segmento.

El análisis técnico realizado y en función de los resultados obtenidos en el desarrollo del mismo, muestra que el presente Proyecto es totalmente viable y sustentable en el tiempo. Servirá de aporte para Productores y Comerciantes que aún siguen manejándose en la informalidad, mismo que podría marcar un hito para sus negocios, ya que les permitirá tener

una visión mucho más amplia acerca del Comercio Exterior, lo amigable que puede resultar el mismo con sus negocios, y sobre todo como esta empresa sería un aporte valioso para que este segmento “Centros Comerciales Populares del Sur de Quito”, que es al que va orientado este proyecto, pueda tener una mejor posición y mejor proyección en el Mercado en el cual se desenvuelve.

Palabras Clave: Contrabando, Importación, Exportación, Mercado, Productores, Comerciantes, Proyección.

ABSTRACT

The development of this project "Business plan for the creation of a foreign trade services company for producers and marketers of popular shopping centers in the South of Quito." Its purpose is the creation of a company that provides Foreign Trade services to Merchants and Producers of Popular Shopping Centers, this is due to the fact that contraband has taken over the informal market, mainly in Popular Shopping Centers in the South of Quito, this Company will allow you to to this Market Segment to have a Foreign Trade service at hand; collaborating with its clients, in import and export procedures for merchandise, making this process less risky and more profitable for them, allowing them to have a better projection for their businesses, as well as helping the State since by acting under the guidelines of the Commerce Foreign will have a higher tax contribution from this segment.

The technical analysis carried out and based on the results obtained in its development, shows that this Project is totally viable and sustainable over time. It will serve as a contribution for Producers and Merchants who are still managing informally, which could mark a milestone for their businesses, since it will allow them to have a much broader vision about Foreign Trade, how friendly it can be with their businesses. , and above all as this company would be a valuable contribution so that this segment "Popular Shopping Centers of the South of Quito", which is the

one to which this project is oriented, can have a better position and better projection in the Market in which it operates. .

Keywords: Contraband, Import, Export, Market, Producers, Merchants, Projection.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO.....	4
RESUMEN	5
ABSTRACT	7
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN.....	19
1.1 ANTECEDENTES	20
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	24
1.2.1 Problema general	24
1.2.2 Problemas específicos.....	24
1.3 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	25
1.3.1 Justificación práctica	28
1.4 OBJETIVOS	28
1.4.1 Objetivo general.....	28
1.4.2 Objetivos específicos	29
1.5 PRINCIPALES RESULTADOS.....	29
CAPITULO II: MARCO TEORICO	30
2.1 MARCO CONCEPTUAL.....	30

2.2 BASES TEÓRICAS.....	31
2.3 ANÁLISIS CRÍTICO DE LAS METODOLOGÍAS EXISTENTES RELACIONADAS AL PROBLEMA	32
CAPITULO III: METODOLOGÍA.....	33
3.1 UNIDAD DE ANÁLISIS	33
3.2 POBLACIÓN.....	34
3.3 TAMAÑO DE LA MUESTRA	36
3.4 SELECCIÓN DE LA MUESTRA.....	39
3.5 MÉTODO A EMPLEAR	39
3.6 IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN.	39
3.7 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	40
3.7.1 Encuestas:	41
3.7.2 La observación:.....	41
3.7.3 La entrevista:	41
3.7.4 Herramientas.....	41
3.7.5 Procedimientos y técnicas del producto novedoso	42
CAPITULO IV: RESULTADOS	43
4.1 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	44
4.2 ARTICULACIÓN CON LA CARTERA DE PRODUCTOS.	60

4.3 PROCESO DE IMPORTACIÓN:.....	61
4.3.1 Pasos para obtener el registro de importador:	63
4.3.2 Como se nacionaliza (desaduaniza) una mercancía importada	63
4.3.2.2 Canales de aforos.....	65
4.3.2.3 Cual es el valor a pagar en tributos por producto importado.....	67
4.3.2.4 La base legal sobre las importaciones en las cuales se rige son las siguientes:	68
4.4 GENERACIÓN DE IDEAS MERCADO	68
4.4.1 Análisis FODA	68
4.5 TAMIZADO DE IDEAS.....	74
4.6 ESTUDIO DE MERCADO: MARKETING DE SERVICIOS	75
4.6.1 Producto:.....	75
4.6.2 Precio:.....	75
4.6.2.1 Fijación de precios.....	76
4.6.3 Plaza:	76
4.6.4 Promoción:.....	77
4.6.5 Procesos:.....	77
4.6.6 Personas:.....	77
4.6.7 Palpabilidad:.....	77
4.7 PRUEBA DEL MERCADO.....	78

4.7.1 Análisis de la demanda.....	78
4.7.2 Análisis de la Oferta	79
4.7.3 Análisis de la Ubicación.....	79
4.7.4 Segmentación del Mercado	80
4.7.4.1 Mercado Ideal	80
4.7.5 Estrategia de Marketing.....	81
4.7.5.1 Planeación Estratégica.....	83
4.7.5.2 Logo del Proyecto:.....	83
CAPITULO V: ANALISIS DE FACTIBILIDAD	84
5.1 ESTUDIO FINANCIERO.....	84
5.1.2 Inversión inicial	85
5.1.2.1 Activos fijos o activos no corrientes.....	85
5.1.2.2. Activos Diferidos:.....	87
5.1.3 Presupuesto:.....	88
5.1.4 Fuentes de financiamiento:.....	92
5.1.5 Presupuesto de gastos:	97
5.1.6 Recursos humanos:	100
5.1.7 Depreciaciones:	100
5.1.8 Amortizaciones:.....	101
5.1.9 Punto de equilibrio:	102

5.2 ESTADOS FINANCIEROS:	104
5.2.1 Estado de situación inicial	105
5.2.2 Estado de resultados:	109
5.2.3 Indicadores Financieros	111
5.3 MÉTODO DUPONT:	115
5.4 EVALUACIÓN FINANCIERA:	119
5.4.1 Flujo de caja:	119
5.4.2. Calcular el Valor Actual Neto	119
5.4.3 Calcular la Tasa Interna de Retorno	122
5.4.4 Calcular la tasa de descuento:.....	124
5.4.5 Flujo de caja proyectado.....	126
5.4.6. Calcular la Tasa mínima aceptable de rendimiento	127
5.4.7 Calcular la relación costo beneficio:	128
5.4.8 Periodo de Recuperación de la Inversión	130
5.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:.....	132
5.5.1 Escenario pesimista:	132
5.5.2 FLUJO DE CAJA ESCENARIO PESIMISTA	138
5.5.2 Escenario optimista:	139
5.5.3 FLUJO DE CAJA ESCENARIO OPTIMISTA:	144
5.5.3 Comparación de escenarios:	145

5.6 FACTIBILIDAD LEGAL.....	146
CAPITULO VI: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	147
CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	150
7.1 CONCLUSIONES.....	150
7.2 RECOMENDACIONES	151
ANEXOS.....	152
BIBLIOGRAFÍA	158

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Resumen de la población.....	34
Tabla 2. Resumen de la población para aplicación de la encuesta	36
Tabla 3: Datos para cálculo de la muestra.....	37
Tabla 4: Matriz foda	69
Tabla 5: Resultados matriz foda	71
Tabla 6: Matriz de factibilidad	73
Tabla 7: Activos fijos	85

Tabla 8: Activos diferidos	87
Tabla 9: Presupuesto inicial.....	88
Tabla 10: Aportes de los socios.....	93
Tabla 11: Financiamiento del proyecto	93
Tabla 12: Cálculo de préstamo	94
Tabla 13: Tabla de amortización	95
Tabla 14: Gastos y costos	97
Tabla 15: Nómina	100
Tabla 16: Depreciaciones	100
Tabla 17: Amortizaciones.....	101
Tabla 18: Servicios que ofrece importex.....	102
Tabla 19: Punto de equilibrio:	103
Tabla 20: Comparación punto de equilibrio	103
Tabla 21: Valor actual neto	120
Tabla 22: Tasa interna de retorno	122
Tabla 23: Tasa de descuento.....	124
Tabla 24: Flujo de caja proyectado.....	126

Tabla 25: Tmar	127
Tabla 26: Relación costo beneficio	129
Tabla 27: Periodo de recuperación de la inversión.....	130
Tabla 28: Cálculo van escenario pesimista.....	132
Tabla 29: Tasa interna de retorno escenario pesimista.....	134
Tabla 30: Periodo de recuperación de la inversión escenario pesimista	135
Tabla 31: Relación costo beneficio escenario pesimista	136
Tabla 32: Valor actual neto escenario optimista	139
Tabla 33: Tasa interna de retorno escenario optimista	140
Tabla 34: Periodo de recuperación de la inversión escenario optimista.....	141
Tabla 35: Relación costo beneficio escenario optimista	142
Tabla 36: Flujo de caja proyectado escenario optimista.....	144
Tabla 37: Tabla de comparación de escenarios	145

TABLA DE FIGURAS

Figura 1: pregunta 1	45
Figura 2: Pregunta 2	46
Figura 3: Pregunta 3	48
Figura 4: Pregunta 4	49
Figura 5: Pregunta 5	51
Figura 6: Pregunta 6	52
Figura 7: Pregunta 7	54
Figura 8: Pregunta 8	55
Figura 9: Pregunta 9	57
Figura 10: Pregunta 10	59
Figura 11: Pasos previos para importar.	62
Figuras 12: Pasos para obtener registro de importador	63
Figura 13: Pasos para nacionalizar una mercadería.....	65
Figura 14: Impuestos a productos importados.....	67
Figura 15: Base legal sobre importaciones.....	68

Figura16: Importaciones ecuatorianas según clasificación cuode enero 2021	78
Figura 17: Ubicación centro comercial de mayoristas y negocios andinos.....	80
FIGURA 18: Logo del proyecto.....	83
Figura 19: Capital de trabajo	112
Figura 20: Método dupont	118

PROYECTO DE DESARROLLO

Tema: Plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de comercio exterior para productores y comercializadores de centros comerciales populares del Sur de Quito.

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

El presente proyecto parte de la necesidad de atender un nicho de mercado que se encuentra descuidado por el Gobierno local y central, identificando las necesidades que este mercado requiere del comercio exterior. Al no tener un proveedor de este servicio se ven envueltos en una red de contrabando la cual hace que tengan pérdidas económicas que perjudican la economía de sus negocios, haciendo que sus emprendimientos en repetidas ocasiones tambaleen y se encuentren al borde de la quiebra, les brindaremos la posibilidad de actuar bajo la normativa legal lo que hará que sus negocios puedan ser prósperos, inclusive tratando de colaborar con sus negocios a ingresar en mercados extranjeros.

Históricamente el contrabando en la Nación se manifestó en torno a las fronteras territoriales, divididas en regiones, en el norte y sur de Ecuador cuyo objetivo era delimitar territorios, esto con el afán de establecer tasas al comercio, es decir todos los productos que venían de fuera empiezan a pagar impuestos, el que no pagaba dicha tasa es contrabandista.

Cuando no había agua y pastos en un lado, o cuando el ganado era más caro en un país, lo trasladaban para venderlo a mejor precio. Todo lo que antes era comercio legal, por la creación de soberanías fiscales se volvió ilegal (Enriquez Bermeo, 2015).

Con la República, los Estados fijaron fronteras cuyo objetivo era establecer soberanía fiscal. En la Colonia, el ganado, el algodón, la cascarilla, los jabones de Piura no eran grabados con impuestos. Pasto era una región quiteña dividida por las nuevas fronteras, al igual que Loja (Enriquez Bermeo, 2015).

La globalización actual insta a las PYMES a tratar de expandir sus fronteras competitivas empero la carga arancelaria y trámites burocráticos hacen actuar por la vía más sencilla, como lo es el contrabando, evadiendo normativas nacionales impositivas, esto debido a la falta de oferta de este servicio al este segmento de mercado, Centros Comerciales Populares del Sur de Quito. La implementación servicios en comercio exterior brindara la oportunidad a este sector de ser mayormente competitivos, dejando de lado la incertidumbre de que su mercancía traída de manera ilegal pudiere ser incautada en cualquier momento, esto debido a las inspecciones que entes reguladores del comercio realizan en estos centros comerciales.

1.1 Antecedentes

Este proyecto de desarrollo busca que productores y comerciantes de Microempresas se adapten al mundo globalizado de hoy en día, que mejoren su proceso de importación y exportación

mediante la aplicación de normativas legales ya que el contrabando los ubica en una posición muy riesgosa debido a la probabilidad de pérdidas económicas por actuar al margen de la ley, la evasión de impuestos es un problema se ha venido presentando a lo largo del tiempo debido al desconocimiento de procesos adecuados de Comercio Exterior, impactando de manera negativa a la recaudación de impuestos por parte del Estado.

En base a estudios previos realizados según Romo, (2012) “La globalización es un proceso económico en que las empresas y mercados tienden a extenderse alcanzando una dimensión mundial. La creciente integración de los mercados mundiales significa una serie de oportunidades para la comercialización de los productos o servicios, así como el aumento de la competencia de escala nacional a internacional. El sector del exportador ha venido trabajando en mejorar sus procesos, pero pese a ello existen aún procesos operativos y administrativos, que son ineficientes y no contribuyen en el fortalecimiento de la cadena de la exportación, por lo tanto, es necesario coadyuvar con ideas y propuestas a fortalecer el sector.” (p.2).

Aquí la principal razón de la importancia de implementación de una empresa que preste servicios de comercio exterior con la finalidad de ayudar a comercializadores y productores de pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Quito, con la asesoría que brindara la empresa, los mismos podrán ser más competitivos en el mercado interno como externo, ayudándolos a incrementar su nivel de ventas con productos introducidos al mercado dentro de los lineamientos

legales del comercio exterior, por ende ayudar al incremento de plazas de empleo, de la producción nacional, así como a la recaudación de aranceles por parte del Estado.

Según la revista líderes en artículo publicado (LIDERES, 2018) “El contrabando técnico genera pérdidas por 400 millones”, este artículo hace mención del incremento en las cifras de incautación o aprehensiones de mercadería y que las mismas van en aumento. Los datos de los organismos de control como el Servicio Nacional de Aduanas (Senae) según este artículo señala que en el 2017 se incautó de mercadería ilegal o de contrabando valorada en USD 40 millones y que cada año va en incremento.

Estudio realizado por la Cámara de Industrias y Producción (CIP) señala que los principales productos aprehendidos en 2017 fueron cigarrillos, textiles, electrónicos, comestibles, medicinas, calzado, vehículos y licores (Revista Líderes, 2018).

Ecuador ocupa el puesto 109 de 190 economías, de acuerdo con el índice Doing Business, según el gremio del Banco Mundial. Esta medición señala que hay más incentivos para incremento del comercio ilícito de bienes, mientras más largo, burocrático y costoso sea el proceso de nacionalización de mercancías. (Revista Líderes, 2018).

El contrabando-hormiga, modalidad cual es aplicada por pequeños comerciantes que se organizan para evadir controles aduaneros, mismos que ocurren fronteras. Debido a la capacidad instalada de los entes reguladores y en ocasiones por actos de corrupción de personal de aduana

cruzan las fronteras un sin número de camiones que no son revisados, es decir ciudadanos ingresan al país mercancías sin declarar el debido arancel (Revista Líderes, 2018).

Ecuador se ubica en un ranking según el Índice de Entorno Global del Comercio Ilícito 2018, elaborado por The Economist y la Alianza Transnacional para Combatir el Comercio Ilícito, adjudicándole el puesto 60 entre 84 países, esto quiere decir que el País recibió una mala calificación en el combate al contrabando, otros países de América Latina, como Perú, Colombia, Argentina y Chile estuvieron mejor calificados (Revista Líderes, 2018).

El contrabando moviliza en América Latina cerca de USD 80 000 millones anuales. Esa cifra representa entre 0,9% y el 2% del PIB de los países afectados, las principales industrias afectadas son metalmecánica, siderurgia, tabacos, cosméticos entre otros. (Revista Líderes, 2018).

La Alianza de la Alianza Contra el contrabando (ALAC) busca componer un grupo de trabajo entre empresarios y las principales empresas privadas afectadas. También se habla de elaborar planes de acción, implementar un sistema de intercambio de información entre países (Revista Líderes, 2018).

Estos estudios previos realizados hacen poner énfasis en esta problemática que se ha vuelto cotidiana, amenazando a sectores productivos e industriales del País ya que los afectan de gran manera, por la disminución de la demanda de sus productos y por default esto lleva al decremento de su nivel de producción, debido a que su competencia oferta productos insertados al mercado de

manera ilegal, mismos productos que pueden ser comercializados a menor costo y el consumidor los prefiere sin importar la procedencia de los mismos, en muchas de las ocasiones con el desconocimiento de que los productos que están adquiriendo son de contrabando, convirtiéndolos en cómplices silenciosos y por ende esto incentiva a que incremente el contrabando, razón por la cual la creación de esta empresa ayudara de gran manera a la economía y con el afán de generar conciencia solidaria con la industria nacional, culturizando a pequeños y medianos empresarios acerca de lo importante de implementar las directrices del comercio exterior en sus negocios.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

El contrabando en Centros Comerciales Populares en el Sur que Quito representan un problema para la economía personal de productores y comercializadores, así como para la Economía Nacional por la evasión de impuestos

1.2.2 Problemas específicos

La falta de empresas que ofrezcan servicios de comercio exterior orientado a Centros comerciales Populares del Sur de Quito hace que estos se manejen de manera empírica.

Estudios de mercado orientados son limitados para este segmento, debido al desinterés sobre las necesidades de los Centros Comerciales Populares del Sur de Quito por parte de la SENAE.

El beneficio económico que pueden obtener Productores y Comerciantes de Centros Comerciales Populares del Sur de Quito al contratar los servicios de una empresa de comercio exterior realmente le da un plus a su giro de negocio.

1.3 Justificación teórica

Los pequeños y medianos empresarios han optado por hacer circular sus productos en los mercados locales y extranjeros por contrabando ilegal , minimizando costos, evadiendo cargas arancelarias que dictan las políticas Estatales, amenazando a la industria Ecuatoriana y sus sectores productivos, haciéndolos menos competitivos, de aquí nace este proyecto con la firme convicción de ayudar a las Pymes a adquirir y ofertar sus productos aplicando normas y lineamientos de comercio exterior de manera tal, que no corran riesgo alguno por la imposición de procesos legales por incautación o aprehensión de su mercadería que de hecho en ocasiones pueden convertirse en procesos penales, colocando sus productos de manera legal en los mercados a los cuales deseen dirigirse, beneficiando a sus negocios así como a la economía nacional.

Los productores y comercializadores de Pequeñas y medianas empresas tienen la idea preconcebida de que el proceso de comercio exterior es burocrático y largo debido a la

desaduanización de productos con costos elevados por tasas arancelarias del comercio transfronterizo, esto los motiva a actuar bajo el margen de la legalidad.

El contrabando afecta gravemente a la económica del país así como a la de comerciantes ya que al no actuar bajo la legalidad se exponen a sanciones económicas y penales debido a la afectación al estado, por lo que es indispensable que tanto productores como comercializadores cuenten con un servicio que les permita comercializar sus productos o servicios de manera legal.

Las importancias de la introducción de empresas al mercado de asesoría de comercio exterior son vitales para las Pymes, ya que al no ser su expertiz el campo del comercio exterior pueden verse afectados cuando podrían sacar mucho provecho a su producción y mercadería ofrecida.

En base a las asesorías que se ofrecerán se culturizara a los mismos de que las buenas prácticas pueden ser beneficiosas. Las ideas preconcebidas por prácticas habituales hacen que los propietarios de Pymes no busquen asesoría de comercio exterior por el simple hecho de que su actuar en la informalidad los ha hecho ver que al contrabando como un proceso normal de su proceso de comercialización y producción minimizando sus costos, haciendo que su actuar le sea indiferente a la economía nacional por el perjuicio que han venido causando a lo largo del tiempo, la implementación de esta empresa busca de manera directa la interacción de los mercados como del estado con la finalidad del “ganar, ganar”, los productores y comercializadores con la introducción y comercialización de sus productos de manera licita y el estado se beneficiara con

la recaudación de tributos arancelarios, esta empresa generara ayudara de manera indirecta a la creación de plazas de empleo, al colaborar a convertir a las Pymes empresas competitivas ya que al tratar de colocar sus productos a nivel extranjero de manera exitosa, la demanda de sus productos podría incrementar por ende la capacidad instalada de estas también deberá ser incrementada por ende se requerirá de mayor numero de mano de obra.

Se creará una empresa que brinde servicios de importación y exportación dirigida a pequeños y medianos empresarios de la ciudad de Quito para que cuenten con una asesoría de comercio exterior, guiándolos en todas las etapas de importación o exportación de productos o servicios que deseen colocar en el mercado

Esto beneficiara a este grupo de la economía que de cierta manera está aislado, pero que es de mucha importancia para la economía nacional, al tener una asesoría de comercio exterior accesible contaran con una empresa que les brindara una directriz actuarial clara, de la manera correcta de comercializar sus productos en el mercado local como extranjero, este actuar colaborara a la economía nacional y también al crecimiento de la misma.

El tener claro el proceso del comercio exterior por parte de propietarios de Pymes los ayudara a realizar un proceso de comercialización técnico alineado con requerimientos nacionales como extranjeros, implementado normas de calidad exigidas por los mercados extranjeros, para de esta manera introducir sus productos a dichos mercados, consiguiendo que la producción nacional pueda ser competitiva en el exterior.

1.3.1 Justificación práctica

En el contexto anteriormente mencionado podemos decir que es importante tanto para la Economía de microempresarios como para la Nacional se maneje el proceso de comercialización por parte de productores y comercializadores de Centros Comerciales populares del sur de Quito dentro de la normativa legal, por lo que la implementación de procesos de comercio exterior en este segmento de mercado daría un plus a todos los intervinientes, esto implicaría una mejora visible a su economía ya que tienen la posibilidad de abrir nuevos mercados y de expandir sus negocios.

La participación de la gran mayoría de actores de este segmento sería el objetivo, esto debido a que en cuanto se implemente IMPORTEX, la desconfianza y el generar una nueva cultura en estas personas que han venido trabajando bajo esta modalidad por años es una tarea difícil, sin embargo, al mirar beneficiariamente la utilización de este servicio a productores y comercializadores es una opción de desarrollo para sus negocios.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Creación de una empresa que brinde servicios de comercio exterior a comerciantes y productores de centros comerciales populares del Sur de Quito.

1.4.2 Objetivos específicos

Ofrecer a productores y comercializadores una empresa de servicios de comercio exterior que les permita actuar bajo la normativa y eviten tener pérdidas económicas debido a malas prácticas.

Elaborar un estudio de mercado que permita obtener información acerca de la oferta de servicios de comercio exterior, dirigido principalmente a mercados populares del Sur de Quito.

Realizar una comparación costo/ beneficio, al contratar un servicio de importación y exportación en productores y comerciante de centros comerciales populares del Sur de Quito..

1.5 Principales resultados

Con la investigación realizada se busca lograr sostenibilidad de pymes del sector popular de Productores y comercializadores de Centros Comerciales Populares del Sur de Quito con la utilización del comercio exterior, esto implicaría la implementación de una nueva cultura a estas personas que se han manejado empíricamente y a través del contrabando, permitiendo el desarrollo económico de este segmento de mercado, como el desarrollo de la economía, que servirá de aporte para elevar el PIB nacional.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

A lo largo del desarrollo de la historia del Comercio Exterior y de como este se ha venido perfeccionando con la mera finalidad de proteger las economías de cada nación; han nacido términos y palabras cuyos conceptos permiten interpretar de una manera estandarizada el lenguaje del comercio exterior, el más utilizado a nivel internacional son los INCOTERMS. Este proyecto utilizaremos palabras y términos con los cuales se debe estar plenamente identificado de manera tal, que permita entender de forma clara y concisa el objetivo que desea perseguir la creación de una empresa de servicios de comercio exterior.

2.1 Marco Conceptual

Arancel. - Un arancel es un impuesto o gravamen que se aplica solo a los bienes que son importados o exportados (Ministerio de Economía y Finanzas Perú).

Importación. - Tráfico de bienes o servicios propios de un país hacia otro para que sean consumidos allí (Instituto Europeo de Posgrado).

Exportación. - Tráfico de bienes o servicios adquiridos por un país en otro territorio para su uso en territorio nacional. Las importaciones permiten a los agentes económicos adquirir los productos que en su país no se producen o bien obteniendo un beneficio para empresarios y consumidores (Instituto Europeo de Posgrado).

PIB (Producto Interno Bruto). - Es la suma del valor a precios de mercado de todos los bienes y servicios finales, producidos en un espacio definido y en un tiempo determinado (Cervantes Jiménez).

2.2 Bases teóricas

En los casos revisados para el desarrollo de la presenta investigación no se encontraron trabajos previos de comercio exterior orientados a Economías Populares ya que todos enfocan su estudio al Comercio Exterior puro, se puede citar a un par de autores que con sus trabajos dieron una visión bastante amplia de como este proyecto podría aportar de gran manera y desarrollarse con la finalidad de ayudar a economías populares y a la economía de una nación con la correcta aplicación del comercio exterior.

“Es fundamental tener presente, que, a través del comercio exterior, se puede lograr el mejoramiento de la competitividad, promover las cadenas productivas, fortalecer la pequeña y mediana industria” (Romo Gordillo, 2012)

“La economía popular y solidaria de debe comprender como el complemento necesario para la economía general, donde las dos pueden vivir y cumplir cada uno del rol que desempeñan, ya sea en: Producción, distribución, intercambio, consumo, ahorro reinversión de excedentes y así convivir dentro de una economía equilibrada.” (Estrella haro, 2013)

2.3 Análisis crítico de las metodologías existentes relacionadas al problema

En el proceso de investigación no se halló estudios previos que puedan aportar a la crítica de la problemática que se estudia en el presente proyecto, por lo que no su desarrollo se lo llevo a cabo únicamente con experiencias que se obtuvieron en el camino que se recorrió para poder investigarlo a mayor profundidad, sin embargo hay muchos trabajos previos centralizados en el estudio del comercio exterior, mas no orientado a la aplicación en mercados populares que tengan la finalidad de brindar la oportunidad a este segmento de conocer más acerca de esta ciencia que con el pasar del tiempo se ha ido perfeccionando y ajustando a las necesidades de cada nación, permitiéndoles el intercambio de bienes y servicios mediante transacciones internacionales que generan tributos al comercio exterior y también precautelan la producción interna de una Nación, lo que se puede rescatar de los mismos es que todos esos estudios revisados hacen mención a como el comercio exterior se convirtió en una herramienta de vital importancia para las Naciones y para el desarrollo económico de las mismas.

CAPITULO III: METODOLOGÍA

El proyecto fue dirigido a un estudio centrado en el nicho de mercado que queremos atender, levantando información que permita determinar la viabilidad y nivel de éxito que puede tener el implementar una empresa de servicios de comercio exterior en este segmento, para lo cual se identificó en primera instancia el mercado al cual va dirigido el proyecto, con lo cual obtuvimos el tamaño de la muestra a estudiar, determinamos que técnicas de información y método científico que aplicaremos a esta muestra para tener parámetros que nos podrán dar una visión clara del camino a seguir, e iniciar la puesta en marcha de la implementación del emprendimiento empresarial.

3.1 Unidad de Análisis

En la investigación se utilizó información que se obtuvo en los centros comerciales populares del Sur de Quito, como son: Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, Centro Comercial Chiriyacu, Centro Comercial Ipiales del Sur, así como información proporcionada por la Dirección de Centros Comerciales Populares de Quito. Información de vital importancia en la investigación de factibilidad del presente proyecto.

3.2 Población

La investigación se centró en Centros Comerciales Populares del Sur de Quito los cuales están comprendidos por el Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, Centro Comercial Chiriyacu y Centro Comercial Ipiales del Sur

Tabla 1. Resumen de la población

CENTRO COMERCIAL DE MAYORISTAS Y NEGOCIOS ANDINOS	
No.	ASOCIACIÓN
1	21 DE OCTUBRE
2	CEBOLLAR
3	CAMPAÑA
4	24 DE MAYO

5	29 DE ENERO
6	12 DE FEBRERO
7	TUNGURAHUA
8	ALIANZA PARA EL PROGRESO
9	CHIMBORAZO
TOTAL INTEGRANTES	2016

Elaborado por Ricardo Orellana Fuente (Reyes, 2021)

Tabla 2. Resumen de la población para aplicación de la encuesta

FICHA CENTRO COMERCIAL CHIRIYACU	
Dirección: S30 MORAN VALVERDE	
Zona Metropolitana: QUITUMBE	
Parroquia: QUITUMBE	
Barrio/Sector: SUCRE FUNDEPORTE	
TOTAL DE LOCALES DE ACUERDO A LA DECLARATORIA :	374
FICHA CENTRO COMERCIAL IPIALES DEL SUR	
Dirección: S9J GUALBERTO PEREZ	
Zona Metropolitana: ELOY ALFARO	
Parroquia: CHIMBACALLE	
Barrio/Sector: EL CAMAL	
TOTAL DE LOCALES DE ACUERDO A LA DECLARATORIA :	593

Elaborado por: Ricardo Orellana Fuente (López, 2021)

3.3 Tamaño de la muestra

En base a la información presentada determinamos que tenemos una población total de comerciantes de Centros Comerciales populares del Sur de Quito de **2983**, trabajaremos con un nivel de confianza del 90% y un error sustancial del 10%, información necesaria para determinar el tamaño de la muestra para población finita ya que la población es menor a 200.000,00; la misma podrá definirse en base a la siguiente formula:

$$n = \frac{NZ^2 p^*q}{(N-1)E^2 + Z^2 p^*q}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = Probabilidad del fracaso

N = Tamaño de la población

E = Error máximo admisible en términos de proporción

Tabla 3: Datos para cálculo de la muestra

TAMAÑO DE LA POBLACION	$N =$	2983
NIVELES DE CONFIANZA	$Z =$	1,65
PROBABILIDAD A FAVOR	$p =$	0,5
PROBABILIDAD EN CONTRA	$q =$	0,5

ERROR	E =	10%
-------	-----	-----

Elaborado por: Ricardo Orellana

$$n = \frac{(2983)(1.65^2)(0.5)(0.5)}{(2983-1)(0.1^2) + (1.65^2)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{8121 * 0.25}{29.82 + 2.7225 * 0.25}$$

$$n = \frac{8121 * 0.25}{29.82 + 2.7225 * 0.25}$$

$$n = 67$$

De la respuesta obtenida aplicando la fórmula de tamaño de la muestra de población finita tenemos que el estudio se centrara a un estudio de **67** individuos como fuente de información

principal, a ellos se les aplicaran técnicas de investigación mencionadas en el ítem 6.2 del presente documento.

3.4 Selección de la muestra

El método a utilizar en la siguiente investigación será el muestreo aleatorio simple ya que todos los integrantes de esta población podrán tener la misma oportunidad de ser parte de la muestra la cual se va a analizar.

3.5 Método a emplear

El método científico a utilizar en el presente proyecto será el experimental para posterior realizar un análisis relacional y de entorno, ya que en este contexto se podrá determinar el impacto que la implementación de esta empresa de servicios de comercio exterior tendrá en esta parte de la ciudad, y si su efecto puede ser este positivo o negativo, esto permitirá evaluar, prever y manejar; mediante este análisis podremos relacionar la actividad de comercio exterior y como esta puede impactar en la economía de microempresarios del Sur de Quito.

3.6 Identificación de las necesidades de información.

Fuentes primarias o secundarias

Los datos para tener acceso a información se recolectarán son fuentes primarias y fuentes secundarias que ayuden con el objetivo principal del proyecto empresarial.

Se obtendrá información secundaria que servirá como complemento para obtener datos a través de fuentes bibliográficas, artículos científicos, libros, tesis, monografías, revistas, etc. Tomando toda la información que permita conocer a mayor profundidad el contexto del estudio a realizarse, y que se la pueda tomar como parte referencial para el correcto desarrollo del mismo. A continuación, se tomará información primaria obtenida de primera mano con los actores que conforman los Centros comerciales Populares del Sur de Quito, que permitirá obtener toda la información de manera directa, la misma que ayudará a solventar las necesidades del proyecto.

3.7 Técnica de recolección de datos

El presente proyecto estará sujeto a ciertas técnicas de recolección de información, primando su ejecución en el lugar que se desarrollan las actividades de comercialización “Centros comerciales populares del Sur de Quito”, lo que colaborará a construir la realidad de la problemática motivo de estudio, permitiendo tener un panorama claro, mediante el cual se podrá proponer la viabilidad del proyecto de Creación de empresa de servicios de comercio exterior.

Las técnicas de recolección de información a continuación descritas, serán ajustadas a la coyuntura actual debido a la emergencia sanitaria suscitada a nivel mundial, se las podrán realizar a través de medios digitales y en caso de requerir sean personalizadas se las realizara aplicando todas las medidas de bioseguridad.

Las técnicas que utilizaremos en el presente proyecto son:

3.7.1 Encuestas:

Mediante cuestionarios estructurados, que brinden al proyecto información valiosa y que sirva para el análisis de factibilidad, éstas podrán ser personales, telefónicas o por medios tecnológicos.

3.7.2 La observación:

Que ayudaran a tener una percepción investigativa del objeto de estudio, en las dinámicas in situ de Productores y Comercializadores de estos Centros.

3.7.3 La entrevista:

Aplicada a los principales actores de este segmento de mercado como son los productores y comerciantes de los Centros comerciales Populares del Sur de Quito, quienes son los que darán una perspectiva clara de las necesidades en cuanto a servicios de Comercio Exterior y con su feedback se podrán tomar decisiones de una mejor implementación y que sea amigable con su economía, y se de ayuda a la consecución de sus proyecciones.

3.7.4 Herramientas

Las herramientas utilizadas en la presenta investigación fueron la observación, encuestas, entrevistas, Excel para las presentar los resultados según tabulaciones y presentaciones.

3.7.5 Procedimientos y técnicas del producto novedoso

El nuevo producto deberá basarse en lineamientos estatales de comercio exterior los mismos que son regulados por la Servicio nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) entidad rectora del comercio exterior en el País, las técnicas que utilizaremos serán las estandarizadas y utilizadas en negociaciones internacionales que permiten realizar transacciones comerciales tales como exportaciones e importaciones.

CAPITULO IV: RESULTADOS

Los resultados del estudio de mercado pretende brindar una visión amplia y clara de cómo el ofrecimiento de un servicio de comercio exterior permitirá salir a los productores y comerciantes de centros comerciales populares del sur de Quito de la informalidad, de tal manera que el impacto de la implementación de esta empresa de servicios de comercio exterior ayude a disminuir el riesgo a este segmento de mercado de pérdidas económicas, como al país de evasión de impuestos, este proyecto se basó en la desatención y desinterés que tiene el gobierno a estos centros comerciales populares del sur de Quito, la implementación de esta empresa representaría en términos generales los siguientes beneficios:

- Estabilización de precios.
- Bienestar social y económico.
- Creación de fuentes de empleo.
- Dinamización del mercado en cuanto a productividad y competitividad.
- Disminución del riesgo de pérdidas económicas.
- Incremento en recaudación de impuestos.

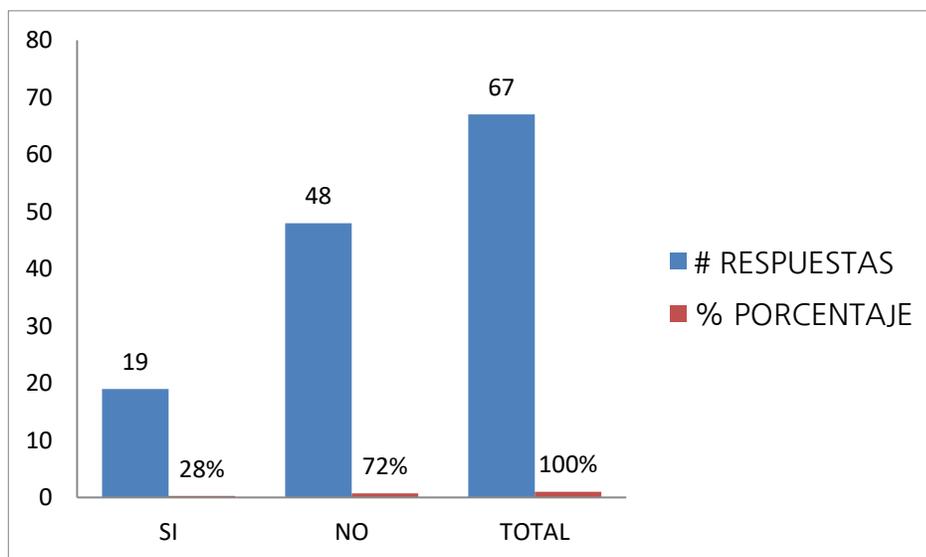
4.1 Resultados de las encuestas

La aplicación de las encuestas realizadas a las personas que realizan su actividad económica dentro de estos centros comerciales determinamos lo siguiente:

1. ¿Produce los productos que comercializa?

OPCIÓN RESPUESTA	# DE RESPUESTAS	VALORACIÓN PORCENTUAL
SI	19	28%
NO	48	72%
TOTAL	67	100%

Figura 1: Pregunta 1



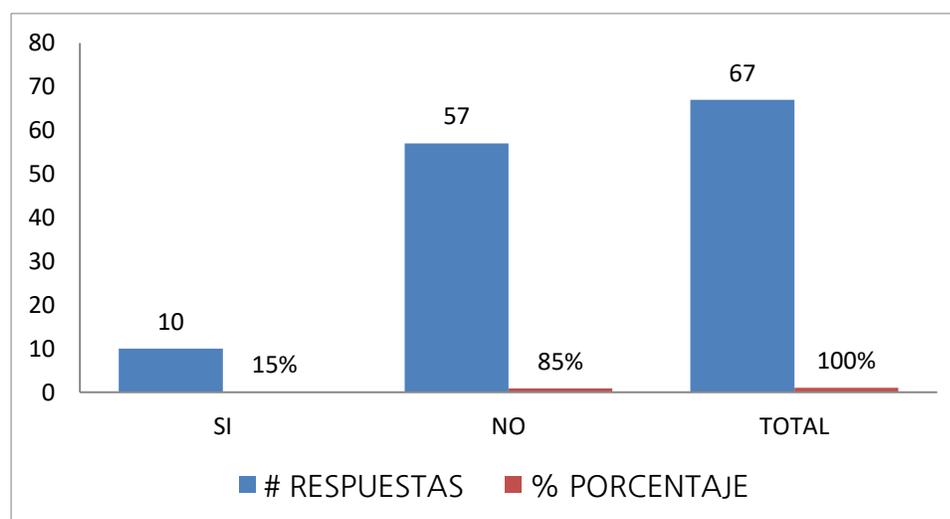
Elaborado por: Ricardo Orellana

Podemos concluir que el 72% de los comerciantes son intermediarios entre el productor y el consumidor final ya que estos no elaboran los productos disponibles a la venta.

2. ¿Importa materia prima para su producción?

OPCIÓN RESPUESTA	# DE RESPUESTAS	VALORACIÓN PORCENTUAL
SI	10	15%
NO	57	85%
TOTAL	67	100%

Figura 2: Pregunta 2



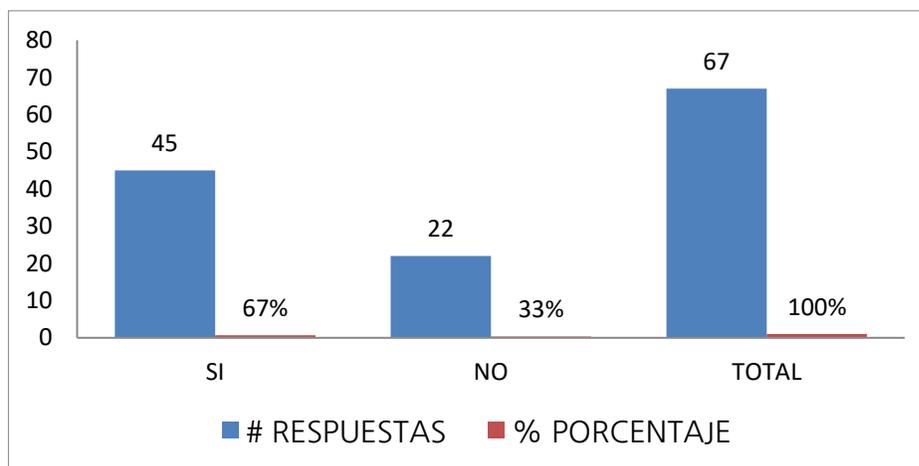
Elaborado por: Ricardo Orellana

En base a la contestación a esta pregunta el 15% de las personas importan materia prima para la elaboración de los productos que comercializan.

3. ¿Comercializa productos importados?

OPCIÓN RESPUESTA	# DE RESPUESTAS	VALORACIÓN PORCENTUAL
SI	45	67%
NO	22	33%
TOTAL	67	100%

Figura 3: Pregunta 3



Elaborado por: Ricardo Orellana

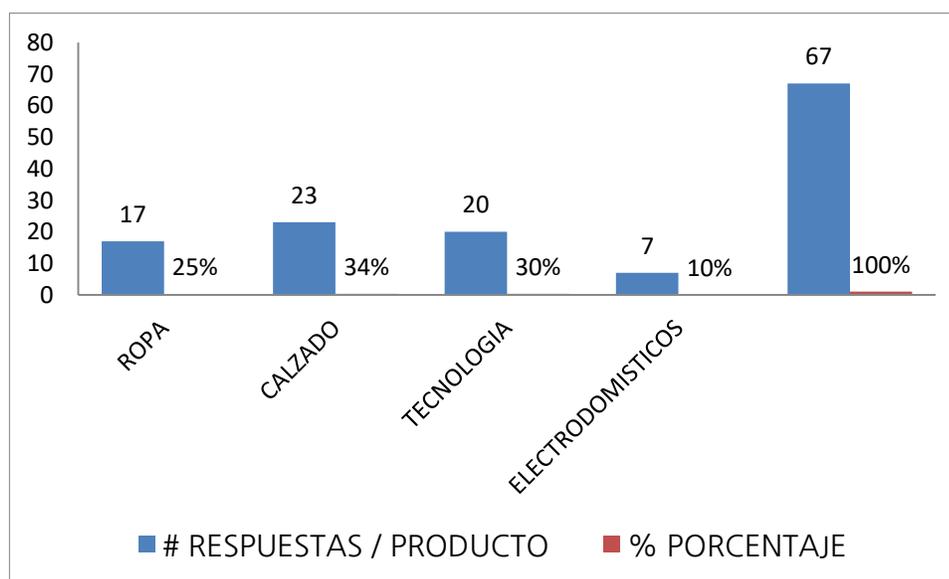
El 67% de los comerciantes encuestados venden productos comprados fuera del Ecuador, al ser este un porcentaje elevado, nos podemos dar cuenta que podríamos tener una cantidad importante de demandantes de nuestro servicio.

4. ¿Qué clase de productos importados comercializa?

OPCIÓN RESPUESTA	# DE RESPUESTAS	VALORACIÓN PORCENTUAL
ROPA	17	25%

CALZADO	23	34%
TECNOLOGIA	20	30%
ELECTRODOMESTICOS	7	10%
TOTAL	67	100%

Figura 4: Pregunta 4



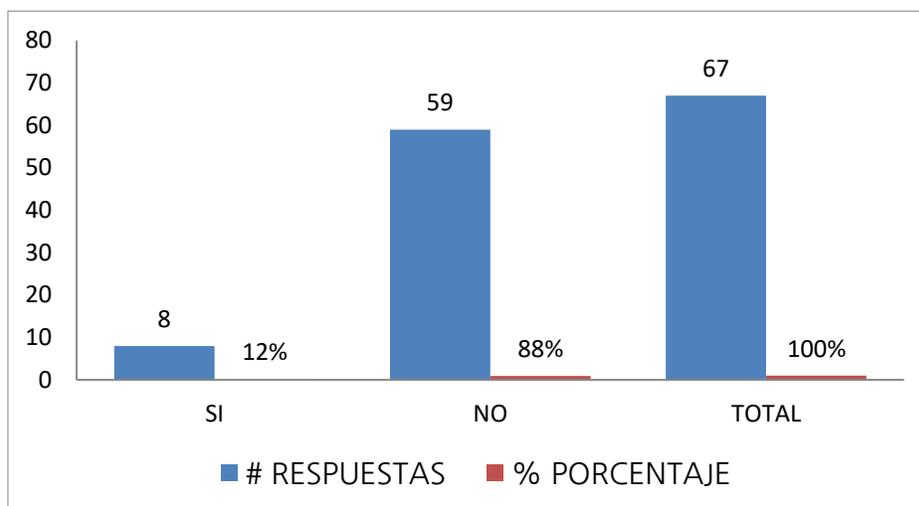
Elaborado por: Ricardo Orellana

Podemos concluir que entre los productos con mayor demanda por parte de los comerciantes y productores de Centros Comerciales populares del Sur de Quito está el calzado con un 34% seguido por un 30% en cuanto a lo que tecnología se refiere.

5. ¿Usted conoce el proceso y lineamientos para importar y exportar mercadería?

OPCIÓN RESPUESTA	# DE RESPUESTAS	VALORACIÓN PORCENTUAL
SI	8	12%
NO	59	88%
TOTAL	67	100%

Figura 5: Pregunta 5



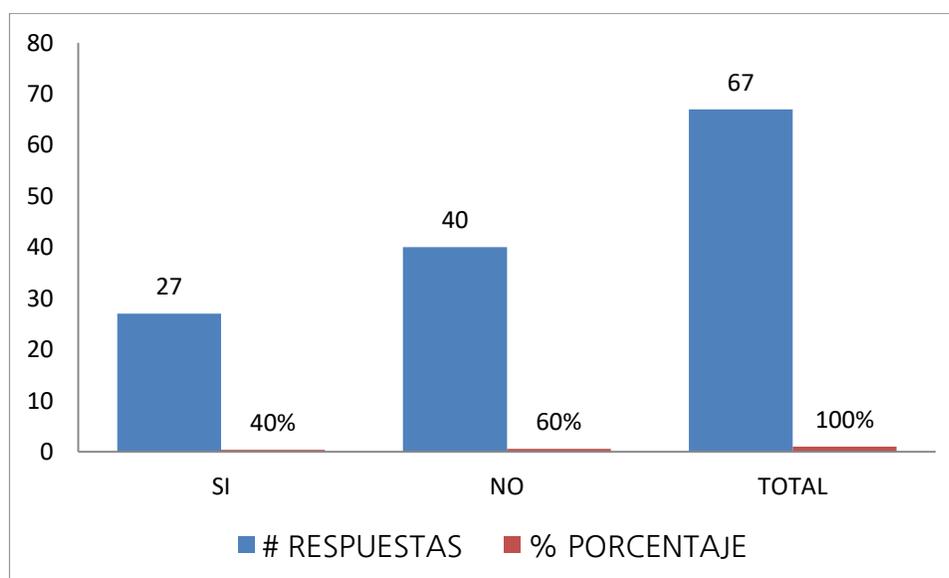
Elaborado por: Ricardo Orellana

Se puede decir que solo un 12% de los encuestados tienen conocimiento de lineamientos de importación. Sin embargo, aclararon en su mayoría que el conocimiento es básico, por lo que un acompañamiento y asesoría en temas de comercio exterior sería de gran aporte a este sector desatendido, esto potencializaría su competitividad dentro del segmento de mercado al que van dirigidos, que son los sectores populares del Sur de Quito.

6. ¿Ha optado por ingresar al país mercancía por contrabando?

OPCIÓN RESPUESTA	# DE RESPUESTAS	VALORACIÓN PORCENTUAL
SI	27	40%
NO	40	60%
TOTAL	67	100%

Figura 6: Pregunta 6



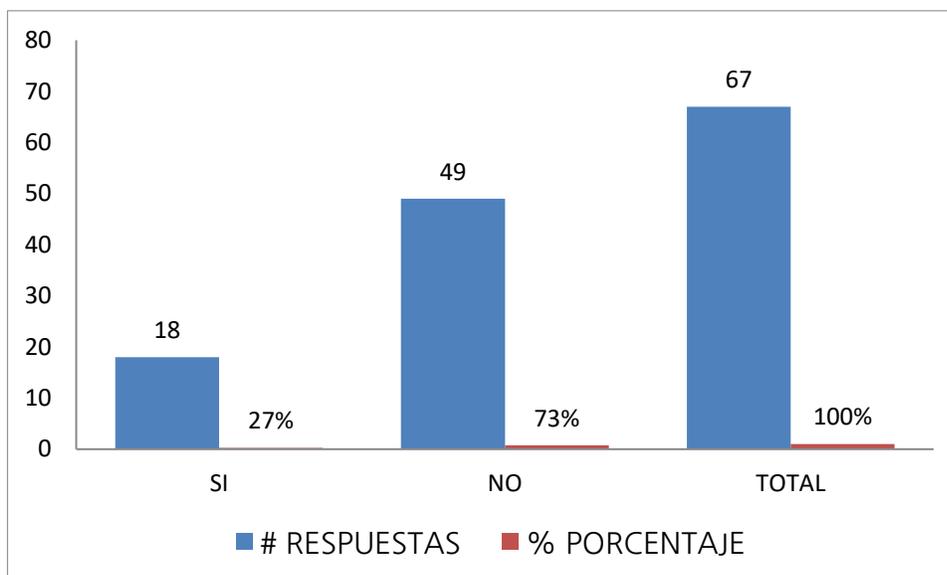
Elaborado por: Ricardo Orellana

El 40% de los entrevistados aceptan que en algún momento optaron por el tráfico ilegal de mercadería para poder cubrir la demanda en sus negocios, sin embargo, existieron encuestados que hicieron mención del temor de importar debido a las pérdidas económicas que han sufrido colegas, esto debido al intento de ingresar mercadería irregular.

7. ¿Ha sufrido pérdidas económicas debido a la incautación de mercadería por tratar de ingresar al país mercadería evadiendo controles aduaneros?

OPCIÓN RESPUESTA	# DE RESPUESTAS	VALORACIÓN PORCENTUAL
SI	18	27%
NO	49	73%
TOTAL	67	100%

Figura 7: Pregunta 7



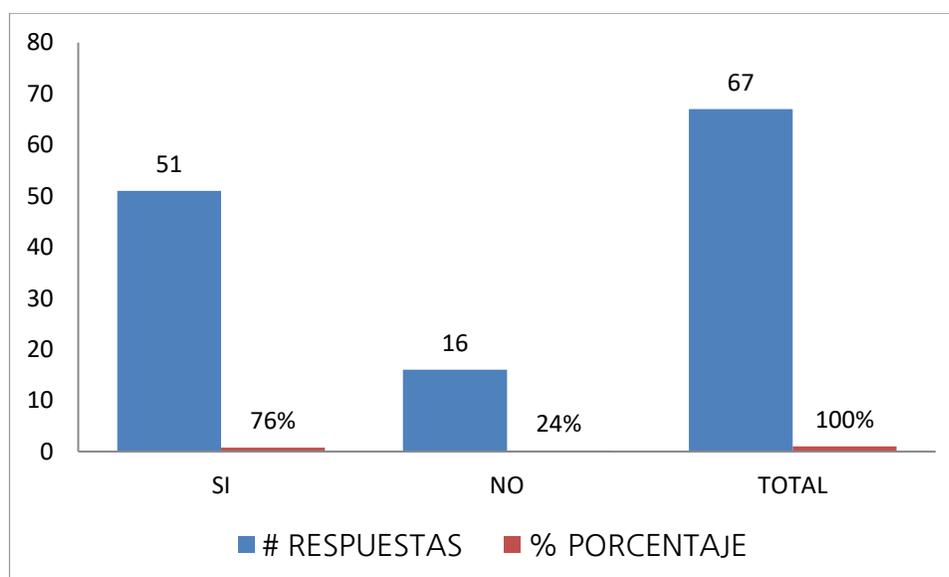
Elaborado por: Ricardo Orellana

El 27% de entrevistados admiten que el algún momento perdieron mercadería que pertenecía al contrabando no volvieron a intentar ingresar al País mediante esta mala práctica.

8. ¿Usted cree que una IMPORTEX de servicios de comercio exterior le sería útil a su negocio?

OPCIÓN RESPUESTA	# DE RESPUESTAS	VALORACIÓN PORCENTUAL
SI	51	76%
NO	16	24%
TOTAL	67	100%

Figura 8: Pregunta 8



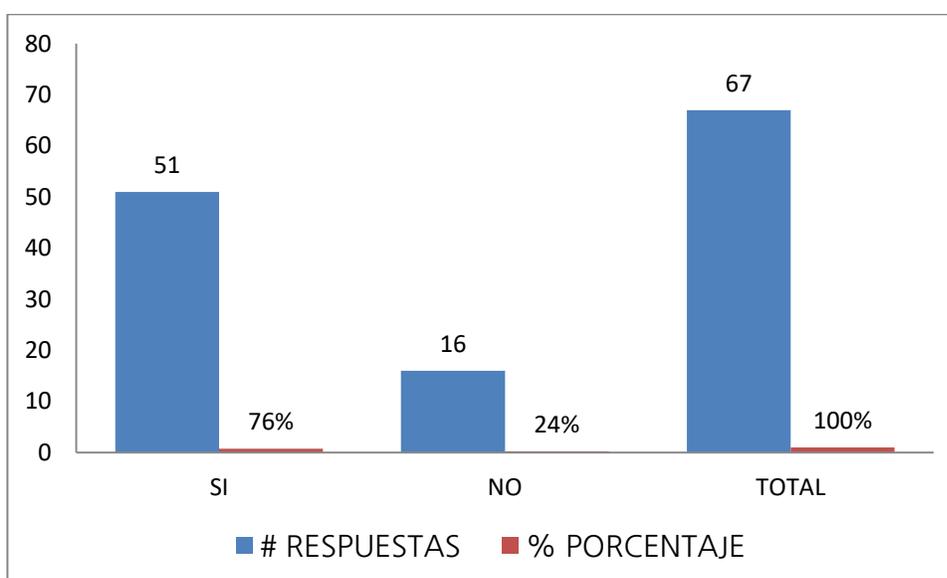
Elaborado por: Ricardo Orellana

El 76% de entrevistados concluyen que sería una buena opción contar con asesoría y servicios de Comercio exterior en los Centros Comerciales Populares del Sur de Quito.

9. ¿Estaría dispuesto a contratar servicios de comercio exterior para su negocio?

OPCIÓN RESPUESTA	# DE RESPUESTAS	VALORACIÓN PORCENTUAL
SI	51	76%
NO	16	24%
TOTAL	67	100%

Figura 9: Pregunta 9



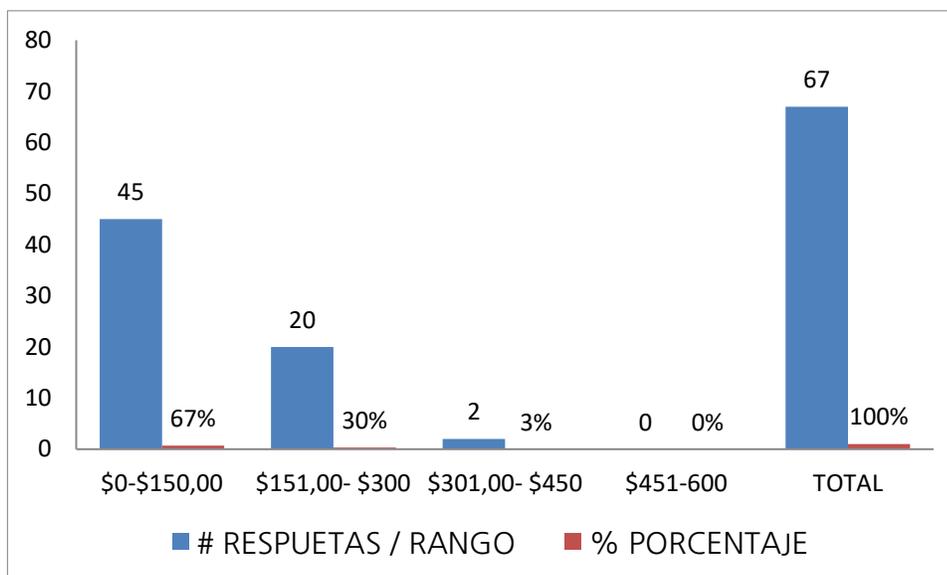
Elaborado por: Ricardo Orellana

El 76% afirman que estarían dispuestos a contratar en algún momento asesoría o servicio de Comercio Exterior.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir por la prestación de servicios de comercio exterior?

OPCIÓN RESPUESTA	# DE RESPUESTAS	VALORACIÓN PORCENTUAL
\$0-\$150,00	45	67%
\$151,00- \$300	20	30%
\$301,00- \$450	2	3%
\$451-600	0	0%
TOTAL	67	100%

Figura 10: Pregunta 10



Elaborado por: Ricardo Orellana

Concluimos que un 67% de los comerciantes estarían dispuestos a pagar un rubro de hasta \$150 dólares americanos por servicio o asesoría sobre como importar legalmente mercadería al pertenecer estos CCPSQ al sector popular, estos tratan de incurrir en costos mínimos, ya en su gran mayoría el margen de utilidad que manejan en la comercialización de sus productos es bajo contratar servicios de alto costo tendría un impacto negativo ya que encarecerían sus productos, por ende disminuiría la demanda de los mismos. Concluimos que un 67% de los comerciantes estarían dispuestos a pagar un rubro de hasta \$150,00 dólares americanos por servicio o asesoría sobre como importar legalmente mercadería, al pertenecer estos Centros Comerciales al sector popular, tratan de incurrir en costos mínimos, ya en su gran mayoría, el margen de utilidad que

manejan en la comercialización de sus productos es bajo, por lo que contratar servicios de alto costo tendría un impacto negativo ya que encarecerían sus productos, por ende disminuiría la demanda de los mismos.

4.2 Articulación con la cartera de productos.

Los productos que esta empresa de servicios de comercio exterior ofrecerá serán los siguientes:

- Acompañamiento de importación.
- Acompañamiento de exportación.
- Marketing internacional.
- Tramitación de patentes y permisos.

En función del estudio de mercado que se realizó a través de las encuestas pudimos determinar que un gran porcentaje de los encuestados tienen desconocimiento del Comercio Exterior como tal; lo que les hace perder competitividad en el mercado y por ende sus negocios no tienen proyección de crecimiento, por lo que esto podría desestabilizar su economía en el futuro, ya sea por crisis económicas que se presenten o simplemente por no tener una cartera de productos que puedan competir en el mercado.

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador tiene divididos en El régimen de importación según el destino de la mercadería o productos que se ingresen al país, el que se ajustaría al sector al que se dirige este proyecto es el Régimen 10, importación para el Consumo (Art. 147 COPCI).

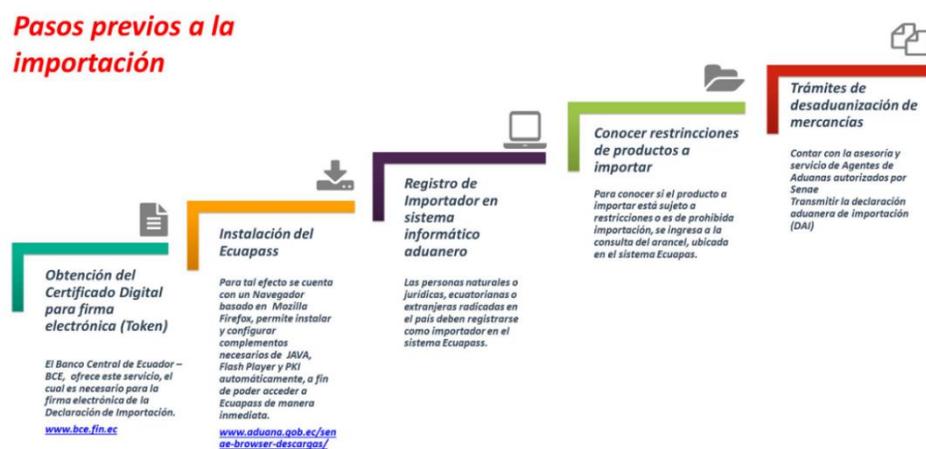
Según el Art. 147 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), “La Importación para el consumo (Régimen 10) es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras.

Los regímenes aduaneros comunes o a consumo son aquellos que no están sujetos, salvo excepciones, a liberación ni a suspensión del pago de impuestos aduaneros a la importación o a la exportación ni están exentos de todas y cada una de las formalidades, restricciones y regulaciones aduaneras, arancelarias y paraarancelarias exigibles a tales operaciones.” (Salazar, 2021)

4.3 Proceso de importación:

Detallaremos la coyuntura importadora para este Régimen de consumo lo cual simplificara la visión del proceso como tal.

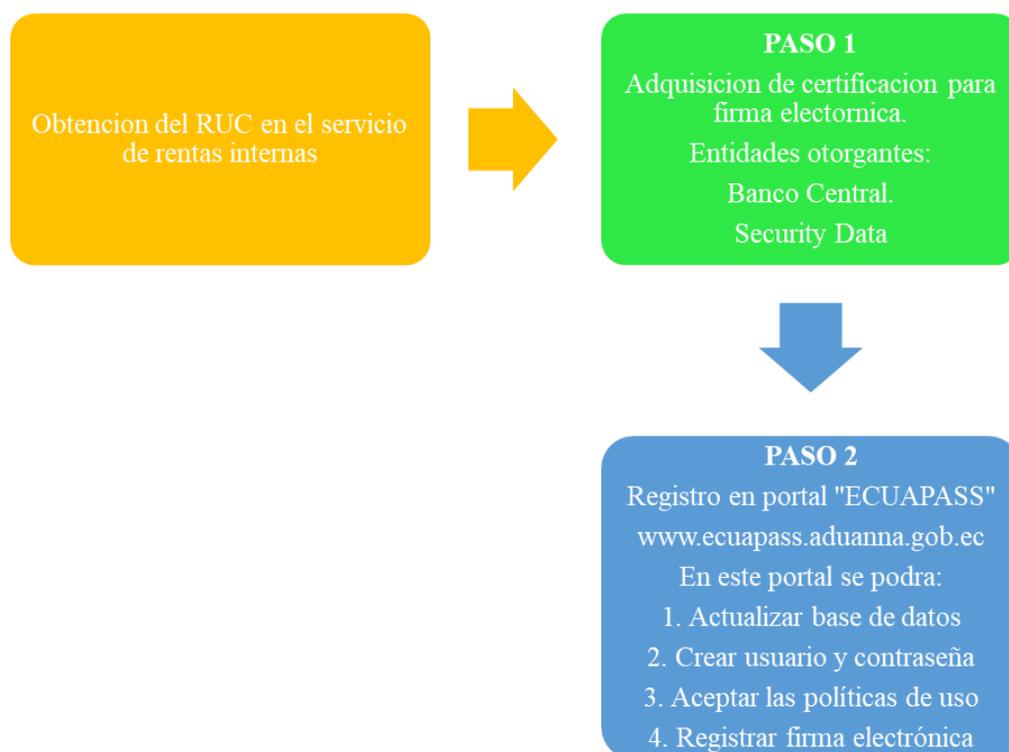
Figura 11: Pasos previos para importar.



Fuente: (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2021)

4.3.1 Pasos para obtener el registro de importador:

Figuras 12: Pasos para obtener registro de importador



Elaborado por: Ricardo Orellana. Fuente: (SENAE, 2021).

4.3.2 Como se nacionaliza (desaduaniza) una mercancía importada

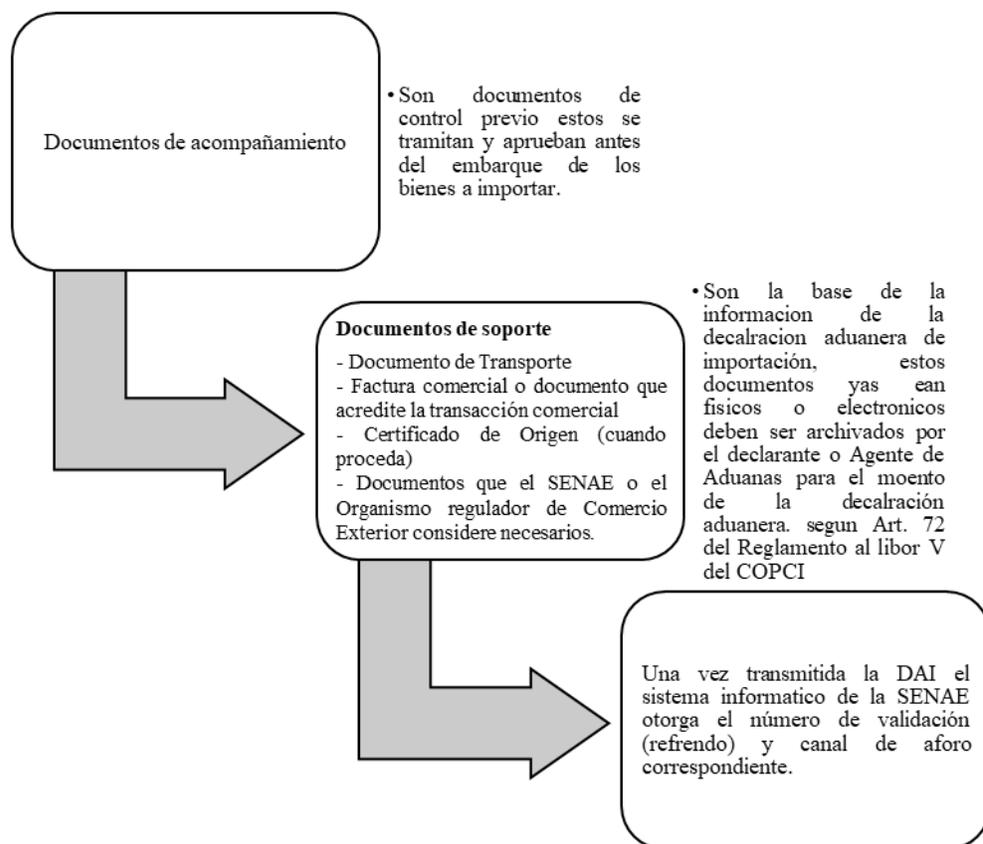
Es importante gestionar los trámites necesarios para la nacionalización de mercancías, para ello se necesita la asesoría y el servicio de un Agente del Comercio Exterior debidamente

acreditado por la SENA. Estas personas acreditadas constan en la lista de Agentes de Aduana publicada en la página web de la aduana: www.aduana.gob.ec.

El sistema informático de la SENA o un proveedor de Software serán los únicos autorizados para generar la Declaración Aduanera de Importación (DAI), la temporalidad no debe superar los quince días calendario previo a la llegada del medio de transporte, y hasta treinta días calendario siguientes a la fecha de arribo de la mercancía; en caso de que no se cumpliera dentro de este plazo, las mercancías se encontrarán dentro de una de las causales del abandono tácito, esto está estipulado en el literal a del artículo 142 del COPCI.

De acuerdo con el tipo de mercancía a importar, se deberán adjuntar los siguientes documentos a la DAI:

Figura 13: Pasos para nacionalizar una mercadería



Elaborado por: Ricardo Orellana. Fuente: (SENAE, 2021).

4.3.2.2 Canales de aforos

Los canales de aforos que existen son sirven para despachar las mercancías que requieren de una Declaración Aduanera, se podrá utilizar cualquiera de estos canales de aforo:

- Aforo Automático.
- Automático No Intrusivo.
 - Documental.
 - Físico Intrusivo.

La selección del canal de aforo se la realizará en base a un análisis de perfil de riesgo que implemento la SENA. Para los casos de mercancía perecedera, animales con vida y demás mercancías autorizadas por la SENA y por la virtud de su naturaleza, serán prioritarias para su reconocimiento físico, si esta entidad considera que es el caso.

En el caso de que las mercancías tengan que ser sometidas a un control por demás autoridades, en las cuales se incluya reconocimiento físico de las mismas, la autoridad aduanera procurará que dichos controles se los realicen de manera coordinada.

Cualquiera que sea la etapa del proceso de control de aduanas, la SENA tendrá la atribución de realizar de manera unilateral una inspección a la mercadería mediante sistemas tecnológicos de escaneo con rayos X, incluso esto podrá ser de forma indistinta al canal (modalidad) de despacho al que esta mercancía sea sometida.

4.3.2.3 Cual es el valor a pagar en tributos por producto importado

Es importante tener conocimiento de la clasificación arancelaria para determinar el valor a pagar por los tributos al comercio exterior para las mercancías importadas.

Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos que se establecen en las leyes orgánicas, ordinarias y tasas por los servicios aduaneros.

Figura 14: Impuestos a productos importados

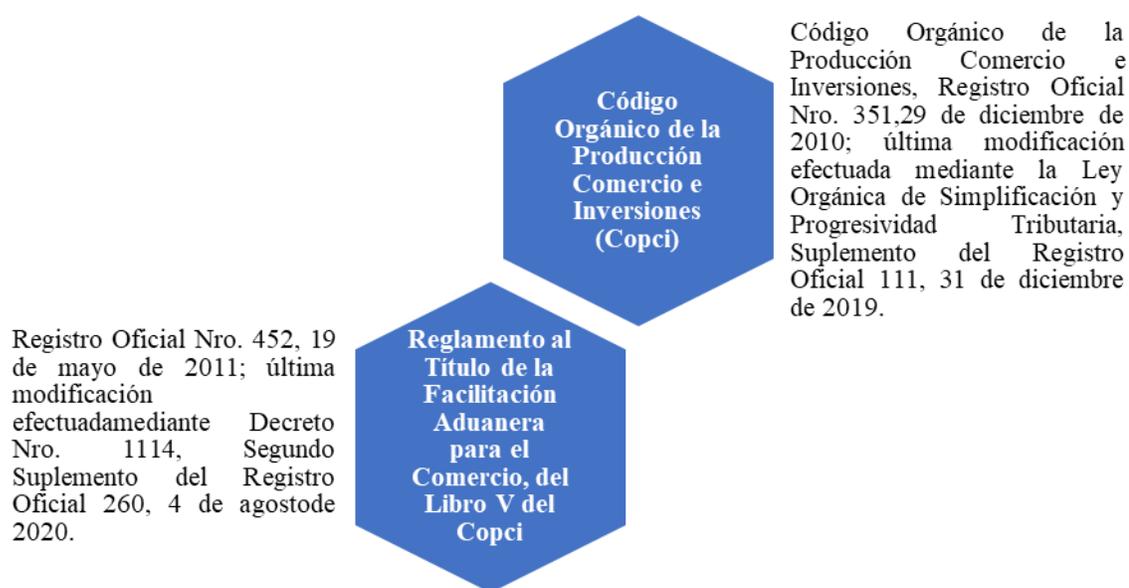


AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)	<ul style="list-style-type: none"> • Consistentes en porcentajes según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la importación).
FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)	<ul style="list-style-type: none"> • Se aplica el 0.5% sobre la base imponible de la importación.
ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen, estos porcentajes se los puede consulta en la pagina Web del SRI.
IVA (Impuesto al Valor Agregado)	<ul style="list-style-type: none"> • Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE.

Elaborado por: Ricardo Orellana. Fuente: (SENAE, 2021).

4.3.2.4 La base legal sobre las importaciones en las cuales se rige son las siguientes:

Figura 15: Base legal sobre importaciones



Elaborado por: Ricardo Orellana. Fuente: (SENAE, 2021).

4.4 Generación de ideas mercado

4.4.1 Análisis FODA

Análisis Interno.

Este análisis brindara al proyecto la oportunidad de evaluar factores internos que nos ayuden a identificar las fortalezas y debilidades que podrían presentarse, y que afecten al normal desarrollo de la implementación y proyección que se pretende tener en el mercado, es importante determinar el mercado potencial de clientes para saber el impacto que el proyecto tendrá sobre ellos, y de la misma manera sobre todos los que indirectamente se verían involucrados en giro del negocio como intermediarios, proveedores, entidades públicas etc.

Análisis Externo.

Es importante evaluar el éxito del negocio en base a los factores externos, tales como políticas públicas, competencia, economía del País, coyuntura pos-pandemia, así como lograr identificar oportunidades de negocio, nichos de mercado en donde el ofrecimiento de servicios de comercio exterior pueda consolidarse. En este punto es importante saber que existen algunos factores incontrolables por el proyecto empresarial solo se controlaran las oportunidades.

Tabla 4: Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
F1. Conocimiento de lineamientos de Comercio Exterior.	D1. Bioseguridad por pandemia para atención a clientes.
F2. Producto diferenciador.	D2. Capital social propio

F3. Carga impositiva para giro de negocio baja por ser emprendimiento.	D3. Falta de experiencia en el sector popular
F4. Precios accesibles por servicios.	D4. Falta de cartera de clientes.
F5. Facilidad en el manejo procesos del Comercio Exterior.	
F6. Emprendimientos nuevos.	
Oportunidades	Amenazas
O1. Segmento de mercado sin atender	A1. Restricciones al Comercio Exterior.
O2. Proyección y apertura de mercado	A2. Coyuntura Post Pandemia.
O3. Creación de cartera de clientes.	A3. Surgimiento de nueva competencia.
O4. Generación de Experticia en procesos de comercio Exterior.	A4. Crisis Económica.
O5. Potencializar nuevos negocios.	A5. Inestabilidad del Gobierno Central.
O6. Beneficios gubernamentales por emprendimientos.	A6. Poco interés actuarial bajo la legalidad
	A7. Incremento del contrabando.

Elaborado por: Ricardo Orellana

Tabla 5: Resultados Matriz FODA

	RESULTADOS MATRIZ FODA	FORTALEZAS						DEBILIDADES			
		F1	F2	F3	F4	F5	F6	D1	D2	D3	D4
OPORTUNIDADES	O1		X		X		X		X	X	
	O2		X		X	X	X	X	X	X	
	O3		X		X		X	X		X	
	O4	X	X	X		X				X	
	O5	X	X	X	X		X	X	X	X	
	O6	X		X							

Tabla 6: Matriz de Factibilidad

MATRIZ DE FACTIBILIDAD PARA EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS (F)</p> <p style="text-align: center;">F1. Conocimiento de lineamientos de Comercio Exterior. F2. Producto diferenciador. F3. Carga impositiva para giro de negocio baja por ser emprendimiento F4. Precios por servicios accesible. F5. Facilidad de procesos de Comercio Exterior. F6. Emprendimientos nuevos.</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES (D)</p> <p style="text-align: center;">D1. Economía desestabilizada por Pandemia. D2. Capital social propio. D3. Falta de experiencia en el sector popular. D4. Falta de cartera de clientes</p>
<p>OPORTUNIDADES (O)</p> <p>O1. Segmento de mercado sin atender.</p> <p>O2. Proyección y apertura de mercado.</p> <p>O3. Creación de cartera de clientes.</p> <p>O4. Generación de Experticia en procesos de comercio Exterior.</p> <p>O5. Potencializar nuevos negocios.</p> <p>O6. Beneficios gubernamentales por emprendimientos.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA FO</p> <p>E1: (F1, O4, O5, O6): Los conocimientos del comercio exterior aplicados a este segmento de mercado generara una experticia en el trato con estos cliente por lo que proyección del negocio podrá ser favorable, con el aprovechamiento que el gobierno ofrece en cuanto a beneficios por tributos para nuevos emprendimientos.</p> <p>E2: (F2, O4, O5, O6) Al orientar este proyecto a este segmento de mercado, se podrá crear una cartera de clientes que estaba desatendida, permitiendo en el futuro expandir el mercado al que va dirigido el servicio, permitiendo a la empresa generar mayor experiencia en la prestación de servicios de comercio exterior.</p> <p>E3: (F3, O4, O5, O6): La disminución de carga impositiva ofrecida por el gobierno central por ser nuevo emprendimiento minimizara el riesgo de quiebra del negocio, lo que ayudara a potenciar el emprendimiento.</p> <p>E4: (F4, O1, O2, O3, O5): Los precios al ser una empresa pionera en el ofrecimiento de servicios de comercio exterior los precios podrán ser ajustados a los presupuestos del cliente, ayudando de esta manera a adquirir participación en este mercado.</p> <p>E5: (F5, O2, O5): La facilidad del manejo de sistemas de comercio exterior permitirá fidelizar a los clientes debido al nivel de servicio que podrán experimentar.</p> <p>E6: (F6, O1, O2, O3, O5): El manejo del mercado al que está dirigido el proyecto permitirá expandir el negocio, potencializado a la empresa con una proyección de crecimiento al mediano plazo.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DO</p> <p>E1. (D1, O2, O3, O5): Atacar principalmente al sector popular del sur de Quito con un servicio accesible, que permita generar nuevas oportunidades de negocio para ellos, entendiendo la nueva normalidad debido a pandemia.</p> <p>E2. (D2, O1, O2, O5): Buscar socios que puedan inyectar capital a la empresa que es prometedora y sustentable en el tiempo, esto permitirá expandir fronteras de negocio.</p> <p>E3. (D3, O1, O2, O3, O4, O5): Charlas gratuitas para activar al mercado con la finalidad de explicar los beneficios del comercio exterior aplicados a sus negocios.</p>
<p>AMENAZAS (A)</p> <p>A1. Restricciones al Comercio Exterior.</p> <p>A2. Coyuntura Pos Pandemia.</p> <p>A3. Surgimiento de nueva competencia.</p> <p>A4. Crisis Económica.</p> <p>A5. Inestabilidad del Gobierno Central.</p> <p>A6. Poco interés actuarial bajo la legalidad.</p> <p>A7. Incremento del contrabando.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA FA</p> <p>E1: (F1, A1, A3, A5, A6, A7): El comercio internacional se ve cambiante ante la coyuntura de la pandemia por lo que estar en constante actualización mediante capacitación de lineamientos del comercio exterior es importante.</p> <p>E2: (F2, A1, A2, A3, A4, A6): Entrar al mercado de manera agresiva, llamando la atención de potenciales clientes con una cartera de productos y precio que sean accesibles, y que pese a la crisis económica la empresa sea la primera opción en cuanto a calidad de servicio.</p> <p>E3: (F3, A1, A4, A5): El ofrecimiento de carga impositiva mínima a nuevos emprendimientos servirá de estrategia para aplacar de cierta manera costos para clientes que están pensando en realizar transacciones de comercio internacionales.</p> <p>E4: (F4, A1, A2, A4): La implementación en cuanto manejo de precios flexible será de importancia para poder generar cartera de clientes.</p> <p>E5: (F5, A1, A2, A5, A6, A7): Incrementar la experticia en conocimiento de procesos de manejo de comercio exterior con el fin de dar charlas acerca de los beneficios del mismos al segmento al que vamos dirigidos, esto permitirá a futuros cliente tener una visión más amplia de los beneficios del mismo.</p> <p>E6: (F6, A3, A7): El abarcamiento en centros comerciales populares del sur de Quito con un servicio de calidad, permitirá crear una cartera de clientes sólida.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DA</p> <p>E1. (D1, A4, A5): Capacitaciones en bioseguridad a personal para poder brindar un servicio ajustado a la nueva normalidad, lo que hará que los clientes sientan confianza de tomar el servicio que se ofrecerá.</p> <p>E2. (D2, A2, A5): estar informado acerca de decisiones del gobierno central en cuanto a la coyuntura por pandemia mundial y tener un plan de contingencia en caso de variaciones en restricciones que podrían afectar a capital invertido.</p> <p>E3. (D3, A2, A6, A7): Establecer una estrategia de penetración en este mercado para llamar la atención de los potenciales clientes.</p> <p>E4. (D4, A1, A2, A4, A6, A7): Contar con un plan de mercadeo solido que permita tener aliados estratégicos como son los presidentes de asociaciones que representar a los centros comerciales populares del sur de Quito.</p>

Elaborado por: Ricardo Orellana

4.5 Tamizado de Ideas

En función de la estructuración del presente proyecto determinamos ciertas ideas que podrían ayudar a construir el mismo de manera exitosa dentro de las cuales podemos mencionar entre las más relevantes a las siguientes:

El contrabando se ha vuelto un grave problema en la sociedad, que afecta principalmente a productores y comerciantes que manejan sus negocios de manera empírica, por lo que al dirigir este proyecto a este segmento principalmente a los Centros Comerciales Populares del Sur de Quito contribuirá con la disminución del riesgo de pérdidas económicas a este sector, la implementación de la empresa generará plazas de empleo, y a su vez colaborará con la lucha del contrabando.

La pandemia por el COVID-19 ha generado que un gran número de personas quedasen desempleadas, en su gran mayoría ante la falta de plazas de empleo optan por emprender, muchas de ellas se ubican en los Centros Comerciales Populares del Sur de Quito, estas personas se convierten en potenciales clientes, debido a que su actividad radica en la reventa, por lo que ofrecer el servicio de comercio exterior para que puedan importar directamente los productos que comercializan los ayudaría a ser más competitivos y tener mejor proyección a futuro.

Generación de cartera de clientes, ya que, al ser un nicho de mercado desatendido, existen muchos potenciales clientes, por lo que la estrategia de penetración en el mercado debe ser sólida, con una prestación de servicio de calidad, precios accesibles y con lineamientos claros.

Al ser un sector popular al que se dirige el proyecto, en el estudio del mismo se determinó que el valor que estaría dispuestos a pagar por la contratación de servicios de Comercio Exterior no puede ser superior a los \$150,00 como precio de lanzamiento por la prestación de servicio, sin embargo, la proyección que se tiene es la utilidad de 10% sobre el monto de importación.

4.6 Estudio de mercado: Marketing de servicios

Es muy común escuchar hablar de las 4P de marketing, cuando se trata de una empresa de servicios aplicaremos las 7P del marketing de servicios.

4.6.1 Producto:

Todo servicio ofrece una solución que generará valor para el cliente, a eso le llamamos producto, ofrecemos potenciar tu iniciativa y deseos de logro, siendo un puente efectivo de integración comercial entre el mercado de origen y el mercado objetivo.

4.6.2 Precio:

Establecer una base en cuanto a los valores practicados por los valores del mercado, tiempo invertido en la actividad, tratando siempre de ser justo sin perder rentabilidad.

4.6.2.1 Fijación de precios:

Al momento de fijar los precios de los servicios a ofrecer es sumamente importante tener en cuenta la ubicación en instalaciones de centros comerciales populares al sur de la ciudad.

- Acompañamiento de importación \$ 300
- Acompañamiento de exportación \$ 250
- Marketing internacional \$ 150
- Tramitación de patentes y permisos \$ 150

4.6.3 Plaza:

Lugar de ubicación física en donde se encuentran las oficinas serán dentro de los Centros Comerciales Populares del Sur de Quito los cuales están comprendidos por el Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, Centro Comercial Chiriyacu y Centro Comercial Ipiales del Sur.

- **Oficina Matriz:** Av. Maldonado 10385 y Quemiag
- **Sucursal 1:** Gualberto Pérez, y, CCPSQ 170121
- **Sucursal 2:** Av. Moran Valverde &, CCPSQ 170131

4.6.4 Promoción:

La promoción al momento de ofrecer servicios es primordial ser innovador, dinámico y empático para poder ganar la confianza clientelar.

Debemos tomar en cuenta que debido a la pandemia los centros comerciales del ahorro se encuentran en un proceso de reactivación económica, por lo que es muy importante que cuenten con variedad y calidad de productos para poder competir con locales que se encuentran a las afueras y alrededores de los mismos.

4.6.5 Procesos:

Es importante manejar procesos claros, secuenciales, sólidos y transparentes, para que los clientes tengan la plena seguridad de que elegir el servicio ofertado, les permitirá satisfacer sus requerimientos.

4.6.6 Personas:

Tener un equipo de trabajo preparado y competente, que genere negocios, con el claro objetivo de convertirnos en socios estratégicos de los clientes.

4.6.7 Palpabilidad:

Lograr volver tangible al servicio, para brindar confianza y posibilidad de nuevas contrataciones, basados en la buena experiencia que brindara el consumo del servicio prestado

a clientes, tomando en cuenta la presentación de los asesores, publicidad, sitios web amigables entre otros.

4.7 Prueba del Mercado

El proyecto estará dirigido a Centros comerciales populares del Sur de Quito, cubrir este sector en su totalidad es de vital importancia para que el proyecto sea sustentable en el tiempo, para ello se estudiaron algunos factores con la finalidad de determinar la factibilidad del mismo.

4.7.1 Análisis de la demanda

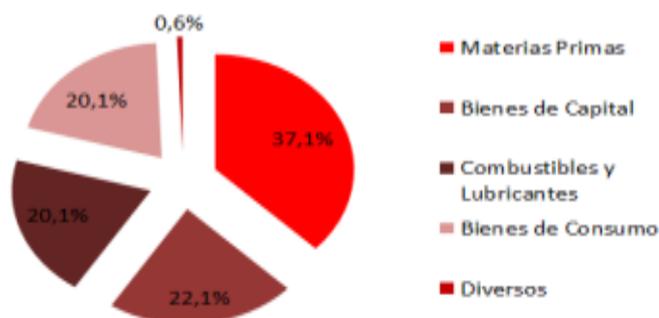
Se estima que el porcentaje de aceptación del servicio de Comercio Exterior es bastante elevado, ya que se concluyó que un gran porcentaje de comerciantes estarían dispuestos a contratar en algún momento algún tipo de asesoría o acompañamiento (expiación).

Debido a la pandemia del último año se ha visto muy afectada el sector que oferta productos diferentes a los de primera necesidad, muchos pequeños comerciantes se han visto obligados a cerrar sus negocios.

El municipio de Quito está creando proyectos para la reactivación económica de estos sectores.

También cabe mencionar que se acercan fechas festivas que ayudan en grandes partes a esta reactivación.

Figura16: Importaciones Ecuatorianas según clasificación CUODE Enero 2021



Fuente: (Sanchez, Vayas, Mayorga, & Freire, 2022)

4.7.2 Análisis de la Oferta

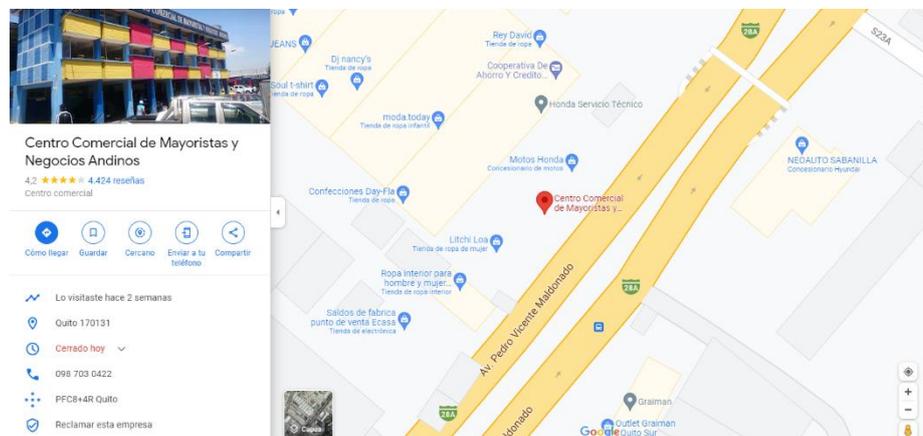
La oferta es la cantidad de empresas que ofrecen un determinado servicio a un mercado objetivo, cabe mencionar se ofrecerá un tipo de servicio nuevo para este tipo de mercado, si bien es cierto el Comercio Exterior se viene desarrollando en el mercado ecuatoriano hace varios años, no hay evidencia de que exista alguna empresa que haya orientado sus esfuerzos a este segmento de mercado.

4.7.3 Análisis de la Ubicación

La oficina Matriz tendrá como ubicación estratégica en uno de los centros comerciales más populares del Sur de Quito, “Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos” el cual se encuentra ubicado en la principal arteria de ingreso a la ciudad, Av. Maldonado 10385 y Quimiag, facilitando a productores y comerciantes que desarrollan su actividad económica

en estos centros comerciales populares del Sur de Quito llegar al punto de atención a solicitar los servicios que la empresa ofrecerá.

Figura 17: Ubicación Centro comercial de Mayoristas y Negocios Andinos



Fuente:

Google Maps

4.7.4 Segmentación del Mercado

Es importante tener claro el segmento que se desea atacar por lo que el presente estudio está dirigido a comerciante y productores de Centros Comerciales Populares del Sur de Quito para lo cual debemos entender claramente el significado de segmentación de mercado.

4.7.4.1 Mercado Ideal

Es un grupo de personas que tiene la necesidad de contar con una empresa de Comercio exterior que brinde servicios y asesoramiento para poder realizar actividades de comercio

exterior como la importación de productos destinados a la venta en centros comerciales populares sur de la ciudad de Quito.

Al mismo tiempo a productores locales que tienen como objetivo el internacionalizar productos de manufacturación propia, cuyas características se las detalla.:

- Que realicen actividades económicas dentro de los Centros Comerciales del ahorro.
- Poder adquisitivo para contratar servicio de Comercio Exterior
- Que posea visión para aumentar sus ganancias de forma legal
- Que su mayor motivación sea el hacer crecer su negocio.
- Que sus objetivos sean a largo plazo.
- Con visión de llegar a ser distribuidores tanto dentro como fuera del país.
- Personas que tengan acceso a internet, que frecuenten páginas web, plataformas digitales y sociales.

4.7.5 Estrategia de Marketing

Debido a que impacta en la economía la oferta de servicios debemos manejar un marketing distinto a la de un producto, la cual logre persuadir al cliente y a la vez cumplir sus expectativas.

Por este motivo es importante conocer la mercadotecnia de servicios:

“El marketing de servicios es la modalidad de marketing que, como indica su nombre, se centra en los servicios como un tipo específico de producto. Por medio de la creación de estrategias de marketing las empresas buscan su difusión y la captación de nuevos consumidores para los mismos.” (Galan, 2017)

Las estrategias que aplicaremos serán las siguientes:

- Desarrollo de página Web para que la cartera de productos esté al alcance de todos los potenciales clientes.
- Uso de redes sociales para promocionar cartera de productos, así como canales digitales (e-commerce) para poder tener una mayor cantidad de visitas y obtener leads (prospectos de clientes) a los cuales se podrá dar seguimiento.
- Servicio acorde a las necesidades de Productores y Comerciantes de los Centros Comerciales Populares del Sur de Quito, mismos que cumplan con sus expectativas de manera tal que la confianza que puedan tener sobre el servicio ofrecido logre fidelizarlos, esto lograra la sostenibilidad y sustentabilidad empresariales.
- Implementar una cultura “Just in time” esto debido a que Productores y Comerciantes requieren Stock de productos en el lugar indicado y a la hora indicada.
- Brindar a clientes servicios complementarios, tales como capacitaciones, asesorías financieras, de emprendimiento, potencialización y proyección de sus negocios para que los mismos sean competitivos para desarrollo y mejora de su cartera de clientes.

- Realizar convenios con Asociaciones que trabajan de los Centros comerciales Populares para que los mismos tengas preferencia en atención y despacho de requerimientos.

4.7.5.1 Planeación Estratégica

Misión: Brindar un servicio de calidad, transparente y ético que ayude a potenciar los negocios de Microempresarios de los Centros Comerciales Populares del Sur de Quito.

Visión: Cubrir al mediano plazo al mercado de todos los Centro Comerciales Populares del Distrito Metropolitano de Quito.

Slogan: “Expandimos tus fronteras Comerciales”

4.7.5.2 Logo del Proyecto:

Figura 18: Logo del proyecto



Elaborado por: Ricardo Orellana

CAPITULO V: ANALISIS DE FACTIBILIDAD

En el estudio se presenta la factibilidad del presente proyecto, estudiando ciertos parámetros que son de importancia para la implementación del mismo tales como son la factibilidad técnica, Financiera y legal.

5.1 Estudio Financiero

El proceso analiza la viabilidad de un proyecto.

Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles para la puesta en marcha de las actividades.

Ver de manera fiable si nuestro proyecto es rentable económicamente.

El estudio financiero es fundamental en cualquier proyecto de inversión. A continuación, realizamos el estudio financiero de **IMPORTEX** (Se trata de un proyecto teórico por lo que nos manejaremos en gran parte con datos estadísticos, y no reales.) con la finalidad de determinar la viabilidad financiera del mismo.

El proyecto se analiza para un período de 5 años.

- Se analiza:
- Costos laborales
- Inversión requerida
- Fuentes de financiamiento

- Estados financieros
- Flujos de fondos
- Evolución financiera del proyecto

5.1.2 Inversión inicial

Es la cantidad de dinero que necesitamos para empezar con el funcionamiento o puesta en marcha de un negocio.

Este dinero se destinará para:

5.1.2.1 Activos fijos o activos no corrientes

Son aquellos bienes que no son convertidos en efectivo, o que permanecen en la empresa por más de un año. Puede ser; mobiliario, vehículos, equipo de computación, enseres, edificios, terrenos etc. Como consta en la tabla de Activos fijos para IMPORTEX:

Tabla 7: Activos fijos

ACTIVOS FIJOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL

Equipo de computación			\$	7.900,00
Computadoras	3	\$	1.200,00	\$ 3.600,00
Impresoras	3	\$	300,00	\$ 900,00
Copiadoras	3	\$	800,00	\$ 2.400,00
Proyector	1	\$	1.000,00	\$ 1.000,00
Mobiliario:			\$	2.700,00
Escritorios	3	\$	150,00	\$ 450,00
Mesas oficina	6	\$	200,00	\$ 1.200,00
Sillas	3	\$	150,00	\$ 450,00
Sillones	15	\$	40,00	\$ 600,00
Suministros de oficina			\$	500,00

Vehículo	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
----------	---	--------------	---------------------

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.1.2.2. Activos Diferidos:

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que gastos ya pagados, pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera empresarial en los períodos en los que aún no se los ha utilizado (Hernando Díaz, 2022).

Pueden ser gastos pagados por adelantado, alquileres, seguros entre otros

Dentro de esta clasificación IMPORTEX cuenta con gastos de constitución por \$ 1450 dólares americanos.

Tabla 8: Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
CONCEPTO	VALOR
Gastos de constitución	\$ 1.450,00
Aprobación de constitución	\$ 800,00

Inscripción	\$ 350,00
Registro mercantil	\$ 200,00
Patente	\$ 100,00

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.1.3 Presupuesto:

Es el cálculo anticipado del coste-servicio.

Es un plan financiero que orienta diseñado para orientar al empresario hacia la consecución de las metas propuestas (Mendoza,2004).

Tabla 9: Presupuesto inicial

PRESUPUESTO PARA INICIAL PROYECTO DE IMPORTEX				
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	TOTAL
<i>Inversiones EFECTIVO</i>	2	\$ 3.000,00		\$ 6.000,00

<i>Equipo de computación:</i>				\$ 7.900,00
Computadoras	3	\$ 1.200,00	\$ 3.600,00	
Impresoras	3	\$ 300,00	\$ 900,00	
Copiadoras	3	\$ 800,00	\$ 2.400,00	
Proyector	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
<i>Mobiliario</i>				\$ 2.700,00
Escritorios	3	\$ 150,00	\$ 450,00	
Mesas oficina	6	\$ 200,00	\$ 1.200,00	
Sillas	3	\$ 150,00	\$ 450,00	
Sillones	15	\$ 40,00	\$ 600,00	
<i>Suministros de oficina</i>				\$ 500,00

<i>Vehículo</i>				\$ 15.000,00
<i>Gastos de constitución</i>				\$ 1.450,00
Aprobación de constitución			\$ 800,00	
Inscripción			\$ 350,00	
Registro mercantil			\$ 200,00	
Patente			\$ 100,00	
<i>Gastos de capacitación</i>				\$ 200,00
<i>Gasto arriendo</i>				\$ 750,00
Oficina 1			\$ 200,00	
Oficina 2			\$ 300,00	
Oficina 3			\$ 250,00	

<i>Gasto servicios básicos</i>				\$ 75,00
Oficina 1			\$ 25,00	
Oficina 2			\$ 25,00	
Oficina3			\$ 25,00	
<i>Gasto internet</i>				\$ 150,00
Oficina 1			\$ 50,00	
Oficina 2			\$ 50,00	
Oficina 3			\$ 50,00	
<i>Gasto tv. cable</i>				\$ 90,00
Oficina 1			\$ 30,00	
Oficina 2			\$ 30,00	

Oficina 3			\$ 30,00	
<i>Gasto sueldos y salarios</i>				\$ 2.400,00
Oficina 1			\$ 800,00	
Oficina 2			\$ 800,00	
Oficina 3			\$ 800,00	
Total				\$ 37.215,00

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.1.4 Fuentes de financiamiento:

Son los medios que utiliza la firma para conseguir fondos.

Uno de los grandes objetivos de las empresas es su supervivencia, y para garantizar su continuidad deberá proveerse de recursos financieros.

El proyecto Importex cuenta con un capital propio del 50% y se planea solicitar un préstamo bancario por el 50% (\$ 21.049,00) adicional.

Detalle de aportes de los socios:

Tabla 10: Aportes de los socios

APORTE DE SOCIOS		
Socio 1	\$ 3.000,00	14%
Socio 2	\$ 3.000,00	14%
Socio 3 vehículo	\$ 15.000,00	71%
TOTAL, APORTES	\$ 21.000,00	100%

Elaborado por: Ricardo Orellana

Inversión del proyecto IMPORTEX:

Tabla 11: Financiamiento del proyecto

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
Inversión socios	\$ 21.000,00	50%
Préstamo bancario	\$ 21.049,00	50%

TOTAL	\$ 42.049,00	100%
--------------	---------------------	-------------

Elaborado por: Ricardo Orellana

El financiamiento externo se solicita a un período de 24 meses con una tasa de interés del 15.50% anual, con cuotas fijas y una amortización francesa.

Tabla 12: Cálculo de préstamo

Cálculo del préstamo	
Importe del préstamo	\$ 18.000,00
Tasa de interés anual	15,50%
Periodo del préstamo en años	2
Fecha de inicio del préstamo	23/1/2022
Pago mensual	\$877,04
Número de pagos	24

Importe total de los intereses	\$ 3.049,00
Coste total del préstamo	\$ 21.049,00

Elaborado por: Ricardo Orellana

Tabla 13: Tabla de amortización

N. °	Pago	Inicio				Fin
	Fecha	Saldo	Pago	Principal	Interés	Saldo
1	\$ 44.539,00	\$ 18.000,00	\$ 877,04	\$ 644,54	\$ 232,50	\$ 17.355,46
2	\$ 44.570,00	\$ 17.355,46	\$ 877,04	\$ 652,87	\$ 224,17	\$ 16.702,59
3	\$ 44.601,00	\$ 16.702,59	\$ 877,04	\$ 661,30	\$ 215,74	\$ 16.041,29
4	\$ 44.629,00	\$ 16.041,29	\$ 877,04	\$ 669,84	\$ 207,20	\$ 15.371,45
5	\$ 44.660,00	\$ 15.371,45	\$ 877,04	\$ 678,49	\$ 198,55	\$ 14.692,96
6	\$ 44.690,00	\$ 14.692,96	\$ 877,04	\$ 687,26	\$ 189,78	\$ 14.005,70
7	\$ 44.721,00	\$ 14.005,70	\$ 877,04	\$ 696,13	\$ 180,91	\$ 13.309,56

8	\$ 44.751,00	\$ 13.309,56	\$ 877,04	\$ 705,13	\$ 171,92	\$ 12.604,44
9	\$ 44.782,00	\$ 12.604,44	\$ 877,04	\$ 714,23	\$ 162,81	\$ 11.890,20
10	\$ 44.813,00	\$ 11.890,20	\$ 877,04	\$ 723,46	\$ 153,58	\$ 11.166,74
11	\$ 44.843,00	\$ 11.166,74	\$ 877,04	\$ 732,80	\$ 144,24	\$ 10.433,94
12	\$ 44.874,00	\$ 10.433,94	\$ 877,04	\$ 742,27	\$ 134,77	\$ 9.691,67
13	\$ 44.904,00	\$ 9.691,67	\$ 877,04	\$ 751,86	\$ 125,18	\$ 8.939,81
14	\$ 44.935,00	\$ 8.939,81	\$ 877,04	\$ 761,57	\$ 115,47	\$ 8.178,24
15	\$ 44.966,00	\$ 8.178,24	\$ 877,04	\$ 771,41	\$ 105,64	\$ 7.406,83
16	\$ 44.994,00	\$ 7.406,83	\$ 877,04	\$ 781,37	\$ 95,67	\$ 6.625,46
17	\$ 45.025,00	\$ 6.625,46	\$ 877,04	\$ 791,46	\$ 85,58	\$ 5.834,00
18	\$ 45.055,00	\$ 5.834,00	\$ 877,04	\$ 801,69	\$ 75,36	\$ 5.032,32
19	\$ 45.086,00	\$ 5.032,32	\$ 877,04	\$ 812,04	\$ 65,00	\$ 4.220,27
20	\$ 45.116,00	\$ 4.220,27	\$ 877,04	\$ 822,53	\$ 54,51	\$ 3.397,74
21	\$ 45.147,00	\$ 3.397,74	\$ 877,04	\$ 833,15	\$ 43,89	\$ 2.564,59
22	\$ 45.178,00	\$ 2.564,59	\$ 877,04	\$ 843,92	\$ 33,13	\$ 1.720,67
23	\$ 45.208,00	\$ 1.720,67	\$ 877,04	\$ 854,82	\$ 22,23	\$ 865,86

24 \$ 45.239,00 \$ 865,86 \$ 877,04 \$ 865,86 \$ 11,18 \$ 0,00

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.1.5 Presupuesto de gastos:

En este punto detallamos los costos en los que se incurren para poder brindar un servicio de excelente calidad. Al igual que los gastos que representa contar con oficinas físicas en tres puntos del sur de la ciudad de Quito.

Tabla 14: Gastos y costos

GASTOS Y COSTOS	
Gastos arriendo	\$ 750,00
Oficina 1	\$ 200,00
Oficina 2	\$ 300,00
Oficina 3	\$ 250,00
Gasto servicios básicos	\$ 75,00

Oficina 1	\$ 25,00
Oficina 2	\$ 25,00
Oficina3	\$ 25,00
Gasto internet	\$ 150,00
Oficina 1	\$ 50,00
Oficina 2	\$ 50,00
Oficina 3	\$ 50,00
Gasto televisión por cable	\$ 90,00
Oficina 1	\$ 30,00
Oficina 2	\$ 30,00
Oficina 3	\$ 30,00

Gasto sueldos y salarios	\$ 2.400,00
Oficina 1	\$ 800,00
Oficina 2	\$ 800,00
Oficina 3	\$ 800,00
Gasto Comisiones	\$ -
Oficina 1	\$ -
Oficina 2	\$ -
Oficina 3	\$ -
TOTAL GASTOS FIJOS	\$ 2.715,00

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.1.6 Recursos humanos:

Trata de recurso más importante de la compañía ya que sin el equipo de trabajo no sería posible cumplir con el proyecto. Importex contará con una nómina de 3 trabajadores.

Tabla 15: Nómina

TALENTO HUMANO DE IMPORTEX						
EMPLEADO	SUELDO MES	SUELDO AÑO	9,45%	11,15%	13° SUELDO	14° SUELDO
Trabajador 1	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 907,20	\$ 1.070,40	\$ 9.600,00	\$ 400,00
Trabajador 2	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 907,20	\$ 1.070,40	\$ 9.600,00	\$ 400,00
Trabajador 3	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 907,20	\$ 1.070,40	\$ 9.600,00	\$ 400,00

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.1.7 Depreciaciones:

La depreciación posibilita conocer el valor actual de un activo después de un período que se desgasta por su uso natural. Se aplicó el método de línea recta. Se deprecia los activos fijos (Roo Gordillo , 2012).

Tabla 16: Depreciaciones

ACTIVOS FIJOS							
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	VALOR DE RESCATE
Equipo de computación			\$ 7.900,00				
Computadoras	3	\$ 1.200,00	\$ 3.600,00	3	\$ 1.200,00	\$ 100,00	0
Impresoras	3	\$ 300,00	\$ 900,00	3	\$ 300,00	\$ 25,00	0
Copiadoras	3	\$ 800,00	\$ 2.400,00	3	\$ 800,00	\$ 66,67	0
Proyector	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	3	\$ 333,33	\$ 27,78	0
Mobiliario:			\$ 2.700,00			\$ -	
Escritorios	3	\$ 150,00	\$ 450,00	10	\$ 45,00	\$ 3,75	\$ 225,00
Mesas oficina	6	\$ 200,00	\$ 1.200,00	10	\$ 120,00	\$ 10,00	\$ 600,00
Sillas	3	\$ 150,00	\$ 450,00	10	\$ 45,00	\$ 3,75	\$ 225,00
Sillones	15	\$ 40,00	\$ 600,00	10	\$ 60,00	\$ 5,00	\$ 300,00
Suministros de oficina			\$ 500,00	5	\$ 100,00	\$ 8,33	\$ -
Vehículo	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	5	\$ 3.000,00	\$ 250,00	\$ -
TOTAL					\$ 6.003,33	\$ 500,28	\$ 1.350,00

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.1.8 Amortizaciones:

Es distribuir un gasto o inversión en período de tiempo determinado.

Se amortizan los activos diferidos.

Tabla 17: Amortizaciones

ACTIVOS DIFERIDOS				
CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE	AMORTIZACIÓN ANUAL	AMORTIZACIÓN MENSUAL
Gastos de constitución	\$ 1.450,00	20%	\$ 290,00	\$ 24,17
Aprobación de constitución	\$ 800,00	-	-	-
Inscripción	\$ 350,00	-	-	-
Registro mercantil	\$ 200,00	-	-	-

Patente	\$ 100,00	-	-	-
---------	-----------	---	---	---

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.1.9 Punto de equilibrio:

Es fundamental conocer el punto de equilibrio de un negocio ya que nos indica la cantidad de servicios que debemos ofrecer para alcanzar a obtener ganancia.

Puesto que en el proyecto IMPORTEX manejamos 4 tipos de servicios para calcular el punto de equilibrio es necesario calcular un punto de equilibrio ponderado, considerando el porcentaje de la demanda de cada servicio.

Servicios que ofrece IMPORTEX:

Tabla 18: Servicios que ofrece IMPORTEX

SERVICIO	PRECIO
Acompañamiento de importación	\$ 300,00
Exportación	\$ 250,00
Marketing internacional	\$ 150,00

Tramite Patentes Permisos	\$ 150,00
---------------------------	-----------

Elaborado por: Ricardo Orellana

Cálculo de costos variables:

Tabla 19: Punto de equilibrio:

SERVICIO	PRECIO		COSTO VARIABLE	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	%	PARTICIPACIÓN UTILIDAD	MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO
SERVICIO 1	\$ 300,00	0,3	\$ 90,00	\$ 210,00	70%	60%	\$ 126,00
SERVICIO 2	\$ 250,00	0,3	\$ 75,00	\$ 175,00	70%	5%	\$ 8,75
SERVICIO 3	\$ 150,00	0,4	\$ 60,00	\$ 90,00	60%	20%	\$ 18,00
SERVICIO 4	\$ 150,00	0,6	\$ 90,00	\$ 60,00	40%	15%	\$ 9,00
TOTAL			\$ 315,00			100%	161,75

Elaborado por: Ricardo Orellana

$$P.E. = \text{COSTOS FIJOS} / \sum \text{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO}$$

$$P. E. = \$ 2715.00 / \$ 161.75$$

$$P.E. = 16.79$$

Tabla 20: Comparación Punto de Equilibrio

TABLA COMPROBACIÓN PUNTO DE EQUILIBRIO					
	SERVICIO 1	SERVICIO 2	SERVICIO 3	SERVICIO 4	
UNIDADES	10,071	0,84	3,36	2,52	16,79
VENTAS	\$ 3.021,33	\$ 209,81	\$ 503,55	\$ 377,67	\$ 4.112,36
CV	\$ 906,40	\$ 62,94	\$ 201,42	\$ 226,60	\$ 1.397,36
MARGEN CONTRIBUCIÓN					\$ 2.715,00
VCOSTOS FIJOS					\$ 2.715,00
PUNTO DE EQUILIBRIO					-

Elaborado por: Ricardo Orellana

Podemos concluir que para tener un punto de equilibrio es decir no tener ni pérdidas ni ganancias debemos ofrecer:

- ***Acompañamiento de importación:*** se debe brindar por lo menos 10 servicios en total, con el precio de \$300 c/u.
- ***Exportación:*** se debe brindar por lo menos 1 servicio en total, con un precio de \$250 c/u.
- ***Marketing internacional:*** se debe brindar por lo menos 3 servicios en total, con un precio de \$150 c/u.
- ***Tramite: patentes y servicios:*** se debe brindar por lo menos 3 servicios en total, con un precio de \$ 150 c/u.

5.2 Estados Financieros:

Son documentos contables que refleja la contabilidad de IMPORTEX y muestra la estructura económica de esta.

En los estados financieros se plasma las actividades que se realizará en nuestra empresa en un determinado período, al igual que sus derechos, obligaciones, capital y reservas.

5.2.1 Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

IMPORTEX

AL 1 DE OCTUBRE DE 2021

ACTIVOS**Activos corrientes** \$ **6.000,00**

Inversiones \$ 6.000,00

\$ **1.450,00**

Gastos de constitución \$ 1.450,00

PASIVOS**Pasivos corrientes** \$ **5.000,00**

Cuentas por pagar \$ 5.000,00

Pasivos no corrientes \$ 21.049,00

Activo no corriente	\$ 26.100,00	Préstamo por pagar	\$ 18.000,00	
Equipo de computación	\$ 7.900,00	Interés por pagar	\$ 3.049,00	
Mobiliario	\$ 2.700,00	TOTAL PASIVOS		\$ 26.049,00
Suministros de oficina	\$ 500,00	PATRIMONIO		\$ 7.501,00
Vehículo	\$ 15.000,00	Capital social	\$ 7.501,00	

TOTAL ACTIVOS	\$	33.550,00	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$	33.550,00
----------------------	-----------	------------------	--------------------------------	-----------	------------------

5.2.2 Estado de resultados:**ESTADO DE RESULTADOS****IMPORTEX****AL 31 DE OCTUBRE DE 2021**

Ingresos		\$	6.500,00
-----------------	--	-----------	-----------------

Asesorías	\$	6.500,00
-----------	----	----------

Gastos operacionales		\$	350,00
-----------------------------	--	-----------	---------------

Gasto capacitación	\$	200,00
--------------------	----	--------

Gasto Internet	\$	150,00
----------------	----	--------

Utilidad bruta		\$	6.150,00
-----------------------	--	-----------	-----------------

Gastos fijos		\$	915,00
---------------------	--	-----------	---------------

Gasto arriendo	\$	750,00
----------------	----	--------

Gasto servicios básicos	\$	75,00
-------------------------	----	-------

Gasto tv. cable	\$	90,00
-----------------	----	-------

Gastos administrativos		\$	2.924,44
-------------------------------	--	-----------	-----------------

Sueldos y salarios	\$	2.400,00
--------------------	----	----------

Depreciación	\$	500,28
--------------	----	--------

Amortización	\$	24,17
--------------	----	-------

Gastos variables		\$	315,00
-------------------------	--	-----------	---------------

Otros	\$	315,00
Gastos financieros	\$	232,50
Interés	\$	232,50
Utilidad antes de impuestos	\$	1.763,06
Impuestos 2%	\$	35,26
Utilidad NETA	\$	1.727,79

5.2.3 Indicadores Financieros

Sirven para evaluar la condición financiera empresarial.

- **Indicadores de liquidez:**

Tiene como finalidad diagnosticar la capacidad de IMPORTEX para generar suficiente dinero en efectivo, es decir que tan rápido una compañía puede convertir los activos que tiene disponibles en recursos monetarios (Banco de México BBVA, 2022).

- **Capital de trabajo:**

Indica la cantidad con la que cuenta IMPORTEX para realizar sus operaciones normales, después de haber cubierto sus obligaciones a corto plazo (Banco de México BBVA, 2022).

El capital de trabajo empresarial es favorable, cuenta con capital para operar.

Figura 19: Capital de trabajo



Fuente: (GOOGLE, 2022)

ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE =
CAPITAL DE TRABAJO

ACTIVO		
CORRIENTE =	\$	6.000,00
PASIVO		
CORRIENTE =	\$	5.000,00
CAPITAL	DE	
TRABAJO	\$	1.000,00

Índice de solvencia o razón corriente:

**ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE =
RAZON CORRIENTE**

ACTIVO		
CORRIENTE	\$	6.000,00
PASIVOS		
CORRIENTE	\$	5.000,00
ROZON		
CORRIENTE	\$	1,20

Basándonos en el resultado obtenido podemos decir que IMPORTEX tiene \$1.20 de activos líquido para cubrir \$ 1 de obligaciones a corto plazo.

- **Índice de endeudamiento:**

Indica la cantidad de deuda que está utilizando el proyecto para poder cubrir los activos.

**TOTAL PASIVOS /TOTAL ACTIVOS =RAZON DE
DEUDA**

TOTAL PASIVO	\$	26.049,00
 TOTAL ACTIVO	 \$	 33.550,00
 RAZÓN DE		
DEUDA	\$	0,78

IMPORTEX presenta un nivel de endeudamiento de \$ 0.78 por cada \$ 1 de inversión en Activos, con lo que podemos decir que la empresa tiene comprometidos sus activos en un 78%. Se evidencia que el nivel de endeudamiento no es favorable el límite recomendado es no mayor al 70%.

5.3 Método DuPont:

Combina los principales indicadores financieros determinando la eficiencia con que IMPORTEX está utilizando sus activos, el capital de trabajo y su multiplicador de capital.

INDICE DUPONT

	UTILIDAD NETA		x	VENTAS		x	ACTIVOS
MODELO							
DUPONT =	VENTAS			ACTIVOS			PATRIMONIO

	\$ 1.763,06		x	\$ 6.500,00		x	\$ 33.550,00
MODELO							
DUPONT =	\$ 6.500,00			\$ 33.550,00			\$ 7.501,00

	0,27		x	0,19		x	4,47
MODELO							
DUPONT =							

MODELO**DUPONT =****23,50%**

Margen de utilidad = 0,27 por cada dólar de importe que MPORTEX gana un 0,27 centavo de dólar.

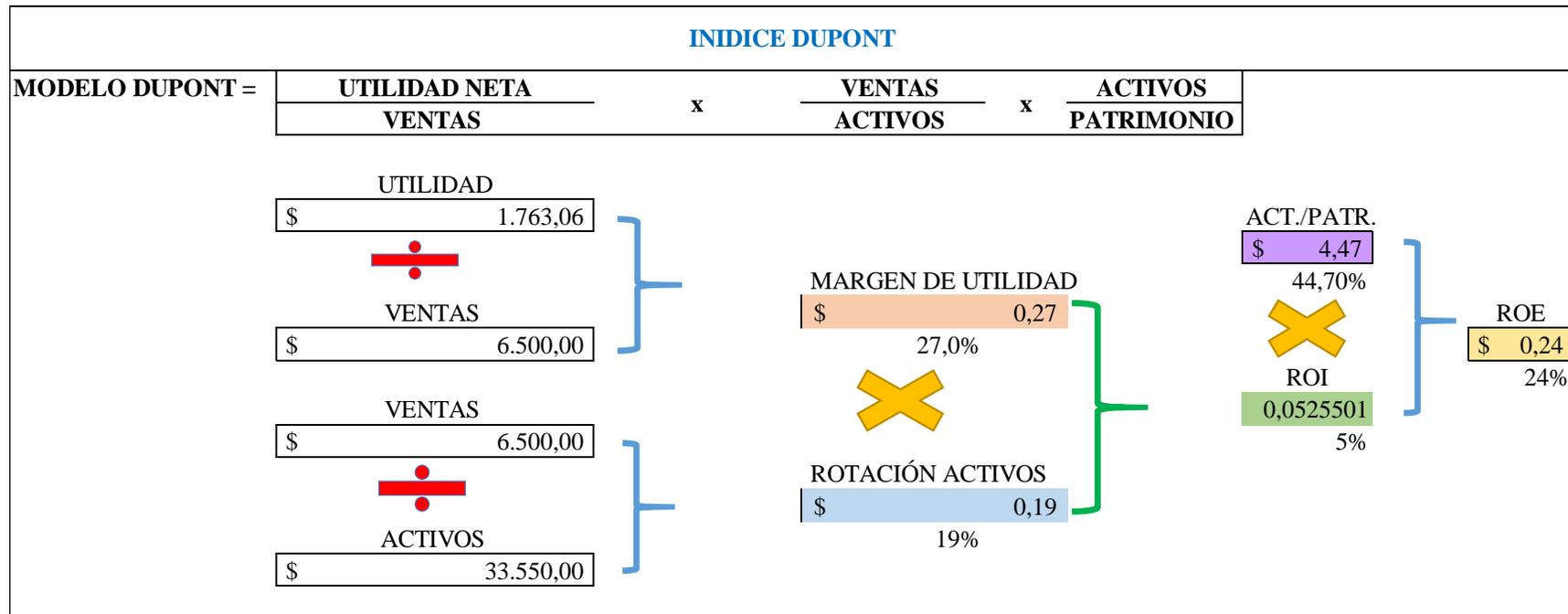
Rotación del activo = 0,19 el número de veces que se puede recuperar el activo sobre las ventas

Activo /Patrimonio = 4,47 se obtuvo un 4,47 de deuda por cada dólar que aportan los accionistas

ROI = 0,0526 Incremento en la rentabilidad. Aumentar el margen manteniendo la rotación.

ROE = 0,2350 el índice DUPONT nos da una rentabilidad financiera de 24%

Figura 20: Método Dupont



Elaborado por: Ricardo Orellana

5.4 Evaluación financiera:

Es el ejercicio que nos permite comparar, identificar y valorar entre si los costos y beneficios de un proyecto para poder tomar decisiones acertadas.

Para realizar este análisis de forma más acertada es necesario:

- Proyectar el flujo de caja

5.4.1 Flujo de caja:

También conocido como cash flow es uno de los mejores indicadores de liquidez para las empresas ya que en él se reflejan los ingresos y salidas de dinero, que se experimenta en las empresas un lapso, a la diferencia entre estos movimientos se denomina saldo o flujo neto.

5.4.2. Calcular el Valor Actual Neto

- VAN:

Valor presente neto este es el valor presente de los flujos de caja netos originados por una inversión.

Fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Tabla 21: Valor Actual Neto

CALCULO DEL VAN	
I ₀	\$ -33.550,00
f1	\$ 21.964,21
f2	\$ 22.477,50
f3	\$ 34.974,57
f4	\$ 37.065,49
f5	\$ 37.879,20
n	5
t	7,49%

VAN	\$ 88.985,78
------------	--------------

Elaborado por: Ricardo Orellana

Donde:

I_0 = Inversión Inicial

f_1 = Flujo de caja 1er periodo

f_2 = Flujo de caja 2do periodo

f_3 = Flujo de caja 3er periodo

f_4 = Flujo de caja 4to periodo

f_5 = Flujo de caja 5to periodo

n = Numero de periodos

t = Tasa

5.4.3 Calcular la Tasa Interna de Retorno

- TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

Tasa de interés o renta que ofrece una inversión. se puede decir que la TIR es el valor porcentual del beneficio o la pérdida que conlleva una inversión.

Fórmula:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla 22: Tasa Interna de Retorno

CALCULO DE LA TIR	
Io	\$ -33.550,00
f1	\$ 21.964,21
f2	\$ 22.477,50

f3	\$ 34.974,57
f4	\$ 37.065,49
f5	\$ 37.879,20
TIR	73%

Elaborado por: Ricardo Orellana

Dónde:

Io = Inversión Inicial

f1 = Flujo de caja 1er periodo

f2 = Flujo de caja 2do periodo

f3 = Flujo de caja 3er periodo

f4 = Flujo de caja 4to periodo

f5 = Flujo de caja 5to periodo

5.5.4 Calcular la tasa de descuento:

- T/D

Es el costo de capital aplicado para la determinación del valor presente de un pago futuro.

Fórmula:

$$TD = \text{TASA PASIVA (RECURSOS PROPIOS \%)} + \text{TASA (RECURSOS TERCEROS\%)} + \text{RIESGO PAÍS} + \text{INFLACIÓN}$$

Tabla 23: Tasa de Descuento

TASA DE DESCUENTO DEL PROYECTO	
TASA PASIVA	5,48%
TASA ACTIV4	9,33%
RIESGO PAIS	7,14%
INFLACION	0,35%

TD	7,49%
----	-------

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.4.5 Flujo de caja proyectado

Tabla 24: Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
IMPORTEX						
	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		\$ 78.000,00	\$ 82.680,00	\$ 87.640,80	\$ 92.899,25	\$ 98.473,20
(-)Costos variables		\$ 315,00	\$ 333,90	\$ 353,93	\$ 375,17	\$ 397,68
(-)Costos fijos		\$ 10.980,00	\$ 11.638,80	\$ 12.337,13	\$ 13.077,36	\$ 13.862,00
(-)Comisiones ventas						
(-)Gastos adm. Y vnt.		\$ 35.093,33	\$ 37.198,93	\$ 39.430,87	\$ 41.796,72	\$ 44.304,52
(-)Depreciacion		\$ 6.003,33	\$ 6.003,33	\$ 6.003,33	\$ 3.370,00	\$ 3.370,00
(-) Amortizacion		\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00
Valor libros						
(=) Utilidad antes de impuestos		\$ 25.318,33	\$ 27.215,03	\$ 29.225,54	\$ 33.990,00	\$ 36.249,00
Impuestos 2%		\$ 506,37	\$ 544,30	\$ 584,51	\$ 679,80	\$ 724,98
(-)Impuestos pagados			\$ 506,37	\$ 544,30	\$ 584,51	\$ 679,80
(=)Utilidad neta		\$ 24.811,97	\$ 26.670,73	\$ 28.641,02	\$ 33.310,20	\$ 35.524,02
(+)Depreciación		\$ 6.003,33	\$ 6.003,33	\$ 6.003,33	\$ 3.370,00	\$ 3.370,00
(+) Amortización		\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00
Valor en Libros						
(-)Inversión inicial	\$ -33.550,00	\$ 7.566,06	\$ 9.568,08			
(-)inversión de reemplazo						\$ 1.350,00
(-) Inversion de ampliación						
(-) Inversion capital de trabajo	\$ -1.000,00					
(-)Costos financieros		\$ 2.081,40	\$ 956,42			
(=)FLUJO DE CAJA	\$ -34.550,00	\$ 21.964,21	\$ 22.477,50	\$ 34.974,57	\$ 37.065,49	\$ 37.879,20
Flujo de caja acumulado	\$ -34.550,00	\$ -12.585,79	\$ -12.072,50	\$ 424,57	\$ 2.515,49	\$ 3.329,20

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.4.6. Calcular la Tasa mínima aceptable de rendimiento

- TMAR:

Se toma como referencia para saber si un proyecto va a obtener ganancia o no.

Fórmula:

$$\text{TMAR} = f + i + (f * i)$$

Tabla 25: TMAR

CALCULO DE LA TMAR		
AÑO	INFLACIÓN	INFLACIÓN ACUMULADA
2016	1,12	101,12
2017	0,42	100,42
2018	-0,22	99,78

2019	0,27	100,27
2020	-0,34	99,66
f= inflación media		0,25
i= tasa premio		15%
TMAR		44%

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.4.7 Calcular la relación costo beneficio:

- B/C:

Esta herramienta financiera compara el costo de un producto vs el beneficio entregado, esto permite evaluar de forma efectiva la mejor decisión en términos de compra.

Fórmula:

$$C/B = \frac{\text{ingresos totales netos}}{\text{costos totales}}$$

Tabla 26: Relación costo beneficio

RELACIÓN COSTO BENEFICIO			
PERIODO	INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS
0	\$ -33.550,00		
1		\$ 78.000,00	\$ 52.681,67
2		\$ 82.680,00	\$ 55.464,97
3		\$ 87.640,80	\$ 58.415,26
4		\$ 92.899,25	\$ 58.909,25
5		\$ 98.473,20	\$ 62.224,20
T.D.		7,49%	
VNA INGRESOS		\$352.904,15	

VNA EGRESOS	\$231.541,11
VNA ING. + INV.	\$265.091,11
COSTO BENEFICIO	1,3313

Elaborado por: Ricardo Orellana

- Periodo de recuperación de la inversión

5.4.8 Periodo de Recuperación de la Inversión

Es una herramienta que mide en qué período de tiempo los flujos netos de efectivo pueden recuperar su costo o inversión inicial (Vaquiro, 2022).

Tabla 27: Periodo de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPARACION DE LA INVERSIÓN		
PERIODO	FLUJO	FLUJO ACUMULADO
0	\$ -34.550,00	\$ -34.550,00
1	\$ 21.964,21	\$ -12.585,79

2	\$ 22.477,50	\$ -12.072,50
3	\$ 34.974,57	\$ 424,57
4	\$ 37.065,49	\$ 2.515,49
5	\$ 37.879,20	\$ 3.329,20
PRI	2,35	

Elaborado por: Ricardo Orellana

Después de un análisis detallado y tomando en cuenta los resultados obtenidos podemos decir que:

$VAN = \$88.169,17 > 0$ es decir genera beneficios concluyéndose que es una inversión rentable.

Comparando la $TIR = 72\% > T. D. = 7.49\%$ se concluye que la inversión es financieramente atractiva ya que los ingresos cubren los egresos y genera beneficios sobre la expectativa.

Cuando la $B / C = 1.33 > 1$ quiere decir que los beneficios superan los costos, es un proyecto que debe considerarse.

Y por último podemos ver que el PRI es 2.33 años. Mientras más corto sea el período de recuperación más beneficioso es para los inversionistas.

Se recomienda que el Proyecto IMPORTEX sea aceptado.

5.5 Análisis de sensibilidad:

El análisis de sensibilidad sirve como herramienta de estudio de cambios que se producirían en una variable cuando se introducen ciertas variaciones al modelo financiero.

5.5.1 Escenario pesimista:

Decremento en un 15% de las ventas debido a políticas económicas orientas a la Ley de protección de producción nacional.

VALOR ACTUAL NETO ESCENARIO PESIMISTA:

Tabla 28: Calculo VAN escenario pesimista

CALCULO DEL VAN (PESIMISTA)	
I0	\$ -33.550,00

f1	\$ 21.964,21
f2	\$ 6.097,50
f3	\$ 17.939,37
f4	\$ 19.008,18
f5	\$ 18.738,45
n	5
t	7,49%
VAN	\$34.067,62

Elaborado: por Ricardo Orellana

TASA INTERNA DE RETORNO ESCENARIO PESIMISTA:*Tabla 29: Tasa Interna de Retorno escenario pesimista*

CALCULO DE LA TIR (PESIMISTA)	
I0	\$ -33.550,00
f1	\$ 21.964,21
f2	\$ 6.097,50
f3	\$ 17.939,37
f4	\$ 19.008,18
f5	\$ 18.738,45
TIR	40%

Elaborado por: Ricardo Orellana

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN ESCENARIO PESIMISTA

Tabla 30: Periodo de recuperación de la inversión escenario pesimista

PERIODO DE RECUPARACION DE LA INVERSION (PESIMISTA)		
PERIODO	FLUJO	FLUJO ACUM.
0	\$ -34.550,00	\$ -34.550,00
1	\$ 21.964,21	\$ -12.585,79
2	\$ 6.097,50	\$ -28.452,50
3	\$ 17.939,37	\$ -16.610,63
4	\$ 19.008,18	\$ -15.541,82
5	\$ 18.738,45	\$ -15.811,55
PRI	-	

Elaborado por: Ricardo Orellana

RELACIÓN COSTO BENEFICIO ESCENARIO PESIMISTA:*Tabla 31: Relación costo beneficio escenario pesimista*

RELACION COSTO BENEFICIO (PESIMISTA)			
PERIODO	INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS
0	\$ -33.550,00		
1		\$ 78.000,00	\$ 52.681,67
2		\$ 66.300,00	\$ 55.464,97
3		\$ 70.278,00	\$ 58.415,26
4		\$ 74.494,68	\$ 58.909,25
5		\$ 78.964,36	\$ 62.224,20
T.D.		7,49%	
VNA INGRESOS		\$297.365,24	

VNA EGRESOS	\$231.541,11
VNA ING. + INV.	\$265.091,11
COSTO BENEFICIO	1,121747319

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.5.2 FLUJO DE CAJA ESCENARIO PESIMISTA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO (PESIMISTA)						
IMPORTEX						
	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		\$ 78.000,00	\$ 66.300,00	\$ 70.278,00	\$ 74.494,68	\$ 78.964,36
(-)Costos variables		\$ 315,00	\$ 333,90	\$ 353,93	\$ 375,17	\$ 397,68
(-)Costos fijos		\$ 10.980,00	\$ 11.638,80	\$ 12.337,13	\$ 13.077,36	\$ 13.862,00
(-)Comisiones ventas						
(-)Gastos adm. Y vnt.		\$ 35.093,33	\$ 37.198,93	\$ 39.430,87	\$ 41.796,72	\$ 44.304,52
(-)Depreciacion		\$ 6.003,33	\$ 6.003,33	\$ 6.003,33	\$ 3.370,00	\$ 3.370,00
(-) Amortizacion		\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00
Valor libros						
(=) Utilidad antes de impuestos		\$ 25.318,33	\$ 10.835,03	\$ 11.862,74	\$ 15.585,43	\$ 16.740,16
Impuestos 2%		\$ 506,37	\$ 216,70	\$ 237,25	\$ 311,71	\$ 334,80
(-)Impuestos pagados			\$ 506,37	\$ 216,70	\$ 237,25	\$ 311,71
(=)Utilidad neta		\$ 24.811,97	\$ 10.618,33	\$ 11.625,48	\$ 15.273,72	\$ 16.405,36
(+)Depreciación		\$ 6.003,33	\$ 6.003,33	\$ 6.003,33	\$ 3.370,00	\$ 3.370,00
(+) Amortización		\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00
Valor en Libros						
(-)Inversión inicial	\$ -33.550,00	\$ 7.566,06	\$ 9.568,08			
(-)inversión de reemplazo						\$ 1.350,00
(-) Inversion de ampliación						
(-) Inversion capital de trabajo	\$ -1.000,00					
(-)Costos financieros		\$ 2.081,40	\$ 956,42			
(=)FLUJO DE CAJA	\$ -34.550,00	\$ 21.964,21	\$ 6.097,50	\$ 17.939,37	\$ 19.008,18	\$ 18.738,45
<i>Flujo de caja acumulado</i>	\$ -34.550,00	\$ -12.585,79	\$ -28.452,50	\$ -16.610,63	\$ -15.541,82	\$ -15.811,55

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.5.2 Escenario optimista:

Incremento en las ventas de un 18% debido a la reactivación económica post pandemia.

VALOR ACTUAL NETO ESCENARIO OPTIMISTA:

Tabla 32: Valor Actual Neto escenario optimista

CALCULO DEL VAN (OPTIMISTA)	
I ₀	\$ -33.550,00
f1	\$ 21.964,21
f2	\$ 33.397,50
f3	\$ 46.331,37
f4	\$ 49.103,70
f5	\$ 50.639,70
n	5

t	7,49%
VAN	\$125.597,88

Elaborado por: Ricardo Orellana

TASA INTERNA DE RETORNO ESCENARIO OPTIMISTA:

Tabla 33: Tasa Interna de Retorno escenario optimista

CALCULO DE LA TIR (OPTIMISTA)	
I0	\$ -33.550,00
f1	\$ 21.964,21
f2	\$ 33.397,50
f3	\$ 46.331,37
f4	\$ 49.103,70
f5	\$ 50.639,70

TIR	90%
------------	------------

Elaborado por: Ricardo Orellana

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN ESCENARIO OPTIMISTA:

Tabla 34: Periodo de recuperación de la Inversión escenario optimista

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN(OPTIMISTA)		
PERIODO	FLUJO	FLUJO ACUM.
0	\$ -34.550,00	\$ -34.550,00
1	\$ 21.964,21	\$ -12.585,79
2	\$ 33.397,50	\$ -1.152,50
3	\$ 46.331,37	\$ 11.781,37
4	\$ 49.103,70	\$ 14.553,70

5	\$	50.639,70	\$	16.089,70
PRI			2,02	

Elaborado por: Ricardo Orellana

RELACIÓN BENEFICIO COSTO ESCENARIO OPTIMISTA:

Tabla 35: Relación costo beneficio escenario optimista

RELACION COSTO BENEFICIO (OPTIMISTA)			
PERIODO	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS
0	\$ -33.550,00		
1		\$ 78.000,00	\$ 52.681,67
2		\$ 93.600,00	\$ 55.464,97
3		\$ 99.216,00	\$ 58.415,26
4		\$ 105.168,96	\$ 58.909,25

5		\$ 111.479,10	\$ 62.224,20
T.D.	7,49%		
VNA INGRESOS		\$389.930,09	
VNA EGRESOS		\$231.541,11	
VNA ING. + INV.		\$265.091,11	
COSTO BENEF.		1,4709	

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.5.3 FLUJO DE CAJA ESCENARIO OPTIMISTA:

Tabla 36: Flujo de caja proyectado escenario optimista

FLUJO DE CAJA PROYECTADO (OPTIMISTA)						
	IMPORTEX					
	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		\$ 78.000,00	\$ 93.600,00	\$ 99.216,00	\$ 105.168,96	\$ 111.479,10
(-)Costos variables		\$ 315,00	\$ 333,90	\$ 353,93	\$ 375,17	\$ 397,68
(-)Costos fijos		\$ 10.980,00	\$ 11.638,80	\$ 12.337,13	\$ 13.077,36	\$ 13.862,00
(-)Comisiones ventas						
(-)Gastos adm. Y vnt.		\$ 35.093,33	\$ 37.198,93	\$ 39.430,87	\$ 41.796,72	\$ 44.304,52
(-)Depreciacion		\$ 6.003,33	\$ 6.003,33	\$ 6.003,33	\$ 3.370,00	\$ 3.370,00
(-) Amortizacion		\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00
Valor libros						
(=) Utilidad antes de impuestos		\$ 25.318,33	\$ 38.135,03	\$ 40.800,74	\$ 46.259,71	\$ 49.254,90
Impuestos 2%		\$ 506,37	\$ 762,70	\$ 816,01	\$ 925,19	\$ 985,10
(-)Impuestos pagados			\$ 506,37	\$ 762,70	\$ 816,01	\$ 925,19
(=)Utilidad neta		\$ 24.811,97	\$ 37.372,33	\$ 39.984,72	\$ 45.334,52	\$ 48.269,80
(+)Depreciación		\$ 6.003,33	\$ 6.003,33	\$ 6.003,33	\$ 3.370,00	\$ 3.370,00
(+) Amortización		\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00	\$ 290,00
Valor en Libros						
(-)Inversión inicial	\$ -33.550,00	\$ 7.566,06	\$ 9.568,08			
(-)inversión de reemplazo						\$ 1.350,00
(-) Inversion de ampliación						
(-) Inversion capital de trabajo	\$ -1.000,00					
(-)Costos financieros		\$ 2.081,40	\$ 956,42			
(=)FLUJO DE CAJA	\$ -34.550,00	\$ 21.964,21	\$ 33.397,50	\$ 46.331,37	\$ 49.103,70	\$ 50.639,70
<i>Flujo de caja acumulado</i>	\$ -34.550,00	\$ -12.585,79	\$ -1.152,50	\$ 11.781,37	\$ 14.553,70	\$ 16.089,70

Elaborado por: Ricardo Orellana

5.5.3 Comparación de escenarios:

Tabla 37: Tabla de comparación de escenarios

TABLA DE COMPARACIÓN ESCENARIOS		
INDICADOR	PESIMISTA	OPTIMISTA
T.D.	7,49%	7,49%
VAN	\$34.067,62	\$125.597,88
TIR	40%	90%
TMAR	44%	44%
PIR	-	2,02
B/C	1,121747319	1,47092859

Elaborado por: Ricardo Orellana

Como podemos evidenciar en los diferentes escenarios el proyecto siempre se mantiene siendo atractivo para la inversión, pues a pesar de tener un decremento en sus ingresos el VAN se mantiene positivo al igual que la relación costo beneficio.

En el escenario pesimista se alarga el tiempo al momento de poder recuperar la inversión esto sería perjudicial para los inversionistas ya que se tardarían demasiado tiempo en recuperar su inversión.

5.6 Factibilidad legal

El proyecto trata de la implementación de una Pyme siendo necesario cumplir ciertos requisitos legales tal como la apertura del Registro Único de Contribuyentes, permisos de funcionamiento, patente y demás trámites legales entre otros, para la implementación y normal operación empresarial

CAPITULO VI: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

El presente estudio se lo llevo a cabo en varios factores y parámetros que permitan analizar la factibilidad del mismo, para determinar las sustentabilidad del mismo y la proyección que este tendrá en función de los resultados obtenidos, este estudio fue aplicado directamente a los actores principales del mismo, es decir se aplicó en el mercado meta al que está dirigido el presente proyecto, pese a la Emergencia declarada mundialmente debido la pandemia por el COVID2-19, en todos los mercados marcaron un Hito, haciendo que los mismos evolucionen y se adapten a la coyuntura actual. Se puede entender el comportamiento del mercado varia día con día, dependiendo mucho del comportamiento del virus, sin embargo, las transacciones Centros Comerciales Populares del Sur Quito no han dejado de darse, pese a que es fluctuante.

De una población total de 2983 personas a las que va orientado el proyecto que tomo como muestra de estudio a 67 personas que se dedican a la actividad de Comercialización y Producción dentro de los CCPSQ, la cual permitió dar el impulso para la factibilidad de la implementación de IMPORTEX que brinde servicios de Comercio Exterior, ya que las mismas están de acuerdo en contratar servicios de comercio exterior.

El 67% de esta muestra de la población realizan actividades de comercio exterior, al ser este un porcentaje elevado, nos podemos dar cuenta que podríamos tener una cantidad importante de demandantes de nuestro servicio nicho mercado a explotar.

El análisis FODA determino las ventajas competitivas que el proyecto puede tener y a raíz de estas ventajas se podrán establecer estrategias en la organización; identificando varios aspectos sobre los cuales trabajar y potencializar (plan de acción), entendiendo las fortalezas y oportunidades que tendría la Organización, desde luego no hay que descuidar las debilidades y amenazas que podrían perjudicar a la normal operación del emprendimiento empresarial es importante centrar la atención sobre estos puntos, no perderlos de vista y tratar de mitigarlos en la mayor medida que se pueda.

Es importante para este proyecto que las instalaciones de encuentran ubicados estratégicamente en el mercado que queremos atender es por eso que se tendrán 3 sucursales las cuales estarán distribuidas de la siguiente manera: Centro Comercial de Mayoristas y de Negocios Andinos, Centro Comercial Chiriyacu, Centro Comercial Ipiales, es importante tener cobertura para poder atender a potenciales clientes y únicamente se lograra estando en el día a día junto a ellos.

Dentro del estudio financiero se cuantifico el monto de inversión que requerirá el presente proyecto que es de \$42049.00 mismos que en un 50% serán de aportes de socios y el restante 50% será con Financiamiento Bancario, este financiamiento se lo obtendrá para un plazo de dos años, es decir a 24 dividendos con una tasa pasiva del 15.50%.

El punto de equilibrio calculado se lo obtendrá con una cartera de productos de al menos 4 diferentes tipos de servicios con los que contara la empresa, y se tendrán unos costos fijos de \$2715.00, es importante siempre la optimización de recursos que permitan manejar de forma eficaz y eficiente, para asegurar el éxito del proyecto.

La presente investigación en la evaluación financiera, basándonos en los datos obtenidos es recomendable la implementación de IMPORTEX que brinde Servicios de comercio Exterior, podemos hacer mención a algunos de los resultados obtenidos:

$VAN = \$88.169,17 > 0$ es decir genera beneficios concluyéndose que es una inversión rentable.

Comparando la $TIR = 72\% > T. D. = 7.49\%$ se concluye que la inversión es financieramente atractiva ya que los ingresos cubren los egresos y genera beneficios sobre la expectativa.

Cuando la $B / C = 1.33 > 1$ quiere decir que los beneficios superan los costos, siendo un proyecto empresarial que debe considerarse.

Y por último podemos ver que el PRI es 2.33 años. Mientras más corto sea el período de recuperación más beneficioso es para los inversionistas.

Se evaluó escenarios de operación mismos que se podrían presentar para la empresa, se evidencia que el proyecto es atractivo pese a que el mismo se desarrolle sobre un escenario que no es el adecuado en cálculo del VAN se tiene un valor positivo.

Como podemos evidenciar en los diferentes escenarios, el proyecto siempre se mantiene siendo atractivo para la inversión, pues a pesar de tener un decremento en sus ingresos el VAN se mantiene positivo al igual que la relación costo beneficio.

CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

El presente proyecto en función del estudio de mercado aplicado podemos concluir que es totalmente viable, y tiene buena proyección, debido a las necesidades identificadas que se obtuvieron del mismo, pese a la coyuntura por la emergencia sanitaria mundial COVID-19 y las nuevas variantes que han aparecido la economía no para, la economía ha mantenido su dinamismo más aun en el segmento al que el presenta proyecto está dirigido ya que tiene dentro la informalidad y subempleo.

Es decir que esta población debe genera ingresos a diario para poder subsistir, es ahí en donde, y debido a su informalidad actúan bajo practicas riesgosas y no muy sanas tanto para ellos, como para la economía del Estado debido al contrabando y evasión de impuestos.

El análisis técnico desprende resultados favorables que permiten tener una visión amplia acerca de la implementación de servicios de comercio exterior, el mismo refiere la viabilidad del presente proyecto. Una adecuada implementación sujeta a la metodología del ciclo de la calidad de Williams Edwars Deming (PHVA), y a la revisión constante de los resultados de indicadores proyectados tanto de gestión como financieros, con un debido ajuste a la realidad en el proceso de implementación de seguro ayudaran de sobremanera al éxito de esta idea de proyecto.

7.2 Recomendaciones

La planificación estratégica deberá alinearse con los metas y objetivos del proyecto, sin duda alguna en su análisis técnico da bueno augurios, el éxito del mismo dependerá de una adecuada planificación y organización, un plan de marketing y de comercialización solido será la manera estratégica en que esta empresa de Servicios de Comercio Exterior se dará a conocer en el segmento de mercado en el que se va a desenvolver, el objetivo claro es poder servir a esta comunidad, de ello dependerá los ingresos que pueda generar este proyecto, con un adecuado manejo financiero, búsqueda de inversión de capital y en función de los resultados reales obtenidos con el pasar del tiempo la reinversión, proyección y apertura de nuevos mercados será indispensable.

Buscar ganar el mayor número de clientes y brindar un excelente servicio, un acompañamiento constante será crucial, esto ayudará con el Marketing boca a boca, debido a las recomendaciones de clientes captados, permitiendo mayor participación de mercado en este segmento.

Buscar alianzas estratégicas público-privadas con Empresas de Comercio Exterior que tienen una elevada participación en el Mercado Nacional, para así poder aprender de ellos y con una adecuada aplicación del Benchmarking, mejorar procesos que permitirán ser competitivos, ya que con la mejora de procesos se fortalecerá y garantizará para nuestros clientes un mejor servicio y de calidad.

ANEXOS

Anexo 1: Formato de la Encuesta aplicada

Plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de comercio exterior para

Productores y comercializadores de centros comerciales populares del Sur de Quito.

Principio del formulario

1. ¿Produce los productos que comercializa?

SI

NO

2. ¿Importa materia prima para su producción?

SI

NO

3. ¿Comercializa productos importados?

SI

NO

4. ¿Qué clase de productos importados comercializa?

ROPA

CALZADO

TECNOLOGÍA

ELECTRODOMÉSTICOS

5. ¿Usted conoce el proceso y lineamientos para importar y exportar mercadería?

SI

NO

6. ¿Ha optado por ingresar al país mercancía de contrabando?

SI

NO

7. ¿Ha sufrido pérdidas económicas debido a la incautación de mercadería por tratar de ingresar al país mercadería evadiendo controles aduaneros?

SI

NO

8. ¿Usted cree que una IMPORTEX de servicios de comercio exterior le sería útil a su negocio?

SI

NO

9. ¿Estaría dispuesto a contratar servicios de comercio exterior para su negocio?

SI

NO

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir por prestación de servicios de comercio exterior?

\$0.00 - \$150.00

\$151.00 - \$300.00

\$301.00 - \$450.00

\$451.00 - \$600.00

Anexo 2. Requerimientos para apertura de sociedad.

Para el presente proyecto se pretende apertura una Sociedad Anónima para lo cual se deberá llevar el siguiente proceso.

- Reservación del nombre en la Superintendencia de Compañías
Mediante la página Web de la Superintendencia de compañías.
- Elaboración de estatutos
Con asesoría legal ya que es el contrato social que regirá para la empresa, además la minuta deberá contener la firma de un jurista y
- Apertura de cuenta de integración de capital en una entidad Bancaria.
Se debe abrir una cuenta de inversión en una entidad Bancaria para que los socios puedan aportar con el capital social, mismos que quedan inscritos registrados, el aporte mínimo depende del tipo de la compañía que se va a formar, Sociedad Anónima \$800.00, y Compañía Limitada \$400.00.
- Elevar a escritura publica
Se entrega a una notaría en donde el Notario Público legaliza los documentos obtenidos en los pasos antes mencionados.
- Aprobación de estatuto por parte de la Superintendencia de Compañías
Se entrega los estatutos a la Super de Compañías para su debida aprobación.

- Publicación en un diario de circulación nacional la resolución de la Superintendencia de Compañías.

- Obtener permisos municipales

Debido a la creación de IMPORTEX se deberá pagar la patente municipal y solicitar el certificado de cumplimiento de obligaciones.

- Inscripción de la Compañía en el Registro Mercantil

- Realizar la Junta General de Accionistas

Para la designación de Representantes de este emprendimiento empresarial de acuerdo con los estatutos.

- Obtener documentos habilitantes

Después de inscrita la empresa IMPORTEX en el registro mercantil, la superintendencia de compañías entrega documentos para apertura del RUC.

- Inscripción del nombramiento de la persona que Representara Legalmente a la empresa (Representante Legal)

Inscribir el nombramiento del Representante legal designado en la Junta de Accionista en el Registro Mercantil.

- Obtención del RUC

Este trámite se lo debe realizar en el SRI siguiendo los lineamientos de la entidad: Formulario correspondiente lleno, se debe adjuntar el original y la copia de la escritura constitutiva, Original y copia de nombramiento, Copia de cedula y certificados de votación de todos los accionistas.

- Entrega por parte de la Superintendencia de Compañías carta para el banco para que puedan disponer dinero de la cuenta que se abrió para la integración de capital.

BIBLIOGRAFÍA

El viaje del cliente. (26 de 10 de 2021). Recuperado el 26 de 10 de 2021, de <https://elviajedelcliente.com/customer-centric/segmentacion-clientes/>

GOOGLE. (23 de 01 de 2022). Obtenido de https://www.google.com/search?sxsrf=AOaemvK3r2j9Gkfj14riUD2EGKSh4nfZWQ:1642964132321&source=univ&tbm=isch&q=IMAGEN+CAPITAL+DE+TRABAJO&fir=VIJh5_mBBJHJdM%252CCAgsKEgJP1xsdM%252C_%253B_Luf0PWrrOg7KM%252C8O7Aj9O5itdoDM%252C_%253Bpnw42crWipvf6M%252CElSp_H3eSU

Alvarez, M. (2009). Manual de la Micro Pequeña y Mediana Empresa. En M. Alvarez, *Manual de la Micro Pequeña y Mediana Empresa* (pág. 20). San Salvador: Deutsche Gesellschaft fur.

Borja Cevallos, R. (s.f.). *DerechoEcuador.com*. Recuperado el 26 de 04 de 2021, de <https://www.derechoecuador.com/contrabando->

Cervantes Jimenez, M. (s.f.). Macroeconomía abierta. *LAES*.

Concepto.de. (s.f.). Recuperado el 26 de 04 de 2021, de <https://concepto.de/comerciante/>

Definiciona. (s.f.). Recuperado el 26 de 04 de 2021, de <https://definiciona.com/productor/>

Econ. MBA. Ana María Sánchez, E. M. (2021). Importaciones Ecuatorianas . *Observatorio Económico y Social de Tungurahua*.

Economipedia. (s.f.). Recuperado el 26 de 04 de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/aduana.html>

Ecuador, S. N. (23 de 10 de 2021). Recuperado el 23 de 10 de 2021, de <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

Enriquez Bermeo, F. (2015). Contrabando. *Perfil Criminológico*, 12.

Estrella haro, V. P. (2013). *La Cooperación Y Competitividad Como Factores De Sostenibilidad De La Economía Social Y Solidaria En El Centro Comercial De Mayoristas Y Negocios Andinos De La Ciudad De CCPSQ*.

Finanzas y Economía. (s.f.). Recuperado el 26 de 04 de 2021, de <https://www.finanzas.com/concepto-de-globalizacion>

Galan, J. S. (14 de 06 de 2017). *Marketing de servicios*. *Economipedia.com*. Recuperado el 27 de 10 de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/marketing-de-servicios.html>

<https://rockcontent.com/es/blog/marketing-de-servicios/>. (2020). *Mercadotecnia De Servicios*. *Rockcontent*.

INE. (s.f.). Recuperado el 26 de 04 de 2021, de <https://www.ine.cl/ine-ciudadano/definiciones-estadisticas/economia/que-es-economia>

Instituto Europeo de Posgrado. (s.f.). Recuperado el 26 de 04 de 2021, de <https://www.iep.edu.es/negocios-internacionales-exportacion-e-importacion/>

LIDERES. (2018). *El contrabando técnico genera pérdidas por USD 400 millones.*

López, A. A. (21 de 01 de 2021). Dirección de CCPSQ CCPSQ CCPSQ del Distrito Metropolitano de CCPSQ . (R. Orellana, Entrevistador)

Ministerio de Economía y Finanzas Peru. (s.f.). Recuperado el 26 de 04 de 2021, de https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=100852&lang=es-ES&view=article&id=287

Portilla, V. D. (2011). Recuperado el 26 de 04 de 2021, de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1555/3/02%20ICA%20190%20CAPITULO%20II%20MARCO%20TE%20C3%93RICO.pdf>

Raffino, M. E. (s.f.). *Concepto.de.* Recuperado el 26 de 04 de 2021, de <https://concepto.de/comercio/>

Reino Aduanero. (s.f.). Recuperado el 26 de 04 de 2021, de <https://reinoaduanero.mx/comercio-exterior/#:~:text=En%20la%20actualidad%2C%20expertos%20afirman,o%20entre%20regiones%20y%20bloques.>

Reyes, I. R. (30 de 01 de 2021). (R. Orellana, Entrevistador)

Romo Gordillo, C. P. (2012). *Creación De Una IMPORTEX De Asesoría De Comercio Exterior Para La Ciudad De CCPSQ* .

Romo, C. (2012). *Creación De Una IMPORTEX De Asesoría De Comercio Exterior En La Ciudad De CCPSQ* . CCPSQ .

Salazar, M. E. (7 de 03 de 2021). *Comunidad todo Comercio Exterior*. Recuperado el 23 de 10 de 2021, de <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/c-mo-es-el-control-aduanero-en-el-r-gimen-10-importaci-n-para-el>

Sanchez , A. M., Vayas, T., Mayorga, F., & Freire, C. (s.f.). *Importaciones Ecuatorianas*. Recuperado el 26 de 10 de 2021, de https://fca.uta.edu.ec/v4.0/images/OBSERVATORIO/dipticos/Diptico_N57.pdf

SCHOOL, E. B. (12 de 08 de 2021). *Retos en supply chain* . Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/que-son-los-incoterms-y-cual-es-su-significado/>

Telégrafo, D. E. (21 de oct. de 2021). El comercio Popular mueve a los pequeños fabricantes .