



**UNIVERSIDAD CATOLICA
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

TEMA:

**“FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA
INTERNACIONAL”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO
REQUISITO PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

AUTORA:

ÁLVAREZ VILLALVA ADRIANA ESTEFANÍA

TUTORA:

ECON. ALCÍVAR AVILÉS TERESA, MGS

GUAYAQUIL, ECUADOR

2015



**UNIVERSIDAD CATOLICA
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Adriana Álvarez**, como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**.

TUTOR

OPONENTE

ECON. TERESA ALCÍVAR AVILÉS

ING. MARIA ROSA SEGARRA GARCÍA

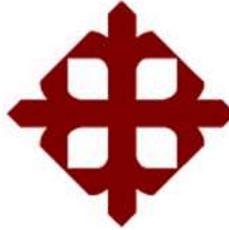
DIRECTOR DE CARRERA

**COORDINADOR(A) DE ÁREA /DOCENTE
DE LA CARRERA**

ING. TERESA KNEZEVICH PILAY

ING. JOSEFINA ALCÍVAR AVILÉS

Guayaquil, a los 17 del mes de septiembre del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Adriana Estefanía Álvarez Villalva**

DECLARO QUE:

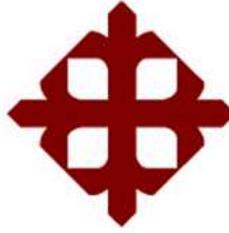
El Trabajo de Titulación **“FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL”** previo a la obtención del Título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales** ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas 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 17 del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA

Adriana Estefanía Álvarez Villalva



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Adriana Estefanía Álvarez Villalva**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 17 del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA

Adriana Estefanía Álvarez Villalva

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a Dios por cada una de las bendiciones que ha derramado sobre mí, porque gracias a Él he llegado a cumplir mis sueños más anhelados.

También quiero agradecer a mi familia que constituye un pilar fundamental en mi vida, agradecerles por siempre haberme dado su fuerza, consejos, apoyo incondicional y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otros en mis recuerdos y en mi corazón.

Para ellos muchas gracias y que Dios los bendiga.

Adriana Álvarez

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios quien supo guiarme por el buen camino, por darme las fuerzas necesarias para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentan en la vida y enseñarme a encarar las adversidades sin perder la dignidad ni desfallecer en el intento.

Para mis Padres y Abuelito Ángel quienes a lo largo de toda mi vida me han apoyado y motivado en mi formación académica, creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño y perseverancia para conseguir mis objetivos.

A mis hermanas por estar siempre presentes y acompañándome en todo momento. A mi sobrino Elián quien ha sido y es una de mis motivaciones, inspiración y felicidad.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que también dedico esta tesis gracias por el amor, amistad y cariño.

Adriana Álvarez

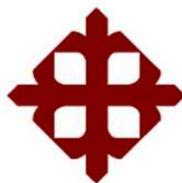
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

ECON. TERESA ALCÍVAR AVILÉS, MGS
PROFESOR GUÍA O TUTOR

ING. TERESA KNEZEVICH PILAY
DIRECTORA DE CARRERA

ING. JOSEFINA ALCÍVAR AVILÉS
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

ING. MARÍA ROSA SEGARRA GARCÍA
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

CALIFICACIÓN

**ECON. TERESA ALCÍVAR AVILÉS, MGS
PROFESOR GUÍA O TUTOR**

**ING. TERESA KNEZEVICH PILAY
DIRECTORA DE CARRERA**

**ING. JOSEFINA ALCÍVAR AVILÉS
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA**

**ING. MARÍA ROSA SEGARRA GARCÍA
OPONENTE**

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	IX
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIII
RESUMEN.....	XIV
ABSTRACT	XV
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.	2
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1 TEMA.....	2
1.2 ANTECEDENTES	2
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	4
1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.5.1 <i>Objetivo General</i>	5
1.5.2 <i>Objetivos Específicos</i>	5
CAPÍTULO II.	6
2. BASE CONCEPTUAL Y DISEÑO METODOLÓGICO	6
2.1 TRADING COMPANY.....	6
2.1.1 <i>Funcionalidad de las empresas comercializadoras</i>	8
2.1.2 <i>PROS y CONTRAS de una empresa comercializadora</i>	9
2.1.3 <i>Organigramas de las comercializadoras importadoras</i>	10
2.1.4 <i>Organigramas de las comercializadoras exportadoras</i>	11
2.1.5 <i>MIPYMES exportadoras del Ecuador</i>	13
2.2 LA BALANZA COMERCIAL.....	15

2.3 MARCO LEGAL	23
CAPÍTULO III.	24
3. ESTUDIO DE MERCADO	24
3.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA	24
3.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	26
3.3 PLAN DE MUESTREO	27
3.3.1 <i>Tipo de investigación</i>	27
3.3.2 <i>Método de investigación</i>	28
3.3.3 <i>Técnicas de recolección de datos</i>	29
3.3.4 <i>Población y muestra</i>	29
3.3.5 <i>Análisis de resultados</i>	34
3.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	44
CAPÍTULO IV.....	45
4. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL ESTRATÉGICO	45
4.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	45
4.1.1 <i>Misión</i>	45
4.1.2 <i>Visión</i>	45
4.1.3 <i>Objetivos Empresariales</i>	45
4.2. MARCO LEGAL Y SOCIETARIO	46
4.2.1. <i>Constitución de la compañía</i>	46
4.2.2. <i>Estructura organizacional</i>	49
4.2.3 <i>Descripción de Perfil y Funciones</i>	50
4.3 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO	52
4.3.1 <i>Entorno Político</i>	52
4.3.2 <i>Entorno Económico</i>	54
4.3.3 <i>Entorno Social</i>	55
4.3.4 <i>Entorno Tecnológico</i>	55
4.4 ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO.....	57
4.5 ANÁLISIS FODA.....	58
4.6 PLAN DE MARKETING	59
4.6.1 <i>Producto</i>	59
4.6.2 <i>Precio</i>	61

4.6.3 Plaza	61
4.6.4 Promoción	62
CAPÍTULO V.....	64
5. ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO	64
5.1. INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO	64
5.2. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	65
5.3. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	66
5.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS	67
5.5. PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS	69
5.5.1. <i>Estado de Resultados proyectado a cinco años</i>	69
5.5.2. <i>Balance General proyectado a cinco años</i>	70
5.6. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	71
5.6.1. <i>Flujo de Caja proyectado a cinco años</i>	71
5.6.2. <i>Análisis de la tasa de descuento</i>	73
5.6.3. <i>Análisis de la rentabilidad del proyecto</i>	74
5.6.4. <i>Análisis del punto de equilibrio</i>	74
5.6.5. <i>Análisis de los índices financieros</i>	75
CONCLUSIONES.....	77
RECOMENDACIONES.....	78
BIBLIOGRAFÍA.....	79
ANEXOS	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Propiedad Accionaria de la empresa.....	49
Tabla 2. Exportaciones no petroleras de Ecuador y sus principales competidores	53
Tabla 3 Análisis FODA	58
Tabla 4 Inversión Inicial del Proyecto	64
Tabla 5 Financiamiento del proyecto	65
Tabla 6 Condiciones de Financiamiento	66
Tabla 7 Presupuesto de costos operativos	66
Tabla 8 Costo Administrativo	67
Tabla 9 Cálculo de la capacidad instalada del proyecto.....	67
Tabla 10 Definición del PVP y Proyección de Ventas	68
Tabla 11 Cálculo de la tasa de descuento	73
Tabla 12 Flujos de caja.....	74
Tabla 13 Análisis de Rentabilidad.....	74
Tabla 14 Cálculo del punto de equilibrio	75
Tabla 15 Índices Financieros	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Exportaciones no petroleras del Ecuador Periodo ene-oct 2014 ...3	
Gráfico 2. Evolución de la Balanza Comercial 2011 - 2014..... 16	
Gráfico 3. Análisis comparativo de las exportaciones del país 2012 – 2014 17	
Gráfico 4. Exportaciones no petroleras del Ecuador durante el periodo 2007-201453	
Gráfico 5 Evolución de las exportaciones del Ecuador55	

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama de empresa comercializadora importadora..... 10	
Figura 2. Organigrama de empresa comercializadora exportadora..... 12	
Figura 3. Agentes que intervienen en las exportaciones 18	
Figura 4. Pasos para registro en Ecuapass 19	
Figura 5. Incoterms 201022	
Figura 6. Distritos aduaneros en el Ecuador25	
Figura 7. Fórmula estadística para hallar la muestra30	

RESUMEN

El presente trabajo de titulación denominado: “FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL” fue diseñado con el propósito de establecer la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización con un enfoque de búsqueda de mercado, proveedores, producciones y estrategia logística en la distribución internacional de la misma con la finalidad de mantener equilibrios comerciales. Para este efecto, es importante considerar que un Trading Company no es lo mismo que un consorcio, pues este tipo de empresas se basan en la unión de varias compañías que se unen de manera voluntaria para promover sus bienes y servicios en el extranjero mediante acciones conjuntas. La unión de estas empresas conserva su individualidad jurídica por lo que el consorcio es una entidad aparte de ellas. Razón por la cual este trabajo se dividió en cinco capítulos para entender un poco acerca de la situación problemática que gira en torno del trading Company y el comercio exterior ecuatoriano, especialmente en indicadores como la Balanza Comercial, y la necesidad de fomentar la oferta exportable del país. Adicionalmente, se hizo un estudio de mercado para conocer el grado de aceptación de empresas exportadoras e importadoras, sobre la contratación de estos servicios. Posteriormente se analizarán los aspectos técnicos y organizacionales del proyecto para definir los recursos económicos necesarios como: inversión, financiamiento, presupuestos y demás indicadores que establezcan la rentabilidad de este proyecto.

PALABRAS CLAVES:

Trading Company, Comercializadoras, Comercio Exterior, Logística, Carga, Consorcio, Balanza Comercial.

ABSTRACT

This paper titled "FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL" was designed with the purpose of establishing the feasibility of creating a company dedicated to marketing with a focus on market research, suppliers, production and logistics strategy in the international distribution of the same in order to maintain trade balances. It is important to consider that a trading company is not the same as a consortium, because these businesses are based on the union of several companies that voluntarily join to promote their goods and services abroad through joint actions. The union of these companies retains its legal individuality so that the consortium is a separate entity from them. For this reason, the paper was divided into five chapters to understand a little about the problematic situation that revolves around trading company and the Ecuadorian foreign trade, especially in indicators such as the Trade Balance and the need to promote the exportable offer country. In addition, a market study was done to determine the degree of acceptance of import and export companies on hiring these services. Although, the technical and organizational aspects of the project will be analyzed to define the necessary financial resources as investment, financing, budgets and other indicators to establish the profitability of this project.

KEYWORDS:

Trading Company, Distributors, Foreign Trade, Logistics, Freight, Merger, Trade Balance.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del comercio exterior en el país, ha generado un importante crecimiento en lo que se refiere a transporte marítimo; herramienta necesaria para el cumplimiento de los objetivos comerciales que se plantean entre un país y otro; este desarrollo crea necesidades que deben ser consideradas y solucionadas a través de nuevos proyectos que permitan mejorar las relaciones comerciales entre el Ecuador y los demás países; razón por la cual se cree conveniente la implementación de ciertos sistemas que agilicen las transacciones comerciales internacionales.

En la actualidad, el Puerto de Guayaquil moviliza el 70% del comercio exterior que maneja el Sistema Portuario Nacional, debido a su ubicación privilegiada, constituye un incentivo para la captación de tráficos de rutas del lejano oriente y del continente americano, especialmente los relativos a las costas del Pacífico, de la misma manera surge atractivo para las cargas latinoamericanas destinadas a cruzar el canal de Panamá con destino a la costa este del continente o hacia Europa y África.

Debido a la creciente demanda del servicio en el sector productivo e industrial surge una necesidad de buscar nuevos mecanismos para fomentar el desarrollo y para el uso y beneficio de la comunidad portuaria del sector, ante esta problemática, nace la idea de llevar a cabo una empresa Trading Company, la misma que se configura como un sistema de apoyo logístico que trabaje en la gestión y el traslado de la carga que se moviliza en el puerto de Guayaquil y evitando problemas de carácter político y social en el país.

CAPÍTULO I.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Tema

“Factibilidad de una empresa comercializadora internacional”

1.2 Antecedentes

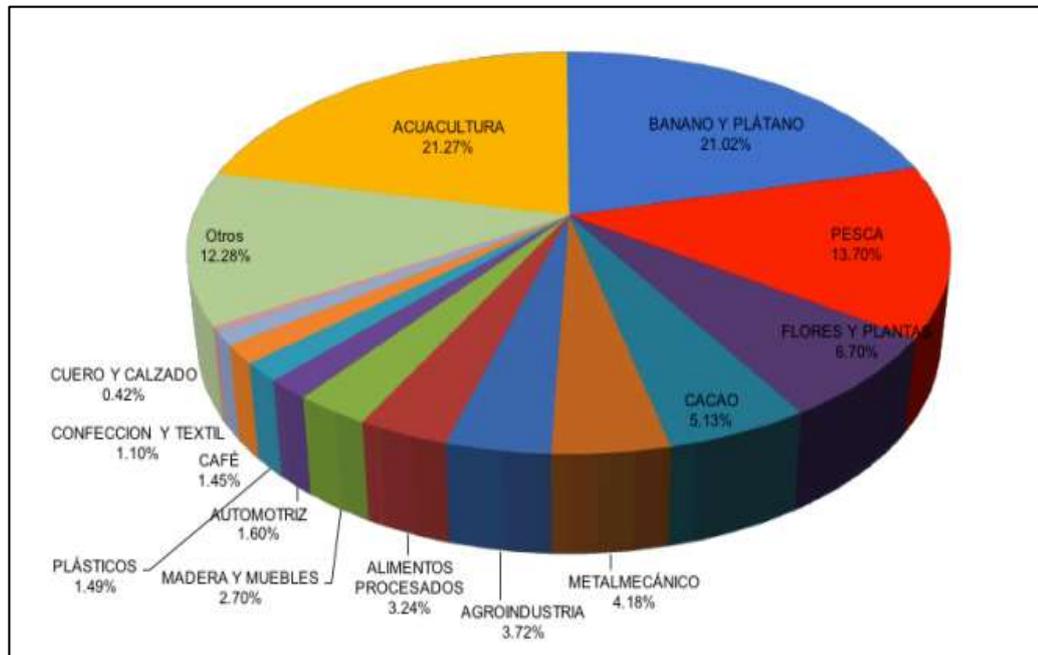
El comercio exterior se basa en una de las premisas más importantes de la economía mundial, ningún país puede desarrollarse estando aislado del resto, y Ecuador no es la excepción en la dinámica económica del intercambio de bienes entre países o bloques económicos, acuerdos económicos, búsqueda de inversión extranjera directa, etc.

Uno de los métodos para participar en la economía mundial es el comercio exterior, en la cual el país posee una mínima participación. En los últimos 8 años, la participación del Ecuador se refleja en el 0,10% del comercio mundial, pero esto no impide que las importaciones y exportaciones del país hayan mostrado un aumento significativo. (Tomalá, 2013 , págs. 2-4)

En el periodo de 1991 – 2012, las exportaciones del país han estado basadas en 5 productos tradicionales, los cuales son: petróleo, banano, camarón, café y cacao. Las exportaciones petroleras han representado el 51,60% de las exportaciones y el 49,40% las no petroleras. Hasta octubre del 2014, las exportaciones no petroleras representaron \$10,318 millones de dólares y las petroleras se reflejaron en \$ 11,716 millones.

Hasta octubre del 2014, el sector acuicultura representa el mayor rubro de exportaciones seguida del banano, pesca y flores. Según datos del Banco Central del Ecuador, estos cuatro sectores forman el 62,69% de las exportaciones no petroleras del país. (Pro Ecuador , 2015)

Gráfico 1. Exportaciones no petroleras del Ecuador Periodo ene-oct 2014



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

Debido al descenso de los precios del petróleo, principal fuente de exportaciones del país, se deben tomar medidas que ayuden a generar más divisas o a optimizar el uso de las existentes. El intercambio compensado o comercio compensado es una transacción comercial en la que la adquisición de bienes o servicios se paga, de manera total o parcial, con otros bienes o servicios en lugar de dinero.

Las pequeñas, medianas y micro empresas conocidas también como MIPYMES son base fundamental de la economía del país debido a la generación de empleo y desarrollo económico que representan. A pesar de que en los análisis financieros de un país destacan las grandes empresas, esto se debe gran medida al trabajo y coordinación de las MIPYMES, pues su estructura pequeña permite que sean fácilmente adaptables a los cambios en el mercado y se encuentran más cerca del cliente para conocer sus necesidades, pero su problema radica en la falta de recursos, falta de posibilidades de desarrollo como créditos y falta de valor agregado.

1.3 Formulación del problema

La formulación del problema se expresa de la siguiente forma: ¿Es factible la creación de una empresa dedicada a la comercialización e intercambio de las producciones a nivel internacional como medida para generar riqueza en el país y mantener un equilibrio en los flujos comerciales?

1.4 Justificación del proyecto

La implementación de una empresa que utilice el sistema de comercio compensando genera múltiples ventajas como son:

- a)** Genera la posibilidad de mejorar el saldo de la balanza comercial, al regular las importaciones de acuerdo a sus necesidades, convirtiendo al comercio compensado en una especie de arancel.
- b)** Ayuda a la preservación de divisas, aunque el comercio sin dinero no significa que las divisas no sean gastadas, ya que requieren varios gastos por cuestiones de trámites para lograr un óptimo intercambio pero se controla que sea el menor gasto posible y el más eficiente.
- c)** Ayuda a lograr transferencia económica al tener que brindarse asistencia técnica para mejorar el aprovechamiento de los bienes o servicios obtenidos.
- d)** Permite el acceso a mercados protegidos pues el país industrializado importador asume la comercialización del producto proveniente del país en desarrollo por lo que elimina barreras comerciales y brinda ventajas a futuro.
- e)** Brinda promoción de exportaciones de excedentes de productos básicos, ya que una vez que el productor exportador coloca todos sus productos en el mercado puede vender más a otros mercados importando bienes que necesite.
- f)** Permite el fortalecimiento de vínculos políticos estrechando lazos comerciales entre países (Asociación de Funcionarios y Empleados del Servicio Exterior Ecuatoriano, 2012, págs. 1-3).

La creación de una empresa de Trading Company busca ayudar a los productores y pequeños productores a la exportación de sus productos sin el uso de comercializadoras, para que de esta manera, las ganancias no se vean mermadas debido a la larga cadena de producción y exportación. También se busca entablar convenios con entidades como La Asociación Ecuatoriana de Agencias de Carga y Logística Internacional (ASEACI), para que, mediante su intervención se disminuya en lo posible la intermediación.

1.5 Objetivos de la Investigación

1.5.1 Objetivo General

Establecer la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización con un enfoque de búsqueda de mercado, proveedores, producciones y estrategia logística en la distribución internacional de la misma con la finalidad de mantener equilibrios comerciales.

1.5.2 Objetivos Específicos

1. Identificar las potencias exportables de las medianas, pequeñas y microempresas en el País.
2. Planificar estratégicamente la logística de la distribución internacional de las producciones.
3. Diseñar los procesos organizacionales para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de las producciones a nivel internacional.
4. Analizar los recursos financieros que establezcan la rentabilidad del proyecto.

CAPÍTULO II.

BASE CONCEPTUAL Y DISEÑO METODOLÓGICO

2.1 Trading Company

Las empresas comercializadoras son aquellas que no producen ni bienes o servicios sino que compran artículos a productores y se encargan de comercializar estos bienes, exportarlos y distribuirlos. Para que la rentabilidad de una empresa comercializadora se genere debe conseguirse la mercadería a un costo bajo que permita poder aumentar el precio de tal manera que, se puedan cubrir los costos de transporte, distribución, ganancia para la comercializadora y que, aun así, se pueda obtener un margen de ganancia para los compradores, una vez q vendan el producto al cliente final.

La especialidad de las empresas denominadas trading companies radica en el control de todos los procesos involucrados en la exportación e importación de bienes o servicios mediante una red de distribución propia, que permite comercializar determinados productos de un país a varios países. Sus principales bienes de trabajo son las materias primas y los productos semifabricados

Los servicios que brinda una trading Company son:

- Identificar los proveedores en varios países que puedan manejar grandes volúmenes de productos y que brinden precios competitivos en el mercado.
- Negociar las condiciones para la venta y entrega de los bienes.
- Financiación y aseguramiento del cobro para el proveedor-exportador.
- Gestión logística, aduanera y de los documentos de la operación.

- Distribución y venta del producto a través de la red comercial en el país de origen de la empresa y otros países en los que pueda estar presente.

El origen de las trading companies se remonta al siglo XVII cuando las principales potencias europeas constituyeron en empresas para gestionar el comercio con sus colonias. La primera de estas empresas fue la Dutch East India Company con base en la ciudad holandesa de Ámsterdam controlaba el comercio de especias entre oriente y Europa a través de una flota de cerca de 5.000 barcos que operaban en puertos de Indonesia, China, Taiwán o Persia.

Si bien las tradings companies en sentido estricto, importan productos en unos países que luego revenden, en el mundo del comercio internacional existen otras muchas empresas que se denominan trading companies cuando en realidad son agentes comerciales o intermediarios, es decir no compran los productos sino que facilitan su venta poniendo en contacto a vendedor y comprador y por esta gestión, en caso de tener éxito, cobran una comisión (normalmente entre el 5% y el 10%) de los productos vendidos. Existen miles de empresa y profesionales en el mundo que realizan esta actividad de intermediación internacional.

Hoy en día las trading companies están especializadas en países de difícil acceso en zonas de Asia, África o América Latina. Su función consiste en localizar proveedores de productos con los que firman contratos de suministro de productos que venden a través de su red comercial en un su país o países cercanos. Ejemplos de trading companies son la saudí Bahrawi especializada en la comercialización de productos de alimentación y catering en Arabia Saudita y otros países del Golfo Pérsico o la empresa brasileña EmitBrasil especializada en el comercio exterior de equipamientos y maquinaria para la construcción civil. (Llamazares, 2012 , págs. 2-5).

Una trading Company no es lo mismo que un consorcio, pues este tipo de empresas se basan en la unión de varias compañías que se unen de manera voluntaria para promover sus bienes y servicios en el extranjero mediante acciones conjuntas. La unión de estas empresas conserva su individualidad jurídica por lo que el consorcio es una entidad aparte de ellas. (Rojas, 2012 , pág. 12). Las comercializadoras internacionales tienen su importancia en el manejo de las relaciones de comercio exterior y dan la oportunidad para reunir a varias empresas del sector, investigar nuevos mercados, buscar oportunidades de negocio y exportar a nichos.

2.1.1 Funcionalidad de las empresas comercializadoras

Las funciones específicas que deben cumplir las empresas comercializadoras o trading Company son:

- Empujar la economía doméstica hacia un mercado global mediante el comercio interno externo
- Acoplarse al contexto del país en el que se desarrollen, en los cuales debe existir la legitimidad del concepto de trading y mecanismos de organización, difusión e implementación
- Debe brindar inteligencia económica, la cual se logra al momento de realizar estudios de mercados para conocer toda la información de las áreas económicas, políticas, comerciales financieras y tecnológicas de dichos destinos.
- Desarrollar estrategias comerciales en aspectos como desarrollo del producto, creación de canales de promoción, cotización de precios y líneas de financiamiento.
- Distribución física en el mercado de destino.

- Financiamiento de operaciones, para lo cual puede contar con capital propio o ajeno, para poder financiar mejoras o ayudar a los clientes. (Rojas, 2012 , págs. 3-8)

2.1.2 PROS y CONTRAS de una empresa comercializadora

Pros de una comercializadora internacional o trading company:

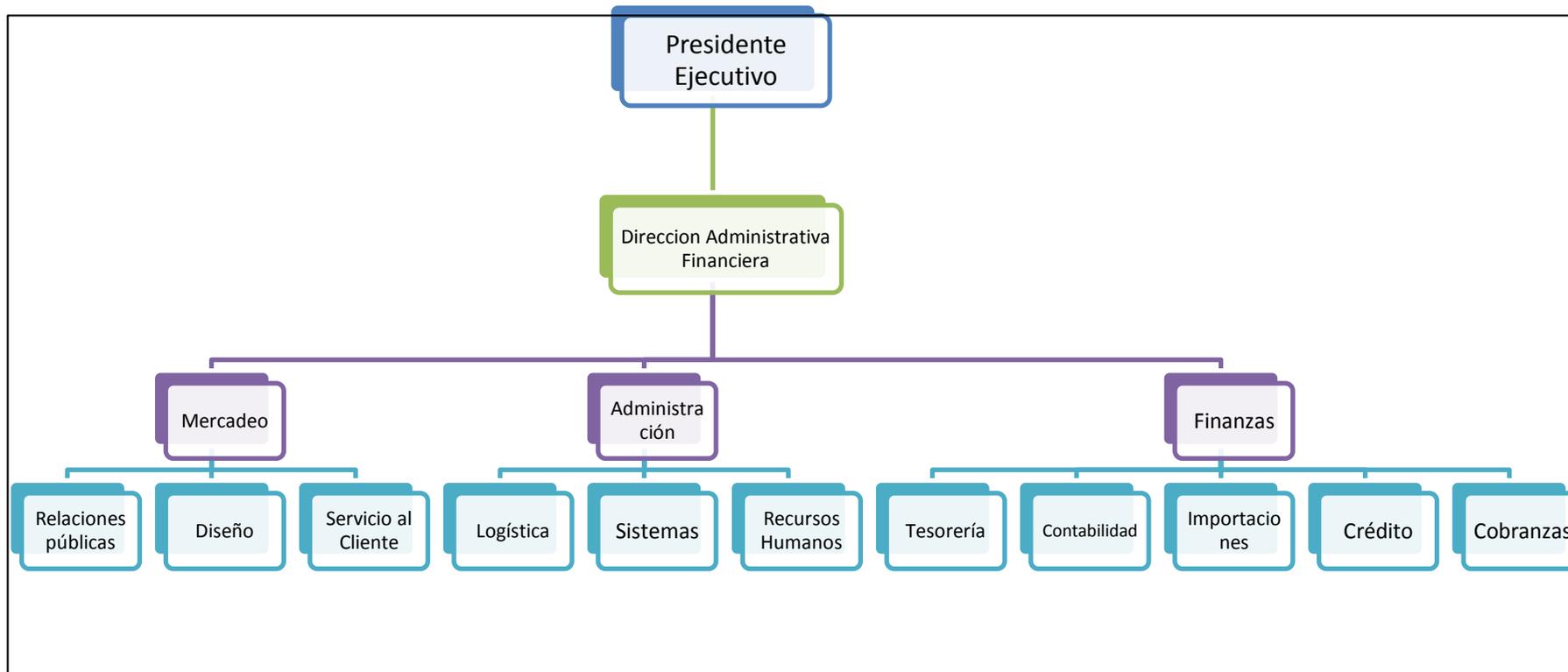
- Ayudan al desarrollo de las pequeñas, medianas y micro empresas que poseen productos de calidad exportables pero que no cuentan con la capacidad ni los conocimientos necesarios.
- Manejo de grandes volúmenes de productos.
- Financiamiento a las MIPYMES.
- Intermediación solvente conocido internacionalmente.
- Nivel de riesgo bajo para el productor, pues la compañía lidia con las negociaciones en cada país.

Contras de una comercializadora internacional o trading company:

- Dependencia de los productores nacionales.
- Falta de comunicación entre productores y trading companies.
- Bajas ventas con respecto a las proyecciones.
- Baja legislación que especialice a las compañías en el área internacional.

2.1.3 Organigramas de las comercializadoras importadoras

Figura 1. Organigrama de empresa comercializadora importadora



Fuente: (Hino-Mavesa, 2014, pág. 1)

El organigrama de una empresa comercializadora posee 4 niveles jerárquicos, los cuales son encabezados por el Presidente Ejecutivo, seguido de la dirección administrativa y financiera. Luego se divide en 3 departamentos: Mercadeo, Administración y Finanzas. El departamento de mercadeo tiene al Relacionista Público, Diseñador y Servicio al Cliente.

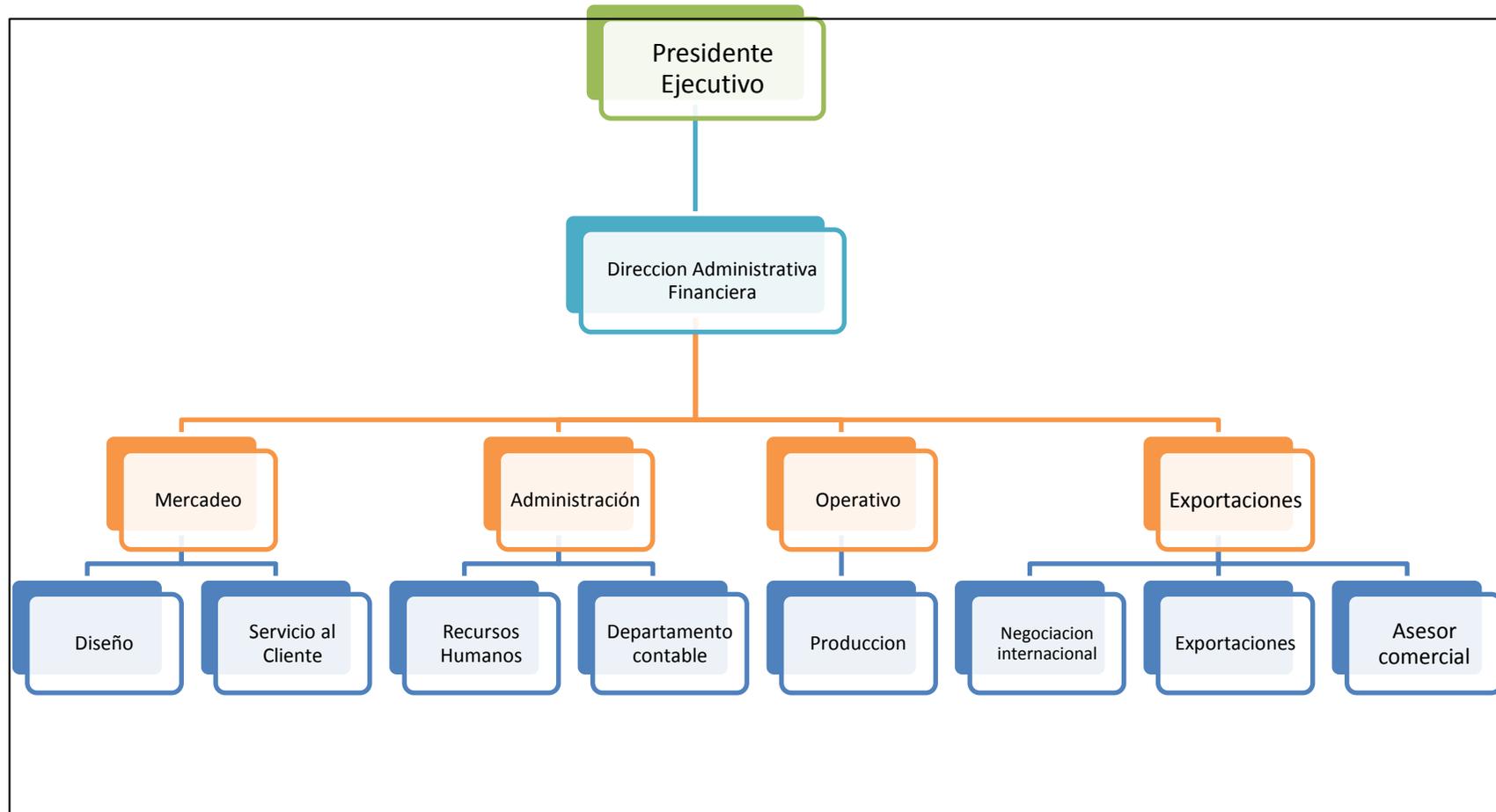
En el departamento administrativo se divide en Logística, el personal del Sistema y Recursos humanos. En el departamento de finanzas se presentan los cargos de tesorería, contabilidad, importaciones/exportaciones, crédito y cobranzas. Se tomó como base para el organigrama el modelo de la empresa comercializadora HINO. (Hino-Mavesa, 2014, pág. 1).

2.1.4 Organigramas de las comercializadoras exportadoras

El organigrama de las empresas exportadoras varía un poco con respecto a las empresas importadoras, pues desarrollan el área de producción de los bienes que distribuirán a nivel internacional, así como el departamento encargado de las negociaciones con los clientes, venta del producto, términos de exportación hacia los distintos mercados, etc.

Aunque en muchos aspectos sigue contando con similitudes frente a la empresa importadora en el 3er nivel se adiciona el departamento de exportaciones y el financiero pasa a formar parte del área administrativo para formar el área operativa donde se coordinara las acciones para la producción de los bienes. (Produmar S.A., 2013 , pág. 2)

Figura 2. Organigrama de empresa comercializadora exportadora



Fuente: (Produmar S.A., 2013 , pág. 2)

2.1.5 MIPYMES exportadoras del Ecuador

El país cuenta con pequeñas, medianas y micro empresas que empiezan a incursionar el rubro de las exportaciones. Un ejemplo de esto son las exportaciones de flores o bananos que direccionan sus productos hacia mercados como Argentina o Brasil. De esta manera, se incrementan las ganancias de estos exportadores ascendiendo a cantidad cerca de los \$60 millones de dólares. (Agronegocios , 2013 , pág. 3)

Se realizó un estudio gestionado por la Red Global de Exportación (RGX) de Argentina y la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei), con el auspicio de Avaya y Oracle llamado “La innovación como motor para el desarrollo competitivo exportador de las MIPYMES” donde evaluaron a 530 MIPYMES de Ecuador, Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, México, Perú, Paraguay, Panamá y Venezuela.

Una de las conclusiones que arrojó el estudio es que, mientras el 49% de las MIPYMES que realizan actividades de exportación en los demás países poseen alianzas con centros de investigaciones y universidades, en el Ecuador, solo un 27% de las MIPYMES realizan estas alianzas. Otros datos revelaron que en Ecuador, el 30% de las pequeñas y medianas empresas acceden a fuentes de financiamiento para desarrollar innovación, mejoras en los procesos de producción o para abrir nuevos mercados.

Referente al nivel de capacitación del personal que labora en las MIPYMES, el porcentaje de calificación en el Ecuador es del 60%. También se pudo constatar que el uso de TIC no es un recurso utilizado óptimamente en las empresas y las capacitaciones más se enfocan al área administrativa. El número de MIPYMES exportadores varía según la entidad en la que estén afiliadas. En la Cámara Nacional de Microempresas, se encuentran registradas un promedio de 40 microempresas que exportan entre una a dos veces al año, pero existen unas 1000 empresas que se dedican al

intercambio de bienes y servicios en las fronteras del país, sin contar un aproximado de 5 mil empresas que no están registradas y realizan exportaciones de manera ocasional. (Diario El Comercio , 2009 , pág. 2).

Una de las maneras que el Gobierno impulsa a las pequeñas y medianas empresas del país hacia la exportación es mediante el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) mediante la alianza de estas empresas con consorcios de exportación. Los beneficios que se espera proporcionar a las MIPYMES mediante estos acuerdos son:

- Aumento de la Rentabilidad
- Reducción de costos y riesgos
- Aumento del poder de negociación de las MIPYMES ante los compradores internacionales
- Transferencias de conocimiento y tecnología.
- Mejor posición competitiva debido al volumen de oferta
- Apoyo técnico de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial

Estos consorcios de exportación se basan en la agrupación de varias empresas que de manera voluntaria desean exportar sus productos y agrupan su mercadería para aumentar el volumen de oferta y poder obtener precios más competitivos. Estos consorcios son: Royal Honey, Cosmética Ecuador y Nativa Ecuador. (ProEcuador, 2012 , pág. 2).

En el Ecuador, organizaciones como CEPAL junto con entidades públicas como PROECUADOR, realizan proyectos para ayudar a la internacionalización de los productos desarrollados por pequeñas, medianas y micro empresas (MIPYMES), el objetivo es ayudar a los cinco países que forman parte de la iniciativa para que creen políticas públicas efectivas para

promover la comercialización al exterior. Este proyecto está dividido en tres fases, las cuales son:

1. Clasificar a las MIPYMES exportadoras a fin de tener una base de datos que permita conocer las características, productos y tamaños de las empresas para poder tener una base que dirija la creación de las políticas públicas.
2. Se debe introducir un nuevo método, proceso o mejora en las prácticas internas de la empresa para generar un plus a la exportación.
3. Una vez evaluadas las innovaciones necesarias se procederá a determinar su financiamiento considerando el financiamiento de la banca privada, banca pública, nacional, regional, multilateral, fondos y programas públicos de promoción, cooperación internacional u otro tipo de financiamiento.

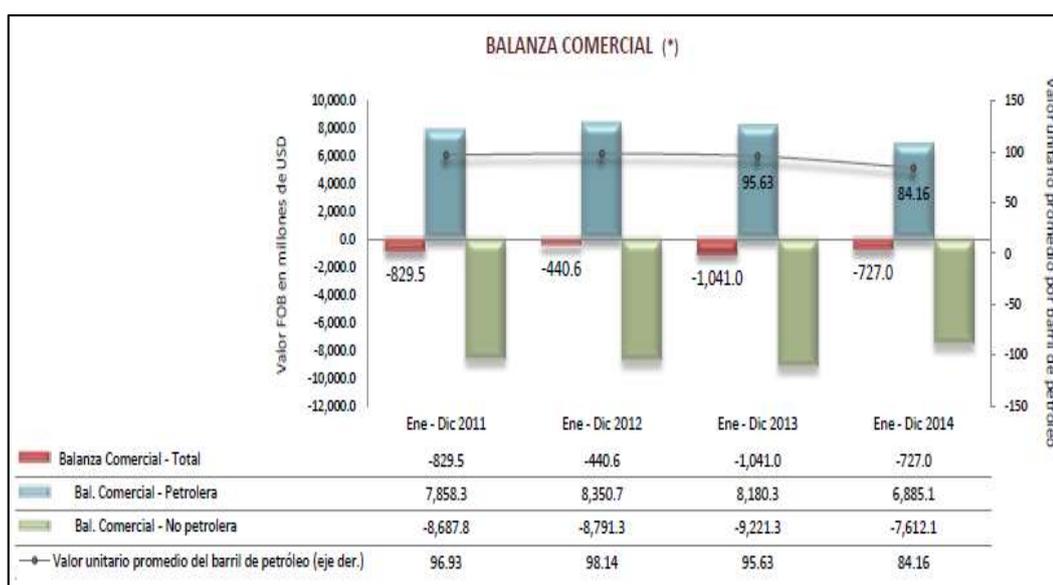
Las exportaciones del sector de las MIPYMES se han visto afectadas por la implementación de las denominadas “Salvaguardias” en los artículos importados, puesto que, algunas adquieren parte de sus materias primas en el exterior o por las medidas que tomen con el Ecuador como medidas para contrarrestar las restricciones del mercado pues estas afectan las competencias en las relaciones comerciales. (LATINPYME, 2015, pág. 2).

2.2 La Balanza Comercial

La balanza comercial petrolera en el año 2014 que fue de 6,885.1 millones de dólares, valor que es un 15% menos que el del año 2013, el cual fue de 8,180.3 millones de dólares. Por otra parte, la balanza comercial no petrolera vio su déficit reducido en un 17.5%, pasando de -9,221.3 millones de dólares en el año 2013 a -7,612.1 millones de dólares en el 2014.

Lo anteriormente expuesto ha ocasionado que la Balanza comercial ecuatoriana presenta un déficit de – 7270 millones de dólares al año 2014, cifra preocupante pero que es inferior a la del año 2013, la cual se situaba en -1,040 millones de dólares. A continuación se presenta un gráfico en el que se aprecia lo expresado en los dos primeros párrafos:

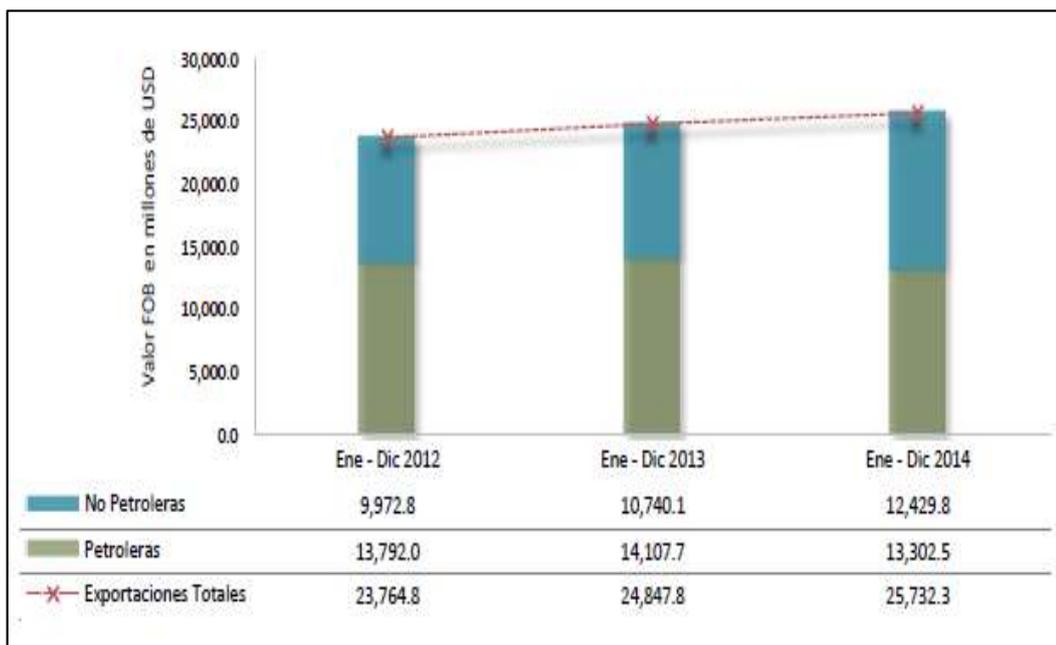
Gráfico 2. Evolución de la Balanza Comercial 2011 - 2014



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

En el caso del presente estudio es necesario conocer en qué cifras se sitúan las exportaciones del país, tanto en lo correspondiente a las no petroleras, como a las que provienen del petróleo. Las exportaciones petroleras se han mantenido relativamente estables, estando en el año 2012 en \$13,792.0 millones, mientras que en el 2014 se estableció en \$13,302.5 millones; en el caso de las exportaciones no petroleras, estas han sufrido una evolución que ha generado mayores ingresos al país, estando en el año 2012 en \$9,972.8 millones hasta llegar a \$12,429.8 millones. A continuación se procede a presentar a un gráfico en el que se ve el aporte de cada una de ellas en el total de exportaciones del país. (Banco Central del Ecuador, 2015)

Gráfico 3. Análisis comparativo de las exportaciones del país 2012 – 2014



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

Generalmente en el proceso de exportaciones de bienes intervienen 8 agentes que se encargan de todos los pasos de dicho proceso, entre los cuales están:

- Importador
- Banco Comercial
- Compañía de seguros
- Agente de carga
- Servicio nacional de Aduanas
- Agente de Aduanas
- Empresas certificadoras
- Proveedores

Figura 3. Agentes que intervienen en las exportaciones

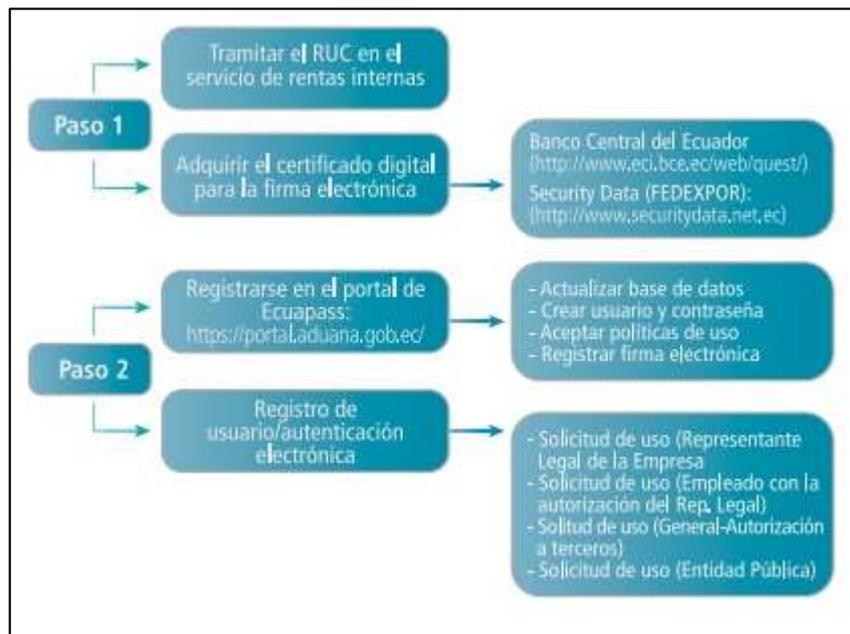


Fuente: (ProEcuador , 2014)

Los requisitos que solicitan para realizar exportaciones son las siguientes:

- Registro único del contribuyente o RUC otorgado por el Servicio de Rentas Internas.
- Certificado de firma digital o TOKEN otorgado por el Banco Central del Ecuador o por Security Data.
- Registrarte como exportador en Ecuapass, el cual requiere el siguiente proceso:

Figura 4. Pasos para registro en Ecuapass



Fuente: (ProEcuador , 2014)

Otro factor que rigen las importaciones y exportaciones de un país son las Incoterms o Términos Internacionales del Comercio, los cuales son los diversos tipos de contrato que se pueden dar en un proceso de compraventa internacional referente a las responsabilidades que poseen el comprador y el vendedor, los costos y riesgos que afrontan cada uno durante el proceso desde la compra hasta la entrega del bien. A continuación se presenta un breve resumen de las Incoterms:

- **CIF – Costo, Seguro y Flete**

En el tipo de contratos CIF, el vendedor asume los costos de la logística para la distribución de los bienes desde el puerto de embarque acordado entre él y el comprador. Además, el vendedor es el responsable de la contratación de un seguro para los bienes y el pago de la prima con la finalidad de proteger la mercadería desde su salida hasta la llegada a su destino.

- **CIP – Transporte y seguro pago hasta el lugar de destino convenido**

El vendedor será el encargado de entregar los bienes de exportación al transporte que él, previamente contratara, acordando los precios que le convengan para lograr llevar los productos al lugar de destino, además de la contratación de los seguros contra el riesgo de pérdida o daño de los mismos.

Luego de la entrega del bien, el comprador es quien asume todas esas responsabilidades, como el coste de transporte desde el puerto hasta la empresa compradora, seguros, etc., así como cualquier otro gasto que aparezca luego de concluida la transacción comercial.

- **CPT – Transporte pago hasta lugar de destino convenido**

En esta modalidad el vendedor también asume los costos de transporte hasta el lugar convenido, y el comprador asume los gastos desde ese punto en adelante. La excepción ocurre en la compra del seguro pues el vendedor no está obligado a adquirirlo.

- **DAF – Entregas en Frontera**

En el modelo de Entrega en Fronteras, las obligaciones del vendedor están presentes hasta la aduana fronteriza del país de destino, una vez pasada esa frontera, el comprador asume todos los costos y riesgo. Esta especie de contrato se aplica más en el modo de transporte que se realiza vía terrestre.

- **DDP – Entregas con derechos pagados**

El vendedor debe entregar los productos listos para la exportación, asumiendo los costos y riesgos que involucran el transporte de los bienes hacia la aduana, los trámites aduaneros, los derechos de aduana, impuestos y otro tipo de gastos que involucren el importar dichos bienes hacia el país de destino.

- **DDU – Entregas con derechos no pagos**

En esta modalidad el vendedor tiene la responsabilidad de asumir los gastos de transporte de los bienes hasta el país importador pero no asume los costos de derechos, impuestos y otros cargos exigibles para que se realice el proceso de las importaciones.

- **DEQ – Entregas en muelle**

En el contrato de entregas en muelle la responsabilidad del vendedor termina al momento de entregar la mercadería en el puerto de destino sin despachar y asume los costos y riesgos ocasionados hasta ese punto. Este tipo es más utilizado para el transporte marítimo, navegación interior o transporte multimodal.

- **DES – Entregas sobre buque**

En este modelo de contrato la responsabilidad del vendedor termina cuando los bienes están en el buque, y aún no han sido despachadas para la importación al país de destino.

- **EXW – En Fábrica**

En esta modalidad el vendedor entrega la mercadería en el establecimiento de su propiedad, fábrica o almacén y desde ese momento desliga responsabilidades. Es el tipo de contrato más conveniente para los vendedores y el comprador asume los más altos riesgos.

- **FAS – Libre al costado del buque**

En el contrato “Libre al costado del buque” como su nombre lo indica, el vendedor termina sus responsabilidades una vez que la mercadería es colocada al costado del buque de carga que llevarán los bienes a su lugar de destino y el comprador asume los riesgos de daño o pérdida de la mercancía.

- **FCA – Libre transportista hasta el lugar convenido**

En esta modalidad el transportista es elegido por el comprador y la responsabilidad de la mercadería termina, para el vendedor, al momento de entregarla a dicho transportista. El lugar elegido para la entrega influye en las obligaciones de cada parte, por ejemplo, en caso que la entrega sea realizada en el almacén del vendedor, es el quien asume la responsabilidad. Si la entrega es realizada en cualquier otro lugar, el vendedor termina sus obligaciones.

- **FOB – Libre a bordo en puerto de carga convenido**

En este contrato la responsabilidad del vendedor termina al momento de que los productos son puestos en la borda del buque en el puerto de embarque convenido; en tanto el comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercancías desde aquel punto de entrega del vendedor.

Figura 5. Incoterms 2010

Incoterms 2010	Modality of transport	Conditions for sale	Seller's warehouse	Transport to origin	Customs formalities	Costs of loading	Transport to destination	Insurance	Costs of unloading	Customs formalities at destination	Transport to buyer	Delivery to buyer
EXW Polivalente	Yellow	Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black
FCA Polivalente	Yellow	Yellow	Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black
FAS Marítimo	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black
FOB Marítimo	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black
CPT Polivalente	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Black	Black	Black	Black	Black	Black
CIP Polivalente	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Black	Black	Black	Black
CFR Marítimo	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Black	Black	Black	Black	Black	Black
CFI Marítimo	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Black	Black	Black	Black	Black	Black
DAT Polivalente	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Black	Black	Black	Black
DAP Polivalente	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Black	Yellow	Yellow
DDP Polivalente	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CO

Yellow: Vendedor; Black: Comprador; Yellow/Black: Vendedor / Comprador

Fuente: (ProEcuador , 2014)

2.3 Marco legal

El conjunto de políticas que tienen como propósito promover el desarrollo de los sectores productivos y estratégicos de un país se denomina Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), tiene como fin establecer una transformación de la matriz productiva en el cual el modelo económico del Ecuador dejaría de ser extractivista y pasaría a ser un modelo más productivo, con una industria de valor agregado.

En el artículo 3 de este código (COPCI), que el principal objetivo es la regularización del proceso productivo durante todas las etapas involucradas, es decir, producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones, todas enfocadas al plan del buen vivir, mediante este concepto, no solo se busca que la generación de negocios sea el lucro, sino que también la generación de plazas de trabajo para ayudar a mejorar el nivel de vida de los ecuatorianos, este código se compone de 6 libros distribuidos de la siguiente manera:

- **Libro I.** Del desarrollo productivo, mecanismos y órganos de competencia.
- **Libro II.** Del desarrollo de la inversión productiva y sus instrumentos.
- **Libro III.** Del desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, y de la democratización de la producción.
- **Libro IV.** Del comercio exterior, sus órganos de control, e instrumentos.
- **Libro V.** De la competitividad sistémica y de la facilitación aduanera.
- **Libro VI.** De la sostenibilidad de la producción y su relación con el ecosistema.

CAPÍTULO III.

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado que se pretende realizar consiste en la respectiva indagación del mercado que provee y hace uso de los servicios de asesoramiento logístico en el Ecuador. Se analizarán los factores más relevantes como la oferta de servicios portuarios, mayormente para la exportación y la demanda de las empresas o personas naturales que no se encuentren satisfechos con los procesos que realizan actualmente.

Se aplicarán encuestas a las empresas que asesoran en la exportación de distintos productos y que operan a nivel nacional, así también, se estudiará la situación actual del mercado, para conocer el mercado existente en el cual la empresa entraría a operar.

Se establecerán objetivos específicos que lleven relación con el objetivo general, para así dirigir de manera correcta el estudio de campo hacia la consecución de datos relevantes que brinden la posibilidad de construir conclusiones acertadas al finalizar el presente capítulo.

3.1 Análisis de la oferta

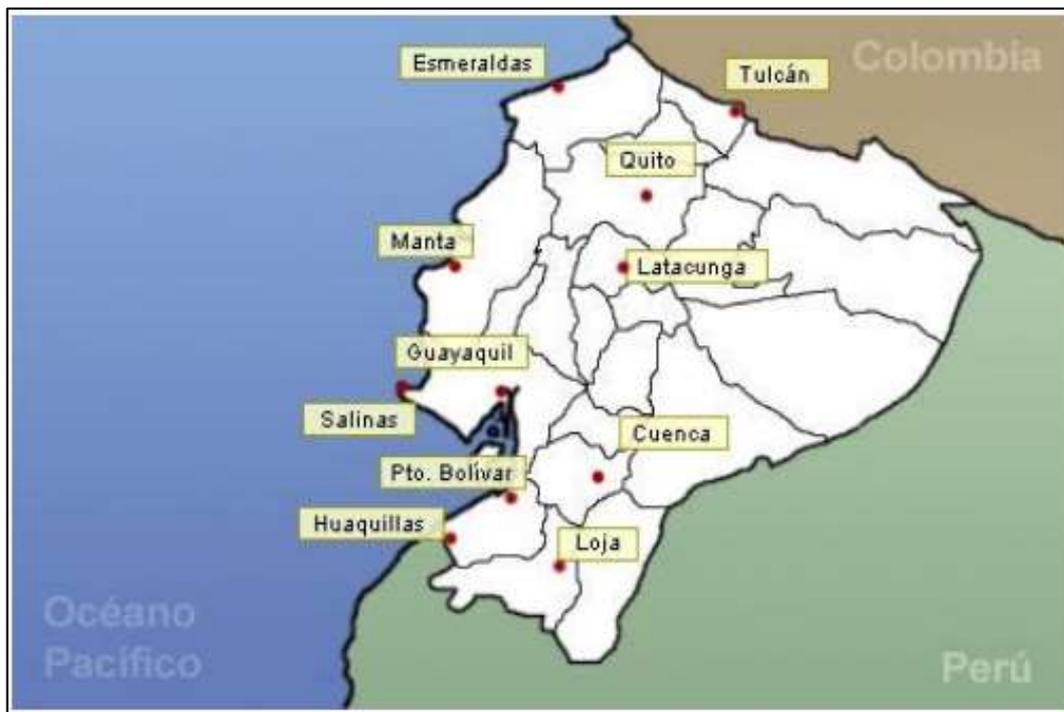
El país durante los últimos años ha buscado diversificar los mercados a los cuales pueda dirigir los productos ecuatorianos mediante una integración bilateral y multilateral; el principal destino de las exportaciones ecuatorianas es los Estados Unidos, puesto que se dirige hacia este país el 53.6% de estas, así también las exportaciones hacia los países de la CAN, Rusia y la Unión Europea se han visto incrementadas.

En el caso de las importaciones, de igual manera, son de los Estados Unidos que provienen la mayoría de los productos importados por el Ecuador, luego

le siguen los provenientes de Colombia, Brasil y China principalmente. Debido que el actual gobierno busca promover las exportaciones, se han eliminado ciertas restricciones y prohibiciones, lo que ha permitido que el Ecuador afiance sus mercados, apertura nuevos mercados y diversifique los productos exportados. (Yambay, 2012)

Actualmente en el Ecuador existen 280 Agentes Aduaneros registrados y 119 Consolidadoras/Desconsolidadoras autorizadas por la SENA, las cuales se encargan de facilitar la importación y exportación de productos de distintas clases. (SENAE, 2015)

Figura 6. Distritos aduaneros en el Ecuador



Fuente: (SENAE, 2015)

Como se mencionó en el párrafo anterior existen distintos tipos de empresas que se encargan de la asesoría logística, las cuales pueden conformarse por personas naturales, empresas pequeñas, medianas o por grupos de mayor

dimensión. Los servicios de asesoría logística portuaria que ofrecen este tipo de empresas son los siguientes:

- Trámites aduaneros aéreos, marítimos y terrestres.
- Trámites de importaciones y exportaciones a régimen de consumo.
- Trámites de importaciones y exportaciones con regímenes especiales.
- Trámites de permisos y licencias previas.
- Trámites de menaje de casa.
- Asesoría técnica en comercio exterior.
- Servicio de transporte pesado en todo el país (Vásconez & Vásconez, 2015).

3.2 Análisis de la demanda

La demanda existente la conforman todas aquellas empresas que se dedican a la exportación e importación de productos en el Ecuador, pero tomando con mayor importancia a aquellas que exportan hacia otros mercados, puesto que las actuales políticas del gobierno impulsan las exportaciones para mejorar los índices en la balanza comercial.

Los mayores mercados a los cuales los productos ecuatorianos van dirigidos son los Estados Unidos, los países de la región y los pertenecientes a la Unión Europea; es por esto que las empresas que conforman la demanda de una comercializadora internacional serían las que realizan intercambios comerciales con estas naciones.

El enfoque se dirige principalmente a las empresas que realizan además comercio compensado o compensatorio, las mismas que efectúan algún tipo de intercambio comercial sin la intermediación de dinero, sino de producto por producto.

3.3 Plan de muestreo

3.3.1 Tipo de investigación

Dentro del presente estudio se hará uso de la investigación exploratoria, la cual busca evidenciar las características principales de un grupo de personas determinado, para así conocer los aspectos principales de los mismos como costumbres, preferencias, hábitos, entre otras; esto para definir el proceso por el cual toma determinadas decisiones. (Van & Meyer, 2006). Al realizar el levantamiento de datos desde cero, porque existen pocas fuentes de información se aplica este tipo de investigación, que luego deriva en la investigación descriptiva.

Es así, que la investigación descriptiva sirve para estudios que requieren conocer las actitudes más relevantes de un segmento en particular, puesto que no establece ninguna clase de limitación para la recolección de información, sino que por el contrario, facilita el relacionamiento de variables para la elaboración de conclusiones.

Este tipo de estudio empieza con el reconocimiento de las directrices del problema identificado en primera instancia, para luego definir la hipótesis, la recolección de datos haciendo uso de técnicas especializadas y la construcción de teorías fundamentadas en la verificación de la información obtenida previamente; en el presente caso será necesario identificar los aspectos relacionados con las exportaciones e importaciones realizadas por las trading companies. Finalmente, los resultados obtenidos son presentados en gráficos y tablas estadísticas que facilitarán su interpretación.

3.3.2 Método de investigación

Se ha seleccionado dos tipos de métodos investigativos, con el objetivo de lograr una combinación que permita analizar los datos obtenidos en el estudio; a continuación se detallan cada uno de estos:

- **Método Inductivo.-** *“El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría.”* (Bernal Torres, 2006).

De esta manera se evidencia que este método servirá para conocer la situación actual de las exportaciones e importaciones realizadas por Agentes Aduaneros o empresas Consolidadoras y Desconsolidadoras del país. Asimismo al hacer un análisis por partes del fenómeno a investigar, para determinar si es viable el proyecto, se recolectarán variables como frecuencia de uso de servicios, tiempo en el mercado y demás aspectos relevantes para la investigación de campo y posteriormente establecer una conclusión general.

- **Método Deductivo.-** *“Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares.”* (Bernal Torres, 2006).

Mediante la utilización de este método se podrán determinar las maneras en las que se realizarían estos procesos de la manera más adecuada. De igual forma, la conclusión general de los datos recolectados consiste en la deducción o interpretación final de los resultados.

3.3.3 Técnicas de recolección de datos

Se empleará como técnica de recolección de datos la encuesta, la misma que se define de la siguiente manera según (Muñoz, 2010):

“se basa en las declaraciones orales o escritas de una muestra de la población con el objeto de recabar información. Se puede basar en aspectos objetivos (hechos, hábitos de conducta, características personales) o subjetivos (opiniones o actitudes)”

Esta técnica se aplicará a los Agentes Aduaneros y empresas Consolidadoras / Desconsolidadoras, para así conocer el estado actual del mercado y conocer los requerimientos de los clientes de estas empresas, para así poder satisfacer estas necesidades y captar la mayor parte del mercado posible.

3.3.4 Población y muestra

La población objetivo del presente trabajo serán los agentes Aduaneros y empresas Consolidadoras / Desconsolidadoras que se encuentran laborando en el Ecuador a la actualidad, según datos recabados el número de estas alcanza las 319. El motivo de la selección de este tipo de empresas, se fundamenta en conocer la situación actual del sector en lo que respecta a las exportaciones e importaciones realizadas a través de la SENA E en el país.

Debido al número relativamente elevado de estas empresas, para la extracción de la muestra se hará uso de la fórmula estadística para poblaciones finitas, a continuación se presenta la misma:

Figura 7. Fórmula estadística para hallar la muestra

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

Fuente: (Rodriguez, 2005)

A continuación se detallan los términos existentes en la fórmula:

- N: es el tamaño de la población objetivo, son 319 empresas.
- Z: se obtiene según el nivel de confianza, resultando 1.65.
- n/c: es el nivel de confianza utilizado, en este caso es de 90%.
- p: es la probabilidad de que el evento llegue a ocurrir, siendo comúnmente utilizado el 50%.
- q: es la probabilidad de que el evento no llegue a suceder, es el restante del porcentaje anterior, 50%.
- e: es el error máximo a tolerar en la muestra, 5%.

Realizando el respectivo reemplazo en la fórmula, el resultado de esta es de 147 empresas importadoras y exportadoras; a continuación se detalla la fórmula:

n/c=	90%	n =	$\frac{Z^2 (p)(q)(N)}{(N-1) e^2 + Z^2 (p)(q)}$
z=	1.65		
p=	0.50		
q=	0.50	n =	$\frac{(1.65)^2 (0.50) (0.50) (319)}{(319- 1) (0.05)^2 + (1.65)^2(0.50)(0.50)}$
N=	319		
e=	5%		
n=	?	n =	$\frac{217.119375}{1.475625}$
		n =	147 empresas

Elaboración: Autora

La base de datos mediante la cual se realizará las encuestas se obtuvo mediante un contacto que labora en la cámara de comercio de Guayaquil. Estas encuestas se realizaron vía telefónica a las 147 empresas determinadas por el análisis de la muestra estadístico de lunes a viernes en horario de 10H00 a 4H00, lo que se considera horario de oficina, desde el 20 de Julio del 2015 hasta el 7 de Agosto del 2015 de acuerdo al siguiente cronograma:

Días de encuesta	Numero de encuestas realizadas
20 de Julio de 2015	12 encuestas
21 de Julio de 2015	10 encuestas
22 de Julio de 2015	12 encuestas
23 de Julio de 2015	12 encuestas
24 de Julio de 2015	13 encuestas
27 de Julio de 2015	9 encuestas
28 de Julio de 2015	8 encuestas
29 de Julio de 2015	10 encuestas
30 de Julio de 2015	9 encuestas
31 de Julio de 2015	10 encuestas
3 de agosto de 2015	7 encuestas
4 de agosto de 2015	7 encuestas
5 de agosto de 2015	8 encuestas
6 de agosto de 2015	8 encuestas
7 de agosto de 2015	12 encuestas
15 días	147 encuestas

FORMATO DE ENCUESTA

1. ¿Cuál de estas dos actividades realiza mayormente su empresa?

- Exportaciones
- Importaciones

2. ¿Cómo calificaría las actuales políticas del Gobierno Nacional en lo que respecta al comercio exterior?

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala

Preguntas para importadores

3. Identifique el inconveniente más importante durante la realización de importaciones:

- Trámites excesivos
- Almacenaje
- Clasificación de mercancía
- Logística internacional
- Transporte interior

4. Indique el promedio de trámites para importaciones que realiza de manera mensual

- Menos de 5
- Entre 5 y 10
- Más de 10

5. Indique el medio de transporte que es requerido por sus clientes para las importaciones

- Marítimo
- Aéreo

6. ¿Qué considera como aspecto más importante para mejorar los procesos necesarios para las importaciones que realiza su empresa?

- Mayor comunicación cliente/empresa

- Mejoramiento de procesos internos
- Políticas gubernamentales

Preguntas para exportadores

7. Identifique el inconveniente más importante durante la realización de exportaciones:

- Trámites excesivos
- Almacenaje
- Clasificación de mercancía
- Logística internacional
- Transporte interior

8. Indique el promedio de trámites para exportaciones que realiza de manera mensual

- Menos de 5
- Entre 5 y 10
- Más de 10

9. Indique el medio de transporte que es requerido por sus clientes para las exportaciones

- Marítimo
- Aéreo

10. ¿Qué considera como aspecto más importante para mejorar los procesos necesarios para las exportaciones que realiza su empresa?

- Mayor comunicación cliente/empresa
- Mejoramiento de procesos internos
- Políticas gubernamentales

3.3.5 Análisis de resultados

1. ¿Cuál de estas dos actividades realiza mayormente su empresa?

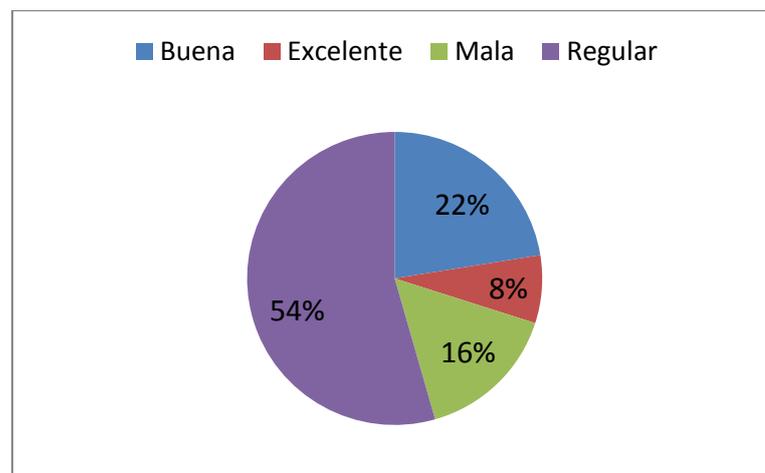
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Exportaciones	68	46.26%
Importaciones	79	53.74%
Total general	147	100.00%



Mediante la pregunta número 1 se realiza la diferenciación entre las empresas importadoras y exportadoras que se registran en la base de datos obtenidos dentro de las 147 empresas que se calcularon en la muestra estadística. De esta manera se determinó que el 46,26% de las empresas encuestadas pertenecen al sector de las exportaciones, mientras que el 53,74% pertenecen al sector de las importaciones. Debido a esta diferencia se establecen un grupo de 4 preguntas para cada perspectiva, las cuales serán respondidas por las 68 empresas exportadoras y las 79 empresas importadoras.

2. ¿Cómo calificaría las actuales políticas del Gobierno Nacional en lo que respecta al comercio exterior?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Buena	33	22.45%
Excelente	11	7.48%
Mala	23	15.65%
Regular	80	54.42%
Total general	147	100.00%

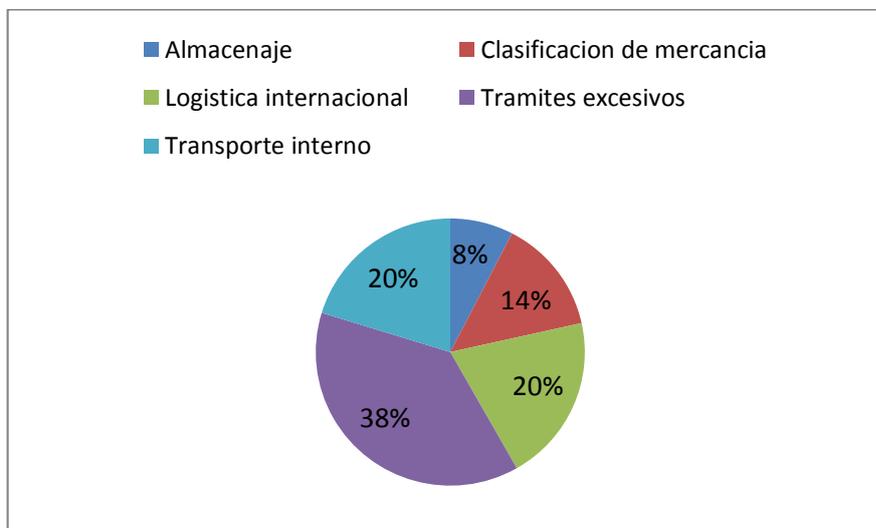


La segunda pregunta busca determinar la perspectiva que tienen las empresas con respecto a las medidas gubernamentales establecidas para la regulación de las actividades que están involucradas en el comercio exterior. El 54,42% de los encuestados consideran que las medidas son regulares y el 15,65% consideran que son malas, pues debido a los aranceles, restricciones y salvaguardias se ha complicado la situación del comercio tanto para importaciones como para las exportaciones. Por el contrario, el 22,45% y el 7,48% consideran que las medidas son buenas y excelentes respectivamente pues, aunque influyen negativamente en las importaciones, el desarrollo de emprendimientos exportables ha aumentado la cartera de clientes para las empresas encargadas de este aspecto.

Preguntas para importadores

3. Identifique el inconveniente más importante durante la realización de importaciones:

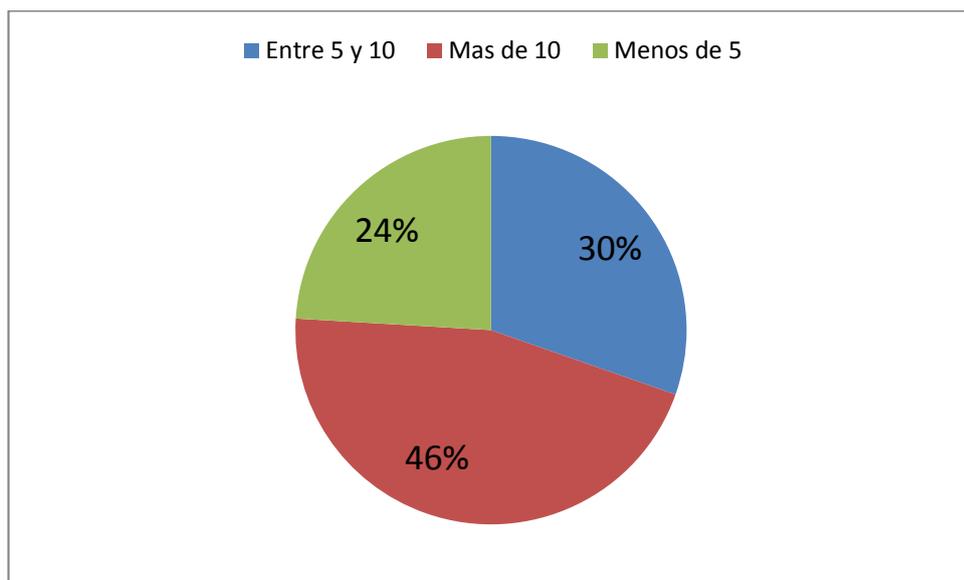
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Almacenaje	6	7.59%
Clasificación de mercancía	11	13.92%
Logística internacional	16	20.25%
Tramites excesivos	30	37.97%
Transporte interno	16	20.25%
Total general	79	100.00%



La pregunta número 3 es la primera dirigida a los importadores en la cual se busca identificar cual es el inconveniente más notorio al momento de realizar su actividad. El 37,97% de los encuestados menciono que su actividad se complica debido a los trámites excesivos para la entrada de mercadería al país, mientras que el 20,25% mencionó que los inconvenientes se presentan al momento de transportar la mercadería de manera interna y la logística internacional. El 13,92% manifiesta que la clasificación de la mercadería es un factor que dificulta la actividad y, por último, el 7,59% menciona que el almacenaje de la mercadería es su mayor dificultad.

4. Indique el promedio de trámites para importaciones que realiza de manera mensual

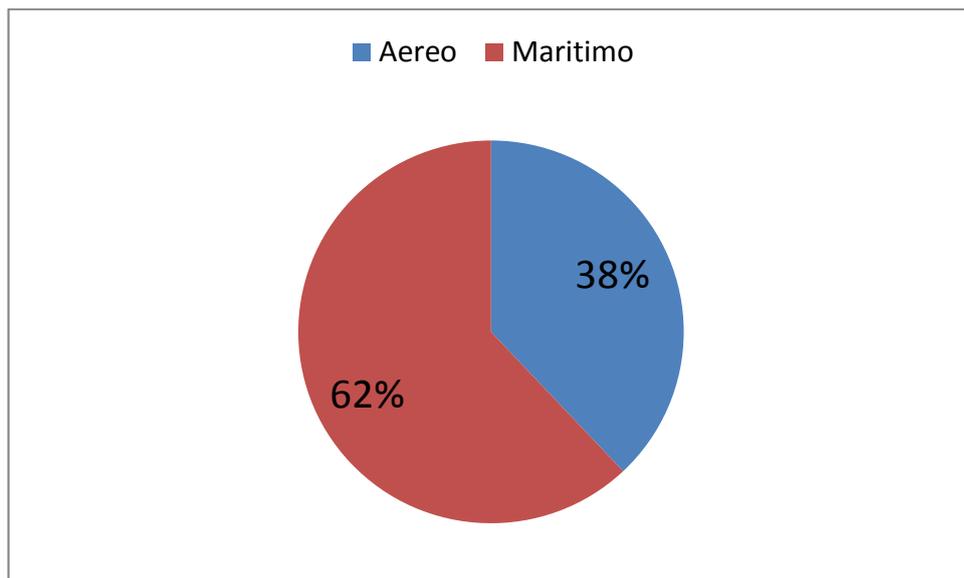
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Entre 5 y 10	24	30.38%
Más de 10	36	45.57%
Menos de 5	19	24.05%
Total general	79	100.00%



La pregunta número 4 de la encuesta busca determinar el número de tramites que las empresas importadoras deben realizar de manera mensual para cumplir sus actividades. El 30,38% de las empresas menciono que realiza entre 5 a 10 trámites para lograr importar mercadería, mientras que el 45,57% afirmo que los trámites relacionados a su actividad superan los 10. Por último, el 24,05% de las importadoras comentan que realizan menos de 5 trámites. Lo que indica un alto nivel de trámites que la mayoría de empresas deben cumplir para importar lo que conlleva demoras y altos costos.

5. Indique el medio de transporte que es requerido por sus clientes para las importaciones

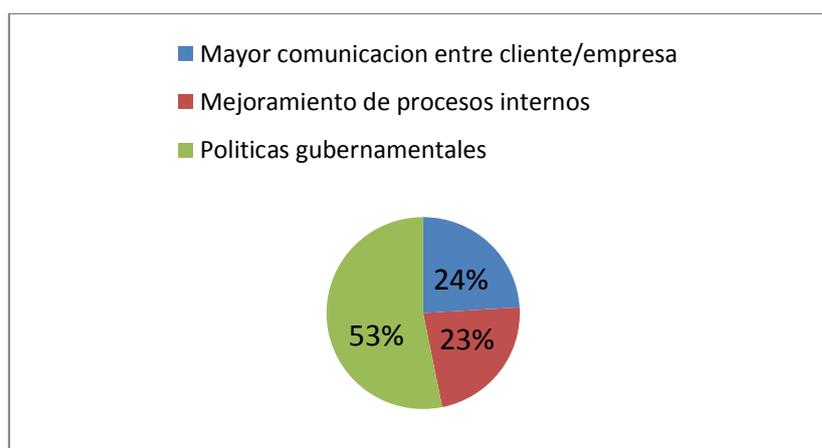
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Aéreo	30	37.97%
Marítimo	49	62.03%
Total general	79	100.00%



La quinta pregunta busca determinar el medio de transporte más utilizado por la empresa para importar la mercadería. El 37,97% menciona que la mayoría de sus embarques se trasladan vía aérea, mientras que el 62,03% de las empresas afirman que la mercadería es enviada al país por medio de barcos. Esto convierte a los puertos del país como uno de los más importantes accesos comerciales del Ecuador.

6. ¿Qué considera como aspecto más importante para mejorar los procesos necesarios para las importaciones que realiza su empresa?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Mayor comunicación entre cliente/empresa	19	24.05%
Mejoramiento de procesos internos	18	22.78%
Políticas gubernamentales	42	53.16%
Total general	79	100.00%

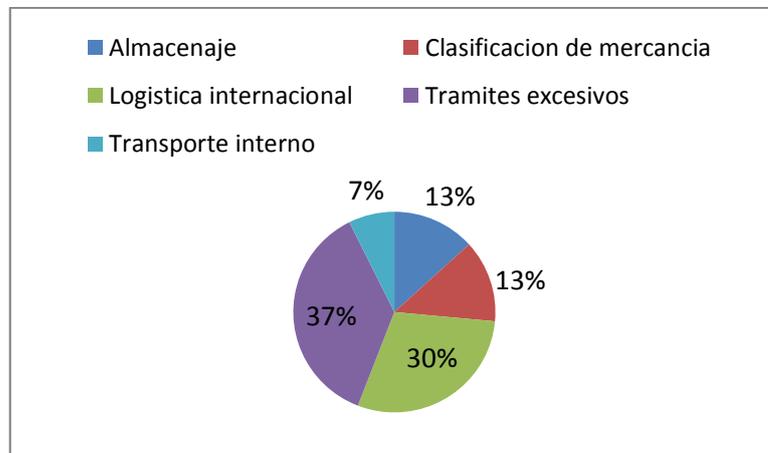


La sexta pregunta busca determinar qué aspectos consideran los importadores que se deben mejorar para agilizar los procesos concernientes a su actividad y otorgar más calidad a sus clientes. El 24,05% de los importadores consideraron que debe existir mejor comunicación entre los clientes y la empresa para lograr acuerdos que beneficien a ambos. El 22,78% menciona que es importante mejorar los procesos internos de la empresa a fin de recibir una constante retroalimentación que permita agilidad y calidad. El 53,16% considera que es necesario que se implementen mejores políticas gubernamentales que faciliten los trámites a los importadores para así disminuir la burocracia existente.

Preguntas para exportadores

7. Identifique el inconveniente más importante durante la realización de exportaciones:

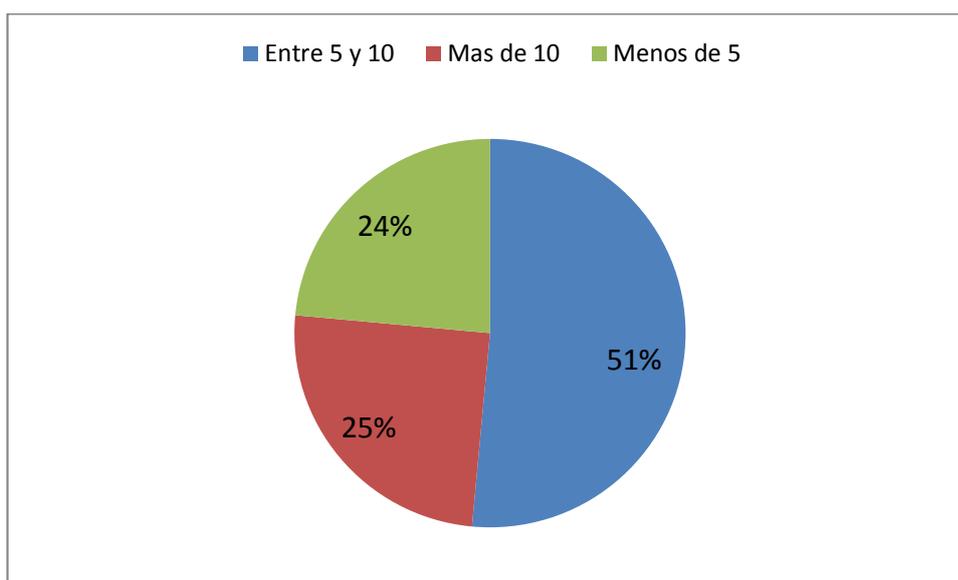
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Almacenaje	9	13.24%
Clasificación de mercancía	9	13.24%
Logística internacional	20	29.41%
Tramites excesivos	25	36.76%
Transporte interno	5	7.35%
Total general	68	100.00%



La pregunta numero 7 será la primera dirigida a exportadores y busca determinar los inconvenientes que estas empresas presentan con más frecuencia al momento de realizar su actividad. El 13,24% de las empresas menciona que el almacenaje y clasificación de la mercadería les resulta un problema, mientras que el 29.41% menciona como máximo inconveniente la logística internacional para el envío de los productos de exportación. El 36,76% de las empresas menciona que los tramites excesivos son el mayor impedimento para agilizar los procesos de exportación y el 7,35% considera que la mayor traba para las exportaciones es el transporte interno debido a los pocos puertos que existen en el país.

8. Indique el promedio de trámites para exportaciones que realiza de manera mensual

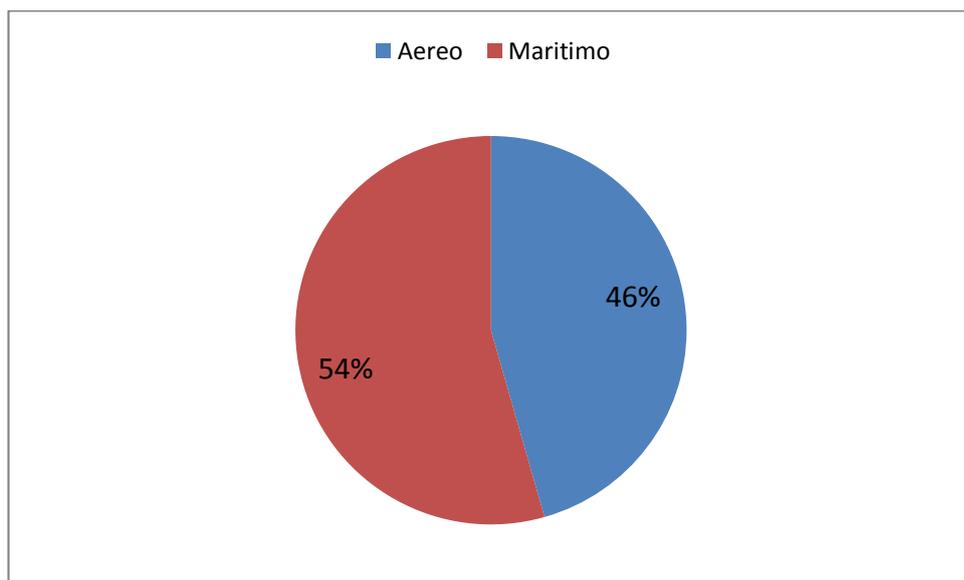
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Entre 5 y 10	35	51.47%
Mas de 10	17	25.00%
Menos de 5	16	23.53%
Total general	68	100.00%



La pregunta numero 8 busca determinar el número de trámites que deben realizar los exportadores para lograr desarrollar su actividad. El 51,47% de las empresas encuestadas determinaron que realizan entre 5 a 10 trámites mensuales, mientras que el 25% recalco que sus trámites superan los 10 mensuales. El 23,53% de las empresas restantes señalo que realizan menos de 5 trámites. Se puede considerar que las exportaciones de productos son menos verificadas por las agencias gubernamentales pero que aun así los trámites realizados manejan cifras altas.

9. Indique el medio de transporte que es requerido por sus clientes para las exportaciones

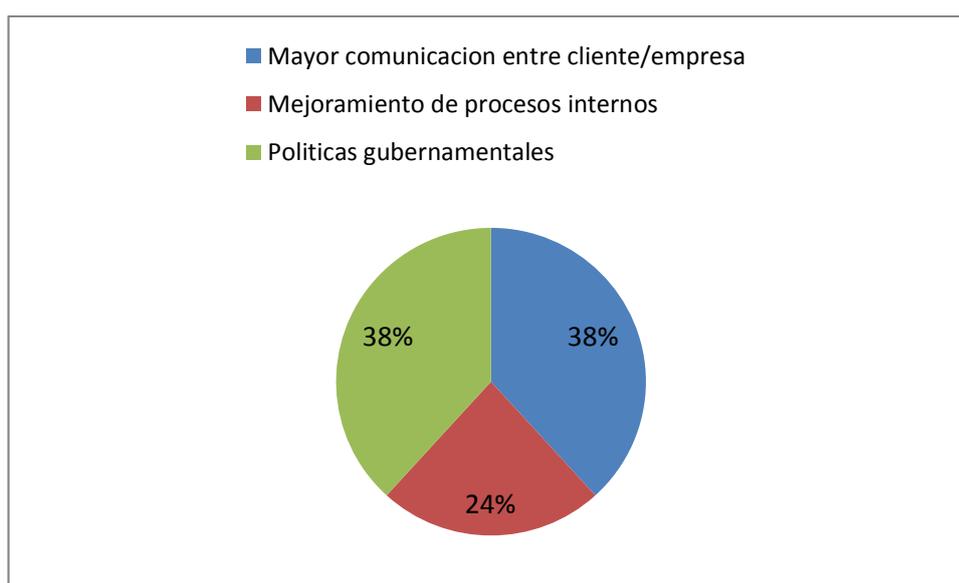
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Aéreo	31	45.59%
Marítimo	37	54.41%
Total general	68	100.00%



La pregunta numero 9 busca establecer el medio más utilizado por los exportadores para el envío de mercadería hacia el exterior. El 45,59% afirmó que utilizan más el servicio aéreo para el envío de productos, mientras que el 54.41% menciona que usan más la vía marítima. En este punto tanto importadores como exportadores concuerdan que el punto fuerte de la transportación comercial exterior es la vía marítima.

10. ¿Qué considera como aspecto más importante para mejorar los procesos necesarios para las exportaciones que realiza su empresa?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Mayor comunicación entre cliente/empresa	26	38.24%
Mejoramiento de procesos internos	16	23.53%
Políticas gubernamentales	26	38.24%
Total general	68	100.00%



La pregunta numero 10 busca determinar cuáles son los puntos que los exportadores consideran se deben mejorar para agilizar los procesos referentes a la exportación de productos ecuatorianos hacia mercados internacionales. El 38,24% considera que debe mejorarse la comunicación con los clientes para llegar a mejores acuerdos, en una cantidad igual, las empresas consideran que las políticas gubernamentales que impulsan a la exportación deben ser reforzadas. El 25,53% considera que se deben mejorar los procesos internos para facilitarles a los exportadores los trámites burocráticos que impiden una mayor agilidad a las exportaciones.

3.4 Análisis de resultados

Mediante el análisis de los resultados se pudo determinar:

- El Ecuador, al ser un país mayormente importador de productos cuenta con una mayor cantidad de empresas importadoras que exportadoras, sin embargo la diferencia no es grande pues el incentivo a las exportaciones se mantiene vigente.
- La mayoría de empresas dedicadas al comercio exterior consideran que las nuevas políticas gubernamentales afectan de manera negativa el desarrollo de la actividad, pues no se facilitan las entradas y salidas de productos necesarios para el país.
- Se considera que los trámites que corresponden al proceso de exportación e importación de productos resultan pesados en relación de costo y tiempo para las empresas, lo que impide un desarrollo más ágil de la actividad.
- Se considera importante mejorar la comunicación entre los clientes y la empresa para pactar acuerdos comerciales que beneficien a ambas partes.

CAPÍTULO IV.

ANÁLISIS ORGANIZACIONAL ESTRATÉGICO

4.1 Descripción del negocio

4.1.1 Misión

Ofrecer los servicios de comercio exterior a aquellas empresas relacionadas con el intercambio comercial, siempre con un personal altamente capacitado y experimentado en todos los procesos que permitan el control de las operaciones, para así brindar soluciones logísticas en menores tiempos de gestión y costos adecuados.

4.1.2 Visión

Convertirnos en una empresa líder en el sector de comercio exterior, contando con operaciones logísticas que denoten excelencia y que cumplan los requerimientos de cada uno de los clientes según sus particulares exigencias.

4.1.3 Objetivos Empresariales

1. Analizar las variables del entorno interno y externo, con la finalidad de diseñar estrategias que permitan aprovechar las fortalezas y oportunidades para disminuir las debilidades y amenazas.
2. Diseñar un plan de marketing que permita captar el interés de los clientes para posicionar a la empresa en el plazo máximo de 5 años.
3. Estructurar procesos logísticos ágiles y sencillos que satisfagan las necesidades de los clientes.
4. Recuperar la inversión del proyecto dentro de los primeros 5 años de operaciones.

4.2. Marco Legal y Societario

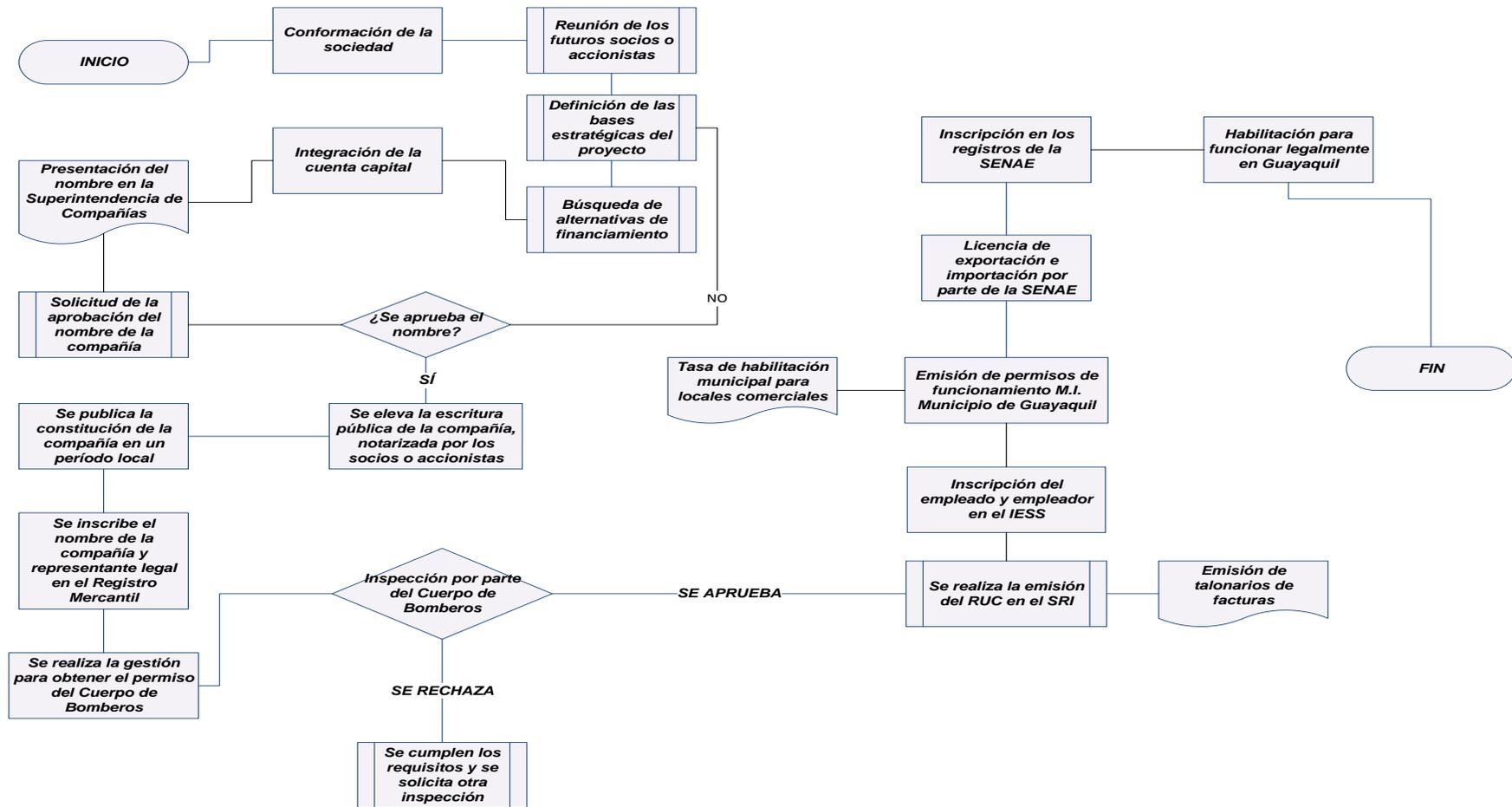
4.2.1. Constitución de la compañía

Dentro del marco legal y societario del proyecto, se analizarán los principales requisitos que se debe cumplir para garantizar el adecuado funcionamiento de una empresa comercializadora internacional, los mismos que son exigidos y regulados por autoridades de control tales como:

- M.I. Municipalidad de Guayaquil, (Permiso de funcionamiento).
- Superintendencia de Compañías (Acta de constitución de la empresa).
- Servicio de Rentas Internas (SRI) (Registro Único de Contribuyente).
- Servicio Nacional de las Aduanas del Ecuador (permiso de exportación e importación).
- Instituto de Seguridad Social (Inscripción de empleados).
- Benemérito Cuerpo de Bomberos (Permiso del Cuerpo de Bomberos).

El proceso de constitución comienza con la libre de decisión de un grupo de personas que desean asociarse voluntariamente para el desarrollo de un negocio. Posteriormente, es necesario que se cumplan con los requisitos de Ley, como la integración de la cuenta capital, inscripción del nombre en la Superintendencia de Compañías, designación del representante legal e inscripción de la compañía en el Registro Mercantil, habilitación de las tasas municipales y permiso del Cuerpo de Bomberos, emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC), inscripción de los empleados y empleadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y permiso de funcionamiento y de exportador/importador emitido por la SENA (Revista Líderes, 2014). Para este efecto, a continuación se explica mediante un flujograma el proceso legal que debe tramitarse para la constitución de la compañía:

Figura 1. Procedimiento para legalizar las operaciones de la compañía



Fuente: SENAE SRI, IESS y Superintendencia de Compañías

Una vez que se ha cumplido con todos estos requisitos la empresa estaría habilitada legalmente para ejercer sus funciones de comercializadora internacional o Trading Company en la ciudad de Guayaquil. Además, es importante mencionar que el formato legal que se utilizará será el de Sociedad Anónima debido a que posee varias ventajas en relación a los otros tipos de sociedades como Compañía Limitada o Comandita Simple. A continuación se explicará los aspectos que contendrá el acta de constitución de la compañía:

1. Se requiere como mínimo la asociación de 2 personas y no existe un límite de integrantes. Además, los socios son denominados accionistas y tienen voz y voto en las decisiones que se tomen en la Junta General.
2. La negociación de las acciones es libre.
3. En Ecuador el monto mínimo del capital social equivale a \$ 800.00 y para estar suscrito se requiere por lo menos del 25% en la cuenta de integración de capital para iniciar sus operaciones.
4. Los dividendos entre los accionistas se reparten en función de su porcentaje de participación (Cámara de Comercio de Quito, 2013).

En el mismo sentido, las operaciones de la compañía se resumen en los siguientes aspectos:

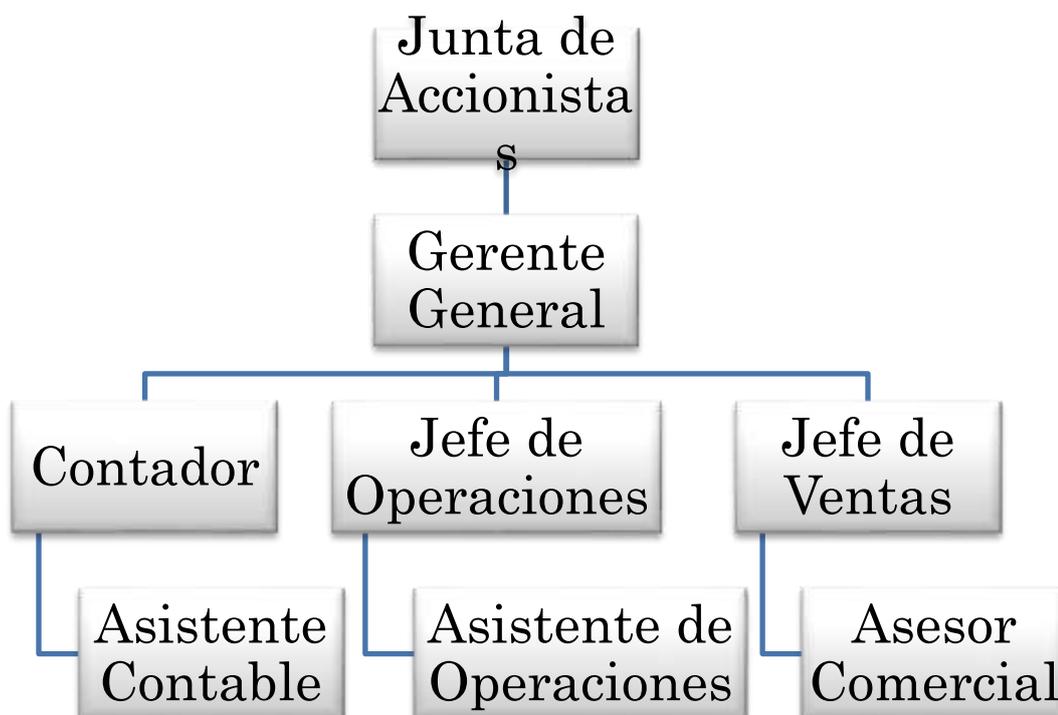
1. “ADRIANA ÁLVAREZ TRADING COMPANY”, es la razón social y nombre comercial que manejará la empresa, siendo su representante legal la Srta. Adriana Álvarez.
2. La empresa estaría localizada en la ciudad de Guayaquil.
3. La actividad económica del negocio será la prestación de servicios logísticos para la importación y exportación de mercancías.
4. La propiedad accionaria de la compañía estaría dividida entre cuatro accionistas, quienes aportarían de forma equitativa la cantidad de \$ 5,000.00. De esta forma, el capital propio sería de \$ 20,000.00.

Tabla 1. Propiedad Accionaria de la empresa

ACCIONISTAS	APORTACIÓN	% PARTICIPACIÓN
Adriana Álvarez	\$ 5,000.00	25%
Accionista 2	\$ 5,000.00	25%
Accionista 3	\$ 5,000.00	25%
Accionista 4	\$ 5,000.00	25%
TOTAL APORTACIONES	\$ 20,000.00	100%

Elaboración: Autora

4.2.2. Estructura organizacional



Elaboración: Autora

4.2.3 Descripción de Perfil y Funciones

A. Gerente General: Deberá dirigir y liderar todas las acciones, decisiones y cambios generados internamente bajo las políticas y objetivos de la Trading Company , que servirá como un sistema de apoyo logístico para lograr el éxito del mismo.

A.1. Responsabilidades

- Definir objetivos empresariales.
- Diseñar políticas para las alianzas estratégicas.
- Estudiar diferentes alternativas de inversión y su modo de financiación.
- Mantener relaciones con entidades financieras.
- Liderar el equipo humano a su cargo.
- Evaluar productividad de la organización.

A.2. Personal a su cargo

- Jefe de Operaciones.
- Contador
- Jefe de Ventas.

B. Contador: Se encarga de todo el aspecto contable para que el proyecto sea rentable, deberá dirigir las actividades de carácter financiero y contables de la empresa; definiendo los diferentes procesos, planificando las alternativas financieras, supervisando la contabilidad y el flujo de caja.

B.1. Responsabilidades

- Elaborar estudios financieros de diversos tipos: control de gastos, análisis de inversiones.
- Supervisar y controlar los análisis financieros, contabilidad general y de costos.

- Desarrollar planes de mercadeo con una frecuencia tal que mantenga vigente y activo el sistema de apoyo logístico.
- Administrar los recursos financieros para alcanzar los objetivos de la compañía.
- Elaborar e interpretar los balances y cuentas de resultados informados al Directivo de la empresa.

B.2. Personal a su cargo

- Asistente Contable.

C. Jefe de Operaciones: La función de esta jefatura es sin duda alguna el motor del negocio, el gerente de operaciones se encargará de la logística del sistema de y a su cargo estarán los diversos equipos de coordinación logística en los diferentes puertos de Guayaquil. El jefe de Operaciones deberá dirigir las actividades relacionadas con la transportación, estiba y desestiba de la carga; estableciendo objetivos y planes que respalden la logística, seguridad y funcionamiento de dicho programa.

C.1. Responsabilidades

- Diseñar e implantar estrategias y políticas para la logística.
- Elaborar un programa de ruteo para el traslado de la carga en la zona en estudio.
- Optimizar los recursos humanos y financieros en el área operativa.
- Aplicar políticas Seguridad e Higiene Industrial para el personal y los equipos.
- Determinar el plan de mantenimiento de los equipos.
- Analizar las necesidades actuales y futuras de medios tecnológicos.

C.2. Personal a su cargo

- Operador Logístico en Guayaquil.

D. **Jefe de Ventas:** Será el encargado, junto con su departamento de la promoción y distribución de los servicios ofrecidos por la empresa, fijándose así metas semanales, las cuales se vayan analizando en reuniones periódicas, de tal manera que poco a poco vayan creando nuevas estrategias para posicionar a la empresa en el mercado.

D.1. Responsabilidades

- Diseñar e implantar campañas publicitarias.
- Concretar alianzas estratégicas con empresas complementarias.
- Elaborar y controlar el plan de publicidad.

D.2. Personal a su cargo

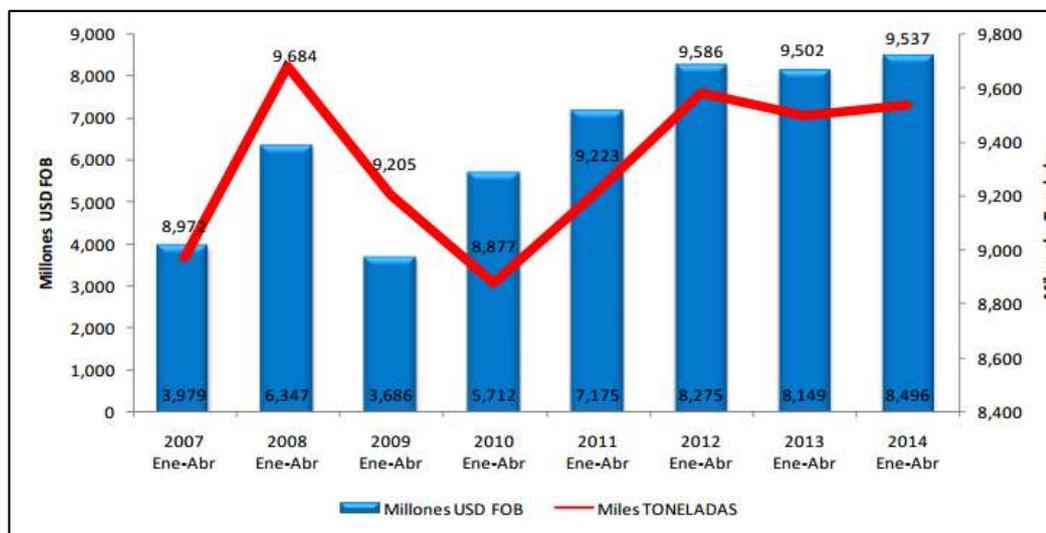
- Asesor Comercial

4.3 Análisis del macro entorno

4.3.1 Entorno Político

El Gobierno Nacional ha implementado políticas que buscan promover las exportaciones no petroleras del país, lo que muestra el siguiente gráfico es que esto se ha venido dando con el paso de los años, puesto que las exportaciones no petroleras han pasado de \$8,972 millones en el año 2007 a \$9,537 millones al 2014.

Gráfico 4. Exportaciones no petroleras del Ecuador durante el periodo 2007-2014



Fuente: (PROECUADOR, 2014)

Mientras que al comparar al país con sus principales competidores a nivel de la región se evidencia que el desarrollo podría ser mejor, ya que aunque ha sufrido una variación positiva del 2% en comparación con los decrecimientos sufridos por Brasil y Costa Rica con el -5.5% y 4.9% respectivamente; si se compara con las economías colombianas y peruanas, estas se han visto mejoradas en un 8.6% y 12.1% en cada caso.

A continuación se presenta una tabla que muestra la evolución de las exportaciones no petroleras del Ecuador y sus principales competidores en el periodo 2013-2014:

Tabla 2. Exportaciones no petroleras de Ecuador y sus principales competidores

Países	Exportaciones no petroleras de Ecuador y sus principales competidores					
	Valor FOB millones USD			Miles de toneladas		
	Ene-Abr 2013	Ene-Abr 2014	Variación	Ene-Abr 2013	Ene-Abr 2014	Variación
Ecuador	3,592	4,060	13.0%	3,020	3,081	2.0%
Costa Rica	3,829	3,811	-0.5%	2,903	2,761	-4.9%
Colombia	8,529	7,562	-11.3%	21,016	22,825	8.6%
Perú	12,277	10,866	-11.5%	10,760	12,061	12.1%
Brasil	64,489	66,078	2.5%	159,053	150,378	-5.5%

Fuente: (PROECUADOR, 2014)

4.3.2 Entorno Económico

Las variables económicas que tienen mayor incidencia en el país son la inflación, el producto interno bruto, la tasa de interés pasiva y el riesgo país; a continuación se presentan los índices de cada uno de estos aspectos:

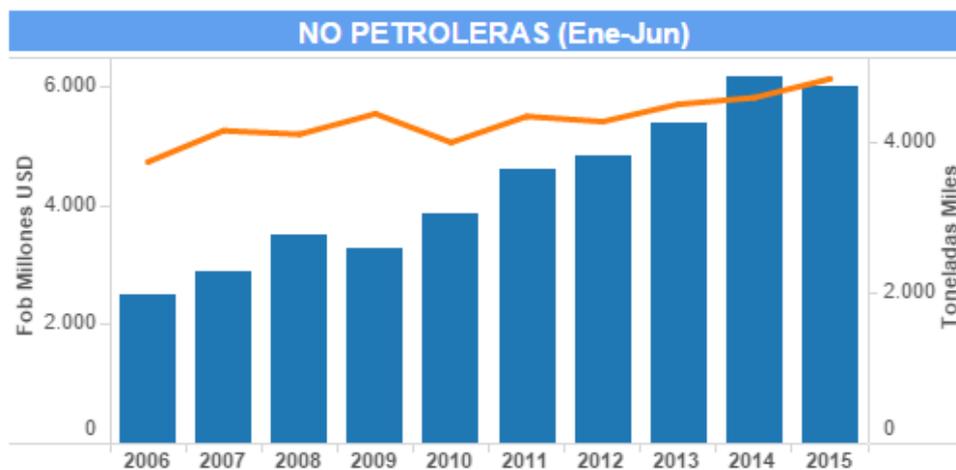
- **Inflación anual 4.87% (Junio 2014- Junio 2015):** Los datos del Banco Central del Ecuador muestran que este índice ha decrecido durante los últimos meses, lo que resulta favorable para la creación de nuevos negocios, ya que los costos de operación y administrativos no afectan en gran medida al presupuesto, así también, muestra estabilidad en los precios, lo que beneficia a los ciudadanos.
- **Riesgo país 13.6% (21 de agosto 2015):** El Riesgo país es un indicador que muestra el grado de atractivo que una economía posee, actualmente cuenta con una tendencia creciente, lo que no resulta positivo para la propuesta, ya que esto muestra una deficiencia en la inversión de capitales en el país.
- **PIB 4.5% (diciembre 2013):** El PIB sirve para medir el crecimiento económico de un país, durante los últimos 7 años este ha manifestado una tendencia creciente, la cual ha promediado un 4.5% durante los últimos 7 años, esto resulta positivo para la actual propuesta, ya que muestra que la economía se encuentra en plena mejoría debido a las políticas de desarrollo empresarial impartidas por el actual gobierno.
- **Tasa de interés pasiva 5.55% (Agosto 2015):** La tasa de interés pasiva es aquella que los bancos pagan a los clientes de estos por mantener depósitos en estos. Para este caso en particular el indicador

resulta positivo, puesto que se erige como un costo de oportunidad.
(Banco Central del Ecuador, 2015)

4.3.3 Entorno Social

Las exportaciones no petroleras del Ecuador muestran una tendencia creciente desde el año 2006, lo cual representa un aspecto positivo para la presente propuesta, ya que cada vez hay mayor necesidad de hacer uso de empresas que agilicen los trámites aduaneros y faciliten la labor de los clientes de las mismas. A continuación se presenta un gráfico que evidencia lo expuesto en el presente párrafo:

Gráfico 5 Evolución de las exportaciones del Ecuador



(PROECUADOR, 2015)

4.3.4 Entorno Tecnológico

El desarrollo de las tecnologías de las “social media” ha contribuido para el mejoramiento de la conexión entre clientes y empresas, para lo cual la TQM¹

¹ Total Quality Management

aporta a la filosofía empresarial que va en pos de la satisfacción del cliente. (Mateos, 1999). A continuación se presentan en los sectores en los cuales se ha presentado un desarrollo gracias a las tecnologías que existen en la actualidad:

1. **Planificación de la calidad**: busca desarrollar los productos orientados a satisfacer las necesidades de los clientes con la ayuda del cumplimiento de las etapas presentadas a a continuación:
 - Determinar el mercado objetivo.
 - Diseñar el producto o servicio en función a las necesidades del mercado objetivo.
 - Lograr características diferenciadoras (ventaja competitiva).
2. **Control de la calidad**: sete posee dos acciones complementarias:
 - Evaluación de las desviaciones en calidad.
 - Toma de medidas correctivas de las posibles desviaciones presentadas.
3. **Mejoramiento de la calidad**: pretende corregir las falencias que se presentan en la etapa de planificación, siguiendo los objetivos siguientes:
 - Desarrollo de una infraestructura capaz de asegurar mejoras de calidad sistemáticas.
 - Elaboración de proyectos de mejora, identificación y selección de prioridades.
 - Designación, formación y motivación del equipo de trabajo que sea responsable de la implementación de los proyectos de mejora.

4.4 Análisis del Micro entorno

Para el análisis del micro entorno se hará uso de las 5 fuerzas de Porter, las mismas que son detalladas a continuación:

- **Poder de negociación de los proveedores:** Existen varias empresas en el mercado que realizan los servicios de comercialización internacional, pero debido a las normas legales que se encuentran vigentes las empresas autorizadas son las únicas que pueden realizar labores de importación e importación en grandes cantidades. El nivel resulta medio alto.
- **Poder de negociación de los clientes:** Los clientes al requerir un agente aduanero para realizar sus transacciones comerciales se encuentran siempre en búsqueda de una empresa que satisfaga de mejor manera sus necesidades. El nivel de los clientes es medio bajo.
- **Amenaza de nuevos competidores:** Debido a las exigencias que deben cumplir por parte de las autoridades gubernamentales, las empresas que deseen ingresar a este mercado deben ganar mercado con la diferenciación de sus servicios. El nivel en este aspecto es medio bajo.
- **Amenaza de nuevos productos sustitutos:** Este aspecto no aplica en este tipo de negocio, puesto que se requieren los servicios de empresas que realicen estas actividades de manera legal y profesional. El nivel es bajo.
- **Rivalidad entre competidores:** La rivalidad entre las empresas se presenta debido a la similitud de servicios ofrecidos. El nivel es alto.

4.5 Análisis FODA

A continuación se presenta una matriz FODA para poder visualizar los aspectos internos y externos que afectan o podrían afectar de manera positiva y negativa a la empresa:

Tabla 3 Análisis FODA

FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Contar con un personal profesional capacitado y bilingüe.• Capacidad de dar asesoría técnica en amplios campos.• Realizar convenios con empresas comercializadoras internacionales.	<ul style="list-style-type: none">• Facilidades para realizar importaciones por parte del gobierno.• Aumento del flujo comercial con el Ecuador.• Incrementar la presencia de la empresa a nivel internacional.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Exceso de trámites para los procesos comerciales.• Falta de procedimientos adecuados y eficientes en la empresa.• Carencia de un manual de procedimientos internos.	<ul style="list-style-type: none">• Mayores trabas para las importaciones impuestas por el gobierno nacional.• Aumento de precios en insumos.• Aumento de empresas mejor estructuradas y que sean una competencia directa.

Elaboración: Autora

4.6 Plan de Marketing

Para el respectivo plan de marketing se utilizarán estrategias enfocadas en el crecimiento de la empresa en cada uno de sus puntos, los cuales se detallan a continuación:

4.6.1 Producto

La empresa contará se dedicará a actividades de traslado de mercancías desde y hacia el Ecuador, para lo cual se precisa contar con un logotipo que le permita generar una presencia de marca y sea fácilmente reconocible por los clientes potenciales:

Figura 2 Propuesta de logotipo



Elaboración: Autora

Las estrategias de producto a emplear serán las presentadas a continuación:

- Diferenciar a la empresa de la competencia brindando un servicio ágil y que cuente con una constante comunicación con el cliente, para lo cual se les facilitará un número de WhatsApp y mantener contacto cada vez que lo requieran.

Figura 3 Interfaz de WhatsApp



Elaboración: Autora

- Ofrecer soluciones seguras y que sean posibles de efectuar dentro de los tiempos ofrecidos.
- Dotar a los contratos firmados la imagen empresarial, es decir, papelería de la marca, lo cual presentará una imagen que aporte seguridad para con el cliente.

4.6.2 Precio

Las estrategias de precio para poder impulsar la adquisición de los servicios de la empresa serán las siguientes:

- Ligar al precio del servicio con la calidad del mismo, por lo que se debe comenzar con un precio bajo, para luego con el conocimiento de los clientes sobre lo bueno del mismo incrementarlo conscientemente.
- Ofrecer pequeños descuentos a clientes fieles, lo cual aumenta la fidelidad con la empresa.
- Dar descuentos por pago anticipado o por varios pedidos simultáneos.

4.6.3 Plaza

En lo referente a la plaza se establecen las siguientes estrategias para la empresa:

- Se ofrecerá en primera instancia un modelo de comercialización de servicios directo, es decir, empresa-cliente.
- Crear una página web institucional en la cual se muestren todas las directrices de la empresa, así como también la información necesaria para mantener un contacto empresarial con la misma.

Figura 4 Interfaz de página web



Elaboración: Autora

- Ofrecer los servicios de la empresa mediante una campaña de e-mailing a una lista de clientes potenciales.

4.6.4 Promoción

Para promocionar la empresa y aumentar la adquisición de sus servicios se emplean las estrategias de promoción que se presentan a continuación:

- Crear un sorteo decenas en restaurantes de la ciudad entre los principales clientes, esto aumenta la posibilidad de contratar los servicios, ya que se trabaja con un premio por fidelidad.
- Crear una página en la red social Facebook, la cual servirá para estar más cerca de los clientes y mostrar las novedades que presente la empresa a un mayor sector del mercado.

Figura 5 Interfaz de Facebook



Elaboración: Autora

- Contar con tarjetas de presentación para promocionar los servicios de la empresa de manera profesional.

Figura 6 Tarjeta de presentación



Elaboración: Autora

CAPÍTULO V. ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

5.1. Inversión inicial del proyecto

Tabla 4 Inversión Inicial del Proyecto

INVERSION FIJA			
Cod	Descripcion	Valor	%
1.1.	Equipos de Oficina	\$ 4.059,00	11,93%
1.2.	Equipos de Computacion	\$ 6.030,00	17,72%
1.3.	Muebles y Enseres	\$ 5.020,00	14,75%
	Total de Inversion Fija	\$ 15.109,00	
INVERSION DIFERIDA			
Cod	Descripcion	Valor	%
1.4.	Gastos de Constitucion	\$ 1.150,00	3,38%
1.5.	Gastos de Instalacion y Adecuacion	\$ 1.200,00	3,53%
1.6.	Gastos de Pre-Operacion	\$ 2.200,00	6,47%
	Total Inversion Diferida	\$ 4.550,00	
INVERSION CORRIENTE			
Cod	Descripcion	Valor	%
1.7.	Capital de Trabajo	\$ 12.745,91	37,46%
1.8.	Imprevistos	\$ 1.620,25	4,76%
	Total de Inversion Corriente	\$ 14.366,15	
INVERSION TOTAL DEL PROYECTO		\$ 34.025,15	

Elaboración: Autora

Con la finalidad de determinar el valor de la propuesta, en este capítulo se tratarán los temas relacionados a las inversiones, costos y gastos implícitos para la puesta en marcha del proyecto, así como los ingresos y utilidades netas que dejaría el mismo para posteriormente evaluar los resultados obtenidos a través de los indicadores financieros TIR y VAN que ayudarán en la toma de decisiones de los inversionistas, determinando la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

En la siguiente tabla se presenta el plan de inversiones, el cual está compuesto de tres elementos importantes: La inversión Fija, Diferida y Corriente; de esa forma se determina que la inversión inicial del proyecto

sería USD \$ 34.025.15; de los cuales el 42% (\$14.366.15) corresponden a Capital de Trabajo; es decir el dinero necesario para el inicio de las actividades operativas del negocio; su destino es principalmente para cubrir las necesidades del primer mes y sirve como un soporte para la empresa, al momento de pagar a sus empleados y proveedores hasta que las ventas le ayuden a mantener su economía.

5.2. Financiamiento del proyecto

La forma en la que este proyecto sería financiado es la siguiente:

Tabla 5 Financiamiento del proyecto

	VALOR	%
FONDOS PROPIOS	\$ 20.000,00	58,78%
FINANCIAMIENTO	\$ 14.025,15	41,22%
TOTAL DEL PROYECTO	\$ 34.025,15	100,00%

Elaboración: Autora

La inversión total del proyecto es USD \$ 34.025.15; de los cuales los accionistas aportarán \$ 20,000.00 equivalentes al 58.78% de la inversión, de tal manera que el saldo (\$ 14.025.15) sería financiado por la Corporación Financiera Nacional (CFN); debido a que es una institución que apoya al emprendimiento empresarial y otorga créditos a tasas de interés bajas en relación a las demás instituciones financieras.

De ser aprobado el crédito, las condiciones de financiamiento serían las siguientes:

- Monto a financiar: \$ 14.025.15
- Tasa de Interés: 11.2%
- Plazo Máximo de Pago: 5 años
- Frecuencia de Pago: Mensual
- Cuota Fija Mensual: \$ 306.34

A continuación se presenta un resumen anual de la tabla de amortización del préstamo, en la que se observa claramente que la empresa pagaría en intereses el equivalente a \$ 18.380.50 al final de los cinco periodos:

Tabla 6 Condiciones de Financiamiento

INSTITUCION FINANCIERA:	CFN		
MONTO:	\$ 14.025,15		
TASA:	11,20%		
PLAZO:	5		

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO
1	\$ 2.216,79	\$ 1.459,31	\$ 3.676,10
2	\$ 2.478,22	\$ 1.197,88	\$ 3.676,10
3	\$ 2.770,48	\$ 905,62	\$ 3.676,10
4	\$ 3.097,21	\$ 578,89	\$ 3.676,10
5	\$ 3.462,47	\$ 213,63	\$ 3.676,10
	\$ 14.025,15	\$ 4.355,34	\$ 18.380,50

Elaboración: Autora

5.3. Presupuesto de costos y gastos

En lo que concierne a los presupuestos de costos del servicio, este estaría formado por los valores desembolsados para la correcta operación del negocio, así como el pago del sueldo del personal operativo que trabajaría en dos jornadas de 8 am hasta 12 pm, coordinando todas las actividades concernientes a la importación y exportación, tales como la desaduanización, impuestos, pagos por las inspecciones, la estiba, desestiba y traslado de la carga.

Tabla 7 Presupuesto de costos operativos

Costo Operativo	Valor Mensual	Valor Año 1
Pago a los operadores logísticos	\$ 3.050,53	\$ 36.606,40
Total Costo Operativo	\$ 3.050,53	\$ 36.606,40

Elaboración: Autora

En lo que respecta al presupuesto de gastos, en este rubro se encuentran los desembolsos generados en las oficinas administrativas.; y que sirven

para el registro y mantenimiento de las cuentas más importantes de la empresa, tales como la cartera de clientes, pago a proveedores, impuestos, obligaciones bancarias, publicidad, comisiones a vendedores, etc.; que permiten la adecuada administración y gestión de los recursos económicos del negocio.

Tabla 8 Costo Administrativo

Costo Administrativo	Valor Mensual	Valor Año 1
Sueldos Personal Administrativo	\$ 4.132,83	\$ 49.594,00
Agua, Energia y Telecomunicaciones	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Suministros de Oficina	\$ 50,00	\$ 600,00
Suministros de Limpieza	\$ 30,00	\$ 360,00
Arriendo de Oficina	\$ 850,00	\$ 10.200,00
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 294,68	\$ 3.536,11
Provision de Seguros	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Total Costo Administrativo	\$ 5.777,51	\$ 69.330,11

Costo de Venta	Valor Mensual	Valor Año 1
Sueldos Personal Ventas	\$ 1.417,87	\$ 17.014,40
Promocion y Publicidad	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00
Total Costo de Venta	\$ 3.917,87	\$ 47.014,40

Elaboración: Autora

5.4. Presupuesto de ingresos

Para el cálculo de los ingresos del proyecto se tomó en cuenta el número de cargas que se podrían atender en el día tomando en consideración, los 3 tipos de contenedor existentes: 20” ,40” y 45”; se le asignó mayor participación al contenedor de 20” debido a que es el de mayor rotación en los puertos del país. De esta forma, si se contabilizan los dos turnos que laboraría el área operativa de la empresa, la capacidad diaria sería de 10 contenedores por día, lo que equivale a unos 300 contenedores atendidos por mes como capacidad máxima.

Tabla 9 Cálculo de la capacidad instalada del proyecto

CLIENTES POR MES	CANT.	CAPACIDAD DÍA	CAP. TOTAL
Importadores-Exportadores	1	5	5

Tipo de Contenedores	% Participacion	Total Turno
20"	60%	3
40"	30%	1,5
45"	10%	0,5
Total Capacidad Por Turno		5

Turnos		TOTAL DIARIO	TOTAL MES
8am - 4pm	4pm-12pm		
3	3	6	180
1,5	1,5	3	90
0,5	0,5	1	30
5	5	10	300

Elaboración: Autora

Con los costos y gastos previamente analizados, se obtienen los siguientes datos para poder establecer el precio del servicio según el tipo de contenedor:

- Los costos totales que permiten la operación del servicio ascienden a \$ 12.745.91 al mes; entre operativos, administrativos y de ventas.
- El número de contenedores máximo a ser recolectados en un mes es igual a 300 contenedores.
- De esta forma el costo unitario por contenedor debería ser \$ 42.49, este dato se obtuvo de dividir el costo operativo mensual para el total de contenedores ($\$ 12.745.91 / 300$).
- Los tipos de contenedores a ser gestionados son tres: 20", 40" y 45" y a cada uno se le asignó un precio entre \$ 80 y \$ 150; adicionalmente para la proyección de ventas sólo se asumió el 50% como meta inicial, es decir 150 contenedores por mes.

Tabla 10 Definición del PVP y Proyección de Ventas

Tipo de Contenedor	Costo Unitario	P.V.P.	% Margen
20"	\$ 42,49	\$ 80,00	46,89%
40"	\$ 42,49	\$ 125,00	66,01%
45"	\$ 42,49	\$ 150,00	71,68%

CONTENEDOR	% PARTICIPACION	UNIDADES MES	P.V.P.	MES	AÑO 1
20"	60%	90	\$ 80,00	\$ 7.200,00	\$ 86.400,00
40"	30%	45	\$125,00	\$ 5.625,00	\$ 67.500,00
45"	10%	15	\$150,00	\$ 2.250,00	\$ 27.000,00
TOTAL DE VENTAS				\$ 15.075,00	\$ 180.900,00

Elaboración: Autora

5.5. Proyección de Estados Financieros

5.5.1. Estado de Resultados proyectado a cinco años

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 180.900,00	\$ 189.040,50	\$ 197.547,32	\$ 206.436,95	\$ 215.726,61
COSTO OPERATIVO	\$ 36.606,40	\$ 38.389,13	\$ 40.258,68	\$ 42.219,28	\$ 44.275,36
UTILIDAD BRUTA	\$ 144.293,60	\$ 150.651,37	\$ 157.288,64	\$ 164.217,67	\$ 171.451,26
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y Beneficios	\$ 49.594,00	\$ 52.009,23	\$ 54.542,08	\$ 57.198,28	\$ 59.983,83
Agua, Energía y Telecomunicaciones	\$ 3.600,00	\$ 3.775,32	\$ 3.959,18	\$ 4.151,99	\$ 4.354,19
Suministros de Oficina	\$ 600,00	\$ 629,22	\$ 659,86	\$ 692,00	\$ 725,70
Suministros de Limpieza	\$ 360,00	\$ 377,53	\$ 395,92	\$ 415,20	\$ 435,42
Arriendo de Oficina	\$ 10.200,00	\$ 10.696,74	\$ 11.217,67	\$ 11.763,97	\$ 12.336,88
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 3.536,11	\$ 3.536,11	\$ 3.536,11	\$ 1.727,11	\$ 1.727,11
Provisión de Seguros	\$ 1.440,00	\$ 1.510,13	\$ 1.583,67	\$ 1.660,80	\$ 1.741,68
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 69.330,11	\$ 72.534,28	\$ 75.894,49	\$ 77.609,34	\$ 81.304,81
GASTOS DE VENTAS					
Sueldos Personal Ventas	\$ 17.014,40	\$ 17.843,00	\$ 18.711,96	\$ 19.623,23	\$ 20.578,88
Promoción y Publicidad	\$ 30.000,00	\$ 31.461,00	\$ 32.993,15	\$ 34.599,92	\$ 36.284,93
Comisiones	\$ 9.045,00	\$ 9.452,03	\$ 9.877,37	\$ 10.321,85	\$ 10.786,33
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 56.059,40	\$ 58.756,03	\$ 61.582,47	\$ 64.544,99	\$ 67.650,14
TOTAL GASTOS DE OPERACION	\$ 125.389,51	\$ 131.290,30	\$ 137.476,96	\$ 142.154,33	\$ 148.954,95
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 18.904,09	\$ 19.361,06	\$ 19.811,68	\$ 22.063,34	\$ 22.496,31
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.459,31	\$ 1.197,88	\$ 905,62	\$ 578,89	\$ 213,63
Utilidad Antes de Participación	\$ 17.444,78	\$ 18.163,18	\$ 18.906,06	\$ 21.484,44	\$ 22.282,67
Participación de Trabajadores	\$ 2.616,72	\$ 2.724,48	\$ 2.835,91	\$ 3.222,67	\$ 3.342,40
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 14.828,06	\$ 15.438,70	\$ 16.070,15	\$ 18.261,78	\$ 18.940,27
Impuesto a la Renta	\$ 3.262,17	\$ 3.396,52	\$ 3.535,43	\$ 4.017,59	\$ 4.166,86
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 11.565,89	\$ 12.042,19	\$ 12.534,72	\$ 14.244,19	\$ 14.773,41

Elaboración: Autora

5.5.2. Balance General proyectado a cinco años

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
<u>CORRIENTES</u>						
Caja/Bancos	\$ 14.366,15	\$ 27.251,37	\$ 40.351,45	\$ 53.651,80	\$ 66.525,89	\$ 79.563,94
TOTAL A. CORRIENTES	\$ 14.366,15	\$ 27.251,37	\$ 40.351,45	\$ 53.651,80	\$ 66.525,89	\$ 79.563,94
<u>FIJOS</u>						
Equipo de Oficina	\$ 4.059,00	\$ 4.059,00	\$ 4.059,00	\$ 4.059,00	\$ 4.059,00	\$ 4.059,00
Equipos de Computación	\$ 6.030,00	\$ 6.030,00	\$ 6.030,00	\$ 6.030,00	\$ 6.030,00	\$ 6.030,00
Muebles y Enseres	\$ 5.020,00	\$ 5.020,00	\$ 5.020,00	\$ 5.020,00	\$ 5.020,00	\$ 5.020,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ -	\$ (2.626,11)	\$ (5.252,22)	\$ (7.878,33)	\$ (8.695,44)	\$ (9.512,55)
TOTAL A. FIJOS	\$ 15.109,00	\$ 12.482,89	\$ 9.856,78	\$ 7.230,67	\$ 6.413,56	\$ 5.596,45
<u>DIFERIDOS</u>						
Gastos de Constitución	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00
Gastos de Instalación y Adecuación	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Gastos de Pre-Operación	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00
(-) Amortización Acumulada	\$ -	\$ (910,00)	\$ (1.820,00)	\$ (2.730,00)	\$ (3.640,00)	\$ (4.550,00)
TOTAL A. DIFERIDOS	\$ 4.550,00	\$ 3.640,00	\$ 2.730,00	\$ 1.820,00	\$ 910,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 34.025,15	\$ 43.374,26	\$ 52.938,23	\$ 62.702,47	\$ 73.849,45	\$ 85.160,39
<u>PASIVOS</u>						
Préstamo Bancario	\$ 14.025,15	\$ 11.808,37	\$ 9.330,15	\$ 6.559,67	\$ 3.462,47	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 14.025,15	\$ 11.808,37	\$ 9.330,15	\$ 6.559,67	\$ 3.462,47	\$ -
<u>PATRIMONIO</u>						
Capital Social	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 11.565,89	\$ 12.042,19	\$ 12.534,72	\$ 14.244,19	\$ 14.773,41
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 11.565,89	\$ 23.608,08	\$ 36.142,79	\$ 50.386,98
TOTAL PATRIMONIO	\$ 20.000,00	\$ 31.565,89	\$ 43.608,08	\$ 56.142,79	\$ 70.386,98	\$ 85.160,39
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	\$ 34.025,15	\$ 43.374,26	\$ 52.938,23	\$ 62.702,47	\$ 73.849,45	\$ 85.160,39

Elaboración: Autora

5.6. Evaluación financiera del proyecto

5.6.1. Flujo de Caja proyectado a cinco años

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operativos	\$ -	\$ 180.900,00	\$ 189.040,50	\$ 197.547,32	\$ 206.436,95	\$ 215.726,61
Egresos Operativos						
Costos de Operación	\$ -	\$ 36.606,40	\$ 38.389,13	\$ 40.258,68	\$ 42.219,28	\$ 44.275,36
Sueldos y Beneficios	\$ -	\$ 66.608,40	\$ 69.852,23	\$ 73.254,03	\$ 76.821,50	\$ 80.562,71
Agua, Energía y Telecomunicaciones	\$ -	\$ 3.600,00	\$ 3.775,32	\$ 3.959,18	\$ 4.151,99	\$ 4.354,19
Suministros de Oficina	\$ -	\$ 600,00	\$ 629,22	\$ 659,86	\$ 692,00	\$ 725,70
Suministros de Limpieza	\$ -	\$ 360,00	\$ 377,53	\$ 395,92	\$ 415,20	\$ 435,42
Arriendo de Oficina	\$ -	\$ 10.200,00	\$ 10.696,74	\$ 11.217,67	\$ 11.763,97	\$ 12.336,88
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ -	\$ 3.536,11	\$ 3.536,11	\$ 3.536,11	\$ 1.727,11	\$ 1.727,11
Provisión de Seguros	\$ -	\$ 1.440,00	\$ 1.510,13	\$ 1.583,67	\$ 1.660,80	\$ 1.741,68
Promoción y Publicidad	\$ -	\$ 30.000,00	\$ 31.461,00	\$ 32.993,15	\$ 34.599,92	\$ 36.284,93
Comisiones	\$ -	\$ 9.045,00	\$ 9.452,03	\$ 9.877,37	\$ 10.321,85	\$ 10.786,33
Pago Intereses Préstamo	\$ -	\$ 1.459,31	\$ 1.197,88	\$ 905,62	\$ 578,89	\$ 213,63
Flujo antes de Participación	\$ -	\$ 17.444,78	\$ 18.163,18	\$ 18.906,06	\$ 21.484,44	\$ 22.282,67
Participación Trabajadores	\$ -	\$ 2.616,72	\$ 2.724,48	\$ 2.835,91	\$ 3.222,67	\$ 3.342,40
Flujo Antes de Impuestos	\$ -	\$ 14.828,06	\$ 15.438,70	\$ 16.070,15	\$ 18.261,78	\$ 18.940,27
Impuesto a la Renta	\$ -	\$ 3.262,17	\$ 3.396,52	\$ 3.535,43	\$ 4.017,59	\$ 4.166,86
Flujo Después de Impuestos	\$ -	\$ 11.565,89	\$ 12.042,19	\$ 12.534,72	\$ 14.244,19	\$ 14.773,41
(+) Depreciaciones y Amortizaciones	\$ -	\$ 3.536,11	\$ 3.536,11	\$ 3.536,11	\$ 1.727,11	\$ 1.727,11
Pago Capital Préstamo	\$ -	\$ (2.216,79)	\$ (2.478,22)	\$ (2.770,48)	\$ (3.097,21)	\$ (3.462,47)
Capital de trabajo	\$ (14.366,15)					
Inversiones:	\$ -					
Activos Fijos	\$ (15.109,00)					
Activos Diferidos	\$ (4.550,00)					
Flujo Neto de Caja	\$ (34.025,15)	\$ 12.885,21	\$ 13.100,08	\$ 13.300,35	\$ 12.874,09	\$ 13.038,06

Elaboración: Autora

A continuación se hace un análisis de los resultados obtenidos en los Estados Financieros del proyecto:

1. **Estado de Resultados**, aquí se observa que la empresa tendría un buen comienzo, debido a que el primer periodo se observa una utilidad neta equivalente a \$ 11.565.89, la misma que tiene un ligero incremento, tomando en consideración que tanto las ventas como los costos y gastos también se fueron incrementando en 4.50% según la variación del PIB (para las ventas) y 4.87% según el índice de inflación (para costos y gastos).
2. **El Balance General**, muestra la situación financiera del negocio y lo mas relevante es que a medida que la empresa va cancelando sus obligaciones bancarias se observa un incremento sostenido de su factor patrimonial, constituido por el capital social y las utilidad generada a lo largo de los cinco proximos periodos, teniedo asi un patrimonio total en el quinto periodo de \$ 85.160.39.
3. **El Flujo de Caja**, da un visión mas real del movimiento del efectivo de la empresa y aquí si se observa que la empresa tendria un flujo neto de \$ 12.885.21 en el primer periodo debido principalmente al fuerte pago del capital del prestamo; recordando que en dicho periodo la empresa recién esta comenzando sus actividades y las ventas de a poco se van estabilizando para cubrir todas las deudas generadas. Con el avance del tiempo se nota una mejora en la rentabilidad del negocio, obteniendo así una estabilidad de los flujos, entre \$ 12 y \$ 13 mil dólares para los próximos cinco años. Con estos flujos se hará el respectivo análisis de rentabilidad del proyecto, para calcular la tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN); indicadores que explican el rendimiento de una inversión.

5.6.2. Análisis de la tasa de descuento

Previo al análisis de rentabilidad es importante calcular la tasa de descuento del proyecto. En este caso, por tratarse de un proyecto con financiamiento mixto, ya que posee dinero de recursos propios y préstamo bancario, se utiliza un método conocido como “costo promedio ponderado de capitales”, el cual consiste en multiplicar las tasas de cada fuente de financiamiento por su respectiva participación del total de la inversión.

Como se puede apreciar el financiamiento por préstamo bancario ya contaba con una tasa, la cual es el interés que cobra el banco por el monto prestado; mientras que la tasa de los fondos propios fue calculada tomando en cuenta las variables analizadas en el entorno económico: inflación 4.87%, riesgo país (13.60%) y tasa de interés pasiva (5.55%).

Una vez obtenidas las variables, se multiplica la participación por la tasa de cada fuente de financiamiento y se obtiene una “ponderación”, la cual se suma y se obtiene la tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR) dando como resultado 18.74%. Esto significa que el proyecto debe superar como mínimo su costo de oportunidad para ser considerado como rentable.

Tabla 11 Cálculo de la tasa de descuento

	VALOR	% PARTIC.	TASA	PONDERACION
FONDOS PROPIOS	\$20.000,00	59%	24,02%	14,12%
FINANCIAMIENTO	\$14.025,15	41%	11,20%	4,62%
TOTAL DEL PROYECTO	\$34.025,15		TMAR	18,74%

Elaboración: Autora

5.6.3. Análisis de la rentabilidad del proyecto

Con los flujos netos obtenidos, se realiza el cálculo de la TIR y el VAN. Los resultados del cálculo determinan que el proyecto es rentable, porque la TIR es mayor que la TMAR, mientras que el VAN recuperó la inversión inicial y además dejó un saldo neto a favor, por un monto de \$ 6.066.38. Por otra parte, se calculó el índice de rentabilidad, el mismo que establece que por cada dólar que la empresa invierte, se reciben \$ 0.19 adicional. Todos estos indicadores se manifiestan como consecuencia de que la inversión inicial sería recuperada en el tercer año, ya que según el PAYBACK, los flujos descontados con la inversión muestran un saldo positivo a partir del año 3.

Tabla 12 Flujos de caja

AÑO	FLUJO	PAYBACK
0	\$ (34.025,15)	\$ (34.025,15)
1	\$ 12.885,21	\$ (21.139,94)
2	\$ 13.100,08	\$ (8.039,86)
3	\$ 13.300,35	\$ 5.260,49
4	\$ 12.874,09	\$ 18.134,58
5	\$ 13.038,06	\$ 31.172,63

Elaboración: Autora

Tabla 13 Análisis de Rentabilidad

TMAR:	18,74%
TIR:	26,46%
VAN:	\$ 6.066,38
IR:	\$ 0,18

Elaboración: Autora

5.6.4. Análisis del punto de equilibrio

Para este análisis se consideró el precio de venta promedio del servicio que es \$ 118.33 y así determinar qué número de unidades deberían ser gestionadas como mínimo para cubrir los costos fijos del negocio y evitar pérdidas. La fórmula a ser utilizada fue la siguiente y determinó que la

empresa debería recoger al menos 107 contenedores por mes para llegar al punto de equilibrio; esto en términos porcentuales representaría el 84.55% de carga en relación a la capacidad máxima por mes (300 contenedores al mes), cifras que están calculadas bajo un escenario bastante conservador.

Tabla 14 Cálculo del punto de equilibrio

ANÁLISIS PUNTO DE EQUILIBRIO POR MES	
<u>COSTO FIJO</u>	\$ 12.745,91
C.Var. uni- PVP uni	\$ 118,33
PEQ:	107,71
PE \$:	\$ 12.745,91
PE %:	84,55%

Elaboración: Autora

5.6.5. Análisis de los índices financieros

Tabla 15 Índices Financieros

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<u>INDICE DE RENTABILIDAD</u>						
Margen Bruto	79,76%	79,69%	79,62%	79,55%	79,48%	79,62%
Margen Neto	6,39%	6,37%	6,35%	6,90%	6,85%	6,57%
<u>INDICE DE GESTION</u>						
Impacto de Gastos	69,31%	69,45%	69,59%	68,86%	69,05%	69,25%
Carga Financiera	0,81%	0,63%	0,46%	0,28%	0,10%	0,46%
<u>INDICE DE LIQUIDEZ</u>						
Liquidez Corriente	2,31	4,32	8,18	19,21	19,21	10,65
<u>INDICE DE ENDEUDAMIENTO</u>						
Endeudamiento del Activo	27,22%	17,62%	10,46%	4,69%	0,00%	12,0%

Elaboración: Autora

Finalmente, las razones financieras, determinan lo siguiente:

- El negocio es rentable ya que tanto el margen bruto como el neto, se mantiene estable a medida que pasa el tiempo, alcanzando un índice promedio de 79.62% para el margen bruto y 6.57% para el margen neto.
- La forma de gestionar el impacto de los gastos operativos y financieros es el adecuado ya que se observa una estabilidad en todos los periodos manteniendo en un nivel de 69.25% promedio a los gastos operativos y 0.46% a los financieros.
- La liquidez del negocio es bastante buena ya que a medida que el nivel de deuda baja, la empresa tiene mejores posibilidades de cubrir sus obligaciones a corto plazo, teniendo así un nivel de liquidez promedio de 10.65 puntos y un endeudamiento de 12%.

CONCLUSIONES

El resultado final del presente proyecto de investigación, deja las siguientes conclusiones:

1. El país cuenta con pequeñas, medianas y micro empresas que empiezan a incursionar el rubro de las exportaciones. Un ejemplo de esto son las exportaciones de flores o bananos que direccionan sus productos hacia mercados como Argentina o Brasil. De esta manera, se incrementan las ganancias de estos exportadores ascendiendo a cantidad cerca de los \$60 millones de dólares.
2. La especialidad de las empresas denominadas trading companies radica en el control de todos los procesos involucrados en la exportación e importación de bienes o servicios mediante una red de distribución propia, que permite comercializar determinados productos de un país a varios países. Sus principales bienes de trabajo son las materias primas y los productos semifabricados
3. La empresa contará se dedicará a actividades de traslado de mercancías desde y hacia el Ecuador, para lo cual se precisa contar con un logotipo que le permita generar una presencia de marca y sea fácilmente reconocible por los clientes potenciales. Además, se pretende diferenciar a la empresa de la competencia brindando un servicio ágil y que cuente con una constante comunicación con el cliente, para lo cual se les facilitará un número de WhatsApp y mantener contacto cada vez que lo requieran.
4. Los resultados obtenidos en el análisis manifestaron que la inversión inicial del proyecto sería de \$ 34 mil dólares, alcanzando una TIR de 26% y un VAN de \$ 6 mil dólares, luego de haber recuperado la inversión a partir del tercer año. Dejando así un rendimiento de \$ 0.19 adicionales por cada dólar invertido.

RECOMENDACIONES

Con el propósito de mejorar los resultados del proyecto, o al menos mantenerlos, se establecen algunas recomendaciones que servirían de apoyo para el cumplimiento de los objetivos empresariales:

- **Incremento de la Capacidad Operativa de Carga;** los resultados financieros muestran que la empresa estaría en buenas condiciones para así incrementar su capacidad de carga según lo requiera la demanda de importadores y exportadores.
- **Estudios de Factibilidad en Otros Puertos;** En el país se está planificando la construcción de un nuevo puerto en la zona de Posorja, razón por la cual se podría buscar alternativas en puertos similares del país o en el exterior para llevar a cabo las actividades de la Trading Company en cualquier circunstancia.
- **Mejoramiento del Talento Humano;** La idea es fomentar el mejoramiento continuo del personal, a fin de que brinde un servicio de calidad y los clientes se encuentren satisfechos por los resultados.
- **Auditorías Internas de los Procesos Operativos;** Con el fin de verificar el cumplimiento de los estatutos internos y los procesos, se realizarían auditorías internas para corregir las falencias presentadas o desarrollar mejoras que permitan ofrecer un servicio eficiente y de calidad a los usuarios.
- **Buscar fuentes de financiamiento alternativas,** en caso de no recibir el apoyo crediticio de la CFN; por ejemplo a través de la venta de acciones de la compañía, haciendo más amplia la propiedad accionaria y participación de los socios en el proyecto. Esto reduciría la carga financiera y mejoraría la rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Agronegocios . (2013). Ampliación de mercado para las pymes.
Agronegocios , 2.
- Asociación de Funcionarios y Empleados del Servicio Exterior Ecuatoriano.
(15 de Octubre de 2012). Intercambio compensado. *Asociación de Funcionarios y Empleados del Servicio Exterior Ecuatoriano*, 5.
Obtenido de Asociación de Funcionarios y Empleados del Servicio Exterior Ecuatoriano.
- Banco Central del Ecuador. (Marzo de 2015). *Estadísticas Macroeconómicas*. Obtenido de
<http://www.bce.fin.ec/index.php/nuevas-publicaciones1>
- Banco Central del Ecuador. (Febrero de 2015). *Evolución de la balanza comercial - enero a diciembre 2014*. Quito : Subgerencia de Programación y Regulación - Regulación Nacional de Síntesis Macroeconómica.
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Evolución de la Balanza Comercial enero-diciembre 2014*. Quito.
- Bernal Torres, C. A. (2006). Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. México: Pearson Education, Segunda edición.
- Cámara de Comercio de Quito. (17 de julio de 2013). *La sociedad anónima está regulada a partir del artículo 143 de la Ley de Compañías*. Obtenido de Derecho Ecuador:
<http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derchosocietario/2013/05/14/sociedad-anonima>
- Diario El Comercio . (25 de Julio de 2009). Las pymes exportadoras de la región todavía innovan poco. *Diario El Comercio* , pág. 2.
- Hino-Mavesa. (9 de Julio de 2014). *Organigrama* . Obtenido de Hino :
<http://www.hino->

mavesa.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=83

LATINPYME. (2015). Pymes exportadoras expectantes por salvaguardias de Ecuador. *LATINPYME*, 2.

Llamazares, O. (2012). *¿QUÉ ES UNA TRADING COMPANY?* New York : Global Negotiator.

Mateos, P. (1999). *Dirección y objetivos de la empresa actual*. Centro de Estudios Ramón Areces S.A.: México.

Muñoz, C. (2010). *La Encuesta*. Obtenido de <http://www.xtec.cat/~cmunoz/recerca/encuesta.htm>

Pro Ecuador . (3 de Enero de 2015). *Boletín de comercio exterior* . Obtenido de Pro Ecuador : <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/BoletinDiciembre14-final.pdf>

Produmar S.A. (5 de Septiembre de 2013). *Produmar S.A.* Obtenido de Produmar S.A.: <http://www.produmar.com.ec/la-empresa-produmar.aspx>

ProEcuador . (2 de Octubre de 2014). *Guía de Exportador* . Obtenido de ProEcuador : <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/11/GuiaExportador.pdf>

ProEcuador. (3 de Mayo de 2012). *Gobierno de Ecuador apoya a PYMES en consorcios exportadores*. Obtenido de ProEcuador: <http://www.proecuador.gob.ec/2012/05/03/gobierno-de-ecuador-apoya-a-pymes-en-consorcios-exportadores/>

PROECUADOR. (2014). *Evolución de las exportaciones ecuatorianas enero 2012 abril 2014*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/ENE-ABR-2013-2014-pagina-web.pdf>

PROECUADOR. (Junio de 2014). *Informe mensual*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/INFORME-MENSUAL-DISPOSICION-MINISTERIAL-JUNIO-2014-pagina-web-1.pdf>

- PROEcuador. (Julio de 2015). *Evolución de las exportaciones ecuatorianas*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/monitoreo-de-exportaciones/>
- Revista Líderes. (2014). *Conozca cómo obtener el permiso para ofrecer alquiler de vehículos*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/conozca-obtener-permiso-ofrecer-alquiler.html>
- Rodriguez, E. (2005). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). México: Universidad Autónoma de Tabasco.
- Rojas, A. (16 de Marzo de 2012). *Consortios vs Trading Companies* . Obtenido de Prezi : <https://prezi.com/ufnymf-9jnza/consorcios-vs-trading-companies/>
- SENAE. (2015). *Servicios para OCE´S*. Obtenido de <http://www.aduana.gob.ec/index.action>
- Tomalá, M. (19 de Julio de 2013). Ecuador: Relaciones económicas con el resto del mundo. *Instituto Ecuatoriano de Economía Política* , pág. 4.
- Van, D., & Meyer, W. (2006). *Síntesis de "Estrategia de la investigación descriptiva"*. Obtenido de <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>
- Vásconez & Vásconez. (2015). *Servicios que brindamos*. Obtenido de <http://www.vasconezyvasconez.com/?show=servicios>
- Yambay, D. (Febrero de 2012). ANÁLISIS SITUACIONAL Y REESTRUCTURACIÓN CONTABLE DE LAS ACTIVIDADES DE LOS AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA PARA PROCURAR EL MEJORAMIENTO CONTINUO CASO: LÓPEZ MENA CIA. LTDA.”. *Tesis de Ingeniería*, 95-98. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Central del Ecuador.

ANEXOS

No.	CI O RUC	NOMBRE PROVEEDOR	DIRECCION	No. Teléfono
1	0690012685001	Setralmar del Ecuador	9 de Octubre 612 y Novena Este	(072) 962-8910 Ext. 0000
2	0700248982001	Abinsa Abastecimientos Industriales S.A.	Lotizacion Santa Adriana Via a Daule Km. 7 Solar 4 Mz. 1	(042) 353-4170 Ext. 0000
3	0700963341001	Aceros Boehler del Ecuador S.A.	Km 7 1/2 via a Daule y Calle 4ta.	(042) 262-9220 Ext. 0000
4	0790089723001	ACITEC S.A.	VACAS GALINDO 415 ENTRE LA 13AVA Y 14AVA	(234) 515-0
5	0790096894001	Aga S.A.	Km 7 1/2 Via Daule frente a Oceanpac	(042) 673-0110 Ext. 0000
6	0790097300001	Agencia Naviera Gustavo Zanders Cia. Ltda.	Av Kennedy 801 y Antonio Guerra	(062) 722-2440 Ext. 0000
7	0790097300001	Agripac S.A.	General Cordova 623 y Padre Solano	(042) 560-4000 Ext. 0000
8	0791713536001	Agroquímica Industrial S.A.	Av. 4 de Noviembre y Calle J6	(005) 292-3863 Ext. 0000
9	0791723000001	AINSA S.A.	Cdla. Urdenor 2 Mz.227 S.1 Av.J.T. Marengo	(593) 223-0047 Ext. 0000
10	0791731518001	Armendaris Zavala Byron Honorato	cdla. La FAE mz. 24 villa 11	(042) 396-3060 Ext. 0000
11	0800565608	Asenabra S.A.	Km. 4.5 via Durán - Tambo	(042) 810-2100 Ext. 0000
12	1790879186001	AT&S S.A.	Garcia Aviles 408 y Luque ed. Finec.8vo piso of. 804	(042) 223-035
13	0991331859001	Atimasa S.A.	Av.de las Americas 406 Centro de Convecciones Antiguo Aeropue	(042) 590-560
14	1790038092001	ATU Articulos de acero S.A.	Av. JT Marengo CC Dicientro L.8	(042) 275-0020 Ext. 0000
15	0908939762001	Auad Saab Angel Miguel, Dr.	cdla. Kennedy av. San Jorge y 9na	(042) 398-3970 Ext. 0000
16	0890037216001	Autocontrol S.A. Automatización y Controles	Cdla. Santa Cecilia, Calle 7ma. y Av. 2da. Mz.7 Solar 7B	(004) 245-5574 Ext.

		Electricos Inteligen		0000
17	0890044816001	Autofrio Cía. Ltda.	Av. del Ejercito 2320 y Brasil	(042) 455-9690 Ext. 0000
18	0890045006001	Autolujo Cia. Ltda.	Av. América 4532 y Mañosca	(002) 224-5016 Ext. 0000
19	0900176736001	Bedoya Hernandez Dagoberto	Cdla. Principado Lomas de Urdesa Mz. B Solar 2-3	(042) 885-7440 Ext. 0000
20	0902236835001	BEGUE POLLINI JORGE ANTONIO	Camilo Destruje 1616 y José Mascote	(098) 343-4719
21	0904016474001	Bejarano Salinas Jose Fernando	Bolivia 2601 y Guerrero Valenzuela	(236) 827-5000 Ext. 0000
22	1791955528001	Bigbranch S.A.	Av. Constitucion y J.T.Marengo Edf.Executive Center P.4	(004) 269-3173 Ext. 0000
23	0904907136001	Biogenética del Ecuador Ecuabiogen S.A.	Av. J.T.Marengo s/n y J.Orrantia	(042) 690-5410 Ext. 0000
24	0992270659001	BISBALY S.A.	Km. 9.5 Vía a Daule Urb. Inmaconsa	(004) 211-1141 Ext. 0000
25	0900665555001	Blum Gilbert Alfonso Arturo	Luis Urdaneta 917 y Lorenzo de Garaicoa	(042) 561-5770 Ext. 0000
26	0902377902001	Blum Rojas Luis Alfonso	Luis Urdaneta 915 y L.Garaicoa	(042) 261-7924
27	0992290781001	BOLCO S.A.	Cdla. Alborada 2da. etapa Mz.18 s.11	(593) 224-0778 Ext. 0000
28	0906564968001	Bonnard Basantes Sonia Patricia - D´Bonnard	Velez 220 y Chile	(042) 323-6020 Ext. 0000
29	0906835194001	Bosch Wong Jaime César	Cdla. Huancavilca Ciudad del Norte solar 163	(000) 000-0000 Ext. 0000
30	0907060503001	Bravo Mendieta José Benigno	Km. 2.5 via Duran-Tambo	(042) 817-9140 Ext. 0000
31	0907810113001	Bremax S.A.	10 de agosto #103 y malecon, ed. Valra piso 8	(042) 530-0000 Ext. 0000
32	0908784408	Briz Moreno Olga María	Clemente Ballen 216 entre Pichincha y Pedro Carbo	(042) 323-3300 Ext. 0000

33	0909412983001	Cabello Suarez Wilson Humberto	Barrio 6 Diciembre Av. 25 entre calle 29 y 30	(042) 784-4030 Ext. 0000
34	0911949030001	Cabezas Klaere Ana Luisa	Los Ceibos Av.Principal N° 412 entre la 11 y la 12 FONO:2351	
35	0912276029001	Cabezas-Klaere Felipe Andres	09 de OCTUBRE No.100 Y MALECON	(000) 000-0000 Ext. 0000
36	0912572823001	Cablesa S.A.	Venezuela 315 y Chile	(042) 342-6960 Ext. 0000
37	0912773207001	Calderesa S.A.	Av. C.J. Arosemena km 3.5	(042) 202-8890 Ext. 0000
38	0912873312001	Casa de Valores ADVFIN S.A.	La Mariscal, Av. Amazonas N21-252 y Jerónimo	(002) 232-7892 Ext. 0000
39	0913418661001	Casa del Rulimán del Ecuador S.A. Carrulesa	Av. Machala 1101 y Vélez	(004) 252-6520 Ext. 0000
40	0914115159001	Casilva C.A.	Eloy Alfaro 1410 y Letamendi	(042) 402-4860 Ext. 0000
41	0914859038001	CEDEP	Malecón Simón Bolívar 100 y Loja	(004) 253-0330 Ext. 0000
42	0915745582001	CELCO Cia. Ltda.	Urdenor Mz.236 Solar 9	(000) 000-0000 Ext. 0000
43	0919476648001	Cempaz S.A.	Cdla. Sauces III Mz.192 villa 1	(000) 000-0000 Ext. 0000
44	0919733345001	Centuriosa - Servicenturiosa	Cdla. Adace CB no. 204 y C Sexta	(042) 691-0190 Ext. 0000
45	0921372405001	Chaide y Chaide S.A.	Km.4 1/2 Av. Juan Tanca Marenjo 2do. Pasaje 32 NO y Calle 18	(022) 331-6610 Ext. 0000
46	0921793683001	Chemlok del Ecuador S.A.	Km. 7.5 Vía a Daule	(004) 226-1363 Ext. 0000
47	0922053491001	Chifla Reyes Jorge Washington	13ava. 1411 y Fco. Marcos	(042) 460-4770 Ext. 0000
48	0925391658001	CIAPROMASE S.A.	Cdla. Kennedy 8va Oeste y Av. San Jorge Cond.	(042) 280-6320 Ext. 0000

49	0925391658001	Ciateite S.A.	Rosendo Avilés 1318 y José de Antepara	(004) 234-3700 Ext. 0000
50	0990000689001	CIOGAMUL S.A.	AV. FELIPE PEZO CAMPUZANO - BODEGAS LA CARLOTA, LOCAL # 3	(600) 866-1
51	0990001375001	Comercial Ginatta S.A.	Av. Juan Tanca Marengo s/n y Av. Agustín	(593) 264-0112 Ext. 0000
52	0990001952001	Comercial Kywi S.A.	Av. 10 de Agosto N24 - 59 y Luis Cordero	(026) 432-30
53	0990003394001	Compañía Comercial Pan-Americana C.A.	Padre Aguirre 223 y Rocafuerte	(004) 256-0502 Ext. 0000
54	0990003831001	Compañía de Inspecciones de Carga CICAT S.A	Cdla. Urdenor II Mz.229 Solar 2	(004) 260-3300 Ext. 0119
55	0990006059001	Compañía Gasolinera Monfavesa S.A.	Av. Plaza Dañín 915 y Elías Muñoz V.	(042) 691-3140 Ext. 0000
56	0990006687001	Compañía General de Comercio y Mandato S.A.	Av. Elías Muñoz s/n y Av. C.L.Plaza Dañín	(042) 296-3000 Ext. 0000
57	0990009732001	Compteco Compra Por Telefono Consorcio Comercial S.A.	Cdla. La Floresta Luis Cordero E10-55 y Av. 12 de Octubre	(022) 224-5250 Ext. 0000
58	0990010870001	Comsatel S.A.	Eloy Alfaro 1900 y Portete Esq.	(042) 835-8350 Ext. 0000
59	0990011109001	CONAUTO C.A.	Av. Juan Tanca Marengo km 1.8	(042) 681-9000 Ext. 0000
60	0990015295001	Condominio Centropark	Clemente Ballen 215 y Pedro Carbo	(042) 517-4670 Ext. 0000
61	0990015295001	Control Internacional del Ecuador C.A.	Bolivia 211 y 5 de Junio	(042) 445-2120 Ext. 0000
62	0990015538001	Copiadora Ecuatoriana Cia. Ltda. - Ecuacopia	Los Rios 4824 entre Rosendo Avilés y Chambers	(042) 446-9240 Ext. 0000
63	0990015643001	Corlegal, Corporacion De Asesores Legales C.A.	Panama s/n y Junin	(042) 560-1000 Ext. 0000
64	0990018685001	Corporación RAR S.A.	Cdla. Bella Aurora Mz. C Solar 2	(004) 220-1791 Ext. 0000
65	0990019606001	Corral & Asociados S.A.	Alborada Etapa 14, Av. Fco. de Orellana Mz. 7 Solar 6	(042) 214-9710 Ext.

				0000
66	0990021007019	Dalo S.A.	Vacas Galindo 1014 entre Ambato y 6 de Marzo	(004) 233-8190 Ext. 0000
67	0990022011001	Data Solutions S.A.	Av. Domingo Comín s/n y Onceava Edif. Anglo	(004) 242-9977 Ext. 0000
68	0990022887001	Debonnard S.A.	Velez 220 y Chile Piso 7 Dpto. 707	(004) 251-5600 Ext. 0000
69	0990026610001	Delta Plastic C.A.	Km. 5 Via a Daule Mapasingue Oeste Av. 6ta. 305 y Calle	(042) 851-2170 Ext. 0000
70	0990031029001	DHL Express (Ecuador) S.A.	Av. Eloy Alfaro 113-A y De Los Juncos	(042) 282-0360 Ext. 0000
71	0990031029001	Diazce S.A.	Cdla. Los Esteros Mz 1-A Solar 29	(042) 491-910
72	0990033838001	Dimquality S.A.	Primero de mayo no. 1112 y Tungurahua	(042) 394-2850 Ext. 0000
73	0990035113001	Disetec Cia. Ltda.	Cdla. La FAE, Elia Liut V.24 Mz.40	(042) 399-5680 Ext. 0000
74	0990082820001	Dismelec S.A. Distribuidora de Materiales y Equip. Eléctricos	Av. J.T. Marengo km 2 1/2 L-17	(042) 243-2210 Ext. 0000
75	0990129185001	DMC Asistencia Tecnica Industrial S.C.C.	Kennedy Norte Mz. 903 Lote 5	(042) 880-2450 Ext. 0000
76	0990131775001	ECOLOGLOBAL S.A.	Cdla. Adace Joaquin Orratia Gonzalez S/N y Leopoldo Benitez	(046) 009-418
77	0990138125001	Ecolub S.A.	Km. 12 1/2 via a Daule	(042) 116-2420 Ext. 0000
78	0990144362001	Econocompu S.A.	Cdla Kennedy Norte Av. M Alcivar ed. Torres del Norte A p.7	(042) 687-1760 Ext. 0000
79	0990281866001	Ecuacolor Laboratorio fotográfico S.A.	Av. Luis Plaza s/n y Av. Elias Muñoz	(042) 296-9990 Ext. 0000
80	0990303878001	Ecuadorian Pilot Service S.A. Pilotservices	Centenario Oriente 403 y Rosa Borja de Icaza y Arguelles	(042) 333-9710 Ext. 0000
81	0990320810001	Ecuadorian Technical Services C.Ltda.	Noguchi 2103 y Venezuela	(004) 244-9199 Ext. 0000

82	0990320810001	Ecuaestibas S.A.	Av. 9 de octubre 100 y Malecón Simon Bolivar	(042) 517-3600 Ext. 0000
83	0990349967001	Ediciones Holguin S.A.	Cdla. Bellavista Mz.34 Solar 118	(004) 220-3597 Ext. 0000
84	0990355142001	Ediciones Legales Edle S.A.	Cdla. Bella Aurora Mz. C Solar 2	(004) 220-1791 Ext. 0000
85	0990480214001	Edificio Banco de Guayaquil	Junin 208 y Pedro Carbo	(042) 301-6150 Ext. 0000
86	0990492050001	Edificio Vista al Río	Junin 105 y Malecon Simón Bolivar	(042) 256-0100 Ext. 0200
87	0990567999001	Edisatelite S.A.	9 de octubre 2202 y Tungurahua	(042) 295-9250 Ext. 0000
88	0990626014001	Editores Nacionales Gráficos "Editogran" S.A.	Av. 10 de Agosto No. 607 y Boyacá	(004) 232-6500 Ext. 0000
89	0990646546001	EDITORIAL RIDELA CIA. LTDA.	AV. 6 Y CALLES 12 Y 13	(261) 361-1
90	0990650403001	EEINSA	Km. 7.5 Vía a Daule C.C.Aranjuez Local 4-5	(004) 265-1973 Ext. 0102
91	0990658749001	Egred Naranjo Joan Paul	Av. República del Salvador 836 y Portugal	(002) 226-0740 Ext. 0000
92	0990769044001	El Droguista S.A.	Luis Urdaneta 2000 y Carchi	(004) 228-7417 Ext. 0000
93	0990787034001	Electroleg S.A.	Padre Solano 1309 y G.Moreno	
94	0990875731001	Electromarina Cía. Ltda.	Av. Juan Tanca Marengo Condomicio Fco.Sanc	(593) 229-0486 Ext. 0000
95	0990877750001	Electrónica Faour S.A.	Cdla. Adace calle 11 no. 503 av. JT Marengo	(042) 281-4000 Ext. 0000
96	0990893071001	Electrónica Inteligente del Ecuador S.A. - EIDESA	San Martin 301 y Chile	(042) 140-2280 Ext. 0000
97	0990957754001	Elicrom Cia. Ltda.	Cdla. Guayaquil Calle 1era. Mz.21 Villa 10	(004) 228-2007 Ext. 0000
98	0990993564001	Estudio Jurídico Pandzic & Asociados S.A.	Victor Manuel Rendón 401 y Gral.Córdova Edif.	(004) 230-3535 Ext. 0000

99	0991074147001	EY Addvalue Asesores Cia. Ltda.	Av. Fco.Orellana y A.Borges Edif.Centrum P.14	(042) 269-3100 Ext. 0000
100	0990169411001	Fasinarm	Kennedy Norte Mz. 16 Solar 1	(000) 000-0000 Ext. 0000
101	0991439005001	Fastcargo Internacional S.A.	Cooperativa Guayaquil, Solar 8 Mz.10	(042) 565-011 Ext. ext.
102	0990023654001	Febres Cordero Compañía de Comercio S.A.	Pradera II, Calle 11 s/n y Av. Domingo Comin	(042) 491-0100 Ext. 0000
103	0991466436001	FECORSA INDUSTRIAL Y COMERCIAL S.A.	Km 3.5 Via Durán & Boliche	(281) 314-7
104	0991103376001	Fehierro Cia. Ltda.	Km. 7 1/2 via Daule	(042) 254-6000 Ext. 0000
105	0991140174001	Ferretería Industrial Espinoza Ferres Cia Ltda	Cdla. El Recreo Mz. 350 Villa. 7	(042) 672-9510 Ext. 0000
106	0991159509001	Ferretería Industrial y Productos de Acero Cia Ltda - Finpac	Urdenor 1 mz. 127 v. 28	(042) 275-7310 Ext. 0000
107	0991159509001	Ferro Industrial - Comercial Wong C.Ltda. Ferro-Wong	Noguchi # 2202 y Colombia	(244) 309-3
108	0991162925001	Fideicomiso Guayhost	Av JT Marengo y Abel Romero Castillo	(042) 397-3740 Ext. 0000
109	1790004147001	Firmesa Industrial Cia Ltda	Av. Plaza Dañin 816 y Miguel H. Alcivar	(042) 284-8000 Ext. 0000
110	0991162925001	Formas y Accesorios Formac S.A.	Vía a Daule Km. 10 1/2 Lotización Expogranos s/n	(042) 110-5660 Ext. 0000
111	0703179093001	FRANCISCO JAVIER CALVOPIÑA GRANDA - RADIO FIESTA MACHALA	AV.25 DE JUNIO Y 23 DE ABRIL, ESQ. MEZZANINE EDIF. RESPLANDO	(296) 233-3
112	0991174362001	Frenoseguro Cia. Ltda.	Luque 1200 y Machala	(042) 254-5000 Ext. 0000
113	0991199012001	Fund.Asist.Salud Social y Humanitaria WA FI LAM	Av. 25 de Julio, Cdla. Sta.Monica Mz.2 Villa 5	
114	0991238328001	G & G Consulting S.A.	Av. Pampite S/N Edif. Officenter Piso 1 Ofic 209	(002) 204-2026 Ext. 0000
115	0991243453001	G4S Secure Solutions Ecuador Cía. Ltda	Luis Cordero E12-114 y Toledo Ed. Lugano Piso 2 Of. 2	(004) 603-0010 Ext.

				0000
116	0991251944001	GALARZA MENDEZ ARNALDO JOEL	CDLA. LAS PALMERAS, CALLE 47 S/N ENTRE AVDS. 34 Y 35	(293) 440-4
117	0991262016001	Galarzamotors S.A.	Av. Juan Tanca Marengo y Av.Jaime Roldós A	(004) 288-4820 Ext. 4109
118	0991264620001	Georigo S.A.	Los Olivos mz. B s. 8	(000) 000-0000 Ext. 0000
119	0991267263001	GEOSIMA S.A.	CDLA. GUAYAQUIL, MZ. 4 SOLAR 7 ENTRANDO POR CAP OFERTAS	(229) 687-7
120	0991276106001	GEOSOLAR	Urb.Los Olivos Mz.B Solar 8.	(042) 852-936
121	0991278419001	Gerarca El Prado C. Ltda.	Colon 205 y Pichincha esq.	(042) 326-4440 Ext. 0000
122	0991285946001	Gerdell S.A.	Km. 12.5 Vía a Daule	(004) 601-7661 Ext. 0000
123	0991296468001	Gráficos Nacionales S.A.	km 2.5 av Carlos Julio Arosemena SN	(042) 202-0880 Ext. 0000
124	0991302298001	Guayaquil Pilots Guapilot S.A.	Cdla.Ciudad Colón s/n Edif.Empresarial Tres P.2 Of.209	(004) 604-1087 Ext. 0000
125	0991468587001	Guayasvent S.A.	Av. Carlos Luis Plaza Dañín No.114 y Av.San J	(004) 256-3629 Ext. 0000
126	0990186421001	Guimsa, Organización Empresarial Guim S.A.	Av. 10 de Agosto 215 entre Pedro Carbo y Pichincha	(042) 320-3330 Ext. 0000
127	0991302298001	H.A. Cargo S.A.	Solar 15 Cdla.Albatros calle Flamingo 211	(004) 229-4545 Ext. 0000
128	0991304002001	Hempel (Ecuador) S.A	Cdla. La Garzota Av. de las Americas Mz.129 S.12	(042) 111-4440 Ext. 0000
129	0991306080001	Hivimar S.A.	Av. Juan Tanca Marengo km 2.5 y Av. Freire	(042) 681-1000 Ext. 0000
130	0991316868001	ILMYZAC S.A.	Nueva Kennedy, Cdla. Sagrada Familia MZ.G V5	(004) 220-0622 Ext. 0000
131	0991316868001	Impex Ecuatoriana C.A.	Av de las Americas y Alejandro Andrade	(042) 286-5880 Ext. 0000

132	0991334416001	Importadora Industrial y Agrícola IASA	Av. Juan Tanca Marengo km 3	(042) 237-0000 Ext. 0000
133	0991339825001	Importadora Lino Gamboa Cia. Ltda.	Cdla. Adace Calle B y Calle 10 esquina	(042) 294-6290 Ext. 0000
134	0991340076001	IMPROSELEC S.A.	Av. Roberto Gilbert Elizalde y Calle 3ra. Mz.1 Sl.1	(042) 391-1000 Ext. 0000
135	0992376538001	Inducomicc S.A.	Km. 8.1/2 Vía a Daule	(004) 225-1819 Ext. 0000
136	0992533536001	Industria Metal Plástica S.A. Metalplas	Mapasingue Oeste Av. 3ra. 137	(004) 200-4135 Ext. 0000
137	0990648972001	Industrial Del Tropico Indeltro S.A.	Km. 12.5 Vía a Daule junto a Ecuasal	(042) 115-0380 Ext. 0000
138	0990811903001	Industrial Inanbesa C. Ltda.	Vía a Daule Km.6.5 Av. 1era. y Calle 4ta.	(004) 225-4306 Ext. 0000
139	1790614808001	Industrial K Kraee Cia. Ltda.	Albatro Solar 8 y Carlos Plaza Dañin	(042) 288-2900 Ext. 0000
140	0990681708001	Indusur Industrial del Sur S.A.	Av. C.J.Arosemena Km 4 1/2	(042) 201-1770 Ext. 0000
141	1792217350001	Inecpro Cía. Ltda	Bellavista OE3-436 y Chuquisaca	(002) 253-3104 Ext. 0000
142	0992112042001	INFICRES S.A.	CDLA. LA FAE Mz.20 SOLAR 9 Av. PLAZA DAÑIN	(042) 289-988
143	0991349936001	Infopront S.A.	Cdla. La Garzota 1 Mz 103M Solar 3	(042) 275-9800 Ext. 0000
144	0991360042001	Ingeniería y Logística Marítima S.A.Inlogmar	Maldonado 1722 y Los Ríos	(004) 236-7066 Ext. 0000
145	0991361200001	Ingenieros en Refrigeración C.Ltda.	Luis Vernaza 400 y Los Rios Esq.	(042) 326-5560 Ext. 0000
146	0991370226001	Ivan Bohman C.A.	km 6 1/2 Via a Daule Av. Principal	(042) 254-1110 Ext. 0000
147	0991387722001	Iza Caiza Gladys María	Kennedy Norte Mz.704 villa 10	(004) 240-1144 Ext. 0000

EQUIPOS DE OFICINA				
CANT.	DESCRIPCION	PROVEEDOR	C. UNITARIO	C. TOTAL
2	Aire Acondicionado Split 12000 BTU	Creditos Economicos	\$ 1.450,00	\$ 2.900,00
2	Extractor de aire	Creditos Economicos	\$ 75,00	\$ 150,00
1	Telefax	Creditos Economicos	\$ 85,00	\$ 85,00
3	Telefono Inalambrico 3 bases	Creditos Economicos	\$ 110,00	\$ 330,00
3	Tachos Plasticos de Basura	Pycca	\$ 8,00	\$ 24,00
1	Tacho Movable de Basura	Pycca	\$ 25,00	\$ 25,00
1	Utiles de Oficina	Juan Marcett	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Dispensador de Agua	Creditos Economicos	\$ 70,00	\$ 70,00
2	Dispensador de Rollos de Papel	Kimberly-Clark	\$ 75,00	\$ 150,00
2	Dispensador de Jabon Liquido	Kimberly-Clark	\$ 70,00	\$ 140,00
1	Botiquin de Primeros Auxilios	N/A	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Extintor	N/A	\$ 85,00	\$ 85,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA				\$ 4.059,00

MUEBLES DE OFICINA				
CANT.	DESCRIPCION	PROVEEDOR	C. UNITARIO	C. TOTAL
4	Escritorios L con gavetas	Maxi-Muebles	\$ 325,00	\$ 1.300,00
3	Escritorios de Trabajo	Maxi-Muebles	\$ 225,00	\$ 675,00
12	Sillas de Cuero con brazos	Maxi-Muebles	\$ 65,00	\$ 780,00
1	Sillas Gerencial	Maxi-Muebles	\$ 170,00	\$ 170,00
1	Silla de Oficina	Maxi-Muebles	\$ 120,00	\$ 120,00
1	Counter de recepción	Maxi-Muebles	\$ 450,00	\$ 450,00
7	Archivadores	Maxi-Muebles	\$ 120,00	\$ 840,00
2	Tander de 3 sillas	Maxi-Muebles	\$ 280,00	\$ 560,00
1	Mesa de Centro	Maxi-Muebles	\$ 125,00	\$ 125,00
TOTAL MUEBLES DE OFICINA				\$ 5.020,00

EQUIPOS DE COMPUTACION				
CANT.	DESCRIPCION	PROVEEDOR	C. UNITARIO	C. TOTAL
5	Computadores de Escritorio Clones	Computron	\$ 650,00	\$ 3.250,00
7	Licencias Software TERRASOFT	Terrasoft	\$ 120,00	\$ 840,00
2	Laptop acer	Computron	\$ 720,00	\$ 1.440,00
4	Impresoras Multifuncionales	Computron	\$ 125,00	\$ 500,00
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION				\$ 6.030,00

GASTOS DE INSTALACION Y ADECUACION				
CANT.	DESCRIPCION	PROVEEDOR	C. UNITARIO	C. TOTAL
1	Adecuaciones de Oficina Guayaquil		\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Gastos de Instalacion y Adecuacion				\$ 1.200,00

GASTOS DE PRE-OPERACION				
CANT.	DESCRIPCION	PROVEEDOR	C. UNITARIO	C. TOTAL
1	Permisos, Concesiones y Derechos	Capitania del Puerto	\$ 750,00	\$ 750,00
1	Permiso de Funcionamiento	M.I. Municipio de Guayaquil	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Registro de Marcas y Patentes	IEPI	\$ 450,00	\$ 450,00
1	Estudio Tecnico y Proyectos	Ing.Rolando Quimi	\$ 500,00	\$ 500,00
Gastos de Instalacion y Adecuacion				\$ 2.200,00

GASTOS DE CONSTITUCION				
CANT.	DESCRIPCION	PROVEEDOR	C. UNITARIO	C. TOTAL
1	Asesoramiento Legal Const. Cia	Ab. Galo Ramos	\$ 750,00	\$ 750,00
1	Apertura Cuenta Capital	Superintendencia de Cias	\$ 400,00	\$ 400,00
Gastos de Constitucion				\$ 1.150,00

CAPITAL DE TRABAJO				
CANT.	DESCRIPCION	PROVEEDOR	C. UNITARIO	C. TOTAL
1	Costo Operativo		\$ 3.050,53	\$ 3.050,53
1	Costo Administrativo		\$ 5.777,51	\$ 5.777,51
1	Costo de Ventas		\$ 3.917,87	\$ 3.917,87
CAPITAL DE TRABAJO				\$ 12.745,91

TASA DE DSCTO INVERSOR.

<i>RIESGO PAIS</i>	13,60%
<i>INFLACION</i>	4,87%
<i>TASA PASIVA</i>	5,55%
TASA DE DSCTO.	24,02%

TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO (MENSUAL)

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO	AMORTIZACION
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 14.025,15
1	\$175,44	\$ 130,90	\$306,34	\$ 13.849,71
2	\$177,08	\$ 129,26	\$306,34	\$ 13.672,64
3	\$178,73	\$ 127,61	\$306,34	\$ 13.493,91
4	\$180,40	\$ 125,94	\$306,34	\$ 13.313,51
5	\$182,08	\$ 124,26	\$306,34	\$ 13.131,43
6	\$183,78	\$ 122,56	\$306,34	\$ 12.947,64
7	\$185,50	\$ 120,84	\$306,34	\$ 12.762,15
8	\$187,23	\$ 119,11	\$306,34	\$ 12.574,92
9	\$188,98	\$ 117,37	\$306,34	\$ 12.385,94
10	\$190,74	\$ 115,60	\$306,34	\$ 12.195,20
11	\$192,52	\$ 113,82	\$306,34	\$ 12.002,68
12	\$194,32	\$ 112,03	\$306,34	\$ 11.808,37
13	\$196,13	\$ 110,21	\$306,34	\$ 11.612,24
14	\$197,96	\$ 108,38	\$306,34	\$ 11.414,28
15	\$199,81	\$ 106,53	\$306,34	\$ 11.214,47
16	\$201,67	\$ 104,67	\$306,34	\$ 11.012,80
17	\$203,56	\$ 102,79	\$306,34	\$ 10.809,24
18	\$205,46	\$ 100,89	\$306,34	\$ 10.603,78
19	\$207,37	\$ 98,97	\$306,34	\$ 10.396,41
20	\$209,31	\$ 97,03	\$306,34	\$ 10.187,10
21	\$211,26	\$ 95,08	\$306,34	\$ 9.975,84
22	\$213,23	\$ 93,11	\$306,34	\$ 9.762,61
23	\$215,22	\$ 91,12	\$306,34	\$ 9.547,38
24	\$217,23	\$ 89,11	\$306,34	\$ 9.330,15
25	\$219,26	\$ 87,08	\$306,34	\$ 9.110,89
26	\$221,31	\$ 85,03	\$306,34	\$ 8.889,58
27	\$223,37	\$ 82,97	\$306,34	\$ 8.666,21
28	\$225,46	\$ 80,88	\$306,34	\$ 8.440,75
29	\$227,56	\$ 78,78	\$306,34	\$ 8.213,19
30	\$229,69	\$ 76,66	\$306,34	\$ 7.983,51
31	\$231,83	\$ 74,51	\$306,34	\$ 7.751,68
32	\$233,99	\$ 72,35	\$306,34	\$ 7.517,69
33	\$236,18	\$ 70,17	\$306,34	\$ 7.281,51
34	\$238,38	\$ 67,96	\$306,34	\$ 7.043,13
35	\$240,61	\$ 65,74	\$306,34	\$ 6.802,52
36	\$242,85	\$ 63,49	\$306,34	\$ 6.559,67
37	\$245,12	\$ 61,22	\$306,34	\$ 6.314,55
38	\$247,41	\$ 58,94	\$306,34	\$ 6.067,15
39	\$249,71	\$ 56,63	\$306,34	\$ 5.817,43
40	\$252,05	\$ 54,30	\$306,34	\$ 5.565,39
41	\$254,40	\$ 51,94	\$306,34	\$ 5.310,99
42	\$256,77	\$ 49,57	\$306,34	\$ 5.054,22

43	\$259,17	\$ 47,17	\$306,34	\$ 4.795,05
44	\$261,59	\$ 44,75	\$306,34	\$ 4.533,46
45	\$264,03	\$ 42,31	\$306,34	\$ 4.269,43
46	\$266,49	\$ 39,85	\$306,34	\$ 4.002,94
47	\$268,98	\$ 37,36	\$306,34	\$ 3.733,96
48	\$271,49	\$ 34,85	\$306,34	\$ 3.462,47
49	\$274,03	\$ 32,32	\$306,34	\$ 3.188,44
50	\$276,58	\$ 29,76	\$306,34	\$ 2.911,86
51	\$279,16	\$ 27,18	\$306,34	\$ 2.632,69
52	\$281,77	\$ 24,57	\$306,34	\$ 2.350,92
53	\$284,40	\$ 21,94	\$306,34	\$ 2.066,52
54	\$287,05	\$ 19,29	\$306,34	\$ 1.779,47
55	\$289,73	\$ 16,61	\$306,34	\$ 1.489,74
56	\$292,44	\$ 13,90	\$306,34	\$ 1.197,30
57	\$295,17	\$ 11,17	\$306,34	\$ 902,13
58	\$297,92	\$ 8,42	\$306,34	\$ 604,21
59	\$300,70	\$ 5,64	\$306,34	\$ 303,51
60	\$303,51	\$ 2,83	\$306,34	\$ 0,00
	\$ 14.025,15	\$ 4.355,34	\$ 18.380,50	

DESCRIPCION	V. ACTIVO	VIDA UTIL	V. RESIDUAL	DEPRECIACION AMORTIZACION						
Inversion Fija					Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Equipos de Oficina	\$ 4.059,00	10	\$ 405,90	\$ 365,31	\$ 365,31	\$ 365,31	\$ 365,31	\$ 365,31	\$ 365,31	\$ 365,31
Equipos de Computacion	\$ 6.030,00	3	\$ 603,00	\$ 1.809,00	\$ 1.809,00	\$ 1.809,00	\$ 1.809,00	\$ -	\$ -	
Muebles y Enseres	\$ 5.020,00	10	\$ 502,00	\$ 451,80	\$ 451,80	\$ 451,80	\$ 451,80	\$ 451,80	\$ 451,80	\$ 451,80
DEPRECIACION ANUAL					\$ 2.626,11	\$ 2.626,11	\$ 2.626,11	\$ 817,11	\$ 817,11	
DEPRECIACION ACUMULADA					\$ 2.626,11	\$ 5.252,22	\$ 7.878,33	\$ 8.695,44	\$ 9.512,55	
Inversion Diferida					Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Gastos de Constitucion	\$ 1.150,00	5	\$ -	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00
Gastos de Instalacion y Adecuacion	\$ 1.200,00	5	\$ -	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Gastos de Pre-Operacion	\$ 2.200,00	5	\$ -	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00
AMORTIZACION ANUAL					\$ 910,00					
AMORTIZACION ACUMULADA					\$ 910,00	\$ 1.820,00	\$ 2.730,00	\$ 3.640,00	\$ 4.550,00	

SUELDOS DEL PERSONAL POR DPTO. Y CARGO											
CANT.	DEPARTAMENTO	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE IEISS 9,45%	AP. PATRONAL 12,15%	XVII SUELDO	XIV SUELDO	FONDO RESERVA	VACACIONES	SUELDO NETO A PAGAR	SUELDO TOTAL MENSUAL
1	Gerencia	Gerente General	\$ 1.500,00	\$ 141,75	\$ 182,25	\$ 125,00	\$ 29,50	\$ 125,00	\$ 62,50	\$ 1.882,50	\$ 1.882,50
1	Contabilidad	Contador	\$ 950,00	\$ 89,78	\$ 115,43	\$ 79,17	\$ 29,50	\$ 79,17	\$ 39,58	\$ 1.203,07	\$ 1.203,07
1	Ventas	Jefe de Ventas	\$ 700,00	\$ 66,15	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 29,50	\$ 58,33	\$ 29,17	\$ 894,23	\$ 894,23
1	Operaciones	Jefe de Operaciones	\$ 750,00	\$ 70,88	\$ 91,13	\$ 62,50	\$ 29,50	\$ 62,50	\$ 31,25	\$ 956,00	\$ 956,00
2	Contabilidad	Asistente Contable	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 523,63	\$ 1.047,27
1	Ventas	Asesor Comercial	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 523,63	\$ 523,63
4	Operaciones	Asistente de Operaciones	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 523,63	\$ 2.094,53
11		TOTAL MES	\$ 5.100,00	\$ 481,95	\$ 619,65	\$ 425,00	\$ 206,50	\$ 425,00	\$ 212,50	\$ 6.506,70	\$ 8.601,23