



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

TEMA DE TRABAJO DE TITULACIÓN:

Análisis de Factibilidad Para la Implementación de Servicios
Aduaneros de Exportación en una Empresa de Logística.

AUTORES:

Miranda Ladines Betty Tainova
Gómez Ortega Lourdes Nereyda

TUTOR:

Josefina Alcivar Avilés

AÑO 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Betty Tainova, Miranda Ladines y Lourdes Nereyda, Gómez Ortega, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe.

TUTOR (A)

María Josefina Alcívar Avilés

REVISOR(ES)

Amalia Obdalia Ycaza Valdez

Glenda M. Gutiérrez Candela

DIRECTOR DE LA CARRERA

María Teresa Alcívar Avilés

Guayaquil, a los 22 del mes de Septiembre del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Betty Tainova Miranda Ladines**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Análisis de Factibilidad Para la Implementación de Servicios Aduaneros de Exportación en una Empresa de Logística** previa a la obtención del Título **de Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 22 del mes de Septiembre del año 2014

EL AUTOR (A)

Betty Tainova Miranda Ladines



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Lourdes Nereyda Gómez Ortega

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Análisis de Factibilidad Para la Implementación de Servicios Aduaneros de Exportación en una Empresa de Logística** previa a la obtención del Título **de Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 22 del mes de Septiembre del año 2014

EL AUTOR (A)

Lourdes Nereyda Gómez Ortega



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Betty Tainova Miranda Ladines**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Análisis de Factibilidad Para la Implementación de Servicios Aduaneros de Exportación en una Empresa de Logística**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 22 del mes de Septiembre del año 2014

EL (LA) AUTOR(A):

Betty Tainova Miranda Ladines



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Lourdes Nereyda Gómez Ortega**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Análisis de Factibilidad Para la Implementación de Servicios Aduaneros de Exportación en una Empresa de Logística**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 22 del mes de Septiembre del año 2014

EL (LA) AUTOR(A):

Lourdes Nereyda Gómez Ortega

AGRADECIMIENTO

Nuestro profundo agradecimiento a Dios, nuestros padres, todas y cada una de las personas que con su apoyo incondicional estuvieron presentes en momentos importantes de nuestras vidas para decir que sigamos adelante que nos falta poco para terminar esta carrera, a los docentes de esta universidad y a sus directivos por su vocación y compromiso de cumplir con la misión y visión que fue creada esta universidad dando al Ecuador mejores profesionales cada año.

Betty Tainova Miranda Ladines
Lourdes Nereyda Gómez Ortega

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a nuestros padres y a todas aquellas personas que nos motivaron diariamente a alcanzar nuestros objetivos, ya que sin una motivación y perseverancia no se pueden lograr las metas propuestas, sin dejar de lado el ser supremo que nos guía cada día, proveyéndonos de toda la sabiduría, bendición para estar diariamente alado de nuestros seres queridos y podamos colaborar con nuestros conocimientos en obtener un mundo cada vez mejor.

Betty Tainova Miranda Ladines
Lourdes Nereyda Gomez Ortega



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

María Josefina Alcivar Avilés
PROFESOR TUTOR

Glenda M. Gutierrez Candela
PROFESOR DELEGADO

Amasilia Obdalia Ycaza Valdez
PROFESOR DELEGADO



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

CALIFICACIÓN

María Josefina Alcivar Avilés
PROFESOR TUTOR

ÍNDICE GENERAL

Introducción.....	1
Capítulo I: Antecedentes.....	2
1.1 Planteamiento del Problema.....	3
1.2 Justificación.....	3
1.3 Objetivos.....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Especificos.....	4
1.4 Formulación del Problema.....	5
1.5 Objetivo del Buen vivir.....	5
1.6 Código Orgánico de la producción.....	6
Capítulo II: Marco Teórico.....	8
2.1 Breve reseña del comercio.....	8
2.2 Formas por que una empresa entre mercado internacional.....	9
2.2.1 Régimen comunes aduaneros.....	15
2.2.2 Regímenes especiales aduaneros.....	15
2.3 Ventajas de la exportación.....	15
2.4 Desventaja de la Exportación.....	16
2.5 Procesos de Exportación.....	16
2.6 Principales propósitos de los Incoterms.....	19
2.7 Cinco Fuerzas de Porter.....	19
2.8 Análisis FODA.....	22
Capítulo III: Estudio de Mercado.....	24

3.1 Definición.....	24
3.2 Elementos del Marketing Mix.....	24
3.3 Análisis PEST.....	27
3.4 Grupo Objetivo.....	28
3.5 Metodología.....	28
3.5.1 Análisis de la Entrevista.....	28
3.5.2 Análisis de la Encuesta.....	30
3.5.3 Recolección de la información.....	32
3.6 Tabulación y Conclusiones de la Encuesta.....	32
3.7 Objetivo social BANAGALDI S.A.....	38
Capítulo IV: Plan Estratégico.....	39
4.1 Misión BANAGALDI S.A.....	39
4.2 Visión BANAGALDI S.A.....	39
4.3 Objetivo Estratégico.....	39
4.4 Objetivos de Marketing.....	39
4.5 Objetivos Financieros.....	40
4.6 Características del Servicio.....	40
4.7 La Administración de la Empresa.....	41
4.8 Cinco Fuerzas de Porter aplicadas a la investigación.....	46
4.9 Estrategia Comercial Del Proyecto.....	49
Capítulo V: Análisis Financiero.....	51
5.1 Proyección de Ingresos por Ventas.....	51
5.2 Costos Directos.....	52

5.3 Insumos Directos.....	53
5.4 Mano de Obra Directa.....	54
5.5 Costos Indirectos.....	55
5.6 Gastos Generales.....	56
5.7 Inversiones del Proyecto.....	57
5.8 Depreciaciones.....	57
5.9 Financiamiento del Proyecto.....	58
5.10 Análisis Financiero.....	60
5.11 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	63
5.12 Balance General.....	64
5.13 Ratios.....	65
5.14 Punto Equilibrio.....	66
5.15 Análisis de Sensibilidad.....	66
5.16 Probabilidad de ocurrencia.....	69
Conclusiones.....	70
Recomendaciones.....	71
Bibliografía	

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 ANÁLISIS FODA DEL PROYECTO.....	22
TABLA 2 FACTORES PEST	27
TABLA 3 TABULACIÓN ENCUESTA	31
TABLA 4 SU EMPRESA EXPORTA	32
TABLA 5 PAÍSES A EXPORTAR.....	33
TABLA 6 TIPOS DE PRODUCTOS A EXPORTAR	34
TABLA 7 OPERADORES LOGÍSTICO	35
TABLA 8 FRECUENCIA QUE UTILIZA EL SERVICIO	36
TABLA 9 SERVICIOS OPERADOR LOGÍSTICO	37
TABLA 10 ANÁLISIS FODA DEL PROYECTO.....	48
TABLA 11 RESUMEN PROYECCION DE INGRESOS POR VENTAS	51
TABLA 12 TABLA DE COSTOS DIRECTOS.....	52
TABLA 13 TABLA DE INSUMOS DIRECTOS	53
TABLA 14 RESUMEN MANO DE OBRA DIRECTA	54
TABLA 15 RESUMEN COSTOS DIRECTOS	55
TABLA 16 RESUMEN DE GATOS DIRECTOS.....	56
TABLA 17 RESUMEN DE INVERSIÓN DEL PROYECTO	57
TABLA 18 DEPRECIACIÓN	58
TABLA 19 DEPRECIACIÓN DEL PROYECTO	58
TABLA 20 RESUMEN INVERSIÓN DEL PROYECTO	59
TABLA 21 RESUMEN DEL PRÉSTAMO.....	60
TABLA 22 TABLA AMORTIZACIÓN	60
TABLA 23 TASAS.....	61
TABLA 24 RESUMEN DE BALANCE	62
TABLA 25 ESTADO PÉRDIDA Y GANANCIAS.....	63
TABLA 26 BALANCE GENERAL PTOYECTADO A LOS 5 AÑOS.....	64
TABLA 27 RATIOS	65
TABLA 28 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	66
TABLA 29 ESCENARIO PESIMISTA	66
TABLA 30 ESCENARIO MODERADO	67
TABLA 31 ESCENARIO MODERADO	68

TABLA 32 PROBABILIDAD DE OCURRENCIA69

ÍNDICE DE GRÁFICO

GRÁFICO 1 CRECIMIENTO EXPORTADORES NO PETROLERAS	11
GRÁFICO 2 COMPORTAMIENTO ANUAL DE LAS EXPORTACIONES....	12
GRÁFICO 3 DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS A EXPORTAR.....	13
GRÁFICO 4 COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES SEGÚN SU CLASIFICACIÓN	14
GRÁFICO 5 EXPORTADORES REGISTRADOS EN LA CORPEI 2000 AL 2012.....	31
GRÁFICO 6 EMPRESA EXPORTA	32
GRÁFICO 7 PAÍSES A EXPORTAR.....	33
GRÁFICO 8 PRODUCTOS A EXPORTAR.....	34
GRÁFICO 9 OPERADORES LOGISTICO	35
GRÁFICO 10 FRECUENCIA QUE UTILIZA EL SERVICIO.....	36
GRÁFICO 11 SERVICIOS OPERADOR LOGÍSTICO	37
GRÁFICO 12 INFLACIÓN	61

ÍNDICE FIGURA

FIGURA 1 INCOTERMS.....	18
FIGURA 2 CINCO FUERZAS DE PORTER	20
FIGURA 3 ANÁLISIS FODA DE LA EMPRESA.....	22
FIGURA 4 ELEMENTOS DE LA MERCADOTECNIA.....	25
FIGURA 5 MAPA CANTONAL DEL GUAYAS	26
FIGURA 6 UBICACIÓN OFICINAS.....	26
FIGURA 7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	42

RESUMEN

El presente proyecto de investigación busca evaluar la factibilidad de implementación del área de comercio exterior a una empresa denominada BANAGALDI S.A. que actualmente se dedica únicamente a la logística de transporte.

Se concluirá determinando si la implementación del área de comercio exterior a una empresa logística BANAGALDI S.A. es viable o no con la finalidad de seguir contribuyendo en el crecimiento sostenido de la empresa y para brindar mayores oportunidades y plazas de trabajo, BANAGALDI S.A. desea complementar el servicio ofreciendo la tramitación completa al exportador para simplificar los diversos procesos que se deben llevar a cabo en cada exportación, la implementación de esta serie de recursos hará de BANAGALDI S.A. una empresa con mayor fuerza, convirtiéndose en una entidad más competitiva para el mercado actual.

Por ello se ha decidido incrementar un servicio de asesoramiento aduanero personalizado, en una empresa que, al momento, brinda únicamente servicios logísticos de transporte. Esto facilitará al exportador sus procesos de venta, ya que su carga, será tramitada en forma diligente, ágil, y con una sola persona de contacto que conocerá el historial de la carga y hará suyo el proceso, lo cual le va a permitir ahorrar tiempo, costo y percibir un servicio de calidad.

El fin de este análisis es demostrar que ofreciendo ambos servicios, lograremos contribuir a mejorar la dinámica entre ofertante y exportador, según los datos financieros que obtuvimos, la implementación de servicios aduaneros en una empresa de transporte es económica y financieramente factible.

Dado el crecimiento a nivel de comercio exterior que está teniendo el país es congruente aprovechar la oportunidad y poner a disposición de los exportadores el know how que tiene la empresa ya constituida.

ABSTRACT

This project aims to assess the feasibility of implementing the area of foreign trade to a company called BANAGALDI SA currently dedicated solely to transportation logistics.

It will conclude by determining whether the implementation of the area of foreign trade logistics company BANAGALDI SA is viable or not. Now in order to continue contributing to the sustained growth of the company and to provide greater opportunities and working places, BANAGALDI SA want to complement the service offering the complete processing the exporter to simplify the various processes to be performed in each export. The implementation of this resource will make BANAGALDI SA a company with greater force, becoming a more competitive market for the current entity. Therefore it was decided to increase customs service personalized advice in a company that, at the time, only provides transportation logistics services. This will facilitate the export sales process, as its cargo, shall be handled in a diligent, agile, and with a single contact person who will know the history of the load and will own the process, which will allow you to save time , cost and perceived service quality.

The purpose of this analysis is to demonstrate that providing both services, we will help improve the dynamics between bidder and exporter. According to the financial data we obtained, the implementation of a customs carrier is economically and financially feasible.

Given the growing level of foreign trade that is taking the country is consistent seize the opportunity and make available to the exporting know-how that the company has already established.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación busca evaluar la factibilidad de implementación del área de comercio exterior a una empresa denominada BANAGALDI S.A. que actualmente se dedica únicamente a la logística de transporte.

A lo largo de la tesis se irá conociendo la evolución que ha tenido el comercio a nivel mundial, desde sus inicios en la era Neolítica hasta la actual globalización, se hablará sobre las tendencias de exportación que ha tenido el país en los últimos 15 años, específicamente refiriéndose a exportaciones no petroleras, tanto tradicionales como no tradicionales.

Luego, se dará a conocer los términos internacionales usados para las exportaciones, así como los procesos de exportación dictaminados por el SENA.

En otro capítulo, se realizará la investigación de mercado, mediante encuesta y entrevista, esto con la finalidad de conocer la futura demanda del producto ofrecido y determinar si sería rentable o no la implementación planteada.

Después se evalúa financieramente a través de estados de pérdidas y ganancias y balances generales el tiempo del retorno de la inversión, para determinar si el tiempo de espera es prudente en relación a la obtención de las ganancias.

Finalmente, se concluirá determinando si la implementación del área de comercio exterior a una empresa logística BANAGALDI S.A. es viable o no.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

La empresa BANAGALDI S.A. nace de la idea de un productor bananero que ha prestado su servicio, por más de 15 años de manera individual de transportación a la multinacional Dole. Por ese motivo dicho productor decidió la creación trazadas anualmente para la cual ha utilizado el talento humano capacitado para que pueda satisfacer las exigencias y condiciones de su clientela.

BANAGALDI S.A. siempre ha tratado de mantener el personal, tanto administrativo, logístico, vigilancia y conductores en constante preparación, dictándoles charlas y cursos con especialistas de cada una de las áreas mencionadas, siendo una organización de prestación de servicios en logística de transporte de contenedores y todo tipo de carga dentro del país.

En el 2010 la empresa BANAGALDI S.A. inicia sus operaciones como objeto social prestar servicio de transporte de carga pasada, con el equipo propio de cabezales con la finalidad de contribuir en el avance y desarrollo del comercio exterior y ofrecer a la clase exportadora un servicio seguro, ágil y competitivo, tratando de mantener los mejores costos y aplicando la mejora de los procedimientos de vigilancias terrestres y de monitoreo satelital acorde a los controles de las transnacionales y aduaneros.

Esta empresa ha ido creciendo paulatinamente, cumpliendo las metas , Ahora con la finalidad de seguir contribuyendo en el crecimiento sostenido de la empresa y para brindar mayores oportunidades y plazas de trabajo, BANAGALDI S.A. desea complementar el servicio ofreciendo la tramitación completa al exportador para simplificar los diversos procesos que se deben llevar a cabo en cada exportación. De esta manera los clientes se sentirán mejor servidos, teniendo en cuenta el traslado de la mercadería, ahorro en costos, mejorando la calidad del servicio y asegurando que sus operaciones se den en el menor tiempo posible. La implementación de esta serie de

recursos hará de BANAGALDI S.A. una empresa con mayor fuerza, convirtiéndose en una entidad más competitiva para el mercado actual.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Dadas las exigencias actuales para el comercio internacional y por la constante competencia es necesario que las compañías que prestan servicios logísticos brinden además un servicio muy completo de forma integral, es decir, desde que recibe la solicitud por parte del cliente hasta que la mercancía sea entregada en el lugar y forma convenido, esto, entre otras ventajas competitivas ayudará a que la compañía sea reconocida en el mercado y por sobre todo logrará reunir los elementos necesarios para que los trámites se complementen en una sola matriz, dicho esto, la empresa de logística BANAGALDI S.A. se inclina por implementar el área de comercio exterior dentro de su organización, para ello, necesita medir su factibilidad mediante un análisis que le permita identificar las posibles oportunidades de crecimiento a nivel nacional y regional como lo estiman.

Actualmente a la logística del Servicio nacional de aduanas del Ecuador (SENAE), le falta agilidad y supervisión al designar los agentes aduaneros, lo que produce un retraso en la salida de las cargas.

Además la falta de procedimientos adecuados por parte de la autoridad portuaria, sobre los requisitos necesarios que se deben presentar al momento del retiro de las mercadería, ocasiona que los dueños de la misma pierdan tiempo y dinero.

1.2 JUSTIFICACION

En los últimos tiempos el comercio internacional ha evolucionado notablemente en nuestro país, abriendo puertas y a su vez dando total apertura a muchos exportadores que dan a conocer su producto fuera del país. Sin lugar a dudas esta operación se da día a día en nuestro entorno haciendo que la economía del país progrese.

Hoy en día existen muchas empresas asesoras que se dedican única y exclusivamente a orientar a sus clientes, pero pocas son aquellas que pueden ofrecerles un servicio completo de asesoramiento, de logística y monitoreo de la carga hasta la liberación en su lugar de destino. Por ello se ha decidido incrementar un servicio de asesoramiento aduanero personalizado, en una empresa que, al momento, brinda únicamente servicios logísticos de transporte. Esto facilitará al exportador sus procesos de venta, ya que su carga, será tramitada en forma diligente, ágil, y con una sola persona de contacto que conocerá el historial de la carga y hará suyo el proceso, lo cual le va a permitir ahorrar tiempo, costo y percibir un servicio de calidad.

Además, se considera que el éxito del comercio exportador depende mucho de los costos los cuales deben ser convenientes, de las ofertas y búsquedas de nuevos mercados.

El fin de este análisis es demostrar que ofreciendo ambos servicios, lograremos contribuir a mejorar la dinámica entre ofertante y exportador.

1.3 OBJETIVO

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar la factibilidad comercial y financiera mediante la implementación de gestión de trámites de exportación como servicio integrado al transporte de carga aduanera de la empresa BANAGALDI S.A.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar una investigación de mercado, tipo encuesta y/o entrevista, para determinar la demanda de los servicios “llave en mano” de transporte y asistencia aduanera.

- Determinar la factibilidad financiera y operativa en la implementación del área de servicios aduaneros en la empresa BANAGALDI S.A.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿En que ayudaría la implementación del servicio aduanero de exportación en la empresa de logística “BANAGALDI S.A.”?

La implementación del área de comercio exterior con sus diferentes funcionalidades a la empresa BANAGALDI S.A. hará que ésta se convierta en una compañía competitiva que oferte todos los servicios necesarios para recorrer las diferentes etapas de la cadena de abastecimiento, desde recoger la carga en origen hasta la entrega en el lugar donde el exportador la requiera.

Al consolidar y personalizar el servicio BANAGALDI S.A. busca afianzar las relaciones con sus clientes actuales e incursionar en nuevos mercados que le generen réditos positivos.

1.5 OBJETIVO DE DESARROLLO DEL BUEN VIVIR

1. Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.

BANAGALDI S.A. se preocupara que el empleado mantenga una estabilidad laboral, siempre y cuando cumpla con las políticas establecidas en la empresa, buscando que los trabajadores mantengan un buen ambiente laboral con la finalidad de que se sientan el apoyo y así rindan en el trabajo, como lo garantizamos, con contratos como lo indica la ley laboral, se revisará anualmente el desempeño y rendimiento de cada uno de los empleados al fin de que obtengan mayores ingresos, lo cual ayudara a la sostenibilidad de la familia, colaborar como organización no gubernamental en lo relacionado a proyectos y programas educativos. Científicos y pedagógicas para mejorar la vida socio económica de la comunidad.

Uno de nuestros compromisos es Integrar la parte social en actividades con los empleados y fundaciones, tratando de que haya conciencia, de parte de empleador y empleado, métodos que se puedan aplicar, Visita a fundaciones, colaborando con una actividad deportiva o cultural, realización de alguna integración como Bingo y le recaudado va para algún contribución algún sector o fundación de la sociedad.

1.6 EL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIÓN.

Con respecto a lo que nos dicta el Código de la producción, se reconoce que existe la necesidad de la inversión en el sector privado para obtener el desarrollo de país. Además de esto, enfatiza la necesidad de estabilidad en las normas jurídicas donde se estipula plenamente que el Estado es el responsable de brindar a los empresarios, servicios eficientes como carreteras, comunicación y puertos (para su fácil acceso) y que la actividad económica logre desarrollarse sin obstáculo alguno.

El Código de la Producción tiene 5 puntos principales:

- **Financiamiento:** Proporcionar financiamiento a todos los entes productivos, principalmente a las pequeñas y medianas empresas.
- **Plan de Incentivos:** Reducción de impuestos y creación de una zona económica de desarrollo especial (ZEDE). Disminución de aranceles, exoneración del impuesto al valor agregado y también se reducirá por un lapso de 5 años el Impuesto a la Renta.
- **Transferencia de Tecnología.**
- **Sistemas de inversión para financiar obras de infraestructuras.**

Referente al Comercio Exterior, el Código de la Producción también faculta la inversión extranjera. Se establecerán mecanismos en los que se podrá disputar las controversias existentes dentro de los tratados de inversión internacionales, fijando normativas en donde surjan prontas soluciones.

Exoneración del pago del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) si se tratará del pago de créditos externos. Esta norma no aplica si el dinero proviene de paraísos fiscales.

En conclusión, se busca una reforma aduanera con la intención de ofrecer servicios totalmente eficientes y sobre todo transparentes que no representen solamente beneficios al estado (figura Draw Back) que se refiere a la devolución condicional de los derechos arancelarios.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. BREVE RESEÑA DEL COMERCIO

El comercio es una de las actividades económicas más antiguas que refieren al intercambio de bienes y/o servicios para un uso específico, venta o transformación. Se remonta a la época Neolítica y surge a la par del descubrimiento de la agricultura. Al principio todo lo que se cosechaba era lo justo para la subsistencia de la comuna, luego, al ir introduciendo nuevas fuerzas productivas (animales, herramientas, etc) la cosecha fue mayor que la necesaria, esto generó dos eventos:

- Excedentes de alimentos obtenidos
- Diversificación de labores en la comuna, las personas podían dedicarse a nuevas actividades.

Así surgió el comercio, los excedentes empezaron a intercambiarse con otras comunidades que se dedicaban a otras producciones. A continuación se detallan algunas de las etapas que ha venido experimentando la comercialización de productos y/o servicios hasta la actualidad.

EL TRUEQUE: Fue la primera forma de comercialización en la que los individuos intercambiaban objetos que eran de similar valor comercial tanto para el ofertante como para el demandante, el problema de esta forma de comercio, era la subjetividad con que se percibía el valor de los productos.

EL MERCANTILISMO: Involucró el uso de la moneda en las transacciones comerciales. La moneda o dinero era un medio acordado dentro de la comunidad para el intercambio de las mercancías. Así existieron algunos tipos de monedas como: dientes de ballena, cacao, conchas marinas, pero el que ha prevalecido, sin duda alguna, a lo largo de la historia es el oro.

El gran problema de este tipo de dinero era que perdían validez fuera de la comunidad dónde se generaban. Los romanos, al ser una civilización más avanzada, entienden el concepto del uso de la moneda en la transacción comercial y empieza a acuñar monedas de oro y plata que contenían la cantidad de metal referente al valor nominal de la moneda.

LA DIVISA: Además de facilitar el problema del transporte del metal, es un elemento de intercambio que ha tenido una gran tolerancia en zonas mucho más extensas que en las de la propia comunidad.

LA LETRA DE CAMBIO: Surge a lo largo de la Edad Media en que iniciaron los recorridos por las rutas comerciales, los viajeros podían ingresar su dinero en un establecimiento y retirarlo en otro diferente, incluso que estuviera fuera del país de origen. Esto agregaba seguridad a los comerciantes de que no fuesen asaltados en sus viajes.

COMERCIO TRANSATLÁNTICO: Surge en el siglo XVII donde el mayor puerto destino era New York, las navegaciones se realizaban en barcos de vela, lo cual hacía que la transportación sea lenta e insegura, luego aparecieron los barcos de vapor que redujeron los tiempos de transporte a la mitad. Junto con la revolución industrial, también hubo nuevas tendencias en el área del transporte, siendo así que para el año 1840, Gran Bretaña se convirtió en la pionera en usar el ferrocarril como medio de transporte.

Luego aparece el automóvil y la construcción de las carreteras, lo cual ha facilitado el transporte de mercancías hasta el lugar de su consumo en el tiempo necesario.

2.2. FORMAS POR LAS QUE UNA EMPRESA PUEDE INGRESAR AL MERCADO INTERNACIONAL.

En la actualidad, gracias a la globalización, existen varias formas por medio de las cuales una empresa pueda ingresar al mercado internacional. A continuación se detallan las más comunes.

EXPORTACIÓN: Tal como sucedía en tiempos neolíticos, una empresa puede ofrecer un excedente de capacidad productiva a países del exterior. Es el medio más usado para incursionar en el mercado internacional.

FRANQUICIAS: Esta no es nada más que una la autorización de derechos para la explotación de un producto, de una actividad o de algún nombre comercial, otorgada precisamente por una empresa a una o varias personas en un lugar o en una zona determinada.

LICENCIAS COMERCIALES: Licencia (del latín licentia) es un permiso otorgado para hacer algo. En este contexto, la licencia comercial es un acuerdo contractual o “permiso” que le da una empresa a otra para utilizar el nombre de una marca, patente, etc. A cambio de un pago inicial, regalías o ambos.

JOINT VENTURE: También conocidas como Alianza Estratégica, es una agrupación entre dos compañías que crean sinergias de recursos y experiencias para generar una nueva actividad o una actividad ya creada pero robustecida y con marcada diferencia que la competencia.

INVERSIÓN EXTRANJERA: Es la colocación de capitales en algún país extranjero para la creación de empresas con el propósito de internacionalizarse.

LA EXPORTACIÓN SU EVOLUCIÓN:

El comercio exterior a nivel mundial se ha ido desarrollando de una manera constante y acelerada, a tal punto, que en este momento nos encontramos en la época de la globalización. Los productos y servicios a nivel mundial están a tan sólo un click de distancia de cualquier persona con acceso a internet. Los importadores y exportadores juegan un rol muy importante en la vida económica del país en donde desarrollan sus actividades.

De acuerdo a los datos históricos presentados por el CORPEI (corporación encargada la promoción privada de las exportaciones e inversiones en el Ecuador) en su página web, las exportaciones No Petroleras incrementaron de \$7,456 en el año 2006 a \$8.764 para el año 2013.

GRÁFICO 1 CRECIMIENTO EXPORTADORES NO PETROLERAS

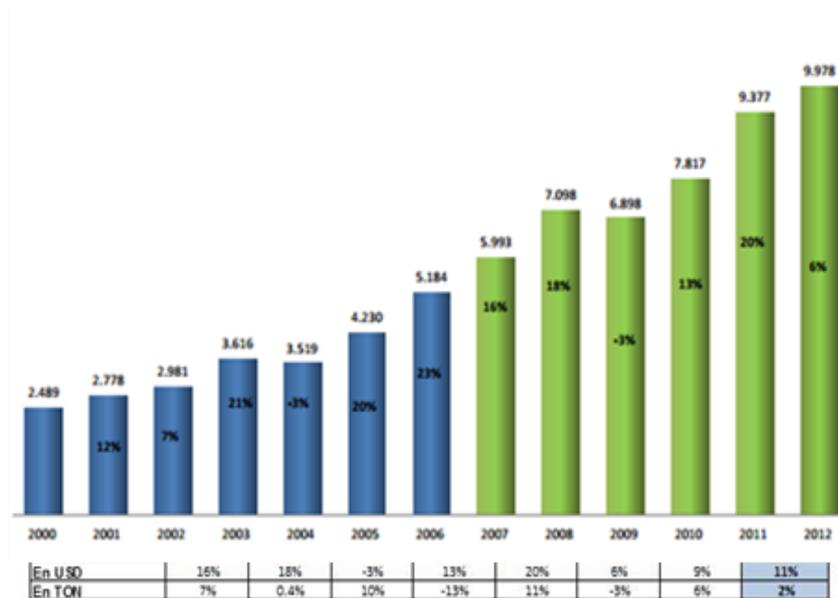


Fuente: Banco central del Ecuador

Elaboración: Dirección de inteligencia comercial e inversiones.

A continuación se detalla el comportamiento año a año de las exportaciones no petroleras del 2000 al 2013 según los registros del Banco Central del Ecuador.

GRÁFICO 2 COMPORTAMIENTO ANUAL DE LAS EXPORTACIONES



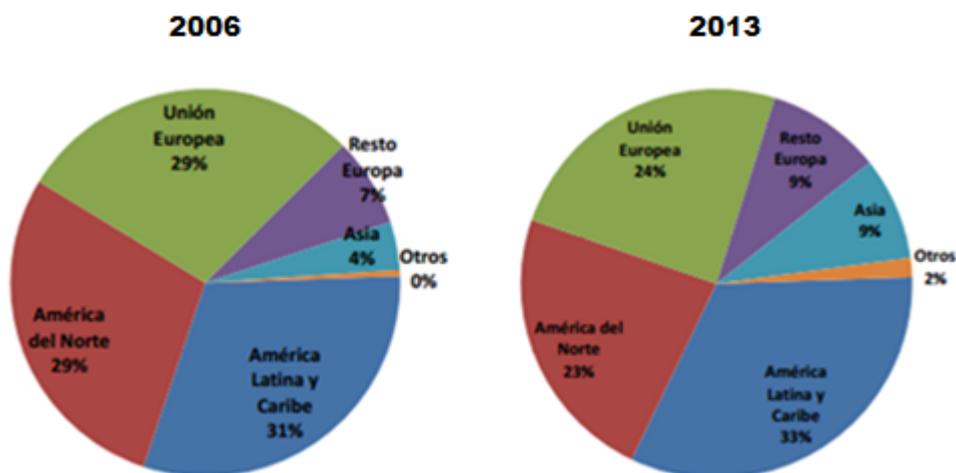
FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Elaboración: DEECO/MCE

Como se puede observar en la Gráfico No. 2: “Comportamiento Anual de las Exportaciones”, el movimiento de salidas al exterior ha tenido un crecimiento acelerado en los últimos 10 años, con crecimientos por encima del 20% anual.

El crecimiento de las exportaciones no sólo se ha dado en el ámbito monetario y/o de volumen, sino también de manera geográfica; nuestros productores han ido incursionando en nuevos mercados con el objetivo de incrementar su cartera de clientes y dar a conocer a Ecuador como una marca responsable y de Calidad, tratando de incrementar mercado y que la producción ecuatoriana sea reconocida y preferida en el mercado internacional. Así lo demuestra la Gráfico No. 3 “Diversificación de Mercados a Exportar”

GRÁFICO 3 DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS A EXPORTAR



FUENTE: Ministerio Comercio Exterior

Elaboración: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones DEECO/MCE

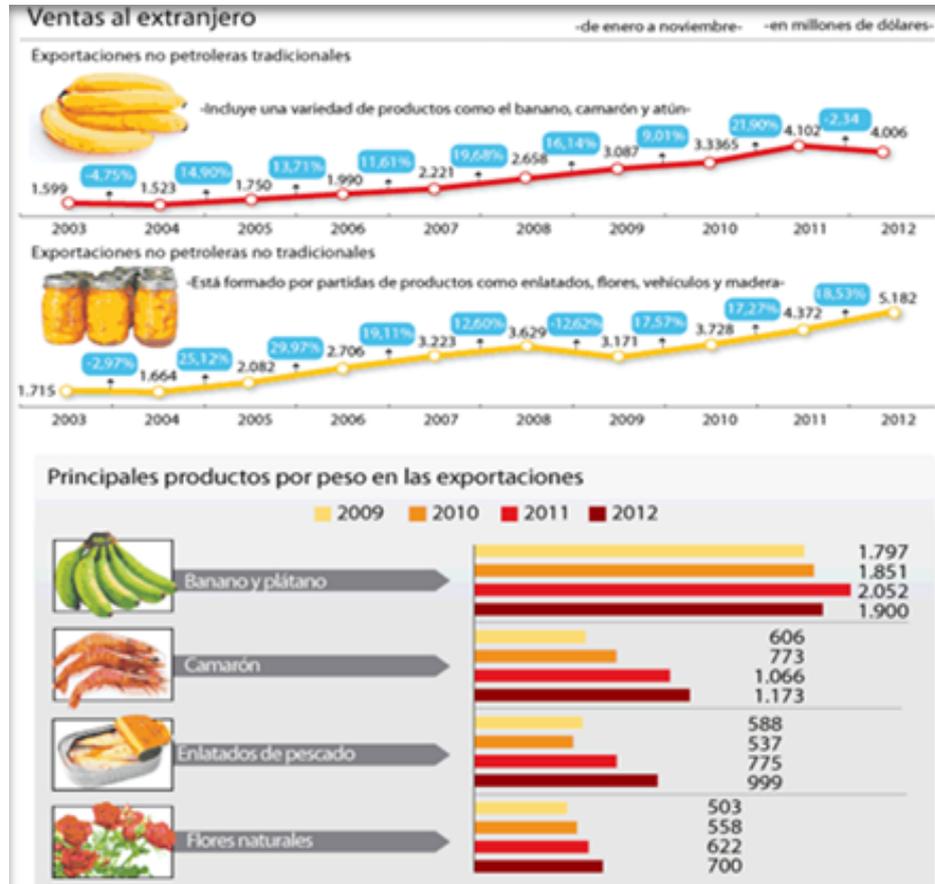
Las exportaciones No Petroleras se encuentran clasificadas en tradicionales y no tradicionales. A continuación se detallan algunos elementos corresponden a cada tipo de exportación:

- Exportaciones Tradicionales:
 - Cacao
 - Banano
 - Camarón
 - Atún
- Exportaciones No Tradicionales:
 - Enlatados
 - Flores Naturales
 - Madera

Como se puede concluir en la Gráfico No. 4 “Comportamiento de las Exportaciones según su Clasificación” del año 2009 al 2012, tanto los productos tradicionales como los no tradicionales tienen una tendencia al crecimiento, exceptuando el comportamiento del banano del año 2012, que

se debió más a un tema político económico que a la capacidad exportadora del país.

GRÁFICO 4 COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES SEGÚN SU CLASIFICACIÓN



Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Elaboración: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones DEECO/MCE

El Gobierno Nacional del actual Presidente ha impulsado el desarrollo tecnológico, productivo e intelectual de la capacidad de fabricación del país. Esto ha tenido como consecuencia que Ecuador sea un país que no sólo importe los productos, sino que también pueda ofertar productos y/o servicios de calidad. Como consecuencia de este impulso a la capacidad productiva del país, la población ha detectado la oportunidad y la demanda que tiene el Ecuador para desarrollar nuevas empresas dedicadas a la logística interna y externa.

Tomando como referencia al servicio aduanero del Ecuador podemos citar lo publicado en su página acerca del concepto de exportación:

“Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente”

2.2.1. REGÍMENES COMUNES ADUANEROS

Importación a consumo: es aquel en el cual las mercancías extranjeras son nacionalizadas y puestas a libre disposición para su uso o consumo definitivo.

Exportación a consumo: es aquel en el cual las mercancías nacionales o nacionalizadas salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior.

2.2.2. REGÍMENES ESPECIALES ADUANEROS

Son regímenes suspensivos del pago de impuestos amparados con una garantía, estas a su vez permiten la salida e ingreso de las mercancías nacionales o extranjeras para ser utilizadas durante cierto periodo con un propósito determinado para luego, según el caso, ser reexportadas o reimportadas posteriormente de un proceso de transformación, elaboración o reparación.

2.3. VENTAJAS DE LA EXPORTACIÓN

Según la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo, “un país debería enfocar sus esfuerzos en lo que mejor hace y comprar a los países vecinos el producto en el que no es experto.

Según lo que indicaron en 1996 se pueden percibir como beneficios de la exportación los siguientes parámetros:

- Obtención de nuevos mercados a nivel mundial.
- Incrementar el ciclo de vida del bien y/o servicio
- En las empresas exportadoras se logra la implementación de economías de escalas en los costos de producción y operaciones.
- Disminución de los niveles de inventario
- Aprovechamiento de la capacidad productiva instalada.
- Incremento de ventas.
- Mayor competitividad.
- Creación de fuentes de trabajo para el país productor.
- Para los clientes mayor variedad, mejor precio y calidad.

2.4. DESVENTAJAS DE LA EXPORTACIÓN

Las desventajas de la exportación no distan mucho de las vicisitudes que pudiesen presentarse en el comercio con el mercado local, entre las cuales pueden nombrarse las siguientes:

- Competencia más agresiva a lo previsto.
- Incumplimientos de pagos.
- No alcanzar el presupuesto de ventas.

Adicionalmente, pudiesen existir otras desventajas tales como:

- Problemas de Jurisdicción, al hacerse un cliente moroso o impago, pudiera pasar que las leyes del país comprador no hagan valederos los compromisos establecidos en el contrato del país productor.
- La inestabilidad política y económica pueden afectar a cualquiera de los países que intervienen en el proceso de exportación.

2.5. PROCESO DE EXPORTACIÓN

De acuerdo a lo expuesto en su página web por el agente regulador de las exportaciones en el Ecuador, www.aduana.gob.ec con fecha de

actualización: Diciembre 2012, a continuación se detalla el proceso de Exportación en Ecuador:

“Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante.
- Descripción de mercancía por ítem de factura.
- Datos del consignante.
- Destino de la carga.
- Cantidades.
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

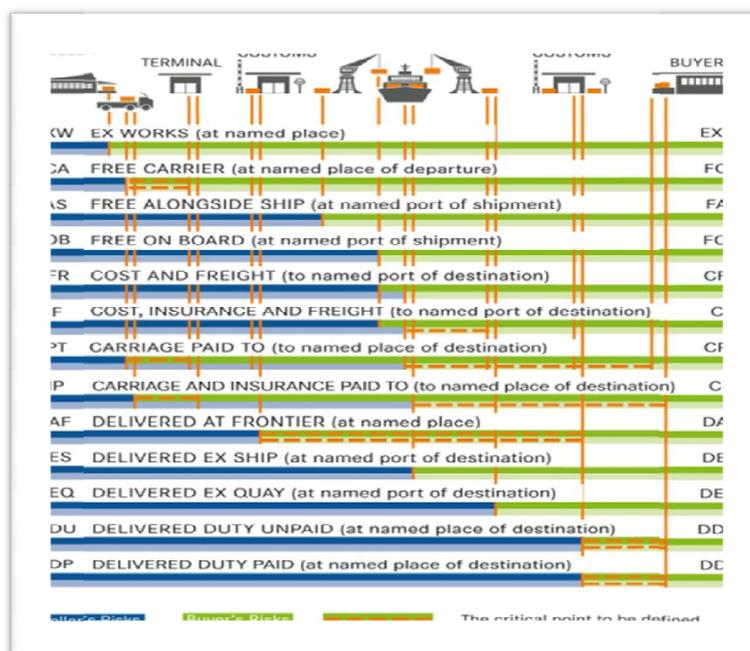
- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entendiéndose con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada”.

FIGURA 1 INCOTERMS



Fuente: SENA

Elaboración: Dirección de inteligencia comercial e inversiones.

2.6. PRINCIPALES PROPÓSITOS DE LOS INCOTERMS 2000

- Definir las obligaciones del vendedor y del comprador.
- Definir el transporte: Modo y medio(s)
- Del seguro de la mercancía
- Del envase y embalaje Del envase y embalaje
- De los trámites, formalidades y gastos en las aduanas (exportación/ importación)
- De las maniobras de carga y descarga.
- De la inspección de la mercancía
- Notificación del Vendedor al comprador de haber obligaciones

2.7. CINCO FUERZAS DE PORTER

En el año 1980, el economista y académico de Norteamérica, Michael Porter publicó su libro “Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors” que traducido al español es: “Estrategia Competitiva: Técnicas para analizar a la Industria y sus Competidores”.

En dicho libro, explica que existen cinco fuerzas cercanas a la empresa que influyen directamente en su rentabilidad y progreso; es un método muy conocido, ya que permite formular las estrategias básicas de alguna compañía y que además, pueden ser implementadas en cualquier tipo de industria, dada su fácil comprensión, permiten conocer el atractivo y la rentabilidad de la empresa como tal, el entorno competitivo de una industria, cualquiera que esta sea, es visto como el conjunto de las cinco fuerzas.

Estas fuerzas, que son consideradas el entorno de la compañía, se detallan a continuación:

ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES:

Amenaza, que contempla la entrada de competidores potenciales a la red donde se presta el servicio. Para evitar esto, es necesario que existan barreras de entrada, mejoramiento continuo de los procesos y diferenciación por costo, calidad, etc.

PRODUCTOS SUSTITUTOS:

Amenaza, que se refiere a aquellos productos o servicios que pueden ser usados para el mismo fin, con el riesgo de que estos productos sustitutos sean más baratos o más avanzados tecnológicamente, haciendo que el consumidor opte por ellos y como consecuencia disminuir la rentabilidad de la empresa.

NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES

Riesgo, que afectaría el flujo normal de los procesos para la entrega del servicio. Se convierte en una amenaza cuando los proveedores tienen el poder de negociación de su lado. Esto puede suceder por varios factores: pocos proveedores especializados, materia prima escasa o insustituible, entre otros.

NEGOCIACIÓN CON CLIENTES

Amenaza, que se refleja cuando los compradores están bien organizados, existe abundante oferta para el bien/servicio que solicitan. A mayor cantidad de proveedores, la diferenciación sería la opción para que el cliente se mantenga fiel, pero esto genera mayores costes por usar productos de primera calidad.

Al generar mayores costos, o al retirarse un cliente por la facilidad con la que puede reemplazarnos la rentabilidad de la empresa disminuirá.

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

Como se puede observar en la figura 2.3 “Cinco Fuerzas de Porter” se evidencia que la rivalidad entre los competidores existentes no es en realidad una entrada externa, sino más bien, que resulta de las cuatro fuerzas anteriores.

A mayor cantidad de competidores, mayor exigencia del mercado en costo, calidad y tiempo de respuesta, menores precios para los clientes y menor rentabilidad para la empresa.

FIGURA 2 CINCO FUERZAS DE PORTER



Fuente: Las 5 Fuerzas de Porter
Elaboración: Las Autoras

2.8 ANÁLISIS FODA

La matriz de análisis FODA fue creada a inicios de los años 70, es una metodología usada para conocer la situación del momento de la empresa.

La matriz por sus iniciales analiza:

FORTALEZA: Son los factores en los que la empresa es fuerte y debe potenciar.

OPORTUNIDAD: Representado por los eventos que se encuentran en el entorno y pueden ser aprovechados usando las fortalezas.

AMENAZAS: Son los aspectos negativos del entorno que podrían incluso sacar a la empresa del mercado.

DEBILIDADES: Son problemas propios de la organización y deben ser eliminados o al menos disminuidos.

Una vez realizado el análisis FODA se deben ejecutar planes de acción para solucionar las debilidades, enfocarnos en las oportunidades, reducir las amenazas, todo esto apalancado en las fortalezas.

Es aconsejable, que luego del primer análisis se realice uno nuevo para conocer el nuevo estado de la compañía y si se están cumpliendo o no los planes planteados.

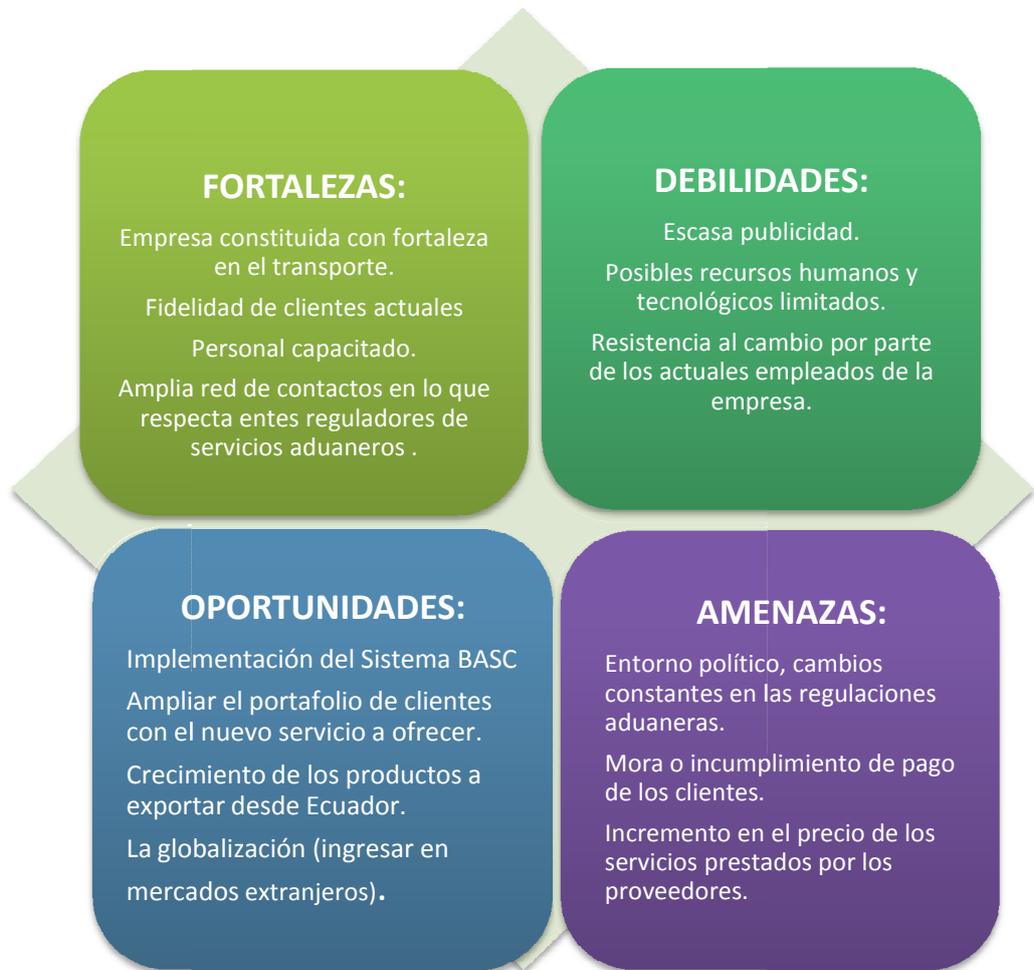
TABLA 1 ANÁLISIS FODA DEL PROYECTO

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	¿Cuáles son las fortalezas de mi empresa? ¿Cómo puedo potenciar las mismas?	¿Cuáles son las debilidades de mi empresa? ¿Cómo puede mitigar las mismas?
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	¿Cuáles son las oportunidades en el mercado? ¿Cómo puedo aprovechar estas oportunidades?	¿Cuáles son las oportunidades en el mercado? ¿Cómo puedo proteger mi empresa de estas amenazas?

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autora

FIGURA 3 ANÁLISIS FODA DE LA EMPRESA



Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. DEFINICIÓN

Existen algunos conceptos para la definición de lo que es un estudio de mercado, en la presente tesis, vamos a hacer referencia a dos: Randall y Kottler, Bloom y Hayes.

Randall (203): "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing"

Kotler, Bloom y Hayes, "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"

El estudio de mercado elaborado para este proyecto de investigación se realizará con el fin de conocer la potencialidad comercial que tendrá la implementación del área de comercio exterior a la empresa BANAGALDI S.A.

3.2. ELEMENTOS DEL MARKETING MIX

A continuación se detalla una breve reseña de la mezcla de mercadotecnia:

“El concepto «mezcla de mercadotecnia» fue desarrollado en 1950 por Neil Borden, quien listó 12 elementos, con las tareas y preocupaciones comunes del responsable del mercadeo. Esta lista original fue simplificada a los cuatro elementos clásicos, o "Cuatro P": Producto, Precio, Punto de venta (distribución), Promoción por McCarthy en 1960. El concepto y la simplicidad del mismo cautivaron a profesores y ejecutivos rápidos.

FIGURA 4 ELEMENTOS DE LA MERCADOTECNIA



PRODUCTO

El producto que se ofrece es un servicio en el cual los exportadores podrán elegir en qué parte de la cadena de exportación desean que BANAGALDI los ayude o si desean el servicio completo (“llave en mano”).

Entre los servicios a los cuales pueden referirse los clientes están:

- Transporte
- Verificación de Carga
- Almacenaje
- Trámites Aduaneros (agentes de aduana)
- Certificados fitosanitarios y de agro calidad
- Custodia de carga
- Seguros

PRECIO

El precio será definido tomando en consideración los siguientes puntos:

- Precios de la competencia
- Rentabilidad esperada
- Precio por servicios independientes
- Precio por servicios “llave en mano”

PLAZA O MERCADO

MACROLOCALIZACIÓN

Las oficinas se encuentran ubicadas en la provincia del Guayas, cantón Guayaquil, Parroquia Ximena.

PROMOCIÓN

Se dará a conocer a la empresa y sus servicios de diferentes formas, las cuales serán detalladas a continuación:

- **Mass Mails:** Se recopilará una base de datos de los exportadores de producto No Petroleros. Dicha información será tomada mayoritariamente vía COMEX y La Corpei. Una vez recabada la información de los clientes potenciales, se enviarán comunicados mensuales con la presentación de la empresa y las actualizaciones y/o novedades que modifiquen el servicio ofertado.
- **Redes Sociales:** Actualmente, facebook y twitter son las redes sociales con mayor alcance y cobertura, con al menos 200 millones de usuario.
- **Relaciones Públicas:** El Gerente General será la voz e imagen del negocio. Adicionalmente, se aplicará la publicidad de boca en boca, para ello, la empresa se compromete a ser líder en la calidad y agilidad del servicio, de tal forma que la reputación de BANAGALDI S.A. se riegue rápidamente por los exportadores del país.

3.3. ANALISIS PEST

TABLA 2 Factores PEST

	POLITICOS	ECONOMICOS	SOCIALES	TECNOLÓGIC AS
POSITIVO	El auge exportador por la atención y convenios por parte del gobierno.	Crecimiento económico. Regulación en la tasa de interés. Confianza del consumidor.	Capacitación constante a empleados.	Cambios en tecnología móvil. Tecnología de rastreo y monitoreo.
	Inseguridad ciudadana. Crisis económica Falta de circulante	Tasa de inflación. Gastos gubernamentales. Políticas de	Adaptación de los empleados al cambio en los procesos.	Gastos en la incrementación del nuevo sistema. Adaptación al

NEGATIVO	Cambio de regulaciones aduaneras.	desempleo.		Cambio en el sistema.
-----------------	-----------------------------------	------------	--	-----------------------

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

3.4 GRUPO OBJETIVO

Perfil del consumidor: Exportadores independientes o empresariales de pequeño, mediano y gran movimiento comercial.

El grupo objetivo que se toma en consideración es el siguiente:

- Exportadores de productos NO petroleros, ya sean estos, tradicionales o no tradicionales.
- Exportadores que se encuentren ubicados en cualquier ciudad a nivel nacional.

3.5 METODOLOGIA

Para la recopilación de información del presente estudio se utilizó el método mixto, para el método cualitativo se realizó una entrevista, al Señor Ing. Humberto Sánchez, Gerente General de Frutabona S.A.

3.5.1 ANALISIS DE LA ENTREVISTA

Para el Ing. Sánchez es de vital importancia que una empresa de logística abarque una logística integral, de tal forma que, facilite la comunicación entre el cliente y la empresa durante todo el proceso de exportación, logrando así, reducir riesgos de atrasos, traspapeles, e incrementar la agilidad, la productividad y favoreciendo al aspecto financiero del cliente.

La primera pregunta realizada se basa, en la experiencia vinculada en el área de logística, ámbito que se encuentra desempeñando el Ing. Sánchez actualmente, en una empresa llamada Frutabona, exportadora de banano. El manifestó que su experiencia es bastante amplia y que llevan más de 5 años

en el mercado y que cada vez se percibe un crecimiento sostenido. El mismo que permite, que la empresa crezca día a día. Sus principales escenarios son; China, Rusia, Holanda y se encuentran abriendo mercado en otros países del continente Americano. Esto sin lugar a dudas es una pauta para BANAGALDI S.A. ya que puede lograr el objetivo propuesto, de conseguir un mercado que atender y además de ello, permita la expansión de la compañía en diferentes países.

La segunda pregunta más bien, fue para identificar cuáles son las principales Fortalezas y Debilidades de su actual proveedor de servicios logísticos, llamado Groupcominter. Esta compañía está a cargo de realizar todo el proceso logístico y aduanero; desde la reserva de la naviera hasta el rastreo del producto durante su destino final. Es de gran importancia poder recopilar este tipo de información, lo cual, nos permitirá saber a detalle sobre la experiencia en cada fase de la exportación. Esta información será de gran ayuda ya que identificamos en sí, las necesidades del cliente y satisfacerlos en la medida de lo posible.

Como fortalezas de Groupcominter tenemos; la cuenta la maneja una persona, quien es la que informa el status de la carga, en todo momento. Manejan una operación global e integral. Procesos End to End, donde termina un proceso inicia el otro. Frutabona inicia la negociación con el cliente en el exterior, es información es dada a Groupcominter y ellos se encargan del resto, se manejan con un plan de trabajo semanal, lo que permite que todo se de debidamente organizado. Este es el vivo ejemplo del enfoque que se requiere dar a BANAGALDI S.A.

Como debilidades de Groupcominter tenemos; Falta de comunicación, problemas logísticos, considerados normales en un proceso como este, que no puede ser 100% exitoso. Esta opinión también contribuye mucho en nuestro estudio.

La tercera pregunta, trata si es considerable que una empresa de logística, como lo es hoy en día BANAGALDI S.A. se encargue solamente de

esa área en específico. La respuesta del Ing. Sánchez fue un rotundo no, pues, el éxito de toda compañía siempre es el de brindar el mejor de los servicios, mientras se tenga contentos a los clientes sin que pasen preocupados la mayoría del tiempo por lo que pudiera pasar con su carga. Además enfatizó que se debe dar siempre un paso adelante antes de recibir sugerencias, la innovación siempre trae buenas cosas consigo. Y esto además de un precio competitivo es lo que busca el mercado en sí.

En base a esta entrevista podemos concluir, que además de que existen hoy en día muchas oportunidades en el mercado externo, que permiten que nos beneficiemos en todo aspecto, tanto como empresa y como país, podemos considerar que la mejor manera de ganar reconocimiento en el mercado es innovando constantemente, logrando ser competitivos, ofreciendo el mejor de los servicios, tranquilidad y confianza que se merecen los clientes. Además contribuimos socialmente, generando empleos y dando a conocer nuestro producto nacional.

3.5.2. ANALISIS DE LA ENCUESTA

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Para el método Cuantitativo se realizó una encuesta, que fue dirigida a Exportadores no petroleros, de producto tradicional o no tradicional.

- Unidad de Muestreo: Personas que se dediquen a las actividades comerciales en el exterior
- Tipo de Preguntas: Abiertas y Cerradas

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para realizar el cálculo del tamaño de la muestra se ha tomado como Población a los exportadores registrados hasta el 2012 en la CORPEI, que como detalla la figura 3.4 “Exportadores registrados por la Corpei 2000 vs 2012”, la variable N corresponderá a 6.517 potenciales usuarios.

GRÁFICO 5 EXPORTADORES REGISTRADOS EN LA CORPEI 2000 AL 2012



FUENTE: CORPEI

ELABORACIÓN: DIRECCIÓN DE INTELIGENCIA COMERCIAL E INVERSIONES.

Al conocer el tamaño de la población, se puede concluir que se tabularán las encuestas con la fórmula para poblaciones finitas, como la que se encuentra abajo descrita:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{N k^2 + Z^2 p q}$$

Donde:

TABLA 3 TABULACIÓN ENCUESTA

	tamaño de la muestra
	tamaño de la población
:	Nivel de confianza 95%
	probabilidad de que acierte
	probabilidad en contra
	error de estimación (0,05)

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * (6517)}{(6517) * (0.5)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 384$$

3.5.3 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La recolección de información se realizó mediante la elaboración de encuestas, que luego serán tabuladas, para conocer la actitud actual de los exportadores con respecto a los operadores logísticos, así como también cuáles son los valores que ellos están dispuestos a pagar.

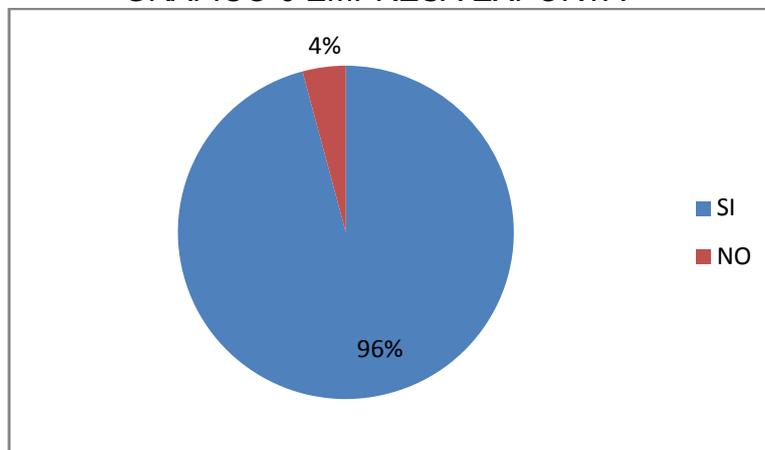
Las encuestas se realizaron en un 90% en el puerto de Guayaquil que es donde más afluencia de clientes potenciales existe.

El otro 10% fueron realizadas tanto en el aeropuerto de Guayaquil como mediante llamadas telefónicas a exportadores de la guía telefónica escogidos aleatoriamente.

3.6 TABULACIÓN Y CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

1. Su empresa exporta

GRÁFICO 6 EMPRESA EXPORTA



Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

TABLA 4 SU EMPRESA EXPORTA

RESPUESTA	RESULTADO	PORCENTAJE
SI	368	96%
NO	16	4%

Fuente: Las Autoras

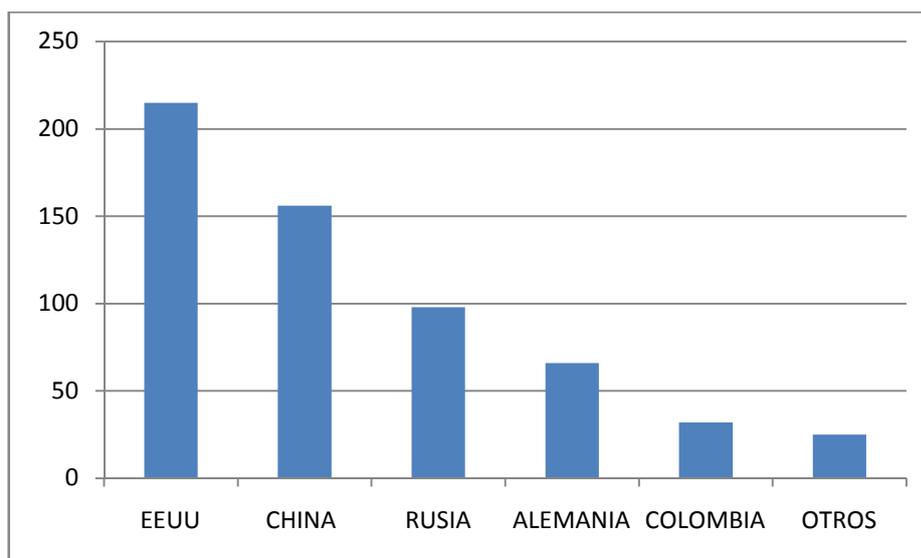
Elaboración: Las Autoras

Conclusión:

El 96% de los encuestados tienen o trabajan en una empresa que se dedica a la exportación de algún bien.

2. Países a Exportar

GRÁFICO 7 PAÍSES A EXPORTAR



Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

TABLA 5 PAISES A EXPORTAR

PAÍS	RESULTADO	PORCENTAJE
EEUU	215	36%
CHINA	156	26%
RUSIA	98	17%
ALEMANIA	66	11%
COLOMBIA	32	5%
OTROS	25	4%

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

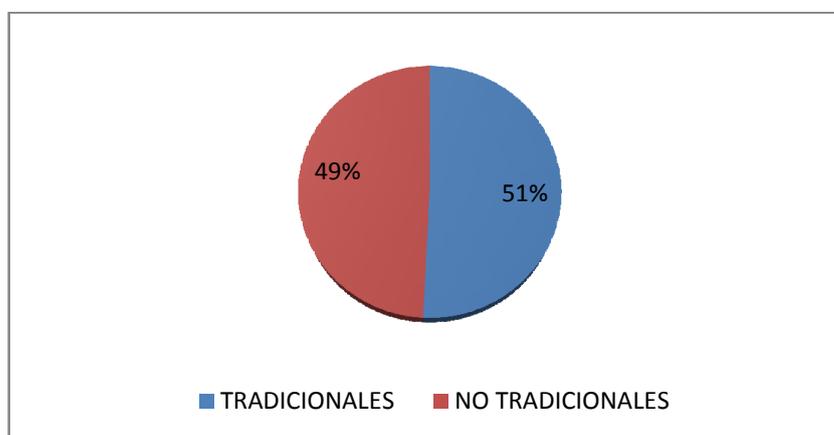
Conclusión:

El país a donde más se exporta es EEUU, en segundo lugar China y en tercer lugar Rusia, siguiéndole países como Alemania y Colombia.

Al querer brindar un servicio personalizado como ventaja competitiva, el personal que trabaje en el área de comercio exterior deberá tener un 100% de conocimiento del idioma inglés, tanto escrito como hablado. Así como también serán capacitados en niveles básicos de mandarín y alemán.

3. Tipos de Producto a Exportar

GRÁFICO 8 PRODUCTOS A EXPORTAR



Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

TABLA 6 TIPOS DE PRODUCTOS A EXPORTAR

TIPO DE PRODUCTO	RESULTADO	PORCENTAJE
Tradicionales	195	51%
No Tradicionales	189	49%

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Conclusión:

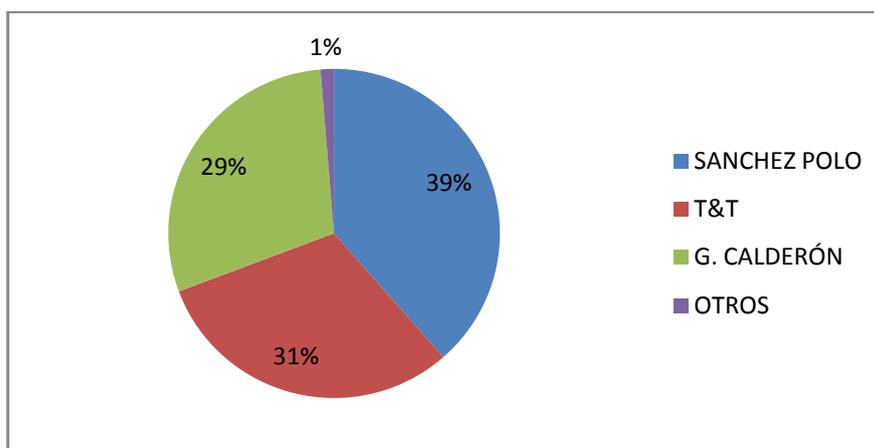
Las empresas consultadas exportan gran variedad de productos, al contar con casi un 50% de repartición entre productos tradicionales y no tradicionales, nos indica que la empresa debe estar preparada para todo tipo

de trámites aduaneros y fitosanitarios, almacenaje y transportación con y sin refrigeración.

Especializarse en un solo tipo de producto, pondría en riesgo perder al 50% de clientes potenciales futuros.

4. Operador Logístico Actual

GRÁFICO 9 OPERADORES LOGISTICO



Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

TABLA 7 OPERADORES LOGÍSTICO

OPERADOR LOGÍSTICO	RESULTADO	PORCENTAJE
Sánchez Polo	148	39%
T&T	118	31%
G. Calderón	113	29%
Otros	5	1%

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

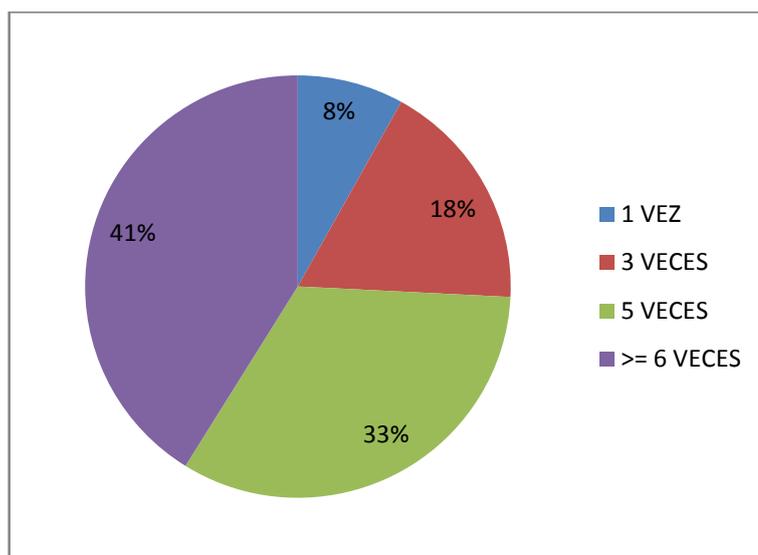
Conclusión

Sánchez Polo, Torres & Torres y Grupo Calderón serán los principales competidores, la preferencia del mercado así lo indica.

Con porcentajes tan altos de aceptación, se deberá trabajar en benchmarking, tomando las mejores cualidades de estas tres empresas para así poder ofertar un servicio único y diferenciado.

5. Frecuencia Semanal

GRÁFICO 10 FRECUENCIA QUE UTILIZA EL SERVICIO



Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

TABLA 8 FRECUENCIA QUE UTILIZA EL SERVICIO

FRECUENCIA SEMANAL	RESULTADO	PORCENTAJE
1 vez	31	8%
3 Veces	68	18%
5 Veces	127	33%
>= 6 Veces	158	41%

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Conclusión:

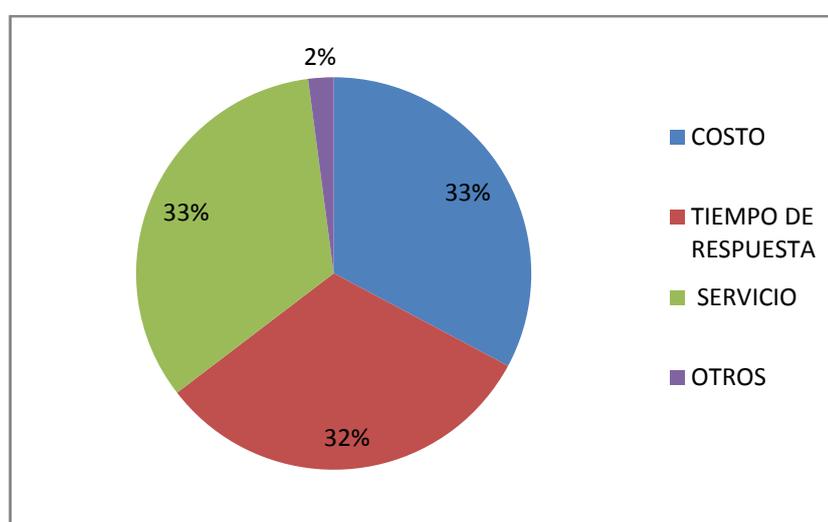
El 74% de las personas encuestadas utilizan el servicio de un operador logístico entre 5 o 6 veces a la semana.

Al ser más de la mitad de la muestra quienes usan con mayor frecuencia el servicio de un operador logístico, se sustenta de la factibilidad de implementación del área de comercio exterior a la empresa BANAGALDI S.A.

El mercado potencial es alto así como la frecuencia con la que usan el servicio.

6. Diferenciación

GRÁFICO 11 SERVICIOS OPERADOR LOGÍSTICO



Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

TABLA 9 SERVICIOS OPERADOR LOGÍSTICO

DIFERENCIACIÓN	RESULTADO	PORCENTAJE
Costo	126	33%
Tiempo de respuesta	122	32%
Servicio	128	33%
Otros	8	2%

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Conclusión:

Para los usuarios de servicios de operadores logísticos es igualmente importante el costo, como el tiempo de respuesta y la calidad del servicio, apenas un 2% de la muestra tomada, toma como diferenciación de su proveedor un factor diferente a lo antes expuesto.

Esta conclusión da la pauta para encaminar los procesos operativos de la mejor manera, consolidando la confianza con las entidades reguladoras de exportación de tal forma que la carga no sufra retrasos que acarren mayores costos o quedar fuera de los estándares de servicio esperado.

7. Valor

El precio promedio que arrojó como resultado de la encuesta es de US \$800 por servicio prestado.

3.7 OBJETO SOCIAL BANAGALDI S.A.

Actualmente BANAGALDI S.A. tiene como objeto social servicio de transportación de de carga pesada por carretera, por ese motivo con la implementación del nuevo servicio hay que hacer modificación en el SRI y súper intendencia de compañía. Se informarán estos cambios en un plazo máximo de 30 días hábiles de ocurridos estos hechos.

- Requisitos: Se deberá presentar una copia del documento que respalde el cambio de información que va a realizar según el tipo de sociedad, de acuerdo al documento adjunto.
- Procedimiento: Una vez completados los requisitos que ese encuentran en el archivo adjunto, el contribuyente se puede acercar a cualquiera de las oficinas a nivel nacional a actualizar su Registro Único de Contribuyentes.
- Costo: Sin costo directo para el contribuyente
- Tiempo Estimado de Entrega: 5 Minutos
- Capital Suscrito: \$800

CAPÍTULO IV

PLAN ESTRATÉGICO

4.1 MISIÓN BANAGALDI S.A.

Ser el operador logístico reconocido por nuestros estándares de calidad, brindando el mejor servicio, satisfaciendo oportunamente las necesidades de los exportadores y buscando la mejora continua de nuestros procesos, cumpliendo con todos los requisitos reglamentarios de cada destino.

4.2 VISIÓN BANAGALDI S.A.

Posicionarnos como el mejor soporte logístico nacional y expandir nuestras redes internacionalmente.

4.3 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Prestar un servicio al cliente las 24 horas del día y los 7 días a la semana, comprometiendo Calidad, Seguridad y competitividad.
- Tener un crecimiento de un 10% anual a través de ofrecer un servicio personalizado según el país de procedencia.
- Ampliar la red logística a nivel internacional mediante Joint Venture de empresas similares en los países vecinos.

4.4 OBJETIVOS DE MARKETING

- Brindar a nuestros clientes servicios integrados que permitan satisfacer mayormente sus necesidades.
- Crecer un 5% anual a nivel nacional e internacional mediante campañas cibernéticas.
- Establecer comunicación oportuna, seguimiento y asesoramiento a nuestros clientes a través de nuestros portales y líneas directas.

4.5 OBJETIVOS FINANCIEROS

- Obtener una utilidad anual de tal forma que se pueda recuperar la inversión en los primeros 2 años de funcionamiento.
- Crecer constantemente en nuestros ingresos para alcanzar una rentabilidad superior al 5% cada año.
- Mantener los indicadores financieros de la compañía dentro de los límites aceptados.

4.6 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

BANAGALDI S.A. es una empresa ya existente en el mercado, pero únicamente conocido por sus servicios de transporte. Con el desarrollo de la presente investigación se busca implementarle los servicios aduaneros, de tal forma que se pueda convertir en un operador de logística integral que conceda a sus usuarios servicios especializados y personalizados para la exportación de cualquier tipo de carga no petrolera.

CARTERA DE SERVICIOS

A continuación se detallan los servicios que se prestarán a los exportadores que nos elijan como sus proveedores:

- Servicio de Transporte
 - Temperado,
 - Multimodal,
 - Organización de Rutas.
- Almacenamiento
 - Control de Inventarios
 - Disponibilidad de área física acorde a cada cliente.
- Consolidación y desconsolidación de cargas.
- Verificación de carga.
- Monitoreo del traslado de la carga.
- Naviera.
- Representación en Inspecciones Antinarcoóticos.

- Trámites de Calidad.
- Fitosanitarios.
- Agro-Calidad.
- Envío de Valija documentación al importador.
- Reportes de status de carga y documento mensualmente a los exportadores e importadores.
- Respaldo del trámite.

CICLO DE VIDA DEL SERVICIO

El ciclo de vida para el tipo de servicio que se desea ofertar no tiene un tiempo definido. El ciclo de vida en general inicia cuando el cliente coloca la necesidad y culmina cuando la carga ha sido recibida a total satisfacción del consumidor de acuerdo a los parámetros acordados, seguros, transporte, almacenaje, etc.

4.7 LA ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa BANAGLADI S.A. es una organización creada en el año 2010, con el objetivo de brindar soluciones de transporte a las empresas exportadoras, actualmente se analiza la incrementación de una nueva área para la tramitación de servicios aduaneros a nuestros clientes.

Lo que nos diferencia de la competencia es:

- ✓ Desarrollo y mejoramiento constante de su infraestructura: tanto de transporte como de instalaciones en general.
- ✓ Construcción y perfeccionamiento de un brazo comercial, que nos permita mejorar cada vez más nuestros servicios.
- ✓ Desarrollo de un equipo humano capacitado para el manejo de las áreas de la empresa: administrativa y operacional.

FIGURA 7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

MANUAL DE FUNCIONES

En el presente manual de funciones se describen el perfil del ocupante del cargo, objetivo del cargo, jefe inmediato y responsabilidades.

El manual de funciones servirá como un referente mínimo de actividades y responsabilidades, así como, guía de comportamiento para todos los empleados de la empresa, cabe acotar que, al ser BANAGALDI S.A. una empresa ya constituida, algunos de los cargos ya existen y serán compartidos con la nueva rama de servicios aduaneros que se implementarán en la empresa. Haciendo referencia al organigrama expuesto en el punto 4.7.1 “Estructura Organizacional” los cargos pintados de color azul son aquellos que ya existían y serán compartidos. Los cargos de los recuadros lila serán los necesarios para poder llevar a cabo la prestación de los nuevos servicios aduaneros.

Gerente General

- Área: Gerencia general
- Departamento: General
- Se reporta: Junta de accionista.
- Cargos que supervisa: Gerente financiero, gerente de operaciones, procesos y director administrativo.

1. Requerimientos del puesto

- Accionista.
- Experiencia: Administración empresarial

2.- Responsabilidades

- Planificar periódicamente las actividades administrativas y operacionales
- Elaborar presupuestos
- Administrar todas las actividades de la empresa
- Control y seguridad de todos los procesos de BANAGALDI S.A.

Asistente contable

- Área: Administrativa
- Departamento: Administrativo – Contabilidad
- Se reporta a: Gerente General y contador

1.- Requerimientos del puesto

- Educación: Superior.

2.- Responsabilidades

- Asistir en las tareas administrativas al Gerente General
- Tener en regla todos los documentos administrativos
- Llevar responsablemente los registros contables
- Tener en regla todos los documentos contables
- Control y seguridad del proceso Administrativo

Gerente de Operaciones

- Área: Operaciones
- Departamento: Operaciones
- Se reporta a: Gerente General

- Cargos que supervisa: Choferes, coordinador comercio exterior y Asistente operaciones
- N° de personas que supervisa: 7

1.- Requerimientos del puesto

- Educación: Universitaria y licencia de agente aduanero.
- Experiencia: Mínimo seis meses en puestos similares

2.- Responsabilidades

- Programar las actividades de operaciones
- Cumplir y hacer cumplir la programación diaria
- Acatar las órdenes del Gerente General
- Control y seguridad de los procesos operacionales -logísticos

Coordinador de Comercio Exterior

1.- Jefe Inmediato:

- Gerente de Operaciones y Procesos

2.- Perfil del Cargo:

- Personales
- Edad: 30 a 40 años
- Sexo: Indistinto
- Estado Civil: Indistinto
- Educación Formal: Economista, Ingeniero Comercial, Ingeniería Industrial, Administración de Empresas o carreras afines.
- Experiencia: Tres (3) años en Cargos similares

3.- Competencias Requeridas

- Conocimiento de sistemas ERP
- Conocimiento de inglés indispensable
- Conocimiento de otros idiomas deseable
- Dinamismo
- Comunicación efectiva
- Trabajo en equipo y bajo presión
- Capacidad de observación e investigación
- Destrezas de negociación
- Organización y priorización de eventos

Objetivo del Cargo: Definir procesos y controles que permitan cumplir con la estrategia comercial en el menor tiempo y costo posible de tal forma que se pueda ofrecer el costo y servicio como ventaja competitiva de la empresa.

Funciones:

- Realizar la estrategia operacional de la empresa alineada al cumplimiento de la misión y visión de la compañía.
- Elaborar el presupuesto de gastos para los siguientes 2 años del área de operaciones.
- Analizar a la competencia y formar barreras de entrada para ellos en el mercado.
- Innovar constantemente los paquetes de servicios que se pueden ofertar
- Aprobar el ingreso de nuevas personas al área de operaciones.

Asistente de Operaciones

1.- Jefe Inmediato

- Coordinador de Comercio Exterior
- Perfil del Cargo:
- Personales
- Edad: 22 a 35 años
- Sexo: Indistinto
- Estado Civil: Indistinto
- Educación Formal:
- Egresado de Economía, Ingeniería Comercial, Ingeniería Industrial, Administración de Empresas o carreras afines.
- Experiencia: Un (1) año en Cargos similares

2.- Competencias Requeridas

- Manejo de sistemas ERP
- Conocimiento de inglés indispensable
- Conocimiento de otros idiomas deseable
- Comunicación efectiva
- Trabajo en equipo y bajo presión

- Planificación
- Organización y priorización de eventos

Objetivo del Cargo: Organizar, planificar y priorizar las tareas de asignación de elementos a los diferentes clientes en el menor tiempo y costo.

Funciones:

- Informar diariamente a los clientes vía correo electrónico sobre el status de su carga, así como también informar telefónicamente cualquier eventualidad que se presente.
- Coordinar la adecuada repartición de elementos (transporte, personal, etc.) de tal forma que se atienda a todos los clientes.
- Coordinar con nuestros proveedores la disponibilidad de elementos (bodegas, seguros, transporte, etc.) de tal manera que los procesos fluyan sin interrupciones
- Organizar y proyectar semanalmente con los proveedores las necesidades de la semana entrante.

4.8. CINCO FUERZAS DE PORTER

A continuación se detallan las cinco fuerzas de Porter aplicadas al objeto de esta investigación como sugiere la información del capítulo 1.

ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES:

Para evitar la entrada de nuevos competidores al mercado se debe analizar las barreras de entradas que existen en el mercado y/o que BANAGALDI S.A. va a aplicar:

DIFERENCIACIÓN DEL SERVICIO

El servicio de operador logístico que ofrecerá la empresa será diferenciado de la competencia por la capacitación constante que reciben los empleados, implementación del sistema BASC, contratación de consultores que nos evalúen anualmente para la mejora continua. Esto nos llevará a

obtener el mejor precio, con la calidad y rapidez necesaria para los trámites de exportación.

ECONOMÍA DE ESCALA

Dado que la empresa ofrece uno o varios servicios, se aplicarán descuentos dependiendo de la cantidad de servicios que solicite el exportador.

REBATE

Al completar 100 servicios mensuales se hará un rebate del 1% para los servicios del 100 al 200 y del 2% para los servicios del 201 en adelante.

PRODUCTOS SUSTITUTOS:

El producto sustituto para BANAGALDI S.A. sería que la empresa a la que pertenecen los exportadores decida contratar personal para el área de comercio exterior.

Pero, en el Ecuador, existe una cantidad considerable de pymes que prefieren invertir su dinero en la especialidad a la que pertenecen y contratar las operaciones que no son su giro de negocio.

Adicionalmente, las leyes ecuatorianas están cada día más exigentes y a favor del trabajador por lo que es conveniente que las empresas se dediquen a lo que genera valor agregado a su producto y/o servicio.

NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES

Los proveedores que trabajarán con la nueva área de la empresa son escogidos luego de una exhaustiva investigación de su historial, capacidad de respuesta. Anualmente se les realiza una auditoría en la que la calificación mínima deberá ser A y la más alta A++, aquellos proveedores que se encuentran fuera de este rango serán automáticamente removidos de la empresa y sustituidos por otros que sí cumplan las especificaciones.

De la misma forma en que se les exige a los proveedores que cumplan con los estándares, son tratados por parte de la compañía. Todo esto con el fin de establecer una alianza que se perdure en el tiempo, generando estabilidad y confianza a lo largo de la cadena de abastecimiento.

NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES

El portafolio de clientes con el que espera trabajar la compañía será amplio y variado. Cada vez que se decida atender a un exportador nuevo deberá pasar por una calificación financiera que evite futuros problemas de mora.

Se espera que el poder de negociación de los clientes sea bajo o nulo debido a la diferenciación del servicio que se ofrecerá por el amplio conocimiento de todo tipo de carga tradicional y no tradicional.

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

Como lo expresa la pregunta # 4 de la encuesta, los principales competidores actuales son:

- Transporte Sánchez Polo
- Grupo Calderón (Rocalvi)
- Grupo Torres & Torres

Se realizará una investigación de mercado con respecto a las cualidades cuantitativas y cualitativas de los competidores particularmente de las tres empresas mencionadas en la pregunta #4 de la encuesta.

El objetivo es realizar un benchmarking de sus ventajas competitivas y superarlas.

TABLA 10 ANÁLISIS FODA DEL PROYECTO

A continuación se anexa matriz FODA de acuerdo a las especificaciones dadas en el capítulo 2.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Empresa constituida con fortaleza en el transporte • Fidelidad de clientes actuales • Personal capacitado • Expertiz en el área de comercio exterior • Amplia red de contactos en lo que respecta entes reguladores de servicios aduaneros 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa publicidad • Posibles recursos humanos y tecnológicos limitados • Resistencia al cambio por parte de los actuales empleados de la empresa
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Implementación del Sistema BASC • Ampliar el portafolio de clientes con el nuevo servicio a ofrecer • Crecimiento de los productos a exportar desde Ecuador • La globalización (ingresar en mercados extranjeros) 	<ul style="list-style-type: none"> • Entorno político, cambios constantes en las regulaciones aduaneras • Mora o incumplimiento de pago de los clientes • Incremento en el precio de los servicios prestados por los proveedores

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

4.9. ESTRATEGIA COMERCIAL

Luego de aplicar las herramientas para conocer la situación de la empresa y realizados los análisis estratégicos comerciales se ha decidido aplicar las siguientes estrategias comerciales para la fidelización de los clientes:

- Servicio de consultoría logística
- Variedad de tipos en la disponibilidad del transporte.

- Rebates para los mejores consumidores del servicio.
- Atención bilingüe garantizada, con conocimientos básicos de otros idiomas como alemán y mandarín.
- Servicios con los mejores tiempos de respuesta, plazos de entrega y facilidad al acceso de la información.
- Información consolidada del status de la carga en una sola persona.
- Expertiz en el mercado del servicio de transporte y trámites aduaneros.
- Tecnología de punta dentro de los procesos.

CAPÍTULO V: ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS

A continuación se enlistan los principales servicios que se brindarán con sus costos, tomando en consideración el precio promedio que pagan actualmente los consumidores. Se realiza además, una proyección de ventas anual para poder tener una estimación del primer año de funcionamiento:

TABLA 11 RESUMEN PROYECCION DE INGRESOS POR VENTAS

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Unidades Anuales	Precio de Venta (\$)	Ventas Anuales (\$)
Trámites Aduaneros (agente aduanero, órdenes de embarque) Por exportador	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 96,05	\$ 23.052,00
Almacenajes	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 113,00	\$ 130.176,00
Verificación de Carga	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 45,20	\$ 52.070,40
Trámites de Calidad (Fito Sanitarios - Agro Calidad)	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 45,20	\$ 10.848,00
Representación en Inspecciones antinarcoóticos	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 84,75	\$ 20.340,00
Transporte	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 429,40	\$ 494.668,80
Naviera	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 271,20	\$ 65.088,00
Envíos DHL	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 50,85	\$ 12.204,00
Totales	388	4.656		\$ 808.447,20											

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Se espera que para el año 1 los ingresos por ventas de servicio como operador logístico sean de aproximadamente US \$ 808.447,20

Con un precio promedio de US \$ 710 por servicio prestado.

5.2 COSTOS DIRECTOS

Los costos directos, como su nombre lo indica, son aquellos que afectan totalmente al producto. Es decir que, si no se incurren en estos costos, probablemente el servicio no pudiera ser prestado en un 100%

TABLA 12 TABLA DE COSTOS DIRECTOS

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Unidades Anuales	Costo (\$)	Costos Anuales (\$)	Costos Trimestrales (\$)
Trámites Aduaneros (agente aduanero, órdenes de embarque)	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 85,00	\$ 20.400,00	\$ 5.100,00
Almacenajes	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 100,00	\$ 115.200,00	\$ 28.800,00
Verificación de Carga	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 40,00	\$ 46.080,00	\$ 11.520,00
Trámites de Calidad (Fito Sanitarios - Agro Calidad)	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 40,00	\$ 9.600,00	\$ 2.400,00
Documentos antinarcóticos	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 75,00	\$ 18.000,00	\$ 4.500,00
Transporte	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 380,00	\$ 437.760,00	\$ 109.440,00
Naviera	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 240,00	\$ 57.600,00	\$ 14.400,00
Envíos DHL	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 45,00	\$ 10.800,00	\$ 2.700,00
Totales	388	4.656		\$ 715.440,00	\$ 178.860,00											

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Se proyecta un costo anual de US \$ 715.440,00 distribuidos entre los principales servicios a brindar.

5.3 INSUMOS DIRECTOS

Son aquellos que inciden en la realización del producto y/o servicio. Es decir, si alguno de ellos nos llegase a faltar el compromiso con el cliente se verá afectado.

TABLA 13 TABLA DE INSUMOS DIRECTOS

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Unidades Anuales	Costo (\$)	Costos Anuales (\$)
Cartuchos para Impresoras	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	26	\$ 50,00	\$ 1.300,00
Servicio de Internet	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 30,00	\$ 360,00
Telefono Fijo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 30,00	\$ 360,00
Servicio de telefonía móvil	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24	\$ 50,00	\$ 1.200,00
Viaticos Mensajeros	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	\$ 20,00	\$ 960,00
Viaticos Operacionales	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	\$ 150,00	\$ 7.200,00
Totales	14	15	15	170		\$ 11.380,00									

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Lo proyectado en gastos referentes a insumos indirectos para el año 1 es de US \$11.380,00 que principalmente serán en consumo de cartuchos de impresoras, telefonía fija y móvil, internet y viáticos.

5.4 MANO DE OBRA DIRECTA

La mano de obra directa se refiere al personal con las que su labor se lleva a cabo el flujo del servicio. En este caso serían dos personas, coordinador de comercio exterior y asistente de operaciones.

Para efectos del cálculo de los costos incurridos en mano de obra directa, se contemplarán los beneficios de ley como lo detalla la siguiente tabla:

TABLA 14 RESUMEN MANO DE OBRA DIRECTA

Descripción	Sueldo Mensual	Aporte Personal 9.45%	Total a Recibir	Aporte Patronal 12.15%	13er Sueldo	14to Sueldo	Vacaciones	Fondos de Reserva	Costo (\$)
Asistente de Operaciones	380	36	344	46	32	28	16	32	\$ 533,67
Coordinador de Comercio Exterior	520	49	471	63	43	28	22	43	\$ 719,85
Totales	900	85	815	109	75	57	38	75	\$ 1.253,52

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Los gastos mensuales por sueldos incluidos los beneficios de ley corresponden a US \$ 1.253.52

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Unidades Anuales	Costo (\$)	Costos Anuales (\$)
Asistente de Operaciones	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 533,67	\$ 6.404,04
Coordinador de Comercio Exterior	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 719,85	\$ 8.638,16
Totales	2	24		\$ 15.042,20											

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

5.5 COSTOS INDIRECTOS

Los costos indirectos son aquellos que son necesarios pero no indispensables o inherentes al desarrollo normal del servicio prestado, a continuación se detallan los relacionados al área de comercio exterior a implementar en BANAGALDI S.A.:

TABLA 15 RESUMEN COSTOS DIRECTOS

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Unidades Anuales	Costo (\$)	Costos Anuales (\$)
Servicios básicos (Luz + Agua)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Materiales de Limpieza	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 50.00	\$ 600.00
Suministros de oficina	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 50.00	\$ 600.00
Suministros de Cafetería	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 20.00	\$ 240.00
Totales	4	48		\$ 3,840.00											

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

El presupuesto proyectado para cubrir el año 1 del costo en mención es de US \$ 3.840

5.6 GASTOS GENERALES

Los gastos generales a los que se referirá la presente tesis serán: alquiler y seguro de bienes.

TABLA 16 RESUMEN DE GATOS DIRECTOS

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Unidades Anuales	Costo (\$)	Costos Anuales (\$)
Alquileres	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24	\$ 160.00	\$ 3,840.00
Seguros de bienes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 250.00	\$ 3,000.00
Totales	3	36		\$ 6,840.00											

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Estos gastos ascienden a US \$6.840 anuales.

5.7 INVERSIONES DEL PROYECTO

Como en todo proyecto, BANAGALDI S.A. no es la excepción y también debe realizar una inversión inicial. Dado que es una empresa de servicios, la inversión no es tan alta como si se tuviese que comprar maquinarias productivas.

La inversión estará dada básicamente por adecuaciones y equipamientos a las oficinas y herramientas tecnológicas para el personal.

TABLA 17 RESUMEN DE INVERSIÓN DEL PROYECTO

Descripción	Tipo	Valor (\$)
Escritorios	Muebles y Enseres	\$ 700.00
Sillas ergonomicas	Muebles y	\$ 240.00
Equipos tecnológicos nuevo personal	Computadoras	\$ 1,300.00
Impresora	Computadoras	\$ 250.00
Celulares	Computadoras	\$ 200.00
Adecuación del Local	Edificio	\$ 620.00
Telefonos Fijos	Herramientas	\$ 160.00
Scanner	Computadoras	\$ 250.00
Total Activos Fijos		\$ 3,720.00

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Estos gastos ascienden a US \$3.720

5.8 DEPRECIACIONES

Las depreciaciones a considerar estarán consideradas en muebles y enseres y computadoras.

A continuación se muestra la tabla de relación año-porcentaje según el rubro a depreciar.

TABLA 18 DEPRECIACIÓN

Depreciaciones	%	Años
Edificios	5%	20
Maquinarias y Equipos	10%	10
Muebles y Enseres	10%	10
Herramientas	10%	10
Vehículos	20%	5
Computadoras	33%	3

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

A continuación se muestra el valor a depreciar en al año 1, el cual es de US \$ 736.83

TABLA 19 DEPRECIACIÓN DEL PROYECTO

Activo	Tipo	Costo	Vida útil	Depreciación
Escritorios	Muebles y Enseres	\$ 700.00	10	\$ 70.00
Sillas ergonómicas	Muebles y Enseres	\$ 240.00	10	\$ 24.00
Equipos tecnológicos nuevo	Computadoras	\$ 1,300.00	3	\$ 433.33
Impresora	Computadoras	\$ 250.00	3	\$ 83.33
Celulares	Computadoras	\$ 200.00	3	\$ 66.67
Adecuación del Local	Edificio	\$ 620.00	20	\$ 31.00
Telefonos Fijos	Herramientas	\$ 160.00	10	\$ 16.00
Pintura	Edificio	\$ 250.00	20	\$ 12.50
Total				\$ 736.83

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

5.9 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

El total de la inversión inicial es de US \$ 191.855,55 que están divididos en US \$ 3.720 correspondientes a activos fijos y US \$ 188.135,55 correspondientes al capital de trabajo.

El capital de trabajo es lo mínimo que se necesita para iniciar un proyecto, este contempla la sumatoria de costos, insumos, mano de obra directa, así como también costos indirectos y gastos generales. Para el caso de la implementación de los servicios aduaneros de una empresa, se espera que el dinero rote dentro del mismo mes, es decir, BANAGALDI S.A. cancela los servicios de sus proveedores para atender los requerimientos de sus clientes, luego éstos últimos deberán pagarle a la compañía sus haberes en un plazo máximo no mayor a 30 días dependiendo del caso.

Por lo antes expuesto, el préstamo que se realizará al banco será lo que correspondiente a un trimestre de operaciones para poder tener un respaldo en el cual sustentarnos en caso de que algún cliente caiga en mora financiera.

TABLA 20 RESUMEN INVERSIÓN DEL PROYECTO

Capital de Trabajo	\$	188.135,55
Total Inversión	\$	191.855,55
Total Activos Fijos	\$	3.720,00
Capital de Trabajo	\$	188.135,55

Inversión Total	\$	191.855,55	
Financiamiento	\$	161.855,55	0,84
Recursos Propios	\$	30.000,00	0,16
			Estructura de Capital

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Dado que se invertirán US \$ 30.000 con recursos propios, el saldo, es decir, de US\$ 191.855,55 serán solicitados como préstamo al Banco MM Jaramillo

Arteaga con una tasa de interés del 11.25% a 5 años plazo, teniendo como resultado la tabla de amortización en líneas de abajo expuesta.

TABLA 21 RESUMEN DEL PRÉSTAMO

Información sobre el Préstamo	
Capital	\$ 161.855,55
Tasa de interés anual	11,25%
Plazo en años	5
Valor del Dividendo anual	\$ 44.069,05

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

TABLA 22 TABLA AMORTIZACIÓN

Tabla de Amortización				
	Saldo	Dividendo	Interés	Amortización
1	\$ 161.855,55	\$ 44.069,05	\$ 18.208,75	\$ 25.860,30
2	\$ 135.995,25	\$ 44.069,05	\$ 15.299,47	\$ 28.769,59
3	\$ 107.225,66	\$ 44.069,05	\$ 12.062,89	\$ 32.006,17
4	\$ 75.219,49	\$ 44.069,05	\$ 8.462,19	\$ 35.606,86
5	\$ 39.612,63	\$ 44.069,05	\$ 4.456,42	\$ 39.612,63

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

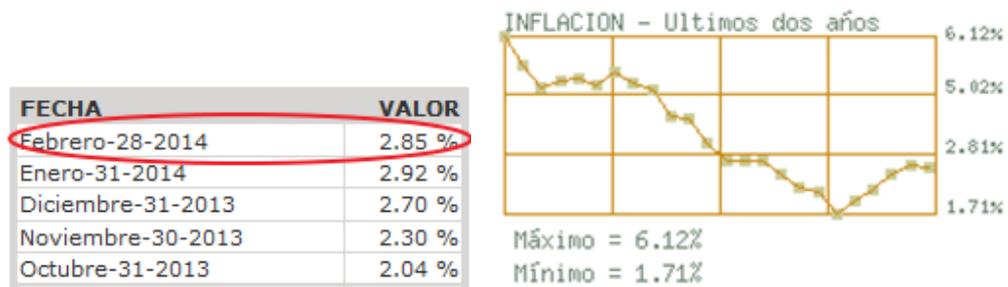
5.10 ANÁLISIS FINANCIERO

Para llevar a cabo el análisis financiero, hemos tomado la última publicación realizada por el BCE (Banco Central del Ecuador), donde observamos que el porcentaje de la inflación acumulada para el mes de febrero de los presentes, fue de un 2,85%, y el porcentaje acumulado de un 0,83%.

Considerando estos datos y realizando un promedio basándonos en el historial del año 2013, logramos calcular que la inflación para el año 2014 será

aproximadamente de un 3.1%. Por tal motivo consideramos para nuestro análisis la información en referencia y logramos realizar un escenario donde establecemos un aumento del 4% tanto en nuestros costos como en nuestro precio de venta de nuestros servicios.

GRÁFICO 12 INFLACIÓN



Fuente: Banco Central

TABLA 23 TASAS

Tasa crecimiento precio/inflación	4%
Tasa crecimiento costo directo	4%
Tasa crecimiento insumos directos	4%
Tasa crecimiento mano obra directa	10%
Tasa crecimiento costo indirecto	4%
Tasa crecimiento gastos generales	4%
Tasa impositiva	33,70%
Tasa descuento proyecto	20%
Costo promedio ponderado de capital	12,76%

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

TABLA 24 RESUMEN DE BALANCE

	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas	\$ 808.447,20	\$ 839.976,64	\$ 872.735,73	\$ 906.772,42	\$ 942.136,55	
Ventas Activos						
Costos Directos	\$ (715.440,00)	\$ (744.057,60)	\$ (773.819,90)	\$ (804.772,70)	\$ (836.963,61)	
Insumos Directos	\$ (11.380,00)	\$ (11.835,20)	\$ (12.308,61)	\$ (12.800,95)	\$ (13.312,99)	
Mano de Obra Directa	\$ (15.042,20)	\$ (16.546,42)	\$ (18.201,06)	\$ (20.021,17)	\$ (22.023,29)	
Costos Indirectos	\$ (3.840,00)	\$ (3.993,60)	\$ (4.153,34)	\$ (4.319,48)	\$ (4.492,26)	
Gastos Generales	\$ (6.840,00)	\$ (7.113,60)	\$ (7.398,14)	\$ (7.694,07)	\$ (8.001,83)	
Costos Financieros (Intereses)	\$ (18.208,75)	\$ (15.299,47)	\$ (12.062,89)	\$ (8.462,19)	\$ (4.456,42)	
Depreciaciones en General	\$ (736,83)	\$ (736,83)	\$ (736,83)	\$ (736,83)	\$ (736,83)	
Valor en Libro						
Utilidad Bruta	\$ 36.959,42	\$ 40.393,92	\$ 44.054,95	\$ 47.965,03	\$ 52.149,32	
Particip. Trabaj. e Impuestos	\$ (12.455,32)	\$ (13.612,75)	\$ (14.846,52)	\$ (16.164,21)	\$ (17.574,32)	
Utilidad Neta	\$ 24.504,09	\$ 26.781,17	\$ 29.208,43	\$ 31.800,81	\$ 34.575,00	
Depreciaciones en General	\$ 736,83	\$ 736,83	\$ 736,83	\$ 736,83	\$ 736,83	
Valor en Libro	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Inversiones en General	\$ (3.720,00)					
Capital de Trabajo	\$ (188.135,55)	\$ (7.751,05)	\$ (8.083,66)	\$ (8.431,83)	\$ (8.796,40)	\$ 221.198,49
Préstamo	\$ 161.855,55					
Amortización Préstamo	\$ (25.860,30)	\$ (28.769,59)	\$ (32.006,17)	\$ (35.606,86)	\$ (39.612,63)	
Valor de Desecho					\$ 35,83	
Flujo de Caja	\$ (30.000,00)	\$ (8.370,43)	\$ (9.335,24)	\$ (10.492,73)	\$ (11.865,61)	\$ 216.933,53
Flujo Acumulado	\$ (38.370,43)	\$ (47.705,68)	\$ (58.198,41)	\$ (70.064,02)	\$ 146.869,51	
Flujo Descontado	\$ (6.975,36)	\$ (7.779,37)	\$ (8.743,94)	\$ (9.888,01)	\$ 180.777,94	
Flujo Acumulado Descontado	\$ (36.975,36)	\$ (44.754,73)	\$ (53.498,67)	\$ (63.386,68)	\$ 117.391,26	
Pay Back		0	0	0	0	1
Pay Back Descontado		0	0	0	0	1
Valor Presente Neto	\$ 60.236,31					
Tasa Interna de Retorno	34%					

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

5.11 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

TABLA 25 ESTADO PERDIDA Y GANANCIAS

Estado de Pérdidas y Ganancias					
Descripción	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 808.447,20	\$ 839.976,64	\$ 872.735,73	\$ 906.772,42	\$ 942.136,55
Costos Directos	\$ (741.862,20)	\$ (772.439,22)	\$ (804.329,57)	\$ (837.594,82)	\$ (872.299,88)
Utilidad Bruta	\$ 66.585,00	\$ 67.537,42	\$ 68.406,16	\$ 69.177,60	\$ 69.836,66
Costos Indirectos	\$ (10.680,00)	\$ (11.107,20)	\$ (11.551,49)	\$ (12.013,55)	\$ (12.494,09)
Utilidad Operativa	\$ 55.905,00	\$ 56.430,22	\$ 56.854,67	\$ 57.164,06	\$ 57.342,57
Depreciación	\$ (736,83)	\$ (736,83)	\$ (736,83)	\$ (736,83)	\$ (736,83)
Gastos Financieros (Intereses)	\$ (18.208,75)	\$ (15.299,47)	\$ (12.062,89)	\$ (8.462,19)	\$ (4.456,42)
Utilidad antes Impuestos	\$ 36.959,42	\$ 40.393,92	\$ 44.054,95	\$ 47.965,03	\$ 52.149,32
Impuestos	\$ (12.455,32)	\$ (13.612,75)	\$ (14.846,52)	\$ (16.164,21)	\$ (17.574,32)
Utilidad Neta	\$ 24.504,09	\$ 26.781,17	\$ 29.208,43	\$ 31.800,81	\$ 34.575,00
Ratios de rentabilidad	1	2	3	4	5
Margen Bruto	8,24%	8,04%	7,84%	7,63%	7,41%
Margen Neto	3,03%	3,19%	3,35%	3,51%	3,67%
	\$ 55.168,17	\$ 55.693,39	\$ 56.117,83	\$ 56.427,22	\$ 56.605,74

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

5.12 BALANCE GENERAL

TABLA 26 BALANCE GENERAL PROYECTADO A LOS 5 AÑOS

Balance General					
Descripción	1	2	3	4	5
Activos Corrientes					
Caja - Bancos	\$ (13.833,03)	\$ (23.386,78)	\$ (34.106,75)	\$ (46.208,70)	\$ 170.479,04
Cuentas por Cobrar	\$ 47.482,60	\$ 49.381,90	\$ 51.357,18	\$ 53.411,47	\$ 55.547,93
Capital de Trabajo	\$ 188.135,55	\$ 188.135,55	\$ 188.135,55	\$ 188.135,55	\$ 188.135,55
Incremento Capital de Trabajo	\$ 7.751,05	\$ 15.834,72	\$ 24.266,54	\$ 33.062,94	
Activos Fijos Netos					
Activos Fijos	\$ 3.720,00	\$ 3.720,00	\$ 3.720,00	\$ 3.720,00	\$ 3.720,00
Depreciación Acumulada	\$ (736,83)	\$ (1.473,67)	\$ (2.210,50)	\$ (2.947,33)	\$ (3.684,17)
Total Activos	\$ 232.519,34	\$ 232.211,72	\$ 231.162,02	\$ 229.173,93	\$ 414.198,35
Pasivos (Recursos externos)					
Proveedores	\$ 42.020,00	\$ 43.700,80	\$ 45.448,83	\$ 47.266,79	\$ 49.157,46
Préstamos Bancarios	\$ 135.995,25	\$ 107.225,66	\$ 75.219,49	\$ 39.612,63	\$ 0,00
Total Pasivos	\$ 178.015,25	\$ 150.926,46	\$ 120.668,32	\$ 86.879,42	\$ 49.157,46
Patrimonio (Recursos Propios)					
Utilidad del Ejercicio	\$ 24.504,09	\$ 26.781,17	\$ 29.208,43	\$ 31.800,81	\$ 34.575,00
Utilidad Retenida		\$ 24.504,09	\$ 26.781,17	\$ 29.208,43	\$ 31.800,81
Capital Social (Recursos Propios)	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Total Patrimonio	\$ 54.504,09	\$ 81.285,26	\$ 110.493,69	\$ 142.294,51	\$ 365.040,89
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 232.519,34	\$ 232.211,72	\$ 231.162,02	\$ 229.173,93	\$ 414.198,35
Comprobación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

5.13 RATIOS

TABLA 27 RATIOS

Ratios de Endeudamiento					
Pasivos / Activos	76,56%	65,00%	52,20%	37,91%	11,87%
Patrimonio / Activos	23,44%	35,00%	47,80%	62,09%	88,13%
Cobertura de intereses	3,03	3,64	4,65	6,67	12,70
Ratios de operaciones					
Rotación de cuentas x cobrar	17,03	17,01	16,99	16,98	16,96
Días de Cobro	21	21	21	21	22
Rotación de Cuentas x Pagar	17,65	17,68	17,70	17,72	17,75
Días de Pago	21	21	21	21	21
Ciclo de efectivo	1	1	1	1	1

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

RATIO DE ENDEUDAMIENTO

Podemos decir que de acuerdo a lo que presentamos tenemos una capacidad de endeudamiento óptima y está dentro de los rangos permitidos.

RATIO DE OPERACIONES

Como política organizacional hemos establecido un crédito no mayor a 30 días para cada uno de nuestros clientes sin excepción, así como también lo hemos fijado para todos nuestros proveedores. Dado lo expuesto este ratio nos permite cuantificar los días en los que el dinero demora en retornar al flujo de la compañía, lo cual refleja una rotación de 21 días en ambos casos prevaleciendo un promedio ciclo de efectivo igual a 1.

5.14 PUNTO DE EQUILIBRIO:

El punto de equilibrio es utilizado en la mayoría de las empresas u organizaciones para poder determinar la posible rentabilidad de la venta de algún bien o producto, en este caso hemos determinado nuestro punto de equilibrio ($IT = CT$) para cada uno de los servicios que la empresa ofrecerá.

TABLA 28 PUNTO DE EQUILIBRIO

Servicios	Unidades al año	Costo por unidad	Costo Total \$	Precio de Venta \$	Punto de equilibrio (unidades)
Trámites Aduaneros (agente aduanero, órdenes)	240	\$ 85,00	\$ 20.400,00	\$ 96,05	212
Almacenajes	1152	\$ 100,00	\$ 115.200,00	\$ 113,00	1019
Verificación de Carga	1152	\$ 40,00	\$ 46.080,00	\$ 45,20	1019
Trámites de Calidad (Fito Sanitarios - Agro Calidad)	240	\$ 40,00	\$ 9.600,00	\$ 45,20	212
Representación en Inspecciones antinarcóticos	240	\$ 75,00	\$ 18.000,00	\$ 84,75	212
Transporte	1152	\$ 380,00	\$ 437.760,00	\$ 429,40	1019
Naviera	240	\$ 240,00	\$ 57.600,00	\$ 271,20	212
Envíos DHL	240	\$ 45,00	\$ 10.800,00	\$ 50,85	212

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Por ejemplo, cuando hablamos del servicio por Trámites Aduaneros tenemos como punto de equilibrio 212 unidades, es decir, a partir de las 213 unidades empezaremos a obtener nuestra ganancia o rentabilidad por dicho servicio.

De la misma manera hemos llegado a cada uno de los rubros para poder llevar a cabo este análisis.

En resumen el punto de equilibrio nos indica cuantas unidades necesita vender la compañía para cubrir sus costos totales.

5.15 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

ESCENARIO PESIMISTA

Para el análisis de este escenario, hemos considerado la reducción de la cifra estimada de ingresos y un margen solo de un 7% sobre los costos de cada servicio, donde obtuvimos los siguientes resultados:

TABLA 29 ESCENARIO PESIMISTA

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Unidades Anuales	Precio de Venta (\$)	Ventas Anuales (\$)
Trámites Aduaneros (agente aduanero, ordenes de embarque) Por exportador	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	228	\$ 90,95	\$ 20.736,60
Almacenajes	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 107,00	\$ 123.264,00
Verificación de Carga	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 42,80	\$ 49.305,60
Trámites de Calidad (Fito Sanitarios - Agro Calidad)	19	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	239	\$ 42,80	\$ 10.229,20
Representación en Inspecciones antinarcóticos	19	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	239	\$ 80,25	\$ 19.179,75
Transporte	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 406,60	\$ 468.403,20
Naviera	19	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	239	\$ 256,80	\$ 61.375,20
Envíos DHL	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 48,15	\$ 11.556,00
Totales	384	387	4.641	\$ 1.075,35	\$ 764.049,55										

Valor Presente Neto

\$ (51.724,05)

Tasa Interna de Retorno

-2%

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Hemos denotado que este sería el peor enfoque financiero de nuestros ingresos, y llevaría a la pérdida total del negocio en un futuro cercano.

Tenemos un Valor Actual Neto de -\$51.724,05 y una Tasa Interna de Retorno de un -2%. Lo cual nos indica que el proyecto no será factible en un corto plazo.

ESCENARIO MODERADO

Es el escenario con el que se espera tenga el proyecto una mayor probabilidad de rentabilidad. Podemos acotar que este es la figura que la mayoría de las empresas aspiran llegar, habiendo anteriormente delimitado e identificado debidamente cada una de las variables. Este es el escenario más realista.

TABLA 30 ESCENARIO MODERADO

Valor Presente Neto

\$ 60.236,31

Tasa Interna de Retorno

34%

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Unidades Anuales	Precio de Venta (\$)	Ventas Anuales (\$)
Trámites Aduaneros (agente aduanero, órdenes de embarque) Por exportador	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 96,05	\$ 23.052,00
Almacenes	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 113,00	\$ 130.176,00
Verificación de Carga	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 45,20	\$ 52.070,40
Trámites de Calidad (Fito Sanitarios - Agro Calidad)	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 45,20	\$ 10.848,00
Representación en Inspecciones antinarcóticos	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 84,75	\$ 20.340,00
Transporte	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 429,40	\$ 494.668,80
Naviera	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 271,20	\$ 65.088,00
Envíos DHL	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 50,85	\$ 12.204,00
Totales	388	4.656	\$ 1.135,65	\$ 808.447,20											

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Damos lugar a un Valor Actual Neto de \$60.236,31 y una Tasa Interna de Retorno de un 34% cifras consideradas bastante reales y que demuestran que los rendimientos futuros son los esperados por la organización. La proyección fue realizada por los próximos 5 años contando desde el inicio de las actividades aduaneros.

Esto nos indica que la implementación de esta nueva área será factible a corto, mediano y largo plazo.

ESCENARIO OPTIMISTA

Para este escenario, se ha considerado un aumento de la cifra estimada de ingresos y un margen de un 20% sobre los costos de cada variable o servicio, donde se obtuvieron los siguientes resultados.

TABLA 31 ESCENARIO MODERADO

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Unidades Anuales	Precio de Venta (\$)	Ventas Anuales (\$)
Trámites Aduaneros (agente aduanero, órdenes de embarque) Por exportador	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 102,00	\$ 24.480,00
Almacenes	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 120,00	\$ 138.240,00
Verificación de Carga	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 48,00	\$ 55.296,00
Trámites de Calidad (Fito Sanitarios - Agro Calidad)	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 48,00	\$ 11.520,00
Representación en Inspecciones antinarcóticos	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 90,00	\$ 21.600,00
Transporte	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.152	\$ 456,00	\$ 525.312,00
Naviera	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 288,00	\$ 69.120,00
Envíos DHL	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	\$ 54,00	\$ 12.960,00
Totales	388	4.656	\$ 1.206,00	\$ 858.528,00											

Valor Presente Neto
Tasa Interna de Retorno

\$ 186.528,22
104%

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

Analizando este escenario podemos notar que este sería un enfoque muy optimista sobre los ingresos que pudiéramos obtener. Además de ello podemos observar que recuperaríamos lo invertido en corto periodo.

Tenemos un Valor Actual Neto de \$186.528,22 y una Tasa Interna de Retorno de un 104%. Lo que nos indica que el proyecto será factible en un corto plazo.

5.16 PROBABILIDAD DE OCURRENCIA

Acorde a estos 3 escenarios podemos determinar el porcentaje de probabilidad de ocurrencia por cada uno de los escenarios.

TABLA 32 PROBABILIDAD DE OCURRENCIA

Escenarios	Probabilidad de ocurrencia
Pesimista	25%
Moderado	50%
Optimista	25%
Total	100%

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

CONCLUSIONES

- Según los datos financieros que obtuvimos, la implementación de servicios aduaneros en una empresa de transporte es económica y financieramente factible.
- La investigación de mercado se recibió a través de la encuesta, en la cual nos permite fijar un precio promedio de \$285 por cada trámite aduanero y además tendríamos un nicho de mercado aproximadamente de 15 empresas.
- De acuerdo a los resultados de la encuesta los clientes aprecian por igual el precio, la calidad y el tiempo de entrega, estos factores deberán ser los tres pilares fundamentales de la ventaja competitiva de BANAGALDI S.A.
- En la factibilidad económica podemos concluir que tanto en los ratios de rentabilidad como en los de endeudamiento asimismo considerando la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN) se genera un efecto positivo dentro del flujo financiero de la empresa, inclusive da como resultado porcentaje más alto que la tasa de interés anual del banco 11.25%
- Con las proyecciones de venta que se han establecido, el estado de pérdidas y ganancias muestran saldos positivos a través de los 5 años en estudio.
- Dado el crecimiento a nivel de comercio exterior que está teniendo el país es congruente aprovechar la oportunidad y poner a disposición de los exportadores el know how que tiene la empresa ya constituida.

RECOMENDACIONES

- Como primera recomendación podemos enfatizar lo siguiente; las estrategias de marketing deben estar perfectamente bien estructuradas para poder captar no solamente los potenciales clientes que ya hemos obtenido sino también expandir nuestra cartera de clientes.
- En las estrategias de mercado, se recomienda que se analice mejor la publicidad para poder llegar a los clientes de una manera más directa y concisa.
- Se debe tratar de que las operaciones sean tan efectivas que los tiempos que se dan sean justamente los que se han propuesto y así ahorrar dinero, porque el tiempo es dinero.
- Realizar procesos de fiscalización integrada en la exportación para sistematizar los pasos con ayuda de capital humano y ser capaz de gestionar todos los controles correspondientes a la logística de la exportación.
- Es importante dejar respaldos documentales de todos los trámites efectuados de cada exportación para efectos de control interno.

BIBLIOGRAFÍA

August Casanovas, Lluís Cuatrecasas. (2000 - 2003). Logística Empresarial. San Juan: Ediciones Rodriguez. Recuperado de http://books.google.com.ec/books/about/LogC3ADstica_empresarial.html

Daniel Serra de La Figuera. (2000). Logística empresarial en el nuevo milenio. Ediciones Gestiones 2000, Planeta De Angostini profesional y formación, S.L., Barcelona . Impreso en España. ISBN:84-8088-981; Recuperado de <http://books.google.com.ec/books?id=nqkIVoHP7UC&printsec=frontcover&dq=daniel+serra+logistica+empresarial&hl=es&sa=X&ei=qe0XVMLGEMqvvggTSzIAg&ved=0CCUQ6AEwAA#v=onepage&q=daniel20serra20logistica20empresarial>

Philip Kotler, Universidad de Carolina del norte; Gary Armstrong, Universidad de Northwestern; Fundamentos de Marketing Sexta Edición; Impreso en Estados Unidos de Norte América, Recuperado de http://books.google.com.ec/booksid=sLJXV_z8XC4C&printsec=frontcover&dq=HECTOR+JULIAN+BERNARDO+2008+LA+LOGISTICA+ACTUAL&hl=es&sa=X&ei=H_AXVNvGBpSqqgTXxoGYCQ&ved=0CCEQ6AEwAQ#v=onepage

Hector Julian Bernardo. (2008). La Logística Actual. Maracaibo Impreso en Venezuela: Ediciones Capria.

Lluís Cuatrecasas. (2005). Logística empresarial: (Gestión integral de la calidad) Tercera Edición ampliada, Implantación, control y certificación; Obra Galardonada por UPC . Bogota: Ediciones Gestión 2000.com. Planeta De Angostini profesional y formación, S.L., Barcelona . Impreso en España. ISBN:84-96426-38-6; Impreso en España, por rotapael; Recuperado de

http://books.google.com.ec/booksid=lesMDtTMTvkC&printsec=frontcover&dq=LluC3ADs+Cuatrecasas&hl=es&sa=X&ei=D_QXVPXmNMI9ggTQoYHADQ&ved=0CCEQ6AEwAQ#v=onepage&q=LluC3ADs20Cuatrecasas

Rossana Barragán, (2003) Coordinadora; Ton Salman, Virginia Ayllón, Javier

Sajinés, Erick D. Langer, Julio Córdova, Rafael Rojas. Tercera Edición, Guías para formación y ejecución de proyectos de investigación, La Paz: Ediciones: Fundación PIEB; D.L:4-1-1390-03. Recuperado de <http://books.google.com.ec/books?id=dRE6idSYljAC&pg=PA121&dq=tipos+de+investigacion+proyectos&hl=es&sa=X&ei=EvoXVOCBIJOTgwSWoILYDg&ved=0CCAQ6AEwAQ#v=onepage&q=tipos20de20investigacion20proyecto>

Michael E. Porter, (2010), Ventaja competitiva: Creación y sostenibilidad de

un rendimiento superior Empresa Y Gestión, Editor Ediciones Pirámide, S.A., 2010, ISBN 8436823214, 9788436823219. Recuperado de <http://books.google.com.ec/books?id=YVSIRAAACAAJ&dq=porter+ventaja+competitiva&hl=es&sa=X&ei=bv0XVJ6QHtXDggSLzoGYDg&ved=0CBoQ6AEwAA>

Michael E. Porter, (2000), Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de

los sectores industriales y de la competencia. Editor Compañía Editorial Continental, 2000, ISBN 9682611849, 9789682611841. Recuperado de <http://books.google.com.ec/books?id=ypYAPAAACAAJ&dq=michael+e+porter&hl=es&sa=X&ei=agAYVMnUB4aVgwTpxIDQDw&ved=0CCKQ6AEwAA>

GLOSARIO



GLOSARIO DE TÉRMINOS GENERALES ECUAPASS

Dado que el sistema (ECUAPASS) ha puesto a disposición de la población ecuatoriana a través de su página web glosario de términos generales Ecuapass con actualización en Octubre del 2012.

A continuación se citan textualmente algunos de los términos más comúnmente utilizados:

Agente de carga internacional.- Empresa que puede realizar y recibir embarques, consolidar, y desconsolidar mercancías, actuar como Operador de Transporte Multimodal sujetándose a las leyes de la materia y emitir documentos propios de su actividad tales como conocimientos de embarque, guías aéreas, certificados de recepción, certificados de transporte y similares.

Validación: Es un proceso por el cual los datos son filtrados, pudiendo estos ser aceptados o rechazados en base a procedimientos definido

Bill of Lading: Conocimiento de embarque.

Carga suelta.- Bienes individuales que por su tamaño o naturaleza no son transportados en unidades de carga y que se manipulan y embarcan como unidades separadas, o que como consecuencia de una desconsolidación, adquieren este estado.

Consolidación.- Es un servicio del Transporte Internacional que consiste en agrupar varias cargas de embalajes distintos o iguales, pertenecientes a diferentes consignatarios dentro de un mismo contenedor o paleta, para ser transportados, como una unidad, por vía aérea o marítima.

Consolidador de carga.- Operador distinto del porteador, que transporta carga en forma agrupada, bajo su nombre y responsabilidad, destinada a uno o más consignatarios finales, debidamente autorizado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Según el Art. 2, literal u) del Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

DEFINICIÓN DE LOS INCOTERMS

Los Términos del Comercio o de Compra- Venta Internacional:

INCOTERMS son las siglas de: International Commercial TERMS, los emite la Cámara de Comercio Internacional (C.C.I./I.C.C.) con sede en París, su primera publicación fue en 1936, con revisiones en 1953, 1967, 1976, 1980, 1990 y 2000, su base es la publicación 560 de la C. C. I

El uso de los Incoterms facilita las transacciones comerciales internacionales especificando con claridad las responsabilidades de cada una de las partes en cuanto a transporte, seguros y procesos aduaneros se refiere.

Los Incoterms se clasifican en dos grupos:

1. Por Grupos
2. Por medios de transporte

TABLA 33

	SIGLAS	INGLÉS	ESPAÑOL
1	EXW	Ex Works	En punta de salida
2	FCA	Free Carrier	Libre / Franco de Porte
3	FAS	Free Alongside Ship	Libre al costado del buque
4	FOB	Free on Board	Libre / Franco a bordo
5	CFR	Cost & Freight	Costo y Flete
6	CIF	Cost, Insurance & Freight	Costo, Seguro y Flete
7	CPT	Carriage Paid to	Flete Pagado hasta
8	CIP	Carriage & Insurance Paid to	Flete y Seguro Pagado hasta
9	DAF	Delivered at Frontier	Entregado en frontera
10	DES	Delivered Ex Ship	Libre en Buque
11	DEQ	Delivered Ex Quay	Libre en el Muelle
12	DDU	Delivered Duty Unpaid	Entregado sin Arancel Pagado
13	DDP	Delivered Duty Paid	Entregado con Arancel Pagado

Fuente: SENAE

Elaboración: Las Autora

Por Grupos: INCOTERMS 2000, consta de 4 Grupos (E, F, C, D) y 13 Términos

E = Exit, En punto de salida

F = Free, Libre (Franco) de transporte/flete principal (internacional)

C = Cost, Costo del transporte/flete principal (internacional) incluido

D = Delivered, Entregado en destino/llegada

Por el medio de transporte, los Incoterms pueden ser:

A = Aéreo

M = Marítimo o Fluvial

O = Cualquier medio de transporte (incluyendo aéreo y terrestre)

T = Transporte Terrestre.

A continuación se detallan cada uno de los 13 términos usados en la actualidad:

Agente de carga internacional.- Empresa que puede realizar y recibir embarques, consolidar, y desconsolidar mercancías, actuar como Operador de Transporte Multimodal sujetándose a las leyes de la materia y emitir documentos propios de su actividad tales como conocimientos de embarque, guías aéreas, certificados de recepción, certificados de transporte y similares.

Arribo Forzoso: se considera cuando un medio de transporte por razones climáticas, fuerza mayor o caso fortuito debidamente comprobado por la Autoridad Competente, obligue a arribar a un punto del territorio aduanero no previsto en su ruta original.

Autoridad Competente: Son todas aquellas autoridades u organismos designados como tal en cada Estado.

Bill of Lading: Conocimiento de embarque.

Bienes de Capital.- Aquellas mercancías que no se destinan al consumo, sino a seguir un proceso productivo, en forma directa o indirecta para incrementar el patrimonio material o financiero.

Boya de Mar.- Es una baliza flotante situada en el mar y generalmente anclada al fondo, la cual permite que la embarcación pueda ser amarrada, ésta a su vez está conectada con mangueras que permiten la descarga de hidrocarburos.

Buen Vivir: “La satisfacción de las necesidades, la consecución de una calidad de vida y muerte digna, el amar y ser amado, y el florecimiento saludable de todos y todas, en paz y armonía con la naturaleza la prolongación indefinida de las culturas humanas.

Buzón de Zona Primaria del Distrito: es una cuenta electrónica en el cual el transportista efectivo operador o agente de carga, deberá remitir con su respectiva firma digital, la información necesaria para el Registro de Informe de Llegada/Salida del medio de transporte, esta información será recibida por el o los servidores públicos del Servicio Nacional de Aduana de Ecuador responsables de dicho registro.

Candado Electrónico: Dispositivo físico de seguridad que se coloca en las unidades de carga (contenedores) bajo control aduanero de manera que aseguren la integridad de la carga mediante registro de todos los cierres y aperturas que experimente y que permite la ubicación en tiempo real de la Unidad de Transporte durante su recorrido por el territorio nacional, con la ayuda de un sistema de monitoreo. Su denominación será Precinto Electrónico de Monitoreo Aduanero (PEMA).

Carga de Correos Rápidos o Postal.- Carga agrupada y trasladada bajo nombre y responsabilidad de una persona jurídica pública o privada operadora de encomiendas internacionales.

Carga mal codificada.- Son mercancías arribadas a determinado destino por error de origen en la codificación del código IATA del destino, que no vienen manifestadas y que son calificados por las Empresas Autorizadas como MC (miss code), que serán re-enrutados a su destino correcto inmediatamente después de detectar el error.

Carga mal enrutada.- Son mercancías arribadas a determinado destino por error en la clasificación del material en el exterior, que tendrán guía y/o etiqueta con información de su lugar de destino final, que no vienen manifestadas y que son clasificadas por las personas jurídicas autorizadas como MS (miss sort). Los paquetes serán re-enrutados a su destino correcto inmediatamente después de detectar el error.

Carga suelta.- Bienes individuales que por su tamaño o naturaleza no son transportados en unidades de carga y que se manipulan y embarcan como unidades separadas, o que como consecuencia de una desconsolidación, adquieren este estado.

Carga y descarga.- La mercancía que provenga del exterior, por cualquier vía, deberá estar expresamente descrita en el manifiesto de carga.

Carta de Porte Internacional por Carretera (CPIC).- es el documento que prueba que el transportista autorizado ha tomado las mercancías bajo su responsabilidad y se ha obligado a transportarlas y entregarlas de conformidad con las condiciones establecidas en ella o en el contrato correspondiente.

Certificado de Compras Locales de Insumos No Procesados.- Es el documento electrónico mediante el cual un importador cede los derechos de los tributos pagados en la importación de los insumos que fueron vendidos a un exportador, es decir, con este documento el importador vende los ítems en su estado original, de una o varias importaciones.

Certificado de Compras Locales de Insumos Procesados.- Es el documento electrónico mediante el cual un importador cede los derechos de los tributos pagados en la importación de los insumos que fueron utilizados para fabricar un producto el cual es vendido al exportador, es decir, con este documento el importador vende un producto procesado por el importador.

Certificado de Compras Locales.- Es el documento electrónico mediante el cual un importador cede los derechos de los tributos pagados en la importación de los insumos a un exportador que será beneficiario de la Devolución Condicionada. En este documento se especifican todos los productos vendidos al exportador.

CIIS - Solicitud de Corrección - Informe de Ingreso y Salida.- Es un documento electrónico en el cual se podrán corregir datos ingresados incorrectamente o eliminar registros.

Código IATA.- El código de aeropuertos de IATA es un código de tres letras que se designa a cada aeropuerto en el mundo. Estos códigos son decididos por la organización internacional para el transporte aéreo (International Air Transport Association) IATA.

Coefficiente de Devolución Condicionada de tributos.- Es el documento electrónico mediante el cual se detalla el producto que el operador exporta definitivamente y los insumos que son utilizados para la producción o fabricación del producto en mención. Además, es el documento donde se determina el porcentaje de devolución que aplica para el tributo Ad-valorem, el mismo que no podrá superar el 5%.

Co-loaded.- O “Carga compartida” en su traducción al español, es una práctica internacional que consiste en el embarque de carga entre dos o más consolidadores, sean estos transportistas no operadores del medio de transporte efectivo, agentes de carga o transitorios, a través de otro similar (consolidador) que por necesidades de logística combinan una cantidad inferior a la carga de un camión para crear una carga completa. Esta actividad se puede dar cuando un consolidador de carga, no logra el volumen

de mercancías previsto para llenar un contenedor en una fecha de salida acordada. Con la finalidad de no retrasar el despacho se consolida con otra compañía en un mismo contenedor completándose así el volumen total de la unidad de transporte y respetándose la fecha de despacho y de entrega de la mercancía. Según el Art. 2, literal q) del Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Consolidación.- Es un servicio del Transporte Internacional que consiste en agrupar varias cargas de embalajes distintos o iguales, pertenecientes a diferentes consignatarios dentro de un mismo contenedor o paleta, para ser transportados, como una unidad, por vía aérea o marítima.

Consolidador de carga.- Operador distinto del porteador, que transporta carga en forma agrupada, bajo su nombre y responsabilidad, destinada a uno o más consignatarios finales, debidamente autorizado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Según el Art. 2, literal u) del Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Correos del Ecuador o el Operador de Carga Courier.- según sea el caso, deberá transmitir el respectivo manifiesto de carga para las mercancías que arriben mal en rutadas, debiendo reportar la novedad mediante la transmisión del informe de novedades al ingreso de las mercancías.

Centro único de Monitoreo Aduanero Ecuatoriano.- será la unidad operativa encargada de dar seguimiento respectivo a las alarmas que generen los candados electrónicos dentro del monitoreo geo-referenciado, esta unidad será quien coordinará según sea el caso con la Dirección Distrital de destino, Policía Nacional u otra fuerza pública. El Director Nacional de la Unidad de Vigilancia Aduanera designará de entre los funcionarios de su dirección a los miembros que cumplirán funciones en el CUMAE.

Cruce de la Frontera Aduanera.- El ingreso o salida de personas, mercancías o medios de transporte, al o del territorio nacional se efectuará

únicamente por los lugares y en los días y horas habilitados por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Todo medio o unidad de transporte que ingrese al territorio aduanero queda sujeto al control del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

D.A.I.: Declaración Aduanera de Importación.

D.A.E.: Declaración Aduanera de Exportación.

Declaración Aduanera Simplificada de Devolución Condicionada (DAS-DC).- Es el documento electrónico mediante el cual el exportador solicita la devolución de los tributos pagados en las importaciones de insumos que hayan utilizados en la producción o fabricación de productos que luego hayan sido exportados.

Desconsolidación.- Descarga o vaciado de un contenedor con mercancía destinada a uno, dos o más consignatarios.

Devolución Condicionada de Tributos.- Es el régimen por el cual se permite obtener la devolución automática total o parcial de los tributos al comercio exterior pagados por la importación de las mercancías que se exportaron definitivamente y que además cumplan con los tres puntos que indica el Art. 157 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, a) las utilizadas en el país en un proceso de transformación, b) las incorporadas a la mercancía y c) los envases y acondicionamientos.

Documento de transporte.- Documento que materializa el acuerdo de voluntades entre un Operador de Transporte y un usuario de su servicio, por el cual el primero se compromete a transportar la carga desde un determinado lugar de origen hasta el destino final que se le indique, a cambio de un precio determinado (flete). En el caso del transporte aéreo, las Líneas Aéreas o Agentes de Carga Internacional emitirán las respectivas Guías Aéreas Máster (con sus siglas en inglés, Master Airwaybill). Cuando se trate de las Consolidadoras de Carga, Empresas de Tráfico Postal

Internacional y Correos; y Correos del Ecuador, generarán las respectivas Guías Aéreas Hijas (con sus siglas en inglés, House Airway bill).

En el caso del transporte marítimo, las Líneas Navieras o Agentes de Carga Internacional emitirán los respectivos Conocimientos de Embarque Máster (con sus siglas en inglés, Master Bill of Lading). Cuando se trate de las Consolidadoras de Carga generarán los respectivos Conocimientos de Embarque Hijos (con sus siglas en inglés, House Bill of Lading).

Documento de Transporte House.- (House Bill of Lading – HBL)
Conocimiento Marítimo expedido por un transitorio para un envío de grupaje / consolidado marítimo

Documento de Transporte Máster.- (Máster Bill of Lading – MBL)
Conocimiento Marítimo con un transitorio en origen como embarcador (shipper) y otro transitorio en destino como Consignatario (consignee). Este documento es expedido por la línea naviera. Un MBL ampara "x" número de Documentos de Transporte House (HBL) y materializa el acuerdo de voluntades entre un Operador de Transporte y un usuario de su servicio, por el cual el primero se compromete a transportar la carga desde un determinado lugar de origen hasta el destino final que se le indique a cambio de un flete. Según el Art. 1, literal dd) del Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Firma Digital: Es un método que asocia la identidad de una persona o equipo, con un mensaje o documento electrónico, para asegurar la autoría y la integridad del mismo.

Guía de Distribución de Mercancías.- Documento generado en el sistema Ecuapass por el Operador de transporte de carga de Tráfico Postal o de Courier según sea el caso, mediante el cual el operador de Zona de Distribución entregará las mercancías al depósito de destino o régimen correspondiente, y para el caso de Correos del Ecuador para trasladar las mercancías al centro de acopio respectivo

Guía Hija-House.- Es el que emite la empresa de Correos rápidos o Courier por separado a cada usuario del servicio y para cada una de las cargas individuales que agrupa, dentro de un documento de transporte Máster.

Guía Máster.- Es aquel emitido por la línea aérea a nombre de una empresa de Correo rápido o de Paquetería postal. Con dicho documento, la línea aérea se compromete con la empresa de correo rápido Paquetes postales a transportar la carga presentada por este último.

IMDT - Informe de Ingreso de Mercancía.- es el documento electrónico que detalla la mercancía que ha ingresado a un Operador de Almacenamiento.

IMPAD.- Informe de novedades en el ingreso, almacenamiento y salida de mercancías de depósitos temporales; documento electrónico habilitado para registrar cualquier tipo de novedades.

Informe de novedades, ingreso, almacenamiento y salida.- El informe de novedades, ingreso, almacenamiento y salida es un reporte que debe realizar el Operador de Correos del Ecuador o el Operador de Transporte de Carga Courier, según sea el caso, para poder registrar la novedad de “saca mal enrutada” previo a que solicite la inspección física por enrutamiento de carga.

Insumos.- Son las mercancías que el exportador importa directamente o compra de manera local a un importador directo y que la utiliza para la producción de un producto y por la cual luego realiza una Declaración Aduanera Simplificada de Devolución Condicionada (DAS-DC) para solicitar la devolución de los tributos pagados en la importación.

Integración de Estados del Trámite.- Herramienta o ventana del portal de Ecuapass, en la que el usuario puede visualizar el Estado de los documentos electrónicos transmitidos al sistema.

Levante de Mercancías.- es el acto por el cual la Autoridad Aduanera autoriza al declarante o persona interesada a disponer de las mercancías de

acuerdo a los fines previstos en el régimen aduanero autorizado, una vez salida la mercancía de zona primaria y previo el cumplimiento de los requisitos y formalidades aduaneras exigibles.

Línea Naviera.- Empresa propietaria de embarcaciones.

Manifiesto de carga de correos rápidos o postal: Documento simplificado que contiene la individualización de cada una de las Guías de Envíos o Paquetes Postales que se movilizan en un medio de transporte, mediante el cual las encomiendas se presentan y se entregan a la aduana a fin de acceder al régimen de tráfico postal o mensajería acelerada o Courier.

Manifiesto de Carga Internacional (MCI)- es el documento de control aduanero que ampara las mercancías que se transportan internacionalmente por carretera, desde el lugar en donde son cargadas a bordo de un vehículo habilitado o unidad de carga hasta el lugar en donde se descargan para su entrega al destinatario.

Manifiesto de Importación Marítimo.- El Manifiesto de Importación Marítimo - MIM es un documento electrónico (e-doc), el mismo contendrá la información de los Conocimientos de Embarque Máster o Hijos, según corresponda, de las mercancías que ingresarán al territorio aduanero vía marítima.

MRN- Manifest Reference Number.- Número de referencia del manifiesto de carga.

Medios de Transporte Compartidos.- Es un acuerdo suscrito por dos o más transportistas para explotar conjuntamente un determinado medio de transporte; el cumplimiento de las formalidades aduaneras recaerá en cada uno de los transportistas quienes hayan contratado y expedido documentos de transporte según corresponda, para las mercancías transportadas en dicho medio de transporte.

Mensajería Acelerada o Courier.- Es el régimen de excepción que consiste en el envío y recepción de paquetes y/o bultos a través de correos acelerados, sea éste público o privado, hacia y desde el extranjero cuyo valor en aduana no exceda el límite de peso y valor que se establece en la “Resolución para el Régimen de Tráfico Postal y Mensajería acelerada o Courier en su modalidad de importación de envíos o paquetes postales, correspondencia, documentos y mercancías, a través de los operadores públicos y privados-2012”.

Monitoreo Geo-Referenciado.- El sistema de información que incluye la utilización de mapas digitales, que interactúa con el dispositivo de precinto electrónico de modo que genera y recibe información en tiempo real, administra su comportamiento, detecta diversos eventos programados y genera las alarmas correspondientes definidas.

Muelle: Es una construcción física realizada sobre la orilla del mar o río para facilitar el embarque y desembarque.

Número de Carga.- Es un número de identificación único de la carga de importación, que facilita el seguimiento general de las mercancías en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Está constituido por el MRN, Número secuencial del BL Master y en el caso de existir BL Hijos, se añade el Número secuencial del BL House.

Número Secuencial de House (HSN).- Número secuencial del Documento de transporte House que registra la consolidadora de carga en el sistema informático “Ecuapass”

Número Secuencial de Máster (MSN).- Número secuencial del número de documento de transporte máster que registra la línea naviera en el sistema informático “Ecuapass”

NDI-Notificación de Detalles de Ingreso Estimado de Carga.- es un documento electrónico que permite la solicitud y recepción de la información

del Manifiesto de Importación para que las mercancías puedan ingresar al Depósito Temporal.

OCE.- Operador de Comercio Exterior

Productos exportados.- Son las mercancías que el exportador envía al exterior definitivamente y que declara en la Declaración Aduanera Simplificada de Devolución Condicionada (DAS-DC) para solicitar devolución de tributos.

Re-enrutar.- Consiste en enviar al destino correcto la mercancía arribada por error.

Registro de Informe de Llegada.- es un medio electrónico realizado por el depósito temporal o por el servidor público del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, dependiendo del caso, en el cual se registra el Número de Referencia del Manifiesto – MRN; y la fecha y hora de llegada del medio de transporte.

Selectividad.- Es el proceso de asignación de niveles de riesgo que puede tener la mercancía de acuerdo a varios factores sobre los cuales se aplican el control, esto se da a partir del Registro de Informe de Llegada del medio de Transporte. Los tipos de selectividad son: Sin control, Inspección Física (Intrusiva y No intrusiva).

Solicitud de inspección por enrutamiento.- Documento que presenta el Operador de Correos del Ecuador o el Operador de Transporte de Carga Courier, en la que solicita la inspección física de la carga mal enrutada al delegado de zona primaria.

Tarjas.- Término utilizado para referirse a pesar la carga y verificar el número de bultos correspondientes a un documento de transporte.

Territorio aduanero.- se lo divide en zona primaria y zona secundaria, correspondientes a cada uno de los distritos de aduana.

Tráfico Postal.- Es el envío o la recepción de paquetes postales o encomiendas cuyo valor y peso en Aduana no exceda del límite establecido en la “Resolución para el Régimen de Tráfico Postal y Mensajería acelerada o Courier en su modalidad de importación de envíos o paquetes postales, correspondencia, documentos y mercancías, a través de los operadores públicos y privado. El servicio postal en el Ecuador lo ofrece la empresa estatal “Correos del Ecuador”.

Transbordo con Ingreso a Depósito.- De requerirse que las mercancías ingresen a un Depósito Temporal previo a acogerse al régimen de Transbordo, este deberá ser realizado en un plazo no superior a quince días calendarios siguientes a la notificación de su autorización. Será responsabilidad del Depósito temporal, la custodia de las mercancías sujetas al régimen de transbordo que ingresan a sus instalaciones

Transbordo con Traslado.- Podrán autorizarse los transbordos que requieran previo a su embarque al exterior, ser trasladados a otra zona primaria, aun cuando esta se encuentre ubicada en otro Distrito Aduanero. Esta operación podrá realizarse dentro de los mismos plazos establecidos en el literal precedente, sin embargo el traslado deberá cumplirse en el plazo que conceda el funcionario a cargo de la Dirección de la Zona Primaria del Distrito donde se origina el traslado, en consideración de la distancia entre las zonas primarias de salida y arribo.

Transbordo Directo.- Para el caso de transbordos directos, esto es, de un medio de transporte a otro, sea con descarga a tierra o no, debiendo proceder con el transbordo dentro de dos días calendario contados a partir de la notificación de su autorización.

Transbordo.- El régimen aduanero conforme al cual se realiza la transferencia de mercancías que son retiradas del medio de transporte utilizado para el arribo al territorio aduanero y cargadas en el medio utilizado para la salida del territorio aduanero, realizándose esta transferencia bajo control aduanero. Las modalidades de Transbordo pueden ser: Transbordo

Directo, Transbordo con Ingreso a Depósito Temporal y Transbordo con Traslado.

Transportista efectivo operador del medio de transporte.- es el representante del medio de transporte en el territorio nacional, quien previamente ha sido autorizado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, teniendo como responsabilidad transmitir electrónicamente el manifiesto de carga y emitir los documentos de transporte Máster (Marítimo y Aéreo) y en terrestre los que corresponda.

Transportista efectivo operador del medio de transporte.- es el representante del medio de transporte en el territorio nacional, que previamente ha sido autorizado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, teniendo como responsabilidad transmitir electrónicamente el manifiesto de carga y emitir los documentos de transporte Máster (Marítimo y Aéreo) y en terrestre los que corresponda.

Transportista efectivo operador del medio de transporte.- es el representante del medio de transporte en el territorio nacional, quien previamente ha sido autorizado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, teniendo como responsabilidad transmitir electrónicamente el manifiesto de carga y emitir los documentos de transporte Máster (Marítimo y Aéreo) y en terrestre los que corresponda.

Validación.- Es un proceso por el cual los datos son filtrados, pudiendo estos ser aceptados o rechazados en base a procedimientos definidos

Web Service: Es una tecnología utilizada para intercambiar datos entre aplicaciones, codificando los mensajes en el formato XML y enviándolos a través de protocolos estándares tales como el Hypertext Transfer Protocol (HTTP).

Zona Primaria.- Al área interior de los puertos y aeropuertos, recintos aduaneros y locales habilitados en las fronteras terrestres; así como otros lugares que fijare la administración aduanera, en los cuales se efectúen

operaciones de carga, descarga y movilización de mercaderías procedentes del exterior o con destino a él.

Zona secundaria.- comprende el territorio fuera de la zona primaria, incluidas las aguas territoriales y el espacio aéreo.

ANEXO 1

ANEXO 1

DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA DE CONTROL Y SEGURIDAD DE BANAGALDI S.A.

La empresa BANAGALDI S.A. inició sus actividades económicas en el año 2011, sus puntos de procesos son:

- Área Administrativa: Cdla Los Esteros mz AB villa 1 piso 3 oficina 2 y 3.
- Supervisión de Logística: Cdla Los Esteros mz AB villa 1 piso 3 oficina 2 y 3.
- Operaciones: Hcda. Mano de Dios Vía Babahoyo – San Juan (4 varas).

AREA ADMINISTRACIÓN:

- Las oficinas administrativas se encuentran ubicadas en un tercer piso.
- En el edificio existe un portero, que únicamente pregunta al visitante el lugar al que se dirige, pero no maneja un registro de visitas.
- Las oficinas se encuentran aseguradas por cerraduras de tipo electrónica.
- El análisis ha establecido como peligros potenciales, en nivel Bajo, posibles asaltos, por el sector en que se encuentra localizado.
- Como medidas de prevención se sugiere, llevar un registro de visitantes, y estudiar la posibilidad de colocar un portero eléctrico con video a mediano plazo.

OPERACIONES:

- La Supervisión de Operaciones, se realiza desde las instalaciones ubicadas en la Cdla Los Esteros.
- En dicho local, la empresa alquila un espacio físico, en donde ha instalado la oficina del Supervisor de Logística. Desde el PC de éste se puede observar las actividades de la Hcda. "Mano de Dios" y el control de las unidades movilizadas por la operación.

- El análisis ha establecido como peligros potenciales, en nivel Bajo, posibles asaltos, por el sector en que se encuentra localizado, así como también peligros de contrabandos, debido en que dicho local funciona otra empresa de transporte.
- Como medidas de prevención se sugiere, llevar un registro de visitantes.

ESTÁNDARES BASC

1.- Requisitos de los asociados de negocios

- No existen procesos escritos para la selección y contratación de transportistas y proveedores.
- La empresa tiene 7 transportistas propios, sin embargo en ocasiones debe subcontratar el servicio.
- No existen procedimientos escritos para evaluar a los asociados de negocios.
- La empresa presta servicios a HAYERSA.
- No se han elaborado contratos con recomendaciones de seguridad BASC con los transportistas subcontratados.
- No se ha difundido completamente la importancia de la seguridad en la cadena de suministros a los choferes.
- La empresa por ser nueva, no implementado entrenamientos al respecto, sin embargo ya está preparando la realización de charlas en Seguridad y Control de acuerdo a la Norma BASC.

2.- Seguridad de los Vehículos

- Se ha garantizado la integridad del transporte con los dispositivos de rastreos CARLINK y Hunter.
- Actualmente todos los vehículos poseen dichos dispositivo.
- Sin embargo no existe la obligatoriedad del mismo para los transportistas.
- subcontratados.

- El registro de actividad de monitoreo se lleva a cargo por el Supervisor de Logística, mediante claves de los dispositivos.
- Las rutas se determinan previamente y se derivan por medio de bookings, sin embargo se está trabajando en procedimientos para revisiones aleatorias.
- La empresa está mejorando la lista de chequeos para inspeccionar los transportes.
- BANAGALDI S.A. actualmente no consta con un procedimiento escrito de identificación de riesgos.
- Existe un pequeño entrenamiento sobre inspección, que se está llevando a cabo de a poco. Sin embargo debe ser documentado.

3.- Control de acceso físico

- Los vehículos son guardados en la finca “Mano de Dios”, en donde existe un sistema de vigilancia mediante cámaras.
- Sin embargo no se incluye identificación positiva de todos los visitantes.
- La identificación de empleados se lleva a cabo mediante credenciales, sin embargo no se ha documentado un procedimiento para la entrega y/o cambio de dispositivos de acceso (por ejemplo llaves, tarjetas de proximidad, etc.)
- Tampoco existen procedimientos establecidos para identificar, enfrentar y dirigirse a personas no autorizadas o no identificadas.

4.- Seguridad del personal

- Actualmente se está elaborando procesos escritos para evaluar a los candidatos a empleados, y se va a implementar las visitas domiciliarias a los empleados vigentes.
- Sin embargo no cuenta con un procedimiento para retirar la identificación
- del empleado saliente, y eliminar el acceso del mismo.

5.- Seguridad de Procesos

- No existe un procedimiento que determine la forma como se aplican las medidas de seguridad que garanticen la integridad y seguridad de los procesos relevantes del transporte, manejo y almacenaje de carga.
- Se ha determinado cómo impedir, detectar o disuadir materiales no declarados, mediante el chequeo constante, sin embargo no se ha elaborado un procedimiento al respecto.
- No existen procedimientos de seguridad que restrinjan el acceso al vehículo y que impidan el cargamento de contrabando durante la ruta de las instalaciones de origen hacia el destino.
- No existen procedimientos para registrar y denunciar de inmediato todas las anomalías asociadas con los choferes de los cabezales a la autoridad correspondiente.
- No existen procedimientos de inspecciones al azar del equipaje y efectos personales de los choferes.
- Se ha determinado que las informaciones importantes se tengan bajo llave en la oficina del Supervisor de Logística (pertinente a las operaciones) y a la Asistente Administrativa (pertinentes a contratos y selección de empleados o proveedores).
- Falta un entrenamiento formal a los empleados acerca de la identificación de manifiestos y otros documentos sospechosos.

6.- Seguridad Física

- Se han establecido normas de seguridad dentro de la finca “Mano de Dios”, sin embargo no se han documentado los criterios de Seguridad Física para los transportistas en las carreteras.
- Existen seguridades en la finca, así como también videocámaras que se pueden observar por Internet desde cualquiera de las oficinas.
- Se recomienda revisar las cámaras, especialmente en el área de embarque-desembarque, para mejorar las tomas, de tal manera que sean un poco más abiertas y puedan abarcar mejor visibilidad.
- Las iluminaciones son adecuadas.

7.- Seguridad de la tecnología de informática

- Existen 3 computadoras en la empresa (en todos los locales), cada una cuenta con clave de usuario, sin embargo como oportunidad de mejora se recomienda, llevar un registro de la asignación de claves, y el tiempo de actualización de las mismas.
- No se ha establecido aún un sistema para identificar abusos y accesos inapropiados, así como manipulación indebida. Sin embargo sí se han asignado responsables de cada unidad (pc).

8.- Seguridad de la tecnología de informática

- BANAGALDI S.A. no tiene un programa de concientización sobre amenazas, sin embargo se han planificado capacitaciones anuales para todo el personal sobre Seguridad, riesgos y prevención de hurtos, contrabando y narcotráfico.

PARTE B:

1.- Estudio legal:

La empresa posee los permisos actualizados, sin embargo no posee un listado del mismo.

2.- Sistema de Gestión:

- BANAGALDI S.A. se encuentra implementando actualmente un sistema de Gestión con la ayuda de la empresa ACITEC.
- Se ha documentado y creado la política de Seguridad, pero todavía no ha sido plenamente difundida.
- No se han establecido los objetivos de seguridad BANAGALDI S.A., está elaborando un Manual de funciones, en donde señala las responsabilidades y autoridades de todo el personal.
- No se han realizado al momento revisiones de la Alta Dirección, sin embargo han sido planificadas para el primer semestre de este año.
- El representante de la Dirección está claramente definido, y es el Sr. Juan Gómez.

- Esté en ejecución la elaboración de un Manual de Seguridad BASC
- Los auditores internos de la empresa son la Srta. Lady López y el Sr. Juan Gómez. La Srta. López está en proceso de formación, mientras que el Sr. Gómez ya recibió una capacitación de parte BASC.
- Se está elaborando un programa de Auditorías internas.
- Se ha elaborado un Mapa de procesos, pero falta completar los documentos de entrada y salida.
- Está en revisión de la Gerencia General, el procedimiento de acciones correctivas y preventivas.

3.- Administración y selección de personal propio, subcontratado y-o suministrado:

- Se tiene planificada las vistas a los empleados, para este primer semestre del 2014
- BANAGALDI S. está al día es sus obligaciones del IESS.
- La empresa ya planificó las pruebas de drogas para este primer trimestre del 2014.
- Se han programado capacitaciones a todo el personal de concientización sobre consumo de drogas y alcohol. Falta incluir avisos visibles y material de lectura
- El archivo fotográfico del personal no se encuentra actualizado.
- La empresa al momento no realiza entrega de uniformes al personal.

4.- Sistemas de Seguridad:

- La empresa ha designado al Sr. Juan Gómez como Jefe de Seguridad, sin embargo sus funciones no están documentadas aún.
- No existe un layout, determinando la ubicación de las áreas sensibles.
- Las áreas de lockers están separadas de las áreas de almacenamiento.
- En la Finca "Mano de Dios" la empresa cuenta con servicios de guardianías propios, y en las oficinas, dicho servicio es compartido con los demás usuarios de las instalaciones.

BANAGALDI S.A. cuenta con servicios de celular para la comunicación del Supervisor de Operaciones con los choferes, y líneas telefónicas e Internet para comunicarse con la Finca.

No se han realizado simulacros de respuesta de seguridad, para garantizar que el personal de vigilancia de 24 horas está debidamente preparado, así como tampoco ejercicios prácticos para planes de protección.

La empresa cuenta con un Plan de emergencias, que hay que completarlo, señalando los planes de contingencia respectivos.

5. Logística de Recibo y despacho de carga

No Aplica

6.- Control de materias primas y material de empaque

No Aplica

7.- Control de Documentos y de Información

La empresa ya ha elaborado un procedimiento de Control de Documentos, falta actualizar el listado maestro de documentos y de registros

- No existe un procedimiento de entrega y archivo de la información BANAGALDI S.A. cuenta con lugares seguros para el archivo de documentos.
- No existe una política de firmas y sellos que autoricen los diferentes procesos
- Existen copias respaldos de la información, pero no se ha establecido la ubicación definitiva.

Fecha: 10 de Enero de 2014

Elaborado por: Dr. Q.F. Galo Estupiñán Vera

Empresa: ACITEC.

7. ¿Cuál es el valor promedio que cancela por los servicios prestados?

Valor en US \$ _____

ANEXO 3

FIGURA 8

Información del Contribuyente	
Razón Social:	TRANSPORTES DE BANANOS GALARZA DILLON BANAGALDI TRANSP S.A.
RUC:	0992691816001
Nombre Comercial:	BANAGALDI
Estado del Contribuyente en el RUC	Activo
Clase de Contribuyente	Otro
Tipo de Contribuyente	Sociedad
Obligado a llevar Contabilidad	SI
Actividad Económica Principal	SERVICIOS DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA POR CARRETERA
Fecha de inicio de actividades	28-10-2010
Fecha de cese de actividades	
Fecha reinicio de actividades	
Fecha actualización	27-05-2013

Fuente: SRI

Elaboración: Servicio Rentas Interna

ANEXO 4

FIGURA 9



TRANSPORTES DE BANANOS GALARZA DILLON BANAGALDI TRANSP S.A.

Información general	Actos Jurídicos	Administradores Actuales	Administradores Anteriores	Cambios de Administradores	Información Anual	CCO	Accionistas	
Expediente:	64033				RUC:	0992691816001	Fecha de Constitución:	28/10/2010
Plazo Social:	28/10/2060				Tipo de Compañía:	ANÓNIMA	Nacionalidad:	ECUADOR
Oficina de Control:	GUAYAQUIL				Situación Legal:	ACTIVA	Correo Electrónico:	
Provincia:	GUAYAS				Cantón:	GUAYAQUIL	Ciudad:	GUAYAQUIL
Calle:	COOPERATIVA ELOY ALFARO				Número:	2	Intersección:	1B
Piso:					Edificio:		Barrio:	
Telefono:	042699374				Fax:			
Capital Suscrito:	800.00				Capital Autorizado:	1,600.00	Valor x Accion:	1.00
CIU:	H4923.01	Objeto Social:	Art. 2º.- Se dedicará exclusivamente al transporte comercial de carga pesada a nivel nacional, sujetándose a las disposiciones de la Ley Orgánica del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial...etc.					

Fuente: SUPER INTENDENCIA DE COMPAÑIAS

Elaboración: SUPER INTENDENCIA DE COMPAÑIAS