

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**EXAMEN COMPLEXIVO
PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE:**

**MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN
EN SISTEMAS DE INFORMACION GERENCIAL**

**“PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA
CONSULTORA EN SERVICIOS DE COMERCIO EXTERIOR PARA
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

**AUTORA:
ING. LORENA MARICELA HERRERA ZAMBRANO**

GUAYAQUIL, MARZO DEL 2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Lorena Maricela Herrera Zambrano

DECLARO QUE:

El Examen Complexivo, “Propuesta para la implementación de una empresa consultora en servicios de comercio exterior para la ciudad de Guayaquil” previa a la obtención del **Grado Académico de Magister en Administración de Empresas con mención en Sistemas de Información Gerencial**, ha sido desarrollada 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 Examen Complexivo del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 14 días del mes de marzo del año 2016

EL AUTOR

Lorena Maricela Herrera Zambrano



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Lorena Maricela Herrera Zambrano

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Examen Complexivo de Magister en Administración de Empresas con mención en Sistemas de Información Gerencial** titulada: “Propuesta para la implementación de una empresa consultora en servicios de comercio exterior para la ciudad de Guayaquil”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 días del mes de marzo del año 2016

EL AUTOR:

Lorena Maricela Herrera Zambrano

AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

Agradecimiento

Ante todo, agradezco a nuestro padre Dios quien camina junto a mí en cada emprendimiento que realizo y a quien pido sabiduría todos los días para que bendiga mi actuar diario.

Agradezco a mis hijos Juan Diego y Valeria Belén por haberme apoyado con su comprensión y apoyo al tiempo que he restado de mi compañía y atenciones para con ellos y motivarme a tener mi título de master que los pone muy orgullosos, a mis padres por haberme brindado el beneficio de educarme de la mejor manera tanto de conocimientos como espiritualmente, motivándome a no conformarme, sino a superarme siempre.

Es importante agradecer a la empresa Torres & Torres en la cual laboro y de manera especial a su representante Pablo Torres quien ha motivado en mí el conocimiento, profesionalismo y la necesidad de avanzar y adquirir mayores conocimientos, con lo cual decidí elegir el tema propuesto.

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a mis hijos Juan Diego y Valeria Belén, quienes son mi mayor bendición de Dios y por quienes me motivo a ser mejor para ser ejemplo ante ellos, y que en el futuro sean mejores que su madre en la búsqueda del conocimiento continuo para construir un mejor mundo en el cual desarrollarse.

Se lo dedico a nuestro creador Dios para que mediante el mismo me conduzca por el buen camino, y contribuya al bienestar de la sociedad, de mi familia y el propio.

Ing. Lorena Maricela Herrera Zambrano

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VIII
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
INTRODUCCION	1
CAPÍTULO I.....	2
1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1 ANTECEDENTES	2
1.2 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	4
1.3 JUSTIFICACIÓN	5
1.4 OBJETIVO GENERAL.....	6
1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
CAPÍTULO II	8
2 MARCO TEÓRICO	8
2.1 MARCO CONCEPTUAL	8
2.1.1 Generalidades de las negociaciones en comercio exterior.....	8
2.1.2 Situación del comercio exterior ecuatoriano en los últimos 5 años....	8
2.1.2.1 Evaluación de las Exportaciones en el Ecuador 2011-2015	9
2.1.2.2 Tasa de Crecimiento Exportaciones- Importaciones 2011-2015 ..	10
2.1.2.3 Evaluación de la Balanza Comercial Ecuador 2011-2015.....	11
2.1.3 Operadores económicos del comercio exterior.....	14
2.1.4 Agentes de Aduana	14
2.1.4.1 Requisitos para ser agente de aduana.....	16
2.1.5 Definiciones de términos aplicados en el Comercio Exterior.....	17
2.1.5.1 Importación para el consumo.....	17
2.1.5.2 Exportación definitiva.....	18
2.1.5.3 Tributos al Comercio Exterior	18
2.1.5.4 Aranceles.....	18
2.1.5.5 Sistema Armonizado	19
2.1.5.6 Medida Salvaguardia	19
2.2 MARCO REFERENCIAL	19
2.2.1 El Comité de Comercio Exterior.....	19
2.2.2 Servicio Nacional de Aduana del Ecuador	20
2.2.3 Servicio de Rentas Internas SRI	20
2.2.4 Instituciones que interactúan en el Comercio Exterior	20
2.2.5 La OMC (Organización Mundial de Comercio)	21
2.2.6 La Organización Mundial de Aduanas OMA	22
2.2.7 La Comunidad Andina	22
2.2.8 ALADI	23
2.2.9 Generalidades del sector empresarial PYME.....	23
2.3 MARCO LEGAL.....	25
2.3.1 Ley de Consultoría	25

2.3.1.1	De los consultores	25
2.3.1.2	Requisitos para ejercer la actividad de consultoría.....	25
2.3.2	El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.....	26
2.3.2.1	Análisis de uno de los Incentivos establecidos en este Código de Producción	28
2.3.3	Reglamento al Título de La Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de La Producción, Comercio e Inversiones	29
2.3.4	Ley de Régimen Tributario Interno (LORTI)	29
2.3.5	Código Tributario.....	30
2.3.6	Resoluciones del Comité Ejecutivo de Comercio Exterior COMEX	30
2.3.7	Resoluciones del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador	31
2.3.8	Ley de Fortalecimiento y Desarrollo del Transporte Acuático.....	31
2.3.9	Ley Orgánica de Educación Superior	32
2.3.10	Ley de Fomento Artesanal	32
2.3.11	Ley Orgánica de Incentivos para Asociaciones Público-Privadas y la Inversión Extranjera	32
2.3.12	Ley de Régimen del Sector Eléctrico.....	33
2.3.13	Leyes, Resoluciones y Decretos de Instituciones del Estado.....	33
2.4	FUNDAMENTOS TEÓRICOS	34
2.4.1	Teorías de Comercio Exterior	34
2.4.2	Teoría del Superávit Comercial	34
2.4.3	Teoría de la Ventaja Absoluta.....	35
2.4.4	Teoría de la Ventaja Comparativa	36
2.4.5	La planeación estratégica	37
2.4.6	La Ventaja Competitiva	39
2.4.7	Análisis Financiero	40
	CAPÍTULO III.....	42
	3 ANÁLISIS DE RESULTADOS	42
3.1	METODOLOGÍA APLICADA.....	42
3.2	HERRAMIENTAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	42
3.3	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA	45
3.4	CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA.....	55
3.5	CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS A PROFESIONALES Y ACADÉMICOS ..	56
3.5.1	Entrevista a funcionario aduanero y académico	56
3.5.2	Entrevista a Agente Afianzado de Aduana	57
3.6	ANÁLISIS INTEGRAL DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS EN EL ESTUDIO DE MERCADO.....	58
	CAPÍTULO IV.....	60
	4 PROPUESTA	60
4.1	GENERALIDADES DE LA PROPUESTA.....	60
4.2	ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA PROPUESTA	61
4.2.1	Análisis PEST	61
4.2.1.1	Factor Político	61
4.2.1.2	Factor Económico	62
4.2.1.3	Factor Social	64
4.2.1.4	Factor tecnológico.....	65
4.2.2	Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter	65

4.2.2.1	Rivalidad de los competidores	65
4.2.2.2	Amenaza de productos sustitutos	67
4.2.2.3	Amenaza de nuevos competidores	68
4.2.2.4	Poder de negociación de los proveedores	69
4.2.2.5	Poder de negociación de los clientes.....	69
4.2.3	Análisis FODA.....	70
4.3	ANÁLISIS ORGANIZACIONAL.....	72
4.3.1	Constitución de la compañía	72
4.3.2	Misión, visión y valores corporativos	73
4.3.3	Estructura organizacional.....	75
4.3.4	Descripción de cargos y funciones.....	75
4.4	PLAN DE MERCADEO	81
4.4.1	Objetivos	81
4.4.2	Descripción del servicio.....	81
4.4.2.1	Detalle de los honorarios de los servicios a ofrecer.....	83
4.4.3	Imagen corporativa	85
4.4.4	Estrategias	86
4.4.4.1	Producto	86
4.4.4.2	Plaza	87
4.4.4.3	Promoción	88
4.5	PLAN OPERATIVO.....	91
4.5.1	Micro localización del proyecto.....	91
4.5.1.1	Proceso para la entrega del servicio.....	92
4.6	PLAN FINANCIERO	93
4.6.1	Inversión inicial del proyecto.....	93
4.6.2	Financiamiento del proyecto.....	94
4.6.3	Presupuestos de operación	95
4.6.4	Proyección de Estado de Resultados.....	97
4.6.5	Proyección de Balance General inicial	98
4.6.6	Proyección de Flujo de Caja	99
4.6.7	Análisis de los estados financieros.....	100
4.6.8	Análisis de la rentabilidad del inversionista	101
4.6.9	Análisis de la rentabilidad del proyecto.....	102
	CONCLUSIONES.....	105
	RECOMENDACIONES.....	106
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	107
	APÉNDICES	111

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Evolución de las Exportaciones en el Ecuador 2011 - 2015 (Miles de USD)</i>	9
<i>Tabla 2. Tasa de Crecimiento Exportaciones-Importaciones 2011-2015</i>	11
<i>Tabla 3. Análisis de la Balanza Comercial Ecuador (2011 - 2015)</i>	12
<i>Tabla 4. Contratos de Inversión de las empresas con el MCPEC</i>	28
<i>Tabla 5. Personas a ser entrevistadas</i>	44
<i>Tabla 6. Acceso a información sobre políticas comerciales</i>	45
<i>Tabla 7. Conocimiento del personal sobre políticas y resoluciones de comercio exterior</i>	46
<i>Tabla 8. Conocimiento sobre beneficios</i>	47
<i>Tabla 9. Inconvenientes la realizar trámites de comercio exterior</i>	48
<i>Tabla 10. Problemas que se presentan en los trámites</i>	49
<i>Tabla 11. Disposición a contratar servicios de asesoría</i>	50
<i>Tabla 12. Factores que inciden en la contratación de consultoría</i>	51
<i>Tabla 13. Presupuesto mensual para servicios de consultoría</i>	52
<i>Tabla 14. Beneficios de servicio de consultoría</i>	53
<i>Tabla 15. Medios de difusión para servicio de asesoría</i>	54
<i>Tabla 16. Matriz Consolidada FODA</i>	71
<i>Tabla 17. Perfil y funciones del Gerente General</i>	76
<i>Tabla 18. Perfil y funciones del Consultor Aduanero</i>	76
<i>Tabla 19. Perfil y funciones del Abogado Aduanero - Tributario</i>	77
<i>Tabla 20. Perfil y funciones del Jefe Comercial – Técnico</i>	78
<i>Tabla 21. Perfil y funciones del Asesor Técnico de Comercio Exterior</i>	79
<i>Tabla 22. Perfil y funciones de la Asistente Administrativa</i>	80
<i>Tabla 23. Descripción del Servicio</i>	81
<i>Tabla 24. Tipos de servicios ofrecidos</i>	82
<i>Tabla 25. Honorarios estimados según los servicios ofrecidos</i>	83
<i>Tabla 26. Estrategia de Paquete de Servicios 1</i>	86
<i>Tabla 27. Estrategia de Paquete de Servicios 2</i>	87
<i>Tabla 28. Estrategia de Paquete de Servicios 3</i>	87
<i>Tabla 29. Localizaciones tentativas de la empresa</i>	91
<i>Tabla 30. Matriz para la selección de la localización final</i>	92
<i>Tabla 31. Inversión inicial del proyecto</i>	94
<i>Tabla 32. Condiciones de financiamiento</i>	94
<i>Tabla 33. Resumen de la tabla de amortización por años</i>	94
<i>Tabla 34. Presupuesto de ventas del proyecto</i>	95
<i>Tabla 35. Presupuesto de gastos de administración</i>	95
<i>Tabla 36. Presupuesto de gastos de ventas</i>	96
<i>Tabla 37. Flujos netos de Caja y Payback del inversionista</i>	101
<i>Tabla 38. Cálculo del Capital Asset Pricing Model</i>	102
<i>Tabla 39. Análisis de la TIR y VAN del inversionista</i>	102
<i>Tabla 40. Flujos operativos y Payback del proyecto</i>	103
<i>Tabla 41. Cálculo del Costo Capital Promedio Ponderado</i>	103
<i>Tabla 42. Análisis de la TIR y VAN del proyecto</i>	103

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Evolución de las Exportaciones en el Ecuador 2011 - 2015 (Miles de USD)</i>	10
<i>Figura 2. Tasa de Crecimiento Exportaciones-Importaciones 2011-2015</i>	11
<i>Figura 3. Exportaciones-Importaciones (miles de USD)2011-2015</i>	12
<i>Figura 4. Balanza Comercial del Ecuador (miles de USD)2011-2015</i>	13
<i>Figura 5. Contratos de Inversión de las empresas con el MCPEC</i>	29
<i>Figura 6. Esquematación del Plan Estratégico</i>	38
<i>Figura 7. Fórmula estadística para hallar la muestra</i>	43
<i>Figura 8. Cálculos realizados para hallar la muestra</i>	43
<i>Figura 9. Metodología aplicada</i>	44
<i>Figura 10. Acceso a información sobre políticas comerciales</i>	45
<i>Figura 11. Conocimiento del personal sobre políticas y resoluciones de comercio exterior</i>	46
<i>Figura 12. Conocimiento sobre beneficios</i>	47
<i>Figura 13. Inconvenientes la realizar trámites de comercio exterior</i>	48
<i>Figura 14. Problemas que se presentan en los trámites</i>	49
<i>Figura 15. Disposición a contratar servicios de asesoría</i>	50
<i>Figura 16. Factores que inciden en la contratación de consultoría</i>	51
<i>Figura 17. Presupuesto mensual para servicios de consultoría</i>	52
<i>Figura 18. Beneficios de servicio de consultoría</i>	53
<i>Figura 19. Medios de difusión para servicio de asesoría</i>	54
<i>Figura 20. Balanza Comercial del Ecuador enero – noviembre 2015</i>	64
<i>Figura 21. Agentes aduaneros destacados-Estadística de diciembre 2015</i>	67
<i>Figura 22. Organigrama de la empresa a constituirse</i>	75
<i>Figura 23. Logo propuesto</i>	85
<i>Figura 24. Distribución de los servicios</i>	87
<i>Figura 25. Hoja membretada reverso y anverso</i>	88
<i>Figura 26. Sobre institucional reverso y anverso</i>	89
<i>Figura 27. Tarjeta de presentación reverso y anverso</i>	89
<i>Figura 28. Folleto Informativo</i>	90
<i>Figura 29. Interfaz de página web</i>	90
<i>Figura 30. Micro localización de la empresa</i>	92
<i>Figura 31. Flujograma de servicios</i>	93

RESUMEN

Ecuador está pasando por un proceso de cambio sobre la base de su modelo económico, y a la búsqueda del cambio de la matriz productiva, por lo que muchas empresas empezaron a expandir sus horizontes, e incluso ha permitido el surgimiento de las pequeñas y medianas industrias creando nuevos productos con valor agregado y sustituyendo importaciones, apoyadas por los programas que el gobierno ha diseñado para incrementar su participación dentro de la economía del país.

Mediante una investigación de campo realizada en las PYMES de la ciudad de Guayaquil, señalamos que, aunque las empresas siempre han contado con el apoyo logístico de los agentes de aduanas, su papel como intermediario no abastece al gran desconocimiento que existe sobre el asesoramiento integral que se debe tener en las transacciones comerciales internacionales, los exportadores no conocen a fondo los procedimientos e incentivos a los que pueden acceder, y en el sector de las importaciones, debido a los cambios en la política comercial se han producido incrementos en la tasas arancelarias, restricciones y salvaguardias, generando incrementos en los costos de importación, decrecimiento de las ventas, pérdidas de negocios, y por consiguiente obligando a un grupo de este sector el cierre de sus operaciones.

Es por esto que, se propone la constitución de una empresa consultora en servicio de comercio exterior, a fin de contribuir al aumento de las exportaciones y la mejora de los procesos de importación de las PYMES de la ciudad de Guayaquil logrando obtener mayores beneficios a los empresarios.

Palabras claves:

Consultoría, importación, exportación, arancel, aduana, ley.

ABSTRACT

Ecuador is going through a process of change on the basis of its economic model, and the pursuit of change in the production model, so many companies began to expand their horizons, and has even led to the emergence of small and medium industries creating new products with added value and substituting imports, supported by government programs designed to increase their participation in the economy.

Through a field research on PYMES in the city of Guayaquil, we note that while companies have always had the logistical support of customs agents, its role as an intermediary does not provide the great ignorance about the comprehensive advice should be in international trade transactions, exporters do not know in depth the procedures and incentives that can be accessed, and in the sector of imports, due to changes in trade policy there have been increases in tariff rates, restrictions and safeguards, generating increases in import costs, decreased sales, business losses, and consequently forcing a group of the sector to close their operations.

That is why the establishment of an international trading consulting company intends to trade, in order to contribute to increasing exports and improving import processes of PYMES in the city of Guayaquil achieving higher profits to entrepreneurs.

Keywords:

Consulting, import, export, tariff, customs, law.

INTRODUCCION

El presente trabajo de titulación fue diseñado con el propósito de servir como un soporte para aquellas personas que deseen realizar transacciones de comercio exterior, pero que por desconocimiento de los cambios que se presentan en las leyes, normativas y resoluciones en este campo, no han previsto el contar y cumplir con la tramitación previa – aduana, y suelen desaprovechar algunos beneficios que el gobierno ha desarrollado como incentivos tributarios y arancelarios, que les ayude a optimizar los costos logísticos. Para este efecto, este trabajo se dividió en cuatro capítulos, los cuales se describen brevemente:

En el Capítulo 1, se explica los antecedentes del problema de investigación que motivaron a la realización de esta propuesta, consideran que una de las principales falencias que tienen las empresas es el desconocimiento de temas de comercio exterior, especialmente en análisis merciológico, valoración aduanera, exenciones tributarias y demás temas relacionados.

En el Capítulo 2, se ha hecho un análisis de las principales teorías, definiciones, instituciones y legislaciones que están relacionadas con la propuesta. En esta sección se señalará la intervención de cada uno de estos entes, las legislaciones por las que están regulados y como intervienen en los procesos y actividades relativos al comercio internacional.

En el Capítulo 3, corresponde a la presentación de los resultados de la investigación realizada. En este caso se realizó una encuesta a 136 empresas para establecer el grado de aceptación de una empresa que brinde servicios de asesoría en comercio exterior, y se aplicó una entrevista a un experto en temas aduaneros para respaldar los servicios ofrecidos.

Finalmente, en el Capítulo 4 se desarrolla la propuesta de negocio, definiendo las bases estratégicas del proyecto en el análisis PEST, Porter y FODA. Se hizo un estudio organizacional del proyecto, el plan de mercado, se determinó la localización adecuada para desarrollar esta actividad y un plan financiero que evalúe la rentabilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

Actualmente, el Ecuador está viviendo un proceso de cambio en relación a su modelo económico, el cual se caracterizaba por ser extractivista, es decir, se basaba en la producción y exportación de materia prima hacia mercados internacionales. Sin embargo, hace algunos años, mediante varias medidas tomadas por el actual Gobierno Nacional se ha buscado el cambio de la matriz productiva, fomentando el desarrollo de productos con valor agregado para sustituir importaciones y para diversificar la oferta exportable del país (Secretaría Nacional de Desarrollo y Planificación, 2012).

Dentro de la oferta del mercado en lo relativo a emprendimiento de negocios, estos tienen limitado conocimiento para poder utilizar los diferentes instrumentos que el Estado ha puesto en vigencia y así aprovechar las ventajas que ofrece la Política Comercial del Ecuador, mismos que se vuelven derechos que se dan a todos los ciudadanos tanto personas naturales como jurídicas (Ordoñez, 2012).

Para el Ecuador, las exportaciones e importaciones son vitales, no solo por su pequeño mercado interno y su bajo nivel de desarrollo económico relativo, sino porque ellas contribuyen al desarrollo tecnológico debido al intercambio de productos y servicios entre el país y sus proveedores; además de agrandar el Producto Interno Bruto. Por tanto, es imperativo conocer todos los aspectos referentes a las importaciones y exportaciones del país que se inicie con la creación de un clima adecuado para realizar estas transacciones (Tomalá, 2013).

Por otro lado, se cuenta con la Carta Magna del 2008, dentro de su Capítulo Cuarto que refiere a la Soberanía Económica el artículo 304 en cual define los objetivos de la Política Comercial, en particular, desarrollar, fomentar y dinamizar los mercados internos y externos, y fortalecer el aparato productivo y producción nacionales (numerales 1 y 3).

Asimismo, en el artículo 306 de la, dentro de su inciso segundo define que es el Estado el que propiciará las importaciones necesarias para los objetivos de desarrollo y desincentivará aquellas que afecten la producción Nacional (Asamblea Nacional, 2008).

También dentro del Marco legal vigente, se puede citar al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones en su articulado 72, literal c le da la Facultad a un organismo del Estado (Comité de Comercio Exterior) para crear, modificar o suprimir tarifas arancelarias y así disponer los respectivos beneficios o la aplicación de una Política que proteja a la industria local mediante el establecimiento de mayores aranceles (Asamblea Nacional, 2010).

Por otra parte, de conformidad con los objetivos número diez y once del Plan Nacional del Buen Vivir que son “Impulsar la transformación de la matriz productiva” y “Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica” Suplemento del Registro Oficial No. 144 del 5 de marzo del 2010, p.155, se considera que los nueve grandes objetivos nacionales de desarrollo del comercio exterior deben ser:

- Mejorar sustancialmente la infraestructura y los servicios de apoyo a las exportaciones;
- Diversificar las exportaciones y elevar sustancialmente su valor agregado
- Atender mejor los mercados tradicionales y encontrar otros significativos;
- Desconcentrar los destinos de las exportaciones
- Lograr que en la exportación nacional tengan mayor participación relativa y absoluta las MIPYMES;
- Importar cada año un valor relativo menor, sobre todo de productos de consumo y combustibles;
- Agilizar el comercio exterior en su conjunto; y,
- Reducir hasta eliminar todas las prácticas ilegales de comercio exterior (Plan Nacional del Buen Vivir, 2010).

Bajo este contexto, resulta importante diseñar nuevos mecanismos que ayuden a los productores, importadores y exportadores a ser más competitivos, mediante asesoría y capacitación técnica en temas de comercio exterior, que le permitan estar actualizados en las resoluciones de comercio exterior que el gobierno establece periódicamente.

1.2 Situación problemática

El problema de investigación se manifiesta en el desconocimiento de muchos agentes del comercio exterior, sean importadores o exportadores en aspectos técnicos que les ayuden a manejar de forma más eficiente sus procesos logísticos. Uno de los temas más importantes que se ha podido identificar es suplir la necesidad de los problemas que se generan por la falta de conocimiento sobre el análisis merciológico y técnico para la ubicación de un producto en la subpartida arancelaria correcta dentro de nuestro Arancel de Aduanas, con el fin de evitar demoras por observaciones y cambios de subpartidas por parte de Aduana, y en el caso que aun así lo hubiera tener las bases y fundamentos necesarios para poder defender la posición arancelaria dada, evitando que estas diferencias de porcentaje en el arancel, nos ponga en una situación de fuera de presupuesto y costeo de importación. Cabe indicar que el cambio de subpartidas arancelarias también hace que se vea afectada el cumplimiento de los requisitos de documentación previa necesaria para embarcar y desaduanizar mercadería por lo que se generan retrasos en los envíos y en la recepción de la mercadería.

De igual forma los constantes cambios emitidos por el gobierno mediante decretos o promulgación de leyes; Ministerio de Comercio Exterior y por El Comité de Comercio Exterior (COMEX) mediante resoluciones; así como los que son emitidos por la Aduana mediante resoluciones, boletines, instructivos; disponiendo nuevos requisitos, procesos y aranceles que aunque son comunicados de manera oficial, no son difundidos de manera masiva para que todos los importadores y exportadores la conozcan y puedan acogerse en beneficio o perjuicio. Esto repercute de gran manera a los importadores, exportadores existentes, así como las nuevas empresas que desean incurrir en este mercado, especialmente en el caso de las PYMES, que no conocen ni los incentivos ni los

beneficios que el Gobierno proporciona a aquellas que quieran ampliar la gama de productos con valor agregado nacionales (Diario El Comercio, 2015). Bajo este contexto, la formulación del problema es la siguiente: ¿De qué manera el desconocimiento de los agentes de comercio exterior incide en el manejo de los procesos logísticos del país?

Se ha identificado las siguientes variables:

Variable dependiente: Manejo eficiente de los procesos logísticos

Variable independiente: Desconocimiento de los agentes del comercio exterior.

1.3 Justificación

La experiencia adquirida durante varios años de ejercicio profesional en el campo del comercio exterior, ha permitido constatar que el grado de conocimiento en materia de comercio internacional es empírico y en la mayoría de los casos nulo. Entonces surge ahí la idea de conformar una propuesta que permita conformar un equipo de trabajo multidisciplinario que oriente y ayude a todas las personas que buscan estar conectados mercantilmente con el resto del mundo mediante operaciones de comercio exterior. Es necesario recalcar la falta de conocimiento y orientación confiable por parte de las personas que desean realizar contactos y relaciones comerciales fuera de la frontera, de tal forma que permitan asegurar negociaciones exitosas sin dejar de cumplir con las formalidades que mantienen o van a realizar con agentes económicos del exterior, para así puedan acogerse a todos los beneficios que las leyes le permiten y a las que tienen derecho y puedan acceder con el correcto conocimiento de las normas nacionales y supranacionales existentes generales y especiales en cuanto a incentivos y liberaciones al comercio exterior, a manejo de observaciones, para evitar de esa forma se generen controversias administrativas o sumarias, además de usar estrategias y realizar una adecuada planificación para operativamente optimizar la logística que se da en este tipo de procesos que involucran una cadena integral de métodos y técnicas apropiadas y así aprovechar y decidir por la manera más adecuada de organizar sus importaciones y exportaciones.

Con la integración en el servicio de asesoría de comercio exterior, la asesoría legal y tributario relacionada a este campo, se suplen todos los aspectos y situaciones que forman parte del proceso en el comercio internacional considerando que, por experiencia, es poca la oferta de abogados que ofrezcan asesoría legal con la complementación del conocimiento en análisis arancelario, duda razonable de valor, convenios internacionales y técnico para poder soportarlo. Adicional a los servicios de asesoría en comercio exterior a los grandes, medianos y pequeños empresarios, como parte del plan social a la ciudadanía se plantea programas de difusión y capacitación en temas coyunturales al público de manera periódica gratuita para que pueda conocer el marco normativo vigente de la materia que involucra a comercio exterior, debido a que la escasa difusión a temas de actualidad muchas veces deja de utilizarse o deje de emprender negocios de exportación que tanto bien le hace a la economía de nuestro país. Es por esto y de igual forma aportando al objetivo número diez y once del Plan Nacional del Buen Vivir, se convierte en indispensable la creación de una empresa que brinde asesoramiento integral sobre todos los aspectos relacionados a las importaciones y exportaciones como: comercio exterior, aduana, legal, tributario; a fin de orientar y proporcionar información relevante a los empresarios con el fin de que sea de utilidad en reducción de costos, planificación de importaciones, formar parte del mercado internacional con productos que cumplan con normas de calidad internacional actualmente más exigidas y reguladas en nuestro país, acogimiento a los beneficios arancelarios que ha creado el Gobierno, manejo legal ante reclamos o demandas que se puedan presentar en Aduana.

1.4 Objetivo General

Identificar el grado de conocimiento de los agentes del comercio exterior para el diseño de una propuesta de implementación de una empresa de consultoría de comercio exterior en la ciudad de Guayaquil, que contribuya al manejo eficiente de los procesos logísticos.

1.5 Objetivos Específicos

1. Diagnosticar la situación del comercio exterior ecuatoriano de los últimos 5 años.
2. Realizar el estudio de mercado objetivo hacia el cual estará dirigido el servicio de consultoría de comercio exterior.
3. Diseñar los componentes claves y estructurales para el ofrecimiento de los servicios de asesoría en las áreas de comercio exterior, aduana, y legal.
4. Evaluar los costos de inversión y rentabilidad del proyecto a través de un análisis financiero.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Conceptual

2.1.1 Generalidades de las negociaciones en comercio exterior

Actualmente el comercio exterior es muy dinámico debido a la globalización que ha producido una apertura y una dinamización en el mercado internacional, en el que existe mayor tendencia a los convenios y acuerdos internacionales entre los diferentes países con el fin de lograr mayor intercambio comercial y mutuos beneficios económicos tanto en importaciones como exportaciones, lo cual está generando crecimiento en el mercado ecuatoriano.

Para tal efecto, debe existir una correcta negociación o contrato escrito o verbal entre las partes involucradas en el comercio internacional como son el importador y el exportador, con la finalidad de establecer acuerdos en cuanto a embarque, términos de compra o venta; responsabilidades en puntos de entrega de la carga, gastos de flete, gastos de seguro, plazos de entrega, y medios de tránsito. Por tal motivo, las empresas contratan y dejan todos estos servicios en empresas especializadas en estos servicios que den soporte en el proceso previo a una importación o exportación de mercancías, con el objetivo de optimizar el costo logístico a través de la aplicación de beneficios como la liberación de aranceles, exenciones tributarias, valoración aduanera, reglamentación INEN y demás aspectos que involucre que el trámite de documentación previa – aduana.

2.1.2 Situación del comercio exterior ecuatoriano en los últimos 5 años

En el presente apartado se hará un breve análisis de la situación del comercio exterior en los últimos 5 años, considerando aspectos como: evolución de las exportaciones, tasas de crecimiento entre importaciones y exportaciones: y la tendencia de la balanza comercial, según datos expuestos por el Banco Central del Ecuador y economistas de prestigio como Walter Spurrier.

2.1.2.1 Evaluación de las Exportaciones en el Ecuador 2011-2015

La situación del comercio exterior en el Ecuador en los últimos 5 años se analizará evaluando la balanza comercial en estos años, e identificando en las exportaciones cuales divisas son originarias de las exportaciones del petróleo y cuáles del resto de productos de exportación entre los tradicionales y no tradicionales. En la tabla 1 adjunta se observa que han existido variaciones, desde el 2011 ha habido un repunte en las exportaciones que se ha mantenido un incremento constante hasta el 2014, influenciado a su vez por el precio del barril de petróleo que alcanzaba valores sobre los USD95 por barril, ya desde el año 2013 el precio del barril de petróleo comenzó a decrecer, pero esto no causó un efecto negativo en las exportaciones, puesto que las exportaciones no petroleras han tenido una expansión en la economía ecuatoriana y en el año 2012 y 2014 han sido los que mayor variación han presentado, esto también como consecuencia del impulso del gobierno al sector para mejorar la calidad de sus productos e incluso no solo ser un país exportador de materia prima, sino el fomento al desarrollo de que se exporten productos terminados con valor agregado (Banco Central del Ecuador, 2016).

Tabla 1. Evolución de las Exportaciones en el Ecuador 2011 - 2015 (Miles de USD)

AÑO	TOTAL EXPORT.	PETROLERAS	NO PETROLERAS	Precio Petróleo
2011	\$22,322.35	\$12,944.87	\$4,528.93	\$96.93
2012	\$23,764.76	\$13,791.96	\$9,972.81	\$98.14
2013	\$24,847.85	\$14,107.73	\$10,740.12	\$95.63
2014	\$25,732.27	\$13,302.48	\$12,429.79	\$84.16
2015	\$18,365.89	\$6,697.53	\$11,668.35	\$41.88

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

Expertos económicos como Walter Spurrier, manifiestan que si se mide lo que el país deja de percibir por la venta de petróleo el déficit de la balanza comercial será muy alto, y por ende hay que buscar mecanismos que compensen esta situación, para que la dependencia del petróleo en el Presupuesto del Estado, no genere un desfase importante, puesto que hay exportaciones netas de petróleo a un precio muy alto (Spurrier, Walter, 2015).



Figura 1. Evolución de las Exportaciones en el Ecuador 2011 - 2015 (Miles de USD)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

Desde el año 2010 y hasta el 2013 comenzó a incrementarse como se muestra en la tabla el precio del petróleo, acompañado también del aumento de la producción, dado que el estado impulso proyectos de inversión para incrementar la matriz productiva tanto el área del petróleo como las áreas no petroleras, mediante la firma de contratos de inversión y otorgamiento de incentivos tributarios para la importación de plantas, infraestructuras, inversión extranjera, lo que tuvo su impacto positivo en la balanza comercial, pero a partir del año 2014 y 2015, después del crecimiento obtenido, el país afronta la caída del precio del petróleo, siendo más notable en el 2015 donde los ingresos por exportaciones petroleras cayeron a la mitad de los años previos, generando este desajuste una serie de medidas económicas tomadas para salvaguardar el decrecimiento de la balanza comercial, y compensar los ingresos del Estado (Banco Central del Ecuador, 2016).

2.1.2.2 Tasa de Crecimiento Exportaciones- Importaciones 2011-2015

La tasa de crecimiento de las exportaciones del Ecuador ha venido disminuyendo desde el año 2011, y mostrándose en negativo en el año 2015, esto ocasionado específicamente por la caída del precio del barril de petróleo. En el caso de las importaciones en la tabla 2 se visualiza una tendencia similar a la baja

lo cual ha sido generado por las políticas que el gobierno ha aplicado con el fin de estabilizar los saldos de la balanza comercial (Banco Central del Ecuador, 2016).

Tabla 2. Tasa de Crecimiento Exportaciones-Importaciones 2011-2015

TASAS DE CRECIMIENTO (n/n-1)		
Años	Exportaciones	Importaciones
2011	27.63	18.92
2012	6.46	4.55
2013	4.56	6.95
2014	3.56	2.15
2015	-28.63	-22.64

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

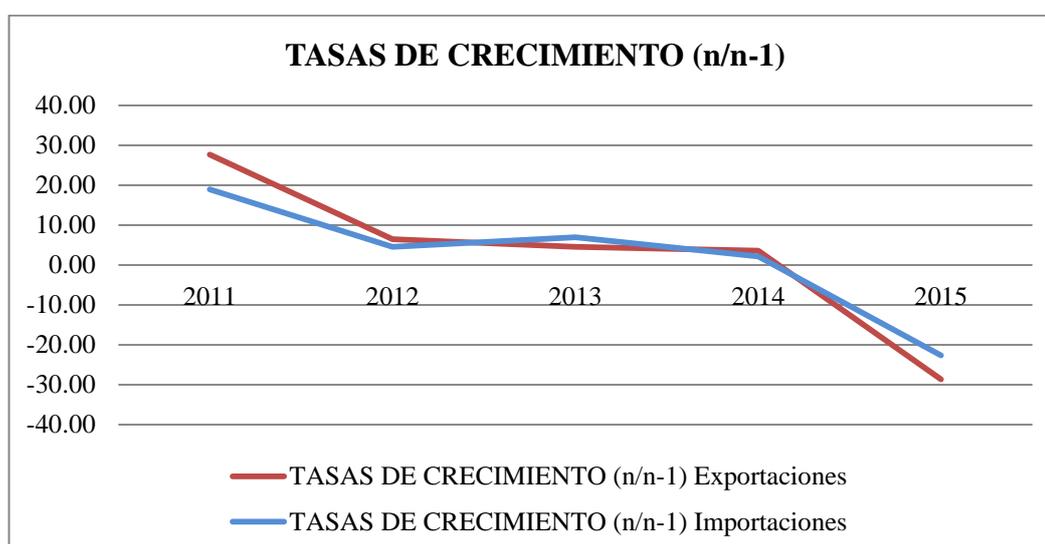


Figura 2. Tasa de Crecimiento Exportaciones-Importaciones 2011-2015

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

2.1.2.3 Evaluación de la Balanza Comercial Ecuador 2011-2015

Como se puede observar en la Tabla 3 desde el año 2011 la balanza comercial en el Ecuador es negativa, y esta ha venido incrementándose gradualmente, por lo que es necesario que el gobierno haya aplicado políticas con el fin de estabilizar la economía del país. Esto se ha originado porque en todos estos años el país ha realizado más importaciones que exportaciones, originando desfases económicos, a pesar de que hasta el 2013 y mediados del año 2014 el precio de petróleo, así como la producción de barriles tuvo un fuerte incremento,

lo que generó ingreso de divisas para el país, pero aun así, las importaciones seguían creciendo a un ritmo más acelerado, lo que mantenía nuestra balanza comercial con valores negativos (Banco Central del Ecuador, 2016).

En la tabla 3 se visualiza que en el año 2012 hubo una ligera mejora en los saldos de nuestra balanza comercial, pero en el año 2013 tuvo una gran recaída generando un valor negativo considerable, desde ese año se comenzaron a implementar políticas comerciales estrictas y de gran impacto lo que ocasionó que exista una ligera recuperación para el año 2014, en el 2015 la balanza comercial ha caído con los valores negativos más altos incluso dentro de los últimos diez años de economía del país, por lo que se nota que a pesar de los esfuerzos realizados por el gobierno para fomentar el sector de las exportaciones tanto petroleras y no petroleras, la baja del precio del barril de petróleo a niveles de USD41,88 tomando el precio promedio en el periodo 2015, aunque las exportaciones no petroleras no han sufrido un decrecimiento significativo, el precio del petróleo es el que ha influido en su totalidad para llegar a estos valores negativos elevados que perjudican notablemente la economía de todo el país (Banco Central del Ecuador, 2016).

Tabla 3. Análisis de la Balanza Comercial Ecuador (2011 - 2015)

Años	Exportaciones	Importaciones	BC (miles de USD)
2011	\$22,322.35	\$23,151.86	-829.50
2012	\$23,764.76	\$24,205.37	-440.61
2013	\$24,847.85	\$25,888.84	-1,040.99
2014	\$25,732.27	\$26,444.76	-712.49
2015	\$18,365.89	\$20,458.27	-2,092.38

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

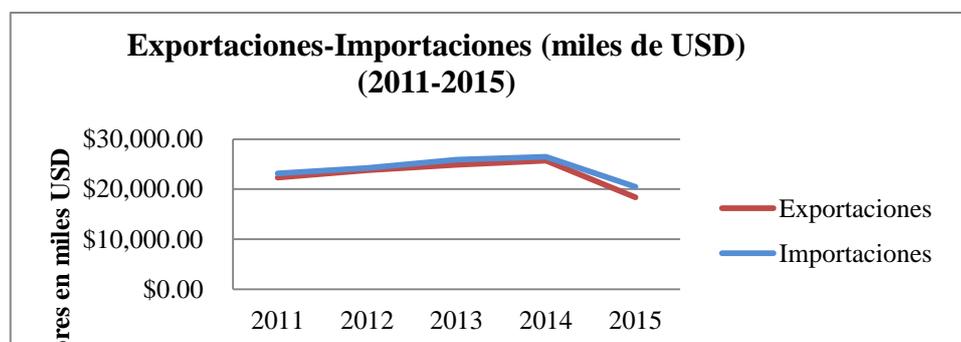


Figura 3. Exportaciones-Importaciones (miles de USD)2011-2015

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

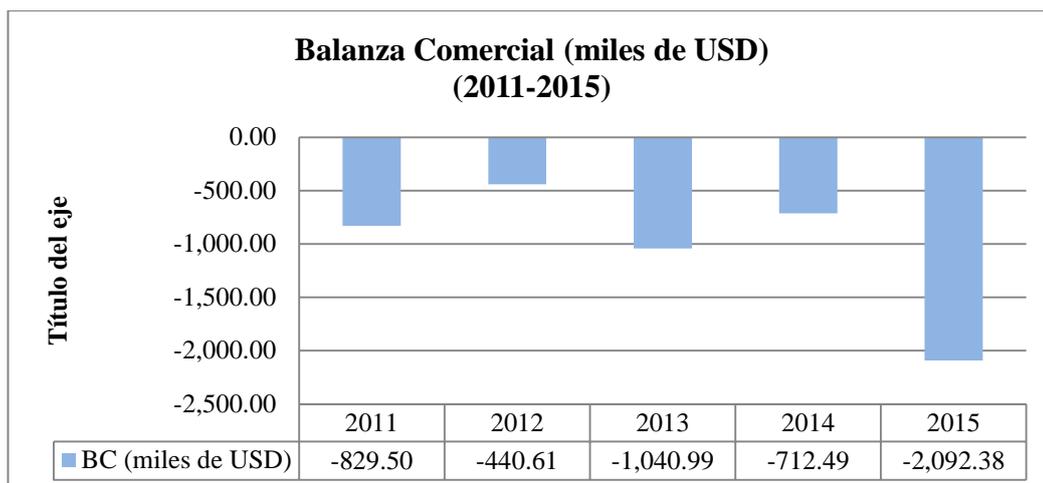


Figura 4. Balanza Comercial del Ecuador (miles de USD)2011-2015

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

El Estado ecuatoriano desde el 2011 e incluso desde dos años atrás, comenzó a desarrollar programas mediante la sustitución de importaciones con el fin de reducir este desajuste negativo de la balanza comercial, es así que al revisar el mayor saldo negativo generado hasta el año 2013, ese mismo año, en el mes de diciembre y con el fin de reducir las importaciones, se implementó una medida para que una extensa lista de productos importados cumplan con normas de calidad, lo cual generó que en el país se produzca incertidumbre por la imposibilidad de que los importadores puedan cumplir con los documentos que exigía el Instituto de Normalización Ecuatoriano (INEN) con el fin de poder concederles la licencia que les permitía importar (Banco Central del Ecuador, 2016).

Esta medida siguió incrementándose a otra gama de productos a lo largo del año 2014, posteriormente en el 2014 comienza a bajar el precio del petróleo lo que genera una disminución de los ingresos petroleros al estado, y saldos negativos en la balanza comercial por lo que el gobierno comienza a analizar la aplicación de medidas de salvaguardia, inicialmente fueron aplicadas como salvaguardia cambiaria a los países de Colombia y Perú, lo cual estaba afectando a nuestra economía por la devaluación que habían sufrido las monedas de los países citados, y con el fin de estabilizar e igualar nuestros niveles devaluatorios, dado que nuestra moneda por ser el dólar, no podíamos devaluarla (Banco Central del Ecuador, 2016).

En el año 2015 con la caída brusca del precio de petróleo el gobierno se vio en la necesidad de ajustar aún más la política comercial del estado para lo cual estableció a inicios del 2015 el incremento porcentual arancelario a un alto grupo de productos importados, lo cual afectó de gran manera las importaciones, ya que estos incrementos incluso fueron establecidos a maquinarias, bienes de capital, material prima, necesarios para la producción nacional, afectando de alguna manera también a los costos de producción nacional y exportaciones, en el mismo año 2015 también se aplicó otra medida que tuvo mayor impacto en los importadores, exportadores, y la población en general, en el mes de marzo con las salvaguardias en niveles desde el 5 hasta el 45% incluso, lo cual no ha podido hasta el momento estabilizar la balanza de pagos dado por la continua baja del precio del petróleo a valores por la mitad de lo que se cerró en el año 2015 (Banco Central del Ecuador, 2016).

2.1.3 Operadores económicos del comercio exterior

Según el artículo 231 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) se conoce como operador económico a toda persona natural o jurídica que esté relacionada con el manejo internacional de mercancías en las diferentes etapas que asuma durante la cadena logística definidas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) con el propósito de facilitar los trámites aduaneros. Para calificar como operador es necesario que cumpla con los requisitos previstos en el reglamento del COPCI. Entre los Operadores Económicos Autorizados (OEA) se incluyen: a fabricantes, importadores, exportadores, transportistas, consolidadoras o agentes de carga internacional, puertos, aeropuertos, bodegas aduaneras, depósitos públicos e industriales, empresas de mensajería, operadores portuarios, los cuales serán regulados de acuerdo a las disposiciones emitidas en el Código Orgánico de la Producción y sus respectivo reglamento y procedimientos. (Asamblea Nacional, 2010).

2.1.4 Agentes de Aduana

El artículo 227 del COPCI señala

El país faculta a los agentes de aduana como el asesor de comercio exterior, fedatario de la documentación que recibe y custodia, o auxiliar de la función pública; facilitador y gestor ante el sector público y privado, cuyas

funciones son múltiples desde la constante capacitación de la norma ecuatoriana y Supra. Este agente debe poseer amplio conocimiento de leyes y regulaciones, comprensión y dominio de la técnica y nomenclatura, puesto que es el representante de los importadores y exportadores del país. Entre sus principales funciones se puede mencionar:

1. Dar fe de los documentos recibidos, revisión, comprobación y determinación para una correcta liquidación de Tributos al Comercio Exterior.
2. Estar presente en todos los actos y custodiar conforme la Ley Aduanera la documentación como Fedatario.
3. Brindar asesoría legal aduanera, Incoterms, facilidades logísticas y de manera general cumple con los requerimientos de cada cliente.
4. Firmar la declaración aduanera en los casos que establezca el reglamento, estando obligado a facturar por sus servicios de acuerdo a la tabla de honorarios mínimos que serán fijados por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Dicha licencia tendrá un plazo de duración de 5 años, la cual puede ser renovada por el mismo plazo.

De igual forma, el agente de aduana puede contratar a cualquier operador logístico, siendo el encargado de responder ante el SENAE, en toda actividad que hubiere participado como autor, cómplice o encubridor, estarán sometidos a las responsabilidades penales establecidas para los delitos contra la fe pública respecto de los delitos de la falsificación de documentos en general, en cuyo caso no requerirá declaratoria judicial previa en materia civil para el ejercicio de la acción penal, prevista en el artículo 180 del Código de Procedimiento Civil. En todo caso, para efectos de responsabilidad los agentes de aduana serán considerados como notarios públicos (Asamblea Nacional, 2010).

Según el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador a enero del 2016 existen registrados un total de 287 Agentes Afianzados de Aduana a nivel país (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2015).

2.1.4.1 Requisitos para ser agente de aduana

Para ser un agente de aduana autorizado por la SENA E se deben cumplir los siguientes requisitos:

1. Persona Natural: Ser ecuatoriano o extranjero residente.
2. Cédula de ciudadanía y certificado de votación, según corresponda.
3. Título Profesional Universitario o de nivel tecnológico conferido por una universidad o escuela superior politécnica u otras instituciones reconocidas legalmente, refrendado por el SENESCYT.
4. Acreditar como mínimo cinco años de experiencia en actividades de comercio exterior y operaciones aduaneras en el sector público o privado, mediante hoja de vida con respaldo documentario y certificados originales extendidos por la respectiva entidad.
5. Declaración Juramentada que certifique:
 - a) Estar en plena capacidad de contratar
 - b) No haber sido destituido de la función pública; y
 - c) No encontrarse incurso en ninguna de las causales de impedimento contempladas en el Reglamento General o la Ley Orgánica de Aduanas y su reglamento, así como el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y su reglamento.
6. Certificación de antecedentes penales expedida por autoridad competente de la Policía Nacional en original.
7. Declaración juramentada otorgada ante notario público por la que se deje constancia de no haber sido sentenciado en materia penal aduanera. Esta declaración deberá actualizarse anualmente y será presentada al momento de la renovación de la garantía que afianza las actividades del agente de aduana, caso contrario la garantía no será aceptada por la administración aduanera.
8. Certificación o reporte original emitido por un buró de crédito autorizado por la Superintendencia de Bancos y Seguros, en el que conste que el solicitante no es deudor en mora de entidades u organismos del sistema financiero público y, declaración juramentada elevada a escritura pública en la que declare no ser deudor en mora de ninguna institución financiera

pública y de haber cumplido con todas sus obligaciones tributarias a la fecha de otorgamiento de la misma.

9. Declaraciones de impuesto a la renta de los dos últimos ejercicios económico, de haber tenido actividad económica en el país; o en su caso, declaración juramentada acerca de que no se ejerció actividad económica en ese periodo.
10. Señalar domicilio tributario, teléfono-fax de la oficina matriz.
11. Cuenta de correo electrónico
12. Registro Único de Contribuyentes RUC actualizado
13. Todos los demás requisitos que estén contemplados en la Ley Orgánica de Aduanas, su Reglamento general, y el presente Reglamento. (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2010).

2.1.5 Definiciones de términos aplicados en el Comercio Exterior

Se ha tomado de base los principales conceptos de términos aplicados en el Comercio Exterior, como siguen:

2.1.5.1 Importación para el consumo

Para definir este tipo de régimen debemos mencionar lo que señala el Art. 147 del COPCI, mismo que lo define como el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva. Esto quiere decir que existe una norma que regula el ingreso de mercancías a un territorio siempre que este se vaya a quedar definitivamente en el país. Dentro del mismo articulado menciona que para permitir el ingreso de mercancías estas van a formalizar su ingreso luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras (Asamblea Nacional, 2010).

2.1.5.2 Exportación definitiva

Dentro de la legislación nacional tenemos que de las opciones que se tiene para vender los productos fuera de la frontera a la exportación definitiva, que según lo definido en el art. 154 del COPCI, es el mecanismo que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano. Es decir la norma que permite establecer las reglas para enviar sus bienes al exterior, adicional el mencionado articulado lo condiciona a que cumpla con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables (Asamblea Nacional, 2010).

2.1.5.3 Tributos al Comercio Exterior

De igual forma como señala el Art. 108 del COPCI lo define que los tributos al comercio exterior son:

- a. Los derechos arancelarios;
- b. Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías; y,
- c. Las tasas por servicios aduaneros (Asamblea Nacional, 2010).

2.1.5.4 Aranceles

También se lo llama derecho de aduana, es un mecanismo de control comercial e impuesto con el que el estado grava las mercancías que se comercializan a nivel internacional con fines de protección o para generar ingresos al país. Toda mercancía que cruza la frontera debe pagar arancel, el arancel puede aplicarse en el caso de importación, exportación o mercancía en tránsito. El arancel puede ser porcentual al valor de la mercancía, puede ser un valor fijo por unidad de medida, o puede ser mixto, una combinación de los dos (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2010).

2.1.5.5 Sistema Armonizado

Así mismo en la Organización Mundial de Comercio (OMC) se define los siguientes términos Sistema **Armonizado** que corresponde a la nomenclatura arancelaria, la cual es establecida por la Organización Mundial de Aduanas, y conforma un sistema de códigos de 6 dígitos estandarizado para todos los países miembros con su correspondiente descripción del producto. Cada país puede realizar aperturas o sus clasificaciones de más de 6 dígitos con diferentes fines como pueden ser, realizar un mayor control del tipo de productos que se importan o exportan, aplicar alguna medida arancelaria o restrictiva a un tipo de producto específico dentro de una categoría, entre otros (Organización Mundial del Comercio, 2016).

2.1.5.6 Medida Salvaguardia

Dentro de la OMA también define el concepto de Medidas de Salvaguardia, las cuales están destinadas a proteger a un determinado sector de la producción ante un inadvertido aumento de las importaciones, las cuales están regidas bajo las Normas del General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) (Organización Mundial del Comercio, 2016).

2.2 Marco Referencial

2.2.1 El Comité de Comercio Exterior

Es un cuerpo colegiado que se encarga de coordinar las diferentes necesidades de sus ciudadanos y del propio estado en lo que refiere a disposiciones reguladoras y controladoras, atribución que tienen en base al Código de la Producción, Comercio e Inversiones.

Que de acuerdo al COPCI en el Art. 72.- señala:

Competencias. - Son deberes y atribuciones del organismo rector en materia de política comercial, las siguientes:

- a. Formular y aprobar las políticas y estrategias, generales y sectoriales, en materia de comercio exterior, fomento y promoción de las exportaciones,

así como designar a los organismos ejecutores; (Asamblea Nacional, 2010).

Sus miembros son las siguientes instituciones del estado:

- Ministerio de Comercio Exterior,
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca;
- Ministerio de Industrias y Productividad;
- Ministerio de Economía y Finanzas;
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo

2.2.2 Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

Es una institución del Estado autónoma que se encarga de ejecutar las diferentes disposiciones que las dispone el Ejecutivo, así como el órgano rector del comercio exterior mediante la emisión de Acuerdos, Resoluciones o disposiciones administrativas dentro de un marco de control de bienes tangibles que ingresan a territorio nacional (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2016).

2.2.3 Servicio de Rentas Internas SRI

El Servicio de Rentas Internas fue creado en 1997 tomando los preceptos señalados en la Constitución del Ecuador donde señala como principios la justicia y equidad, con el fin de implementar una nueva cultura tributaria para contrarrestar la evasión tributaria. La cual se ha instituido para definir política y estrategias de gestión en la legislación tributaria, mejoras en sistemas tecnológicos, e innovaciones en productos como son la Facturación Electrónica, SRI móvil, estrategias de sorteos para elevar la facturación en el comercio informal, servicios en línea, incentivos tributarios, entre otros (Servicio de Rentas Internas, 2016).

2.2.4 Instituciones que interactúan en el Comercio Exterior

En el ámbito del comercio exterior existen una serie de instituciones gubernamentales que mantienen el control de los productos propios de su

competencia con el fin de prevenir riesgos para la salud, la vida, así como el medio ambiente. Para llevar a cabo este control se sirven del Servicio Nacional de Aduana para que al momento de la presentación de sus Declaraciones de Importación y Exportación soliciten la presentación de documento, permisos y licencias que comprueben el cumplimiento de los procesos y requisitos exigidos a cada tipo de producto. Entre estas instituciones se mencionan las siguientes:

- MSP Ministerio de Salud Pública
- MAGAP Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca
- INEN /SEN Instituto Ecuatoriano de Normalización/Servicio Ecuatoriano de Normalización
- ARCOTEL Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones
- MTOP Ministerio de Transporte y Obras Públicas
- MIPRO Ministerio de Industrias y Productividad
- CONSEP Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas
- PROECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones
- MCPEC Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad
- IEPI instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual
- Cámaras: Comercio de Guayaquil, Industrias de Guayaquil, Comercio de Machala, Comercio de Huaquillas, Industrias de Manta, Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha, Industrias de Cuenca, Industrias de Tungurahua, Pequeña Industria del Carchi
- FEDEXPOR Federación Ecuatoriana de Exportadores

2.2.5 La OMC (Organización Mundial de Comercio)

Con sede en Ginebra, Suiza y creada en 1995, contando al momento con 162 países miembros es la única organización internacional que se responsabiliza de las normas del comercio exterior entre naciones, esta entidad se basa en los “Acuerdos de la OMC”, los cuales han participado y son miembros la gran mayoría de países que participan de alguna manera en el comercio a nivel mundial. El objetivo principal de este organismo es ser el soporte para todas las actividades que éstos realizan. (Organización Mundial del Comercio, 2016).

La OMC se rige por los países que son miembros de la misma y una Secretaría, la cual coordina todas sus actividades, en ésta trabajan más de 600 funcionarios, además de un grupo de expertos, abogados, estadísticos, economistas y especialistas en comunicaciones; todos estos para poder asegurar a los miembros de que las negociaciones se desarrollen de manera satisfactoria y de que las normas del comercio internacional se apliquen y se hagan cumplir de manera adecuada (Organización Mundial del Comercio, 2016).

Las Funciones de este organismo son:

- Administra los acuerdos comerciales de la OMC
- Foro para negociaciones comerciales
- Trata de resolver las diferencias comerciales
- Supervisa las políticas comerciales nacionales
- Asistencia técnica y cursos de formación para los países en desarrollo
- Cooperación con otras organizaciones internacionales

2.2.6 La Organización Mundial de Aduanas OMA

La OMC y la OMA cooperan en varios sectores como son aperturas a nuevos mercados, el Acuerdo sobre Tecnología de la Información (ATI), reglas de valoración aduanera, las normas de origen y asesoría en temas de comercio. La OMA o sus siglas en inglés WCO creada en 1947, actualmente con 180 miembros, entre sus comités y funciones más importantes están:

- El Comité del Sistema Armonizado de la OMA
- El Comité Técnico de Normas de Origen de la OMA
- El Comité Técnico de Valoración en Aduana (Organización Mundial de Comercio , 2016).

2.2.7 La Comunidad Andina

Es una comunidad de países andinos sudamericanos y latinoamericanos que se han integrado de manera voluntaria con el objetivo de alcanzar un desarrollo

integral, equilibrado e independiente. (Comunidad Andina, 2010) Los países que integran la CAN son:

- Bolivia
- Colombia
- Ecuador
- Perú

2.2.8 ALADI

La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) es otro de los organismos de integración económica en el que participa Ecuador como miembro activo, en donde establece algunas alternativas de negociación que comprenden desde ventajas arancelarias para ciertos productos hasta acuerdos de pagos recíprocos, de entre los que cabe destacar; acuerdos de alcance parcial, regional y normas de origen. Su objetivo final es el establecimiento de un mercado común latinoamericano. Las funciones básicas de este organismo son:

- La promoción y regulación del comercio recíproco de los países de la región;
- La complementación económica entre sus países miembros;
- El desarrollo de acciones de cooperación que contribuyan a la ampliación de los mercados nacionales (Asociación Latinoamericana de Integración, 2016).

2.2.9 Generalidades del sector empresarial PYME

A nivel latinoamericano el 99% del campo empresarial está conformado por pequeñas y medianas empresas; estas organizaciones productivas dan trabajo a cerca del 67% de la fuerza laboral de la región, esto según datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL (Diario El Telégrafo, 2015).

En el Ecuador entre el 2007 y 2013 las PYMES crecieron alrededor de un 41%, lo que se traduce en un incremento de 66,000 a 93,000 empresas, representando un 97% de las sociedades en el país que generaron ingresos; así también, su volumen de ventas creció un 60%, alcanzando los \$208 millones en el año 2013 (Diario El Telégrafo, 2015).

Las PYMES en el Ecuador aportan el 25% del Producto Interno Bruto PIB no petrolero, según el Ministro de Comercio Exterior Diego Aulestia, así también durante los últimos 10 años se presentó un incremento del 11% en lo que respecta a la aportación de estas empresas en el campo de las exportaciones no petroleras del país (Diario El Telégrafo, 2015).

El desarrollo en Latinoamérica se basa fundamentalmente en la micro, pequeña y mediana empresa, esto según lo manifestado por el Ministro de Comercio Exterior. (Diario El Comercio, 2015).

Ahora se ve que las grandes industrias contratan a pequeñas empresas para que completen el proceso productivo, se disminuyen las importaciones de materia prima gracias a la labor de las Pymes y que estas asociaciones son las encargadas de asegurar el bienestar alimentario.

En el Ecuador las empresas pueden encontrarse dentro de las diferentes categorías, las cuales se presentan en detalle a continuación:

- **Microempresas:** Emplean hasta un máximo de 10 trabajadores y su capital fijo, es decir, descontando edificios y terrenos puede alcanzar hasta los \$20,000.
- **Talleres artesanales:** Su tipo de actividad es una labor manual y no poseen más de 20 operarios, su capital fijo puede llegar hasta los \$27,000.
- **Pequeña industria:** Puede contar con hasta 50 obreros.
- **Mediana industria:** Puede tener entre 50 y 99 obreros, teniendo un tope para el capital fijo de hasta \$120,000.
- **Grandes empresas:** En su nómina laboral poseen más de 100 empleados y superan los \$120,000 en activos fijos (Morales & Muñoz, 2012).

2.3 Marco Legal

Dentro del marco legal, en primer lugar, se hará una breve descripción de las instituciones que se encargan de elaborar, diseñar las políticas de estado, y por otro lado aquellas instituciones que se encargan de hacer cumplir estas políticas en diferentes disposiciones normativas, regulatorias y sancionadoras en un marco jurídico que permita asegurar una seguridad jurídica plena a los empresarios que deciden emprender negocios.

2.3.1 Ley de Consultoría

Como señala la Ley de Consultoría (2004) en su legislación Art.1:

Para los efectos de la presente Ley, se entiende por consultoría, la prestación de servicios profesionales especializados, que tengan por objeto identificar, planificar, elaborar o evaluar proyectos de desarrollo, en sus niveles de pre factibilidad, factibilidad, diseño u operación. Comprende, además, la supervisión, fiscalización y evaluación de proyectos, así como los servicios de asesoría y asistencia técnica, elaboración de estudios económicos, financieros, de organización, administración, auditoría e investigación.

2.3.1.1 De los consultores

En la presente Ley también señala que para poder ejercer con esta actividad de consultoría debe ser constituida acorde con la Ley de Compañías, y debe hacerlo en nombre colectivo o de responsabilidad limitada, y establecer en sus estatutos, la prestación de servicios de una o varias de las actividades citadas en el Art. 1 de la Ley de Consultoría citada en el Subtítulo precedente.

2.3.1.2 Requisitos para ejercer la actividad de consultoría

En el Art. 6 de la Ley de Consultorías establece los requisitos que deben reunir los consultores individuales, nacionales o extranjeros para poder ejercer su actividad como es, tener título profesional conferido por un Instituto de

Educación Superior del Ecuador, o del extranjero, en cuyo caso deberá estar revalidado en el país conforme a la Ley; y,

- a) Cumplir con las leyes respectivas que regulan el ejercicio profesional.
- b) Los consultores individuales extranjeros que sean contratados por compañías consultoras nacionales o extranjeras, deberán comprobar su calidad de profesionales, así como la experiencia en los campos de su especialización (Congreso Nacional del Ecuador, 2004).

2.3.2 El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Partiendo del objetivo número diez y once del Plan Nacional para el Buen Vivir, que señalan “Impulsar la transformación de la matriz productiva” y “Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica” y los objetivos de la política fiscal y comercial señalados en la Constitución de la República del Ecuador se expide en el año 2010 El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, como uno de los principales mecanismos de apoyo gubernamental cuyo objeto es:

Regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas, orientadas a la realización del buen vivir, por tanto, busca atraer la inversión, fomentar la producción y generar empleo, lo cual dinamizará la economía del país, con énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas.

El ámbito de aplicación del presente Código comprende tanto a personas naturales, como personas jurídicas y demás formas asociativas que ejecuten actividades de transformación de materias primas en productos terminados, así como prestación de servicios. Art. 1 y 2 La norma considera como sus fines principales, los siguientes:

- Transformación de la Matriz Productivas, democratización de los factores de producción. Fomentar la producción nacional.
- Generación de trabajo de calidad y digno.

- Generar un sistema de innovación y emprendimiento destinado a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores. Utilizar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, calidad y armonía con la naturaleza.
- Incentivar y controlar toda forma de inversión privada.
- Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo.
- Control estatal para evitar el abuso del mercado, existencia de monopolios y oligopolios.
- Mantener una competitividad sistemática que promueva el desarrollo productivo del país.
- Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico.
- Potenciar la sustitución de importaciones.
- Fomentar y diversificar las exportaciones.
- Promover la economía popular, solidaria y comunitaria.
- Seguir un comercio justo y un mercado transparente (Asamblea Nacional, 2010).

El estado es el órgano encargado y responsable de analizar los tratamientos e incentivos que se otorgaran a las inversiones extranjeras e inversiones nuevas. Las áreas de inversión están establecidas a los sectores estratégicos y prioritarios determinados en la Constitución y en el Código de la Producción. El estado podrá en casos excepcionales realizar expropiaciones de bienes inmuebles con el fin de desarrollar proyectos sociales, previamente efectuando una valoración apropiada para que la indemnización corresponda a un valor justo.

El estado ha creado la Secretaría Técnica del Consejo Sectorial para que sea el órgano encargado de que los inversionistas que deseen acogerse a los incentivos previamente mencionados cumplan con todos los requisitos establecidos para que su solicitud sea evaluada, así como también se encargará del monitoreo del proyecto una vez firmado el convenio de inversión entre el estado y el inversionista. (Asamblea Nacional, 2010).

2.3.2.1 Análisis de uno de los Incentivos establecidos en este Código de Producción

El Gobierno a través del Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) y PROECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, quien por iniciativa del gobierno a partir del 2010 con la nueva legislación del Código Orgánico de la Producción Comercio y Competitividad (2010) contempla más de 20 incentivos a la inversión productiva, entre estos tenemos al programa de Incentivos para la Inversión mediante la presentación de sus proyectos de inversión y legitimándolos con la firma de Contratos de Inversión entre las Empresas y el MCPEC creando así el compromiso mutuo de fomentar la matriz productiva del país, dando origen a las empresas para acogerse a la obtención de beneficios tributarios, y diferimiento arancelario para importación de bienes de capital (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2016).

A continuación en la tabla 4, se muestran las estadísticas de las Empresas que han firmado Contrato de Inversión desde 2013 hasta enero del 2016, en el año 2013 con tan solo 10 contratos se firmaron por montos de 2,540,098,427.00, en el año 2014 se firmaron la misma cantidad de contratos, pero por un monto menor, en el 2015 hubo un repunte en empresas que firmaron convenios de inversión con el fin de acogerse a todos los incentivos establecidos en la legislación por un monto de \$ 2,154,790,348.00 y en lo que va del año 2016 en enero se han firmado 4 contratos de inversión por un monto de 18 millones de dólares:

Tabla 4. Contratos de Inversión de las empresas con el MCPEC

CONTRATOS DE INVERSIÓN CON EL MCPEC MINISTERIO COORDINADOR DE LA PRODUCCIÓN EMPLEO Y COMPETITIVIDAD		
AÑO	NO. CONTRATOS	MONTO DE INVERSION (USD)
2013	10	\$2,540,098,427.00
2014	10	\$201,959,676.00
2015	44	\$2,154,790,348.00
2016	4	\$18,000,000.00
	68	\$4,914,848,451.00

Fuente: (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2016)

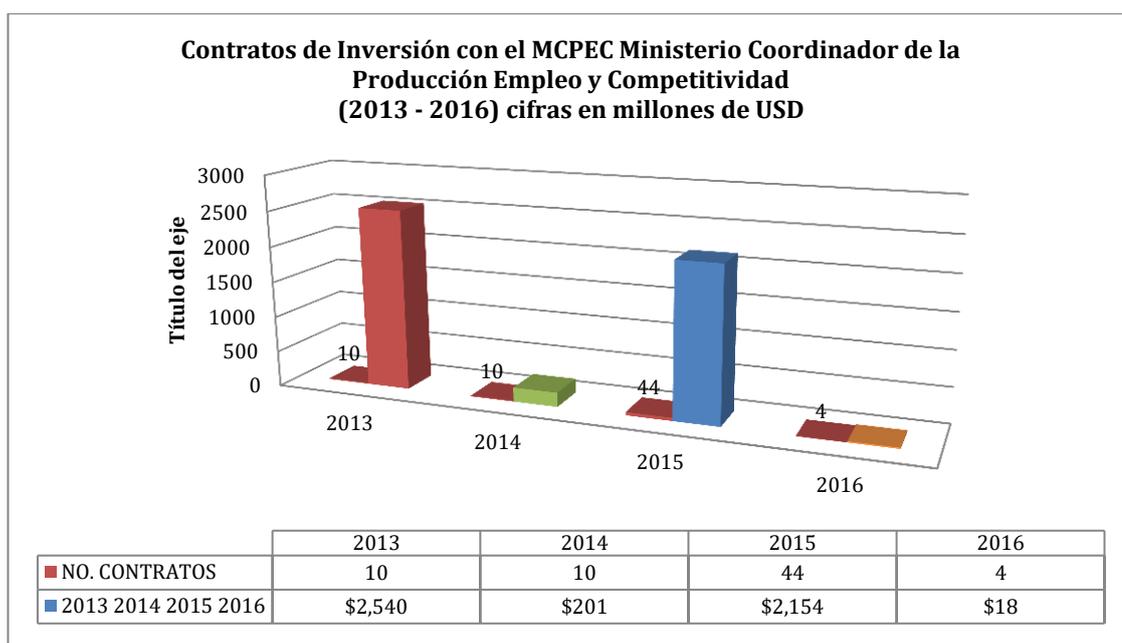


Figura 5. Contratos de Inversión de las empresas con el MCPEC

Fuente: (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2016)

2.3.3 Reglamento al Título de La Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de La Producción, Comercio e Inversiones

Que mediante Decreto Ejecutivo se expide el respectivo Reglamento al Título de La Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de La Producción, Comercio e Inversiones con fecha 6 de mayo del 2011, para que se adecuen los preceptos al Código de la Producción, Comercio e Inversiones, el mismo que incluye todas las definiciones de los términos y ampliando las regulaciones citadas en el mismo (Asamblea Nacional, 2011; Asamblea Nacional, 2015).

2.3.4 Ley de Régimen Tributario Interno (LORTI)

Considerando lo señalado en la Constitución de la República del Ecuador que el estado está orientado a la recaudación tributaria eficiente y regular la contribución de forma equitativa por parte de los habitantes en los recursos del estado, se establece la Ley de Régimen Tributario Interno y la Ley de Equidad Tributaria en Ecuador para que se regulen los impuestos fiscales manejados por la Administración Tributaria Central. En la misma se encuentran establecidos y

señalados los beneficios que tienen las nuevas inversiones productivas y la exoneración del pago del Impuesto a la Renta (Congreso Nacional del Ecuador, 2004; Congreso Nacional del Ecuador, 2003).

2.3.5 Código Tributario

El Código Tributario constituye la legislación que contiene los preceptos para regular la parte jurídica que proviene de los tributos, amparando las relaciones entre los sujetos activos y los contribuyentes o quienes le representan, es decir esta ley es la que determina el objeto imponible, el sujeto activo, el sujeto pasivo, y la cuantía del tributo, las exenciones y deducciones tributarias. Los tributos se definen en este código a los impuestos, tasas y las contribuciones especiales o de mejora, los cuales además de ser el medio para recaudar ingresos para el estado, también corresponde a un instrumento de política económica general para estimular la inversión, y ser utilizado para fines productivos y de desarrollo nacional (Congreso Nacional del Ecuador, 2005; Asamblea Nacional, 2010).

2.3.6 Resoluciones del Comité Ejecutivo de Comercio Exterior COMEX

El Comité de Comercio exterior, conocido por sus siglas COMEX, es el organismo que tiene como responsabilidad aprobar las políticas comerciales nacionales y regular los asuntos y procesos vinculados a este campo (Ministerio de Comercio Exterior, 2014). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, publicado en el Suplemento del Reg. Oficial 351 del 29 de diciembre del 2010.

Dentro del Decreto Ejecutivo No.25 del 12 de junio 2013, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No.19 de 20 de junio de 2013 se reestructura al COMEX y define a los miembros titulares o delegados de las entidades presentadas a continuación:

- Ministerio de Comercio Exterior,
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca;

- Ministerio de Industrias y Productividad;
- Ministerio de Economía y Finanzas;
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo

Además, formarán parte del COMEX con derecho a voz, pero no a voto las entidades que se detallan a continuación:

- Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad;
- Ministerio Coordinador de la Política Económica;
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador y,
- Las demás instituciones que determine el Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo.

2.3.7 Resoluciones del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

Resoluciones de Aduana, de acuerdo a lo establecido en el Código Orgánico de la Producción, se establece que las competencias de la máxima autoridad de esta Administración, el Director General tiene como atribución expedir mediante resoluciones los reglamentos, manuales, instructivos que correspondan para que se apliquen aspectos operativos, administrativos, de procedimientos, de valoración, aplicación o eliminación de tasas por servicio aduanero, y regulaciones para el funcionamiento de la misma, que no se hayan previamente señalado en el Código de la Producción, así como en su respectivo reglamento (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2016).

2.3.8 Ley de Fortalecimiento y Desarrollo del Transporte Acuático

De Acuerdo al Registro Oficial No. 204 del 5 de noviembre del 2003 Art. 6 señala:

Para el cumplimiento en el artículo 3 de esta Ley, grávese con tarifa cero en todo lo correspondiente al Impuesto al Valor Agregado, a los buques y naves de menos de 10 años de construcción, en la transferencia de bienes, arrendamiento y prestación de servicio (Congreso Nacional del Ecuador, 2003).

2.3.9 Ley Orgánica de Educación Superior

Registro Oficial Suplemento No. 298 de 12 de octubre del 2010 en su Art. 38 señala: “Exoneración de derechos aduaneros. - Las instituciones de educación superior gozan de exoneración de derechos aduaneros y adicionales en la importación de artículos y materiales, siempre que justifiquen su utilidad directa para la investigación o actividades académicas” (Asamblea Nacional, 2010).

2.3.10 Ley de Fomento Artesanal

Registro Oficial No. 446 del 29 de mayo de 1986 en su Art. 9 señala:

Los artesanos, personas naturales o jurídicas, que se acojan al régimen de la presente Ley, gozarán de los siguientes beneficios: Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales (Congreso Nacional del Ecuador, 1986).

2.3.11 Ley Orgánica de Incentivos para Asociaciones Público-Privadas y la Inversión Extranjera

Esta Ley Orgánica de Incentivos para Asociaciones Público-Privadas y la Inversión Extranjera (2015), surge para dar cumplimiento a lo señalado en la Constitución de la República para cumplir con los objetivos de la política económica señalados en su artículo 284 que señala: “El incentivar la producción nacional, productividad y competitividad sistémicas; promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia; impulsar el pleno empleo; y, mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles”. Asimismo, los objetivos de la política fiscal citados en el artículo 285 y la política tributaria señalada en el artículo 300 de la Constitución de la República.

2.3.12 Ley de Régimen del Sector Eléctrico

El Registro Oficial Suplemento No. 43 del 10 de octubre de 1996 en su Art. 67 señala:

Exonérese el pago de aranceles, demás impuestos adicionales y gravámenes que afecten a la importación de materiales y equipos no producidos en el país, para la investigación, producción, fabricación e instalación de sistemas destinados a la utilización de energía solar, eólica, geotérmica, biomasa y otras previo el informe favorable del CONELEC (Congreso Nacional del Ecuador, 1996).

2.3.13 Leyes, Resoluciones y Decretos de Instituciones del Estado

Cada una de las instituciones que interactúan en el Comercio Exterior manejan su respectivo marco legal a través de leyes, resoluciones, decretos en los cuales señalan la reglamentación que manejan, el alcance, las excepciones, los requisitos, las condiciones y parámetros de lo que deben cumplir los operadores de comercio exterior para obtener el cumplimiento y la certificación respectiva, a continuación, se detallan las principales:

- MSP Ministerio de Salud Pública – Ley Orgánica de la Salud, publicada en el Registro Oficial No. 423 del 22 de diciembre del 2006
- MAGAP Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca
- INEN /SEN Instituto Ecuatoriano de Normalización/Servicio Ecuatoriano de Normalización – Resolución 001-2013-CIMC expide el “Marco General Ecuatoriano para la Evaluación de la Conformidad” publicado en Registro Oficial No.4 del 30 de mayo del 2013
- ARCOTEL Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones – Superintendencia de Telecomunicaciones de 9 de julio 2013
- MTOP Ministerio de Transporte y Obras Públicas – Decreto Ejecutivo 1137 publicado en Registro Oficial 699 del 9 de mayo del 2012
- CONSEP Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas – Ley de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas

2.4 Fundamentos Teóricos

2.4.1 Teorías de Comercio Exterior

El autor Roberto Garita (2006) define al comercio internacional de la siguiente manera: “Es el intercambio de bienes, servicios y capitales entre los diferentes países”. Mientras que Samuelson & Nordhaus (2005) como: “El proceso por el que los países importan y exportan bienes, servicios y capital financiero”.

El comercio se puede dividir en dos categorías:

- **El comercio doméstico:** Es el intercambio de bienes y servicios que se efectúan dentro del territorio de un país.
- **Comercio internacional:** Consiste en el intercambio de bienes y servicios de un país a otro, teniendo como objetivo especializarse en la producción de un bien en una rama de trabajo, de acuerdo a las necesidades y características de cada nación.

Los bienes que un país importa son regularmente bienes que resultan más baratos en su producción en otro país o que el país importador no puede producir de ninguna manera o en baja cantidad. El comercio contribuye en gran medida con el crecimiento en la competencia de los mercados, obligando a las empresas a buscar una reducción de costos y precios, así como de modificar su producción mediante la utilización de nuevas tecnologías (Garita, 2006).

2.4.2 Teoría del Superávit Comercial

Durante los siglos XVI, XVII y a principios del XVIII se dieron los primeros pasos de lo que hoy se conoce como comercio internacional, empezando por lo que se fue conociendo como mercantilismo por autores como John Hales, David Hume y Thomas Mun. (Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2012).

La historia tiene una referencia muy amplia en todos los tiempos de nuestra era, ya que en la antigüedad el intercambio comercial se realizaba

mediante el trueque. En donde las culturas intercambiaban un bien por otro con la finalidad de satisfacer sus necesidades, situación que era aceptada y respetada por el comercio en sus orígenes, con el paso del tiempo se dieron diferentes cambios en su modalidad de intercambio pues ya se veía la necesidad de contar con medios alternativos de cambio a la hora de intercambiar un producto con otro.

Los mercantilistas determinaron las ventajas que habían en los intercambios comerciales para la economía de cada uno de los países, surgiendo la doctrina del superávit de la balanza comercial, la cual indica que un país debe beneficiarse del comercio internacional siempre que el valor de sus exportaciones sea mayor al de las importaciones realizadas durante el mismo periodo, esto originó la entrada neta de metales preciosos con un valor igual al de dicho saldo, lo que a su vez generaría un enriquecimiento en el país (Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2012).

Para poder obtener el tan anhelado superávit comercial, los mercantilistas mencionaban que el Estado debía intervenir en estas actividades, dificultando la entrada de importaciones por medio de políticas proteccionistas y fomentando la producción nacional para potenciar las exportaciones (Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2012).

2.4.3 Teoría de la Ventaja Absoluta

Ya en el siglo XVIII, debido a los cambios que se presentaron en el pensamiento económico internacional, la ideología mercantilista quedó relegada y se estableció la de la escuela clásica. Se pueden remarcar tres hechos que reflejan las circunstancias de la economía de la época, las cuales son que la economía artesanal era reemplazada por la incipiente aún economía industrial, además el poder absolutista y hegemónico de los Estados era reemplazado por los derechos individuales y las ideas liberales; finalmente, las relaciones económicas internacionales y los intercambios comerciales entre los países tomaron una mayor relevancia (Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2012).

Es así que Adam Smith en el año de 1776 propone una hipótesis sobre la economía mundial, la cual era opuesta a la economía mercantilista, incorporando efectos reales del comercio internacional sobre la economía, buscando valorar el bienestar de los ciudadanos por sobre la economía; esto sin ser un menosprecio a los intereses generales de un país, sino que estos se encuentran asegurados con un mayor bienestar individual, traduciéndose en que lo que es bueno para un individuo es bueno para una nación (Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2012).

2.4.4 Teoría de la Ventaja Comparativa

Ya con la contribución de Smith en lo que respecta a la comprensión de la existencia y beneficios del comercio internacional, este empezó a ser aceptado por la mayoría; sin embargo, no se encontraba libre de deficiencias sobre la forma en la que se puede lograr la especialización internacional. Es David Ricardo el que aportó de gran manera para poder profundizar en la teoría del comercio internacional (Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2012).

Ricardo destaca la parte valor-trabajo, lo que quiere decir que el valor de los bienes depende directamente del trabajo que estos requieran, así como que el trabajo se considera como móvil dentro del país, pero inmóvil entre países; la productividad es una variable constante en cada país, pero puede variar según las técnicas productivas utilizadas. Existe una competencia perfecta y los costos unitarios también lo son; mientras que no se toman en cuenta los costos de transporte ni los obstáculos del comercio internacional. (Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2012).

Todo lo planteado define a la ventaja comparativa o relativa, por la que un país debe buscar especializarse en producción y exportación de los bienes cuyos costos dentro de sí mismos sean inferiores a los de los otros países; es de esta manera que las mercancías que un país exporte no deben ser obligatoriamente los de menor coste internacional. Como si lo pensaba Smith. (Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2012)

2.4.5 La planeación estratégica

Carlos Tello en su libro *Planeación estratégica: Fundamentos de la Administración* (2007), define a esta de la siguiente manera:

La planeación estratégica es una herramienta para el análisis, diagnóstico y toma de decisiones de manera colectiva, todo esto en torno a las acciones presentes y futuras que toda organización debe superar, si lo que desea es adaptarse a los cambios y demandas que el mercado o entorno presenta, para así poder desarrollarse de manera adecuada (Tello, 2007).

En la actualidad se maneja el concepto de la planeación estratégica como la búsqueda de una o varias ventajas competitivas para la empresa u organización y la manera en que estas pueden llevarse a cabo para así crear o preservar sus ventajas, todo en búsqueda de perseguir la función y objetivos, así como de las necesidades del entorno (El Prisma, 2009).

Así también, se considera que la empresa debe definir de manera adecuada su misión y visión, esto para poder potencializar sus aspectos internos y así alcanzar sus objetivos organizacionales establecidos; para esto es necesario que se analice la situación competitiva en la que se encuentra la organización. (El Prisma, 2009).

Este aspecto compila las diferentes acciones que se encuentran enfocadas en producir un proceso de manera organizada y planificada, que contribuya con el impulso para que la empresa alcance de manera eficiente el éxito en su rama de los negocios. Finalmente, se puede mencionar que son todos aquellos mecanismos técnicos que sirven para definir la ruta que la empresa debe seguir y en la cual se irán cumpliendo objetivos a corto, mediano y largo plazo (El Prisma, 2009).

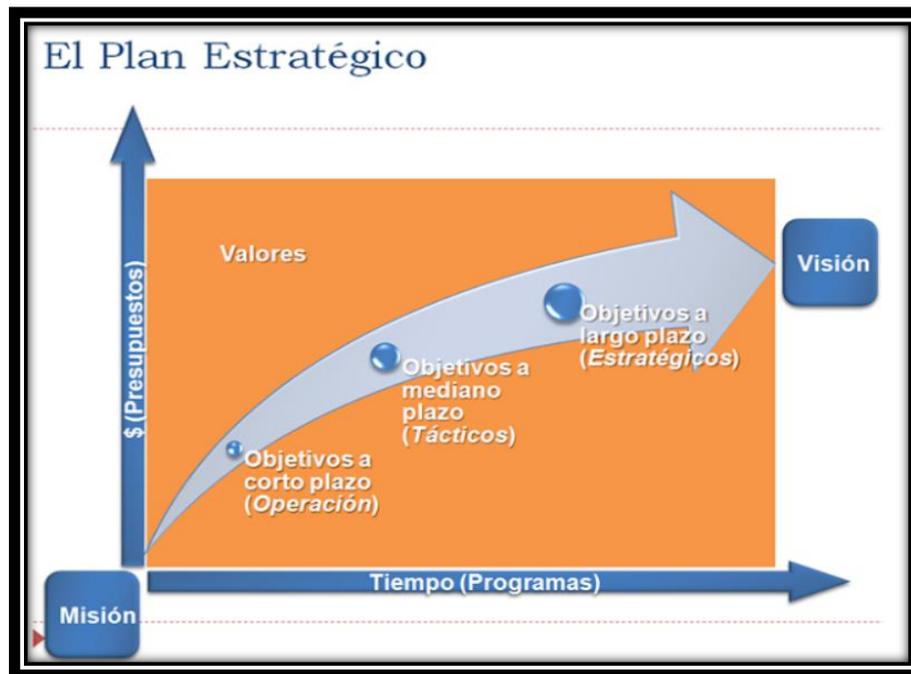


Figura 6. Esquemización del Plan Estratégico
Fuente: El Prisma, 2009

Según Barreto (2009), como todo proceso, la planeación estratégica debe pasar por varias etapas, las cuales inician con la correspondiente formulación de estrategias que deben implementarse, su respectiva ejecución y posterior evaluación. A continuación, dichas etapas se muestran a detalle:

- **Formulación de las estrategias:** Es la primera etapa, la cual requiere de la elaboración de la misión y visión de la empresa, puesto que según esto se definirán las medidas a seguir; se debe incluir un análisis del entorno y de cada uno de los aspectos internos y externos de la empresa.
- **Implantación de estrategias:** Dentro de esta etapa se fijarán los objetivos anuales, así como los procedimientos a realizarse y las políticas correspondientes; es así, que se deben asignar los recursos pertinentes en lo que respecta a materiales, capital humano y capital, los mismos que deben facilitar la consecución de las acciones planteadas.
- **Evaluación de estrategias:** Con los mecanismos de control pertinentes se asegura el correcto cumplimiento de la planificación establecida, esto para poder asegurar que las acciones no sufran desviaciones que causen interrupciones en el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

2.4.6 La Ventaja Competitiva

El autor Michael Porter (2010) esgrimió un concepto que definió una tendencia en el mundo empresarial, ya que para él la ventaja competitiva se constituye de la siguiente manera: “El valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores que los de los competidores para beneficios equivalentes o por la previsión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costes.” (Porter, 2010)

La esencia de dicho concepto se fundamenta en hacer sobresalir a la empresa en relación a sus competidores, por lo cual se establecieron tres tipos de estrategias que generan la ventaja competitiva: el liderazgo por costos, la diferenciación y el enfoque, las mismas que son detalladas a continuación:

- **Liderazgo por costos:** Este tipo de ventaja se obtiene mediante la minimización de costos de producción, ya sean estos para producir un servicio o un bien; esto se puede lograr al emplear estrategias como la de control de materiales, la selección adecuada de proveedores, entre varias. El objetivo es que el precio fijado para el público objetivo sea menor al que propone la competencia, pero que no influya en una disminución de la calidad necesaria para competir en igualdad de condiciones dentro del mercado (Porter, 2010).
- **Diferenciación:** Se trata de conseguir que la empresa se distinga de su competencia mediante la adición a su producto o servicio de una característica específica o por su valor agregado; la importancia radica en que la marca sea considerada como una única y con elementos que la hacen preferida por sobre la competencia lo que, si se logra, inmediatamente se consigue un mejor posicionamiento dentro del mercado (Porter, 2010).
- **Enfoque:** En este enfoque se presentan las ventajas competitivas que buscan dirigir la planificación estratégica hacia un nicho de mercado, encaminando las actividades de acuerdo a los gustos, necesidades y

expectativas de este segmento de mercado; regularmente se suele emplear al momento de introducir nuevos productos o servicios, los cuales resultan innovadores y cubren la demanda insatisfecha de un determinado mercado (Porter, 2010).

2.4.7 Análisis Financiero

El análisis o evaluación financiera tiene como finalidad estudiar la factibilidad de un proyecto desde una perspectiva en base a sus resultados financieros, para de esa manera comprobar la conveniencia o no de su realización. Esta evaluación analiza las relaciones entre la inversión, costos operativos, ingresos y la disponibilidad para el financiamiento del proyecto en cuestión (Rosales, 2007).

Los ingresos y costos se calculan en términos monetarios según los precios vigentes en el mercado, de esta manera se puede verificar, considerando la rentabilidad, si es pertinente destinar recursos a la realización de la actividad determinada previamente (Rosales, 2007).

Según las alternativas de inversión, la evaluación se convierte en un medio útil para establecer un orden de prioridad en estas, de esta manera se eligen los proyectos que pueden ser más rentables y descartando los que carecen de esta característica; los indicadores utilizados principalmente para definir esta situación son los siguientes:

- Indicadores de liquidez
- Indicadores operacionales o de actividad
- Indicadores de endeudamiento
- Indicadores de rentabilidad (Rosales, 2007).

El flujo de efectivo o fondos es un estado financiero, el cual enseña los conceptos por los cuales la caja varía dentro de un periodo determinado, permite estudiar la liquidez con la que cuenta la organización. (Guzmán Vásquez, Guzmán Vásquez, & Romero Cifuentes, 2009).

Por otra parte, el autor Santos (2010) indica que el flujo de caja normalmente en cualquier proyecto se conforma por cinco elementos básicos los cuales son:

- Ingresos y egresos iniciales de fondos
- Ingresos y egresos de operación
- Horizonte de vida útil del proyecto
- Tasa de descuento
- Ingresos y egresos terminales del proyecto

El flujo de caja puede construirse en base a la estructura general que se aplica a cualquier finalidad que tenga el estudio de proyectos. La evaluación financiera del proyecto se efectúa conforme a la base estimada del flujo de caja de los costos e ingresos que la empresa genere durante su vida útil y al momento de proyectarlo se requerirá de información adicional como los efectos tributarios de la depreciación de los activos nominales, el valor residual y las utilidades o pérdidas. El resultado de la evaluación financiera puede medirse haciendo uso de diferentes criterios, los cuales se complementan entre ellos:

- Valor actual neto
- Tasa interna de retorno
- Periodo de recuperación del capital

CAPÍTULO III

3 ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1 Metodología aplicada

La metodología aplicada para la presente investigación será de tipo descriptivo.

- **Investigación descriptiva:** Método científico que observa y describe el comportamiento de una problemática o un sujeto sin influir sobre él para obtener una visión general del mismo (Ferrer, 2010).

La investigación será descriptiva porque se hará un análisis estadístico de los datos recopilados con la finalidad de interpretar y diagnosticar la situación actual de los agentes que intervienen en el comercio exterior y su nivel de aceptación para la contratación de servicios de asesoría técnica en comercio exterior (Hernandez, Collado, & Bapista, 2003). Para cada tipo de investigación se aplicarán los siguientes métodos: Inducción y Deducción. La inducción guarda relación con el tipo exploratorio porque consiste en el análisis de un fenómeno objeto de estudio. Además, se aplica el método deductivo que consiste en la interpretación de los resultados obtenidos. Es decir, se establece un criterio propio y general del fenómeno estudiado.

3.2 Herramientas para la recolección de datos

Una vez definidos los tipos de investigación y los métodos, se aplicarán las siguientes herramientas para la recolección de datos:

- **Encuestas:** Consiste en la aplicación de un formulario de preguntas cerradas, las cuales serán dirigidas a una muestra de la totalidad de pequeñas y medianas empresas del país. El universo serán 7750 PYMES del país, las cuales realizan actividades relacionadas con el comercio, servicios, manufactura e información/comunicación. Luego del correspondiente cálculo de la muestra, se obtuvo la cantidad de 367 PYMES, las mismas que serán parte del estudio de campo a realizar (Hernández, 2012).

A continuación, se presente el cálculo de la muestra:

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

Figura 7. Fórmula estadística para hallar la muestra

Fuente: (Hernandez, Collado, & Bapista, 2003)

Las variables utilizadas para el cálculo fueron las siguientes:

- N: es el tamaño de la población objetivo, son 7750 PYMES.
- Z: se obtiene según el nivel de confianza, en este caso sería 1,96.
- n/c: es el nivel de confianza utilizado (95%).
- p: es la probabilidad de que el evento llegue a ocurrir, siendo el 50%.
- q: es la probabilidad de que el evento no llegue a suceder, siendo de 50%.
- e: es el error máximo a tolerar en la muestra, 5%.

n/c=	95%	n =	$\frac{Z^2 (p)(q)(N)}{(N-1) e^2 + Z^2 (p)(q)}$
z=	1,96	n =	$\frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (7750)}{(7750 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$
p=	50%	n =	$\frac{7443,10}{20,33}$
q=	50%	n =	367
N=	7.750		
e=	5%		
n=	?		

Figura 8. Cálculos realizados para hallar la muestra

Luego de realizado el cálculo se estima la muestra de la población de 367 empresas del sector PYME.

- **Entrevistas.** Se conversará con dos expertos en el área de comercio exterior el cual pueda brindar información sobre la evolución de esta área en el país y como se desenvuelven las empresas en ella, según su experiencia. (Robles, 2011). Las personas entrevistadas fueron las siguientes:

Tabla 5. Personas a ser entrevistadas

ENTREVISTADO	CARGO QUE DESEMPEÑA	OBJETIVO
Ec. William Pulupa García	Director de Técnica Aduanera en SENA E y Docente universitario	Evaluar la situación, necesidades, nivel de conocimientos, y expectativas de los usuarios de la Aduana del Ecuador.
Ing. Pablo Torres Alaña MBA	Agente Nacional de Aduanas	Evaluar el desarrollo del comercio exterior en los últimos 10 años, el nivel de conocimiento de los importadores en temas relacionados a comercio exterior y la situación, necesidades, nivel de conocimientos, y expectativas de los usuarios de la Aduana del Ecuador desde el punto de un Agente de Aduana con diversidad de soluciones en áreas relacionadas.

Fuente: Investigación de campo

De esta forma la metodología se resume de la siguiente forma:



Figura 9. Metodología aplicada

Fuente: (Hernandez, Collado, & Bapista, 2003)

3.3 Análisis de los resultados de la encuesta

1. ¿Con que frecuencia usted tiene acceso a informarse de las diferentes Políticas Comerciales que se aplican en el Ecuador?

Tabla 6. Acceso a información sobre políticas comerciales

Pregunta 1		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Muy Frecuentemente	62	17%
Frecuentemente	168	46%
Poco	133	36%
Nunca tiene conocimiento	4	1%
TOTAL	367	100%

Fuente: Investigación de campo

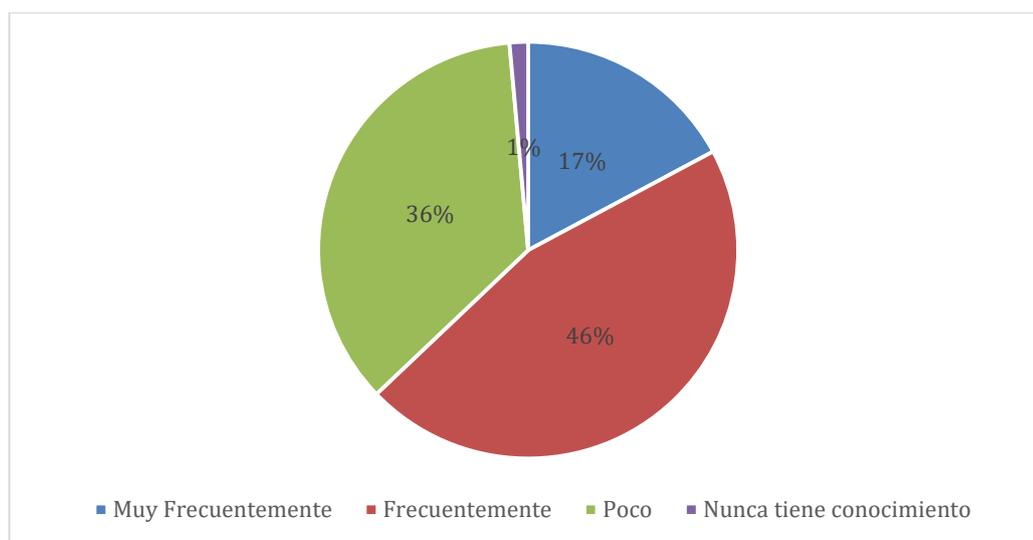


Figura 10. Acceso a información sobre políticas comerciales

Fuente: Investigación de campo

Dentro de las 367 empresas encuestadas el 46% con frecuencia se informan de las diferentes políticas comerciales que se aplican en el país, pero un 36% tiene poco acceso a esta información, de esta manera se ha identificado un porcentaje considerable de empresas que no se encuentran actualizadas con las políticas comerciales vigentes.

2. ¿Usted considera que el personal de su empresa está actualizado en las políticas y resoluciones que se originan en el comercio exterior ecuatoriano?

Tabla 7. Conocimiento del personal sobre políticas y resoluciones de comercio exterior

Pregunta 2		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Muy actualizado	107	29%
Actualizado con la noticia del día	165	45%
Poco actualizado	95	26%
TOTAL	367	100%

Fuente: Investigación de campo

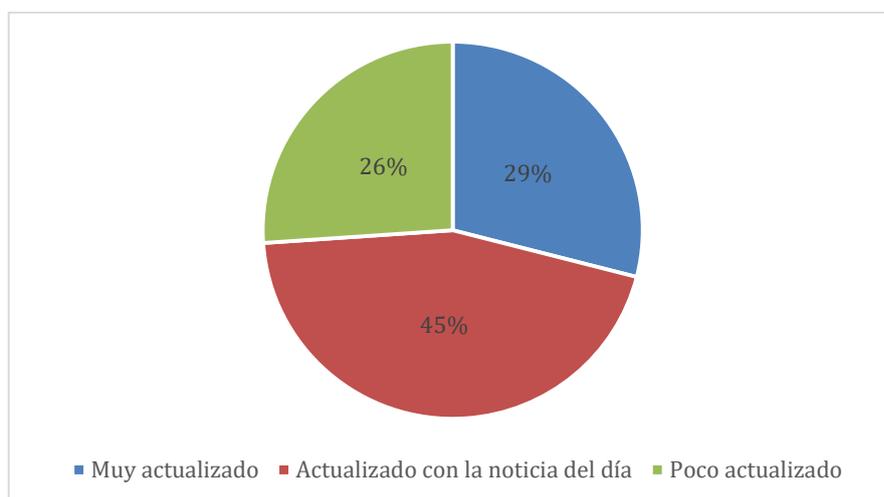


Figura 11. Conocimiento del personal sobre políticas y resoluciones de comercio exterior

Fuente: Investigación de campo

La mayoría de las empresas encuestadas manifiestan que su personal se encuentra actualizado con las noticias del día sobre las políticas y resoluciones que se originan en el comercio exterior ecuatoriano, pero así mismo un 26% respondieron que su personal poco sabe de esto, es así que se mantiene identificada la existencia de un sector que poco conoce de este tema. Es importante recalcar que este resultado de mantenerse actualizado con la noticia del día es también influenciado por las severas medidas que se han aplicado como las salvaguardias en marzo del 2015, lo cual ha generado que las personas estén pendientes de la eliminación progresiva de las mismas y busquen información en la prensa.

3. ¿Qué nivel de conocimiento tiene de los beneficios de ley, como devoluciones del pago de IVA en exportaciones, o tarifa de IVA cero en importaciones?

Tabla 8. Conocimiento sobre beneficios

Pregunta 3		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Avanzado	44	12%
Medio	155	42%
Básico	127	35%
No tengo conocimiento	41	11%
TOTAL	367	100%

Fuente: Investigación de campo

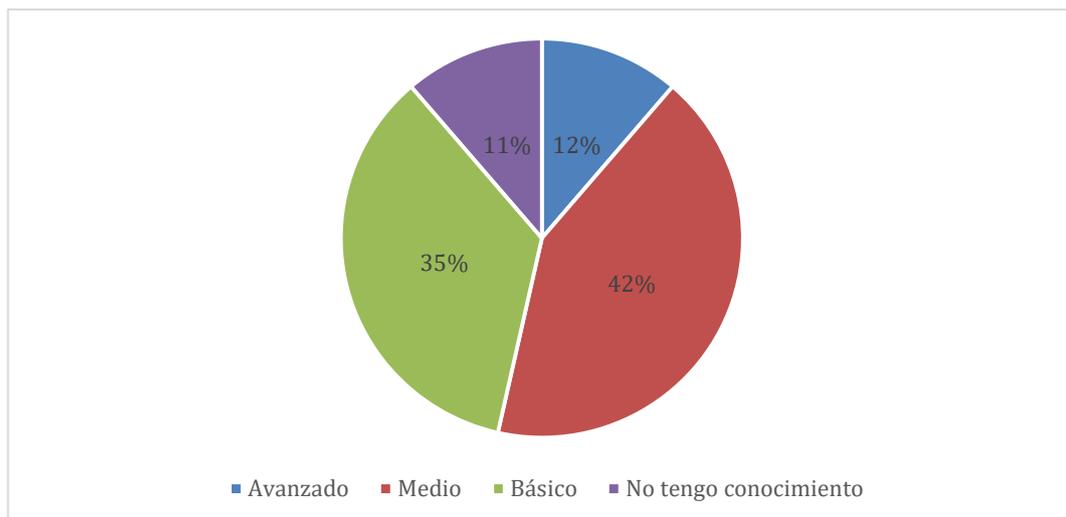


Figura 12. Conocimiento sobre beneficios

Fuente: Investigación de campo

El nivel de conocimiento de la mayoría de empresas encuestadas referente a los beneficios de ley como devoluciones del pago de IVA en exportaciones, o tarifa de IVA cero en importaciones es de medio a básico, lo que evidencia la necesidad de conocimientos de políticas de importación y exportación para la mejora de sus actividades económicas.

4. ¿Al momento de realizar algún trámite de comercio exterior suele tener algún problema? Si contesta NUNCA, pasa a la pregunta 7

Tabla 9. Inconvenientes la realizar trámites de comercio exterior

Pregunta 4		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Siempre	23	6%
Frecuentemente	38	10%
Pocas veces	215	59%
Nunca	91	25%
TOTAL	367	100%

Fuente: Investigación de campo

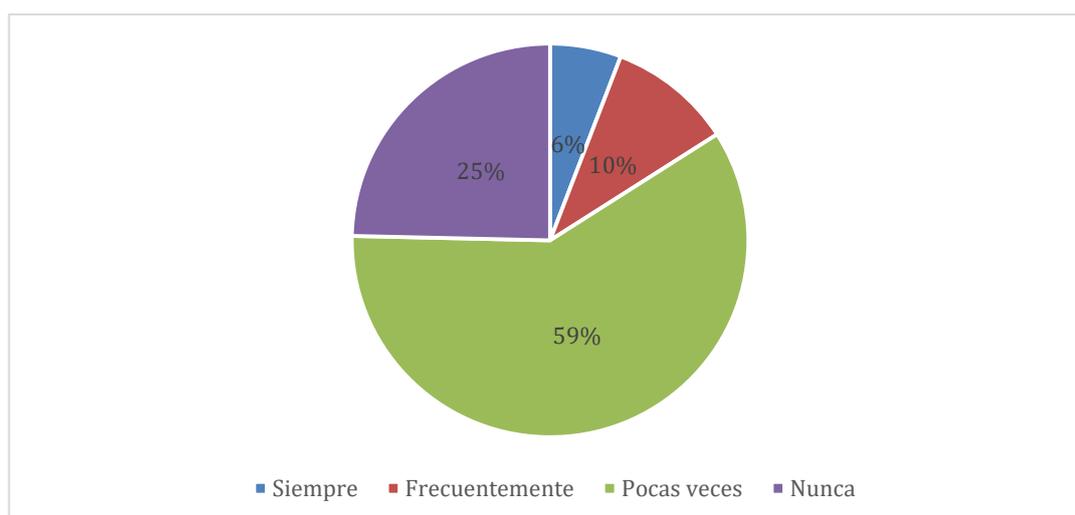


Figura 13. Inconvenientes la realizar trámites de comercio exterior

Fuente: Investigación de campo

A pesar de que el 75% de las empresas encuestadas pocas veces ha tenido algún problema al momento de realizar trámites de comercio exterior, sólo el 25% manifestó nunca haber tenido problemas en su gestión; motivo por el cual se evidencia la existencia de fallas en estos procesos administrativos, los cuales pueden ser eficientes en su totalidad a través de un mejor conocimiento en las políticas que favorezcan a la empresa importadora.

5. ¿Cuál es el problema que suele presentarse durante sus trámites?

Tabla 10. Problemas que se presentan en los trámites

Pregunta 5		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Cambios de subpartidas arancelarias	66	24%
Sobrevaloración injustificada a sus importaciones por parte de Aduana	15	5%
Demoras en revisiones de documentación de su trámite	151	55%
Otros	44	16%
TOTAL	276	100%

Fuente: Investigación de campo

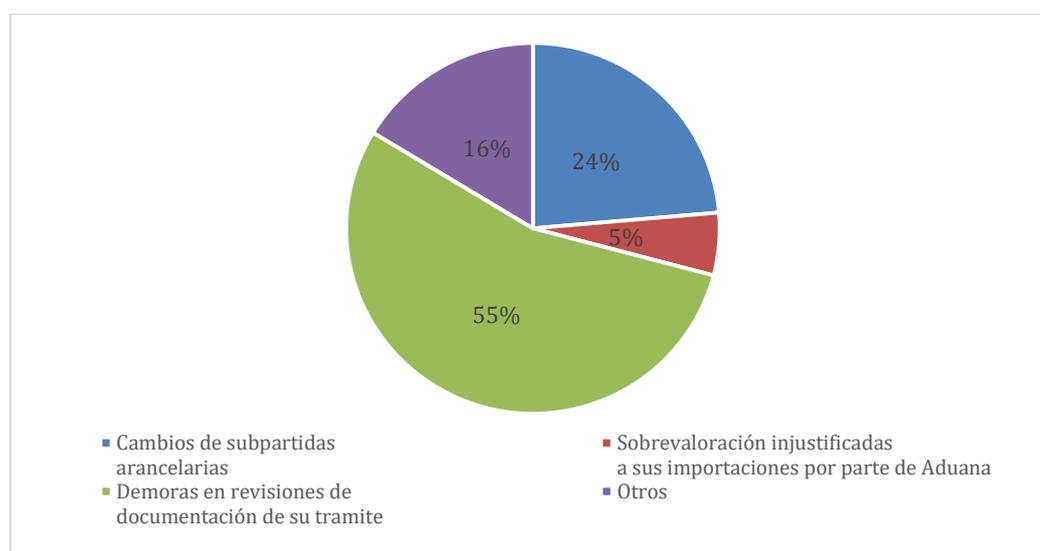


Figura 14. Problemas que se presentan en los trámites

Fuente: Investigación de campo

El 55% de las empresas que presentan problemas al momento de realizar algún trámite de importación se debe a la demora en revisión de documentos, el 24% por cambios de subpartidas arancelarias, y un 5% admiten haber sido sobrevalorados injustificadamente por Aduana; es así que se evidencia la necesidad de asesoría general en comercio exterior como son preparación de documentación, clasificación arancelaria, soportes para valoración con el fin de agilizar sus procesos de importación y así reducir los costos que generan tener la carga en aduana.

6. ¿Estaría dispuesto a contratar un servicio de consultoría de comercio exterior que le permita estar capacitado, actualizado y correctamente asesorado? Si contesta NO, terminar la encuesta

Tabla 11. Disposición a contratar servicios de asesoría

Pregunta 6		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Si	222	80%
No	54	20%
TOTAL	276	100%

Fuente: Investigación de campo

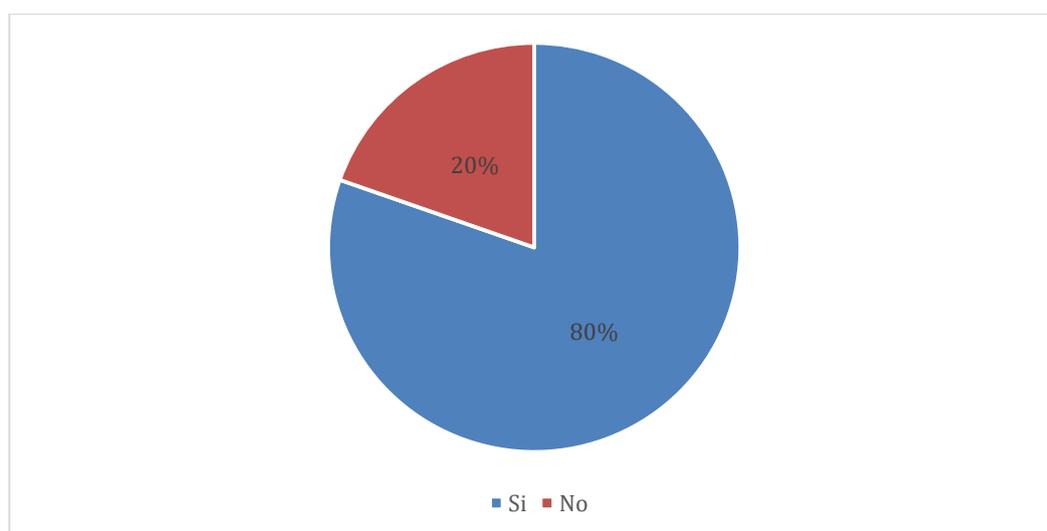


Figura 15. Disposición a contratar servicios de asesoría

Fuente: Investigación de campo

De las 276 empresas que manifestaron tener algún tipo de problemas de trámite de exportación, 222 empresas están de acuerdo en contratar un servicio de consultoría de comercio exterior que les permita estar capacitados, actualizados y correctamente asesorados; lo cual beneficiaría a la pequeñas y medianas empresas tener mayor venta competitiva dentro del mercado comercial en relación a su eficiencia y rentabilidad.

7. ¿Qué factores inciden en la contratación de un servicio de consultoría de comercio exterior?

Tabla 12. Factores que inciden en la contratación de consultoría

Pregunta 7		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Calidad del servicio	118	53%
Precios asequibles	48	22%
Resultado final	32	14%
Disponibilidad	18	8%
Otro	6	3%
TOTAL	222	100%

Fuente: Investigación de campo

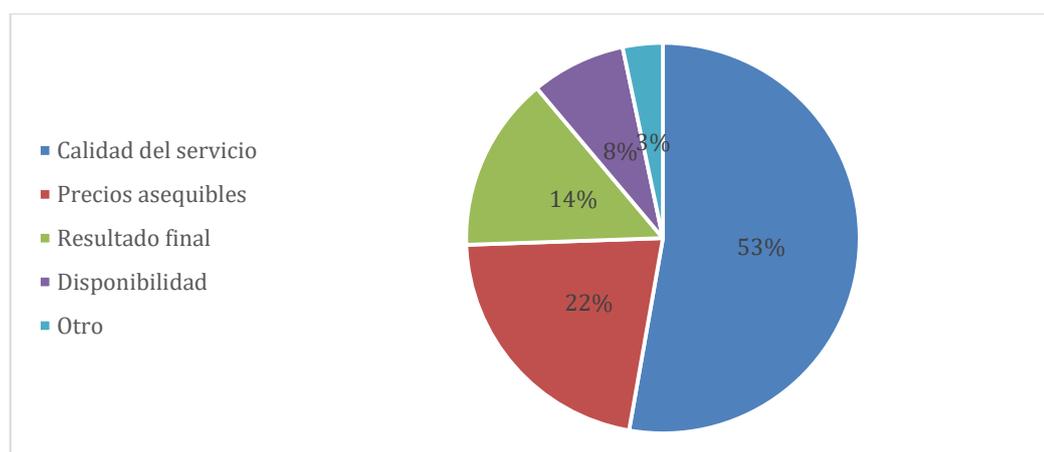


Figura 16. Factores que inciden en la contratación de consultoría

Fuente: Investigación de campo

El 53% de las empresas encuestadas manifiestan que la calidad del servicio es uno de los factores primordiales al momento de contratar un servicio de consultoría de comercio exterior, seguido de precios asequibles, resultado final eficiente y disponibilidad. De acuerdo al resultado de las encuestas notamos que las empresas involucradas en comercio exterior dan mayor énfasis a la calidad del servicio y no al costo del mismo, dado que una correcta asesoría podría ahorrarle en sus operaciones mucho más dinero que el que podría invertir en el consultor de la misma.

8. ¿Cuál es el presupuesto mensual que asignaría su empresa para servicios de consultoría?

Tabla 13. Presupuesto mensual para servicios de consultoría

Pregunta 8		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Menos de \$500,00	113	51%
Entre \$501,00 - \$1.000,00	87	39%
Más de \$1.000,00	22	10%
Más de \$1.500,00	0	0%
TOTAL	222	100%

Fuente: Investigación de campo

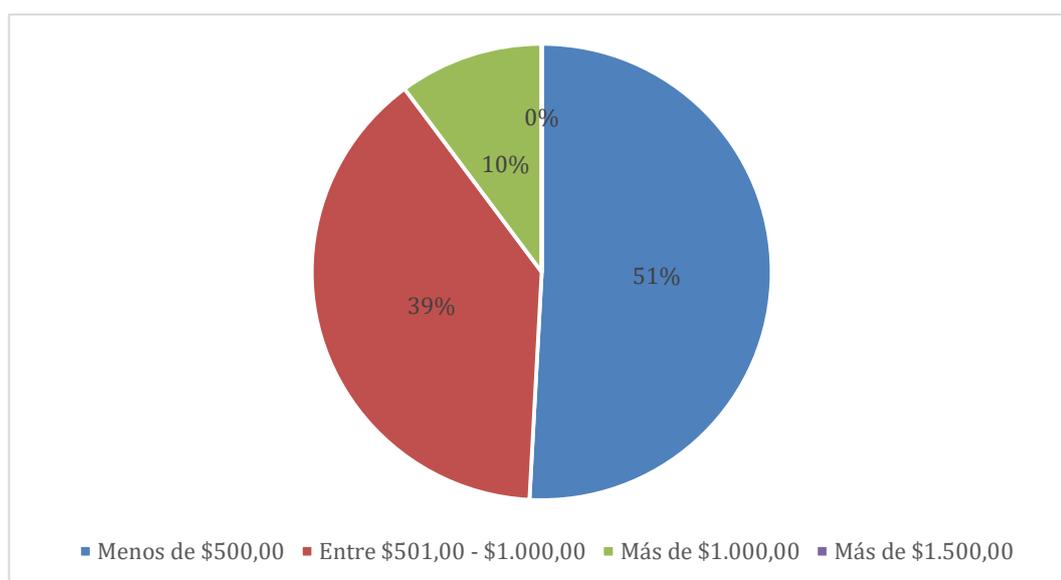


Figura 17. Presupuesto mensual para servicios de consultoría

Fuente: Investigación de campo

Entre las pequeñas y medianas empresas encuestadas el 51% respondió que asignaría menos de \$500,00 para servicios de consultoría, valor que se encuentra dentro del rango de mercado para la prestación de este tipo de servicio.

9. ¿Qué beneficios esperaría recibir con la contratación de una empresa de consultoría de comercio exterior?

Tabla 14. Beneficios de servicio de consultoría

Pregunta 9		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Agilizar los trámites	70	32%
Reducción de costos de importación o exportación en cuestión de tributos	67	30%
Mejorar el conocimiento técnico	10	5%
Capacitación en temas de comercio exterior y mantenerse actualizado con las resoluciones	44	20%
Trámites de documentación previa -INEN, SERCOP, MIPRO, ARCSA, MAGAP, entre otros.	27	12%
Otros	4	2%
TOTAL	222	100%

Fuente: Investigación de campo

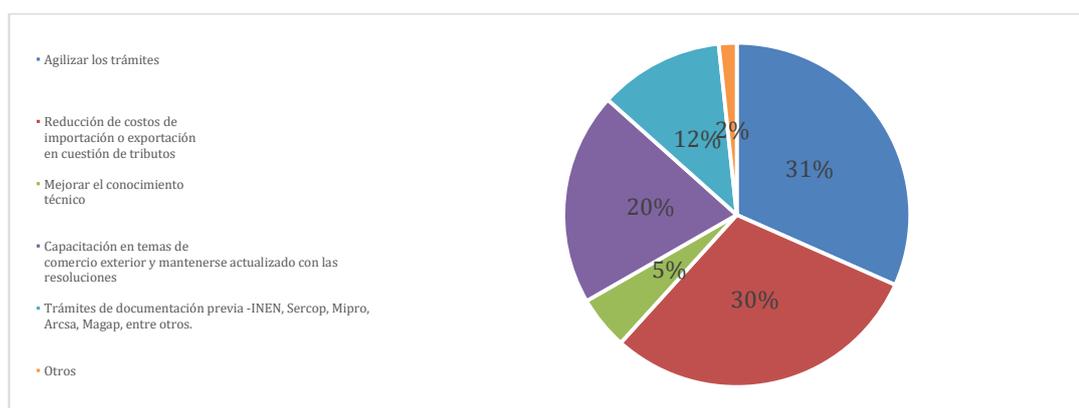


Figura 18. Beneficios de servicio de consultoría

Fuente: Investigación de campo

La mayoría de empresas encuestadas esperan recibir con la contratación de una empresa de consultoría de comercio exterior: agilizar los trámites, seguido de reducir costos, mejorar conocimiento, capacitación continua, y por último, trámites de documentación previa. Se vuelve a evidenciar en este resultado que el tiempo es primordial en el comercio actualmente, los atrasos y demoras perjudican aún más en costos, tanto por pérdida de negocios, clientes, incumplimientos de contratos, así como costos de bodegaje en aduana.

10. ¿En qué medios usted buscaría información sobre el servicio de asesoría de comercio exterior?

Tabla 15. Medios de difusión para servicio de asesoría

Pregunta 10		
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Prensa	0	0%
Internet	103	47%
Referido o recomendaciones personales	114	52%
Otros	4	2%
TOTAL	221	100%

Fuente: Investigación de campo

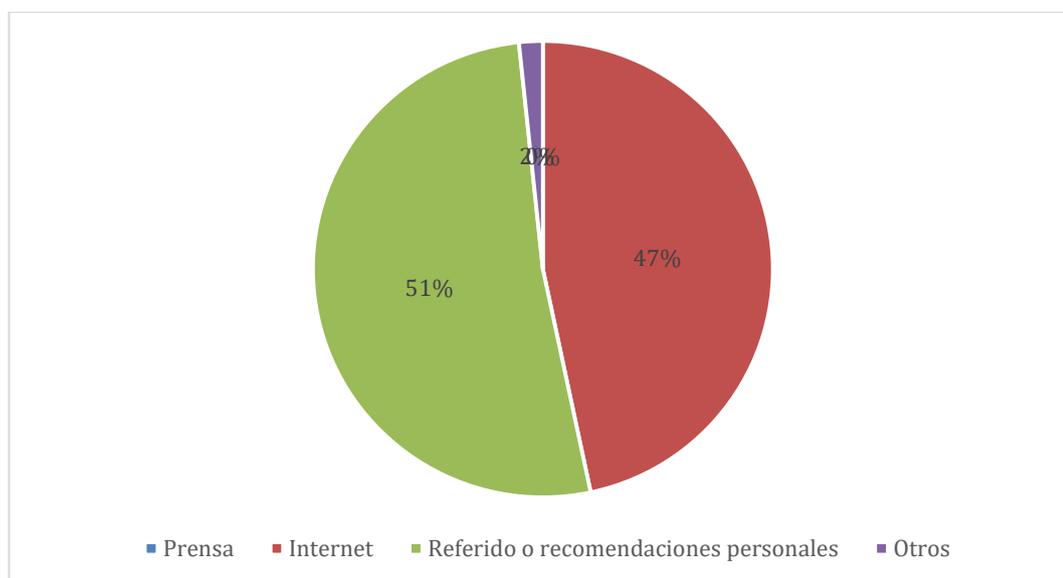


Figura 19. Medios de difusión para servicio de asesoría

Fuente: Investigación de campo

En su mayoría las pequeñas y medianas empresas buscarían información sobre el servicio de asesoría de comercio exterior en recomendaciones personales e internet, lo cual es una oportunidad para la creación de una empresa consultora que demandaría de estrategias de marketing de bajo costo, a través de redes sociales y páginas web bien administradas.

3.4 Conclusiones de la encuesta

Mediante el análisis de los resultados de la encuesta se pueden lograr las siguientes conclusiones:

- La mayoría de empresas PYMES poseen solo conocimientos básicos sobre los trámites y resoluciones que se emiten referente al tema del comercio exterior pero no priorizan este conocimiento de manera diaria.
- La mayoría de las empresas mencionan que su conocimiento proviene de las noticias diarias que recepta, pero sin embargo cabe indicar que existen pequeñas resoluciones importantes para las PYMES pero que, sin embargo, no tienen gran resonancia en la presa por lo que, en ocasiones, pueden pasar desapercibidas.
- También las empresas mencionan que tienen inconvenientes al momento de realizar sus trámites pues, el cambio constante de la política comercial del gobierno en temas de comercio exterior, produce que los requisitos varíen, que los aranceles cambien, lo que representa incertidumbre en el mercado, pérdida de tiempo e incremento de sus costos logísticos.
- Las empresas señalan que el mayor problema que enfrentan son las demoras en revisión de documentación de su trámite, seguido de cambios de subpartidas arancelarias, lo cual viene del desconocimiento técnico necesario en esas áreas de comercio exterior como son preparación de documentación acorde a la legislación internacional y mercilogía arancelaria.
- Las empresas consideran que es un gran aporte la contratación de un servicio de consultoría sobre trámites de comercio exterior, debido a que esto les contribuiría a reducir el tiempo y el costo de dichas operaciones, así como mayor conocimiento técnico.

3.5 Conclusiones de las entrevistas a profesionales y académicos

3.5.1 Entrevista a funcionario aduanero y académico

Objetivo: Evaluar la situación, necesidades, nivel de conocimientos, y expectativas de los usuarios de la Aduana del Ecuador.

Perfil del entrevistado: Ec. William Pulupa García

Director de Técnica Aduanera en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E con 4 años de experiencia en aduana y una trayectoria de 12 años en el mercado de importaciones y exportaciones, además se desarrolla como Docente Universitario en materias de Comercio Exterior.

Conclusión:

De la entrevista con el actual Director de Técnicas Aduaneras del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, se puede analizar que existe un alto número de empresas, personas, como son importadores, exportadores, agentes de aduana, que presentan problemas en sus procesos de comercio exterior entre los principales y que derivan a los demás corresponde a una mala y empírica clasificación arancelaria de las mercancías a importarse, lo que parte para las subsiguientes situaciones como incumplimiento de requisitos previos en documentación, pagos de aranceles que nos les corresponde, sobrevaloraciones, todo esto ocurre por la falta de conocimiento de los temas que infieren al comercio exterior y por no contar con la asesoría apropiada y especializada.

También se expresa que es cierto que la política comercial en los últimos años ha sido muy cambiante, por los precios bajos del barril del petróleo, lo que genera mucha normativa, resoluciones, cambios en la aplicación de medidas al comercio exterior que produce mucho desconocimiento y obliga a que los inversionistas estén constantemente informados para no caer en situaciones que les puedan producir demoras en aduana, incremento en costos, incumplimiento de contratos, entre otros, por lo tanto considera que en el mercado si podría ingresar nuevas empresas de asesoría en comercio exterior, pero que conozcan y oferten servicios que realmente van a dar una solución, solo en ese caso sería viable.

3.5.2 Entrevista a Agente Afianzado de Aduana

Objetivo: Evaluar el desarrollo del comercio exterior en los últimos 10 años, el nivel de conocimiento de los importadores en temas relacionados a comercio exterior y la situación, necesidades, nivel de conocimientos, y expectativas de los usuarios de la Aduana del Ecuador desde el punto de un Agente de Aduana con diversidad de soluciones en áreas relacionadas.

Perfil del entrevistado: Ing. Pablo Torres Alaña MBA

Agente Nacional de Aduanas con aproximadamente 30 años de trayectoria en el área de comercio exterior, Gerente General del Operador Logístico de Comercio Exterior Torres y Torres.

Conclusión:

De la entrevista con el Ing. Pablo Torres, Agente Afianzado de Aduana y Gerente General del Grupo Torres y Torres con casi 30 años en el mercado, y por la experiencia en este campo, notamos que en este caso su visión ha sido ofrecer un servicio profesional e ir integrando al negocio una gama de servicios complementarios tanto de asesoría, como servicios de transporte y logística, lo cual lo ha convertido en líder en el mercado especialmente por la calidad del servicio, profesionalismo y los servicios integrales que ofrece.

Otro punto que se puede observar es de que los importadores y exportadores buscan un socio estratégico que se pueda encargar de todo, ya que los empresarios como tales y como corresponde se concentran en el negocio u objeto propio de su empresa, no siendo su labor estar al tanto de todas las legislaciones o información relacionada, es por esto que buscan un profesional que pueda resolver estos temas, lo que nos indica en la entrevista es de que en el mercado no hay mucha oferta especializada que pueda brindar un servicio integro, tal es así que en muchas ocasiones los empresarios acuden a él, luego de que sus actuales agentes no le han dado una solución al inconveniente presentado, los cuales son especialmente clasificación arancelaria, valoración aduanera u observaciones que realizan los funcionarios aduaneros.

En el ámbito del análisis de la evolución del comercio exterior en los últimos años nos indica que éste ha tenido grandes cambios, especialmente con la nueva plataforma informática que manejan, la cual ha permitido integrar todas las entidades del gobierno que interactúan con la aduana, evitando así que los usuarios tengan que acercarse personalmente a cada una de estas entidades a tramitar la documentación y presentarla físicamente, reduciéndose así los tiempos en estos procesos aduaneros. En lo que respecta a la política del gobierno también señala que los cambios que se han presentado como salvaguardias, restricciones está provocando una contracción de la economía y por ende desempleos especialmente en los importadores que se han visto más afectados.

3.6 Análisis Integral de las encuestas y entrevistas en el estudio de mercado

Mediante el análisis de los resultados de las encuestas y entrevistas señalamos las siguientes conclusiones:

- La mayoría de los empresarios, entre ellos las grandes, medianas y pequeñas empresas, poseen limitado conocimiento sobre las nuevas legislaciones, resoluciones y procedimientos, lo conocen de forma general dada la información que se publica en los medios de comunicación, realmente el empresario está enfocado en el objeto de su negocio, es por esto que confía el manejo de estos procesos en un tercero, generalmente un agente afianzado de aduana.
- También el resultado muestra que las empresas mencionan que presentan inconvenientes en clasificación arancelaria, valoración aduanera, demoras en sus procesos, éste último surge del desconocimiento que pueden tener al no cumplir, o desconocer la documentación previa que los productos deben tramitar antes de importar, dando como consecuencia a esto, incremento de costos por los tiempos o multas que pueden generarse originadas por el desconocimiento e incorrecto manejo de estas situaciones.

- Del resultado de las encuestas se obtiene que las empresas consideran que la contratación de un servicio integral de consultoría sería de gran aporte, porque contribuiría a generarles un ahorro en tiempo y dinero, además de la capacitación y actualización lo cual podría derivar de encontrar nuevas oportunidades para generar proyectos, estrategias en los procesos y nuevas inversiones dentro de la empresa.
- Del resultado de las entrevistas podemos concluir que existe una gran demanda de un servicio de asesoría profesional e integral y variada que abarque todos los aspectos del comercio exterior, porque asesores y agentes de aduana si existen actualmente, pero la oferta es limitada.

CAPÍTULO IV

4 PROPUESTA

4.1 Generalidades de la propuesta

La presente propuesta se basa en la necesidad que existe entre las pequeñas, medianas e incluso grandes empresas, de contar con un servicio de asesoramiento técnico en comercio exterior a fin de conocer todos los requisitos y documentos necesarios para realizar exportaciones e importaciones, obteniendo los mayores beneficios posibles e incentivos de producción, tributarios, financieros, aduaneros, que el Gobierno Nacional otorga basada en la legislación del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y de los Ministerios de Comercio Exterior y sus entidades anexas creadas para este fin.

Uno de los objetivos principales de este trabajo es la optimización de los costos de operación en procesos de comercio exterior para las empresas que lo requieran, además de brindar una guía a aquellas empresas que deseen expandir su mercado hacia el exterior, pero desconocen aspectos igual de importantes que se deben considerar en la planificación de este proceso, los cuales incluyen una asesoría desde que nace el proyecto de inversión, y un posterior acompañamiento durante todo el proceso de negociación, revisión del contrato de compra-venta, y operación aduanera como son: revisión de requisitos previos en licencia y documentación, que tramites realizar en los diferentes entes que intervienen en el comercio exterior, que subpartida arancelaria aplicar a su mercadería, que beneficios obtiene al importar o exportar cierto tipo de productos, que beneficios tributarios puede acceder posteriormente como son los créditos tributarios en el caso de exportaciones, entre otros.

Este propósito se direcciona más al desarrollo del cambio de la matriz productiva siendo una alternativa de respaldo para las PYMES que desean diversificar la oferta productiva del país, contribuyendo a reducir el déficit de la Balanza Comercial y permitiendo el crecimiento de sus negocios al contar con los incentivos y apoyo que brinda el Gobierno Nacional.

4.2 Análisis estratégico de la propuesta

4.2.1 Análisis PEST

4.2.1.1 Factor Político

En el factor político, esta propuesta es respaldada por el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones del Ecuador (COPCI), el cual constituye uno de los marcos legales más importantes para la regulación de los procesos mercantiles de las industrias y la base para determinar los métodos más efectivos para realizar las transacciones comerciales dentro y fuera del país.

La política comercial siempre ha promovido las exportaciones, pero actualmente se ha buscado enfatizar y simplificar aún más los incentivos hacia este grupo comercial, con el fomento a la matriz productiva por diversificar la oferta del país, entre los principales beneficios tenemos: la devolución del IVA a los exportadores de bienes establecido mediante el Código Tributario Interno, los regímenes de devolución condicionada de tributos ordinario y franquicia arancelaria establecidos en el COPCI, así como también el proceso de devolución condicionado de tributos simplificado estructurado recientemente mediante Resolución del Comité Ejecutivo de Comercio Exterior COMEX a las declaraciones de exportaciones definitivas realizadas a partir del 1 de febrero del 2015 donde se establecen un porcentaje unificado del 5% y el listado de subpartidas arancelarias con los productos que no se acogen a este beneficio.

Esta última medida simplificada de devolución de tributos a los exportadores, tiene como objetivo fortalecer la competitividad de nuestros productos de exportación, en la que el sector exportador ha sido afectado por la depreciación del dólar frente a otras economías con moneda propia, la caída del precio del petróleo y los precios más bajos de los productos de exportación de otros países. Para acceder a este beneficio, los exportadores deben estar al día en sus obligaciones laborales y tributarias ante los organismos correspondientes.

El sector exportador al acogerse a este mecanismo de fomento tributario, debe mantener el compromiso de cumplir con las normativas de origen en sus productos de exportación, fomentar el proyecto del gobierno de la Marca País “Ecuador ama la vida”, participar en Ferias de Pro Ecuador, mantener activa participación en los mercados internacionales con el fin de generar ingresos para el país.

De la misma forma el Gobierno Nacional y el Consejo Consultivo de la Producción busca la transformación de la industria nacional promoviendo al desarrollo de las inversiones locales y extranjeras a través de acuerdos y contratos de inversión con los empresarios para la instalación o ampliación de plantas de producción otorgándoles beneficios tributarios en la importación de bienes de capital. Mediante este acuerdo se establecen mutuos beneficios tanto para el empresario como el estado ecuatoriano mediante el incremento de la producción local lo cual genera apertura de campos de trabajo, sustitución de importaciones, abastecimiento al mercado local e impulso a las exportaciones.

Estos son el tipo de incentivos que muchas pequeñas y medianas empresas desconocen y a los cuales pueden acceder por medio del asesoramiento integral que se plantea brindar, a fin de que conozcan el apoyo en entes gubernamentales que sirva para promover sus productos, como se debe desarrollar el proceso y documentación necesaria para poder ser acreedor de este beneficio.

4.2.1.2 Factor Económico

En el factor económico de la presente propuesta se evaluará los indicadores económicos más sobresalientes para la evaluación de la rentabilidad del proyecto, así como la necesidad de la implementación del mismo.

- **Riesgo País (28 enero 2016 – 14,90%)**

El Riesgo país es un indicador económico que evalúa el nivel de riesgo que existe al momento de invertir en un país, y esto es deducido analizando su estabilidad política, estabilidad económica, legislación, protección para las

empresas, etc. En este indicador, el Ecuador manifiesta un punto negativo, debido a que posee índices altos entre los demás países de Latinoamérica con un promedio de 14,90%, lo que indica un alto porcentaje de riesgo para la inversión extranjera directa.

- **Tasa de interés pasiva (febrero 2016- 5,83%)**

La tasa de interés pasiva es el porcentaje de interés que paga un banco a sus clientes por sus depósitos. Este indicador es favorable para el inversionista, pues la tasa de interés está en 5,83%, lo que significa que el dinero en bancos muestra rentabilidad que puede ser aprovechada como costo de oportunidad.

- **Inflación (diciembre 2015 – 3,38%)**

La inflación anual de Ecuador para el 2015 es de 3,38% y manifiesta índices estables, lo que se considera un factor favorable para la empresa, pues sus costos operativos no manifestarán incrementos imprevistos que requieran modificar o incrementar sus precios para cubrir el déficit y permitirá la estabilidad de la economía del consumidor.

- **Saldos de la Balanza Comercial**

La Balanza Comercial del Ecuador es el análisis de los niveles de exportación e importación que posee el país para determinar si existe superávit o un déficit. Al ser un país petrolero, el Ecuador maneja cifras favorables referentes a la exportación de este producto, a pesar de los múltiples problemas que atraviesa el sector, por lo que, la Balanza Comercial petrolera se encuentra en saldo positivo.

Sin embargo, el saldo de la Balanza Comercial no petrolera refleja saldos negativos debido a que, las importaciones del país son superiores a las exportaciones, lo cual causa un desequilibrio en los saldos finales dejando un déficit de 2,028.3 millones de dólares. Este factor incide en la necesidad de aumentar la oferta exportable del país a fin de reducir el saldo negativo que se manifiesta.

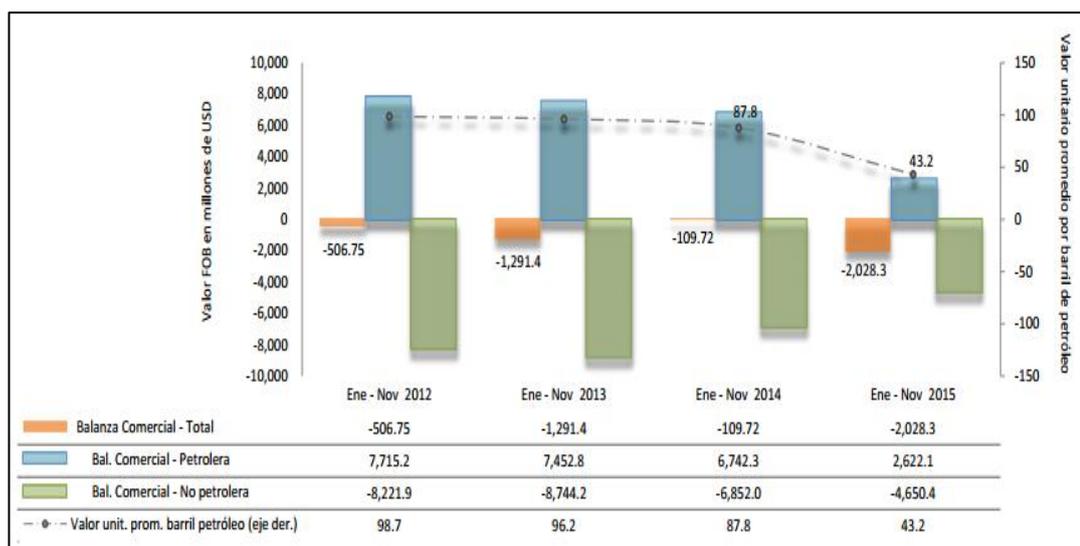


Figura 20. Balanza Comercial del Ecuador enero – noviembre 2015

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

- **Producto Interno Bruto**

El producto interno bruto del país para el 2015 es de 4,1% y se pronostica un 4% para el 2016, lo cual muestra un crecimiento económico del país moderado y equilibrado para los próximos años. Este factor es positivo para la propuesta pues se considera que las industrias tendrán un desarrollo positivo.

4.2.1.3 Factor Social

En el factor social de la propuesta se evalúa el miedo que existe en la mayoría de PYMES por expandir sus horizontes y arriesgarse a exportar. Se considera que aventurarse a exportar es uno de los retos más importantes para los empresarios locales, sin embargo, aquellos que lo han realizado, encuentran múltiples oportunidades que han brindado un crecimiento interesante a sus empresas. Las empresas locales deben aprovechar los tratados comerciales existentes y los beneficios que proporciona el Gobierno Nacional, sin embargo, se requiere que los empresarios se asesoren y acudan a especialistas que les pueden apoyar en los procesos de internacionalización, de manera que cada día el número de empresarios que se atrevan a exportar se incremente.

Sin embargo, aún hay algunos obstáculos por superar para facilitar los negocios del país. El emprendedor textil Rafael Catucuamba menciona como medio para catapultara a la industria es la incursión en ferias, y el desarrollo de las industrias para mejorar la calidad de los productos.

4.2.1.4 Factor tecnológico

En el factor tecnológico, no se realizará ninguna innovación de procesos o maquinarias de producción, pero si se profundizará el campo del conocimiento ayudando al desarrollo del campo del comercio exterior entre las pequeñas, medianas y grandes industrias, mejorando sus costos productivos, reduciendo costos logísticos y brindando estrategias que permitan obtener los mayores beneficios legalmente posibles a los exportadores e importadores.

4.2.2 Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter

4.2.2.1 Rivalidad de los competidores

Actualmente no existen competidores del nivel de competencias con las que cuenta la presente propuesta, ya que el diferenciador que se está argumentando se basa justamente en una trayectoria profesional y académica complementando con la experiencia que se ha acumulado en 18 años de experiencia en diferentes posiciones estratégicas en varias empresas.

Es necesario indicar que lo que el mercado actualmente ofrece varias opciones dentro del campo de la asesoría, muchos de los cuales son contratados por referencias del mercado y lo que en complemento a este trabajo es promocionar por diferentes medios virtuales como páginas, redes sociales y se puedan dar a conocer con mayor fuerza y presencia.

Dentro de las diferentes compañías que están en el sector de servicios muchos de estos incluyen a la asesoría como parte de su oferta, pero no reúnen el suficiente conocimiento para poder manejar un proceso integral de comercio exterior. Entre otras podemos citar aquellas que intervienen en el proceso

operativo del comercio exterior como son: agentes de aduana, transportistas, aseguradoras, que sus servicios se enfocan más al proceso operativo de desaduanización o envío de mercadería al exterior, también tenemos algunos estudios jurídicos que ofrecen servicio en área de comercio exterior y aduanas, para manejo de temas de inversión y contratos con el gobierno para la obtención de beneficios e incentivos para las empresas, y a asesorarles en casos de demandas por pagos de tributos adicionales en la que la aduana como parte de su proceso de control posterior realiza levantamientos de información y señalando a los importadores que tienen valores pendientes contra el estado por alguna falta reglamentaria o contravención que ellos hayan encontrado, pero existe falta de oferta en empresas que puedan brindar una asesoría integral en todas las principales partes que se requiere para un adecuado proceso de compra-venta a nivel internacional, que englobe asesoría y acompañamiento total en proyectos de inversión para importación o exportación, negociación de comercio internacional, relaciones con entidades del gobierno y manejo de controversias, reclamos e impugnaciones en materia aduanera.

Es por eso que dentro de lo que se va a ofrecer esta la asesoría integral en todo el proceso que conlleva una importación o exportación, proceso logístico, requisitos de aduana y uno de los objetivos es que justamente se evite demoras y gastos innecesarios en los costos de la importación lo que influye directamente en el costeo y el valor que va a tener en percha o dentro del costo de producción de la mercancía que está siendo adquirida.

Considerando que los Agentes de Aduana podrían ofrecer una parte del servicio que se tiene planteado en la presente propuesta consideramos la figura 15 de los Agentes aduaneros destacados donde muestra una estadística con el número de trámites y los tiempos en aduana, el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador SENAEC los ha denominado el TOP 5 del Grupo 1 de Agentes de Aduana porque registran 400 o más declaraciones aduaneras en el mes. Este análisis lo realizan mensualmente y lo publican en su página web, el mismo que es visualizado por todos los importadores y exportadores. En la figura se muestra que el agente de Aduanas con mayor cantidad lo registra el Grupo Torres & Torres Agentes de Aduana con 1646 declaraciones aduaneras en el mes de diciembre del 2015 y con

el menor tiempo registrado de 3,04 días promedio por trámite, los cuales son contados desde la fecha de la presentación de la declaración aduanera a aduana hasta que la misma ha culminado con la revisión del trámite y dándole salida a la mercadería:

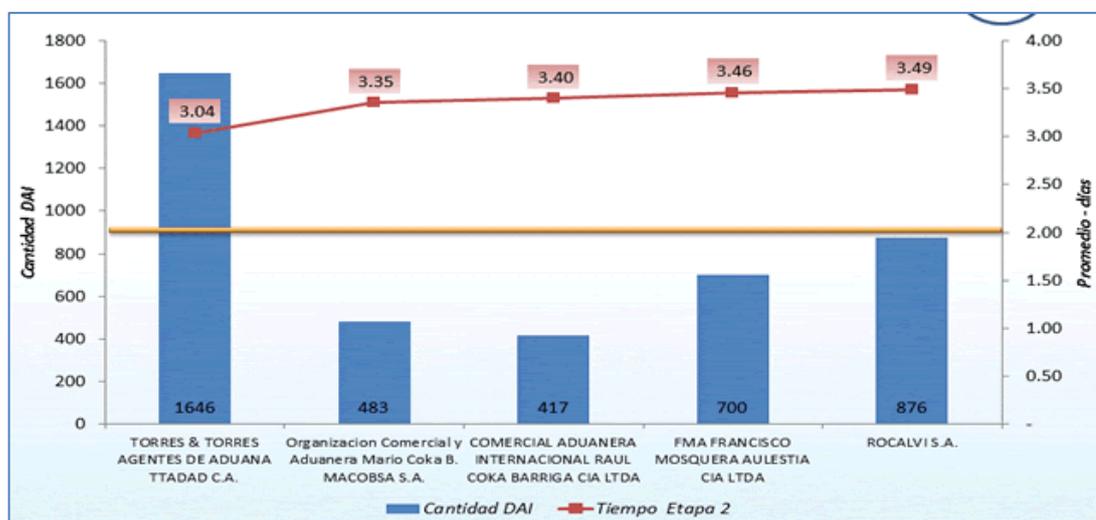


Figura 21. Agentes aduaneros destacados-Estadística de diciembre 2015

Fuente: (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2015)

4.2.2.2 Amenaza de productos sustitutos

Podemos decir que, dentro de los servicios como tal, una amenaza es que en el mediano plazo no contar con una licencia fedataria de Aduana, pues el cliente ve la necesidad de que la empresa que contrate tenga una sola empresa que pueda firmar sus declaraciones y que esté debidamente registrada y avalada por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

También podemos indicar que la carencia de un socio estratégico dentro de la empresa en el mediano plazo, esto es contratar una representación de algún fedatario aduanal que le permita firmar y transmitir las declaraciones que vaya a realizar el usuario, puede ser perjudicial para la operación dado que se debe tener para ofrecer la mayor cantidad de servicios para atraer al cliente y pueda quedarse con una sola empresa.

Actualmente el Ministerio de Industrias y Productividad fomenta la capacitación y charlas informativas al público en general para que conozcan los beneficios que podrían acogerse y de qué manera el gobierno está incentivando la inversión nacional, la producción, el desarrollo de la marca Ecuador, el fomento a las exportaciones.

De igual forma el Ministerio de Comercio Exterior ha creado una entidad encargada para fomentar las exportaciones en nuestro país, PROECUADOR, que es Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones extranjeras que ayuda a las pequeñas y medianas empresas a abrirse al mercado internacional.

Así mismo El Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) con su proyecto “Ecuador Ama la Vida” para fomentar nuestras exportaciones haciendo identificar a nuestros productos ecuatorianos representando nuestra identidad multiétnica y nuestro cambio de pensamiento queriendo ofrecer productos de calidad.

Estas instituciones del estado citadas en los párrafos precedentes como son el Ministerio de Industrias y Productividad, Ministerio de Comercio Exterior, El Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad y PROECUADOR en los últimos años han sumado esfuerzos para lograr mayor acercamiento a los sectores económicos con potencial para desarrollar la inversión en el país, mediante proyectos de capacitación constante, páginas web, centro de información al usuario entre otros con el fin de asesorarlos en los beneficios a los que podrían acceder, es importante recalcar que estos servicios al momento se encuentran centralizados en la ciudad capital de Quito, por lo que nuestro mercado meta la ciudad de Guayaquil tiene acceso limitado a los mismos.

4.2.2.3 Amenaza de nuevos competidores

Una amenaza de nuevos competidores es la posibilidad de que el Gobierno Nacional, inicie como medida de incentivo para las exportaciones del país, un proyecto a nivel de las principales ciudades del país de asesoramiento gratuito y

especializado en todas las ramas del Comercio Exterior para pequeñas, medianas y grandes empresas que deseen exportar e importar, lo cual reduciría el porcentaje de participación en el mercado de la empresa.

4.2.2.4 Poder de negociación de los proveedores

Al tratarse de la prestación de un servicio profesional, no se cuenta con proveedores que estén relacionados directamente con el costo de operación del negocio, sino más bien con proveedores de servicios básicos como: agua, luz, teléfono, el propietario de la oficina y demás empresas que brinden un servicio que complemente el funcionamiento de los servicios de asesoría en comercio exterior. De esta manera, el poder de negociación de los proveedores sería alto, porque la empresa difícilmente podrá negociar los precios establecidos con instituciones como la Empresa Eléctrica, Compañía de Telefonía, Agua Potable y la Inmobiliaria.

Por otra parte, en el ámbito legal, se podría establecer que una forma de proveedores de conocimiento serían todas aquellas instituciones o reglamentos que regulan los procesos de exportación e importación del Ecuador, por ejemplo: Código Orgánico de Comercio, Producción e Inversiones (COPCI), Ley de Régimen Tributario Interno (LORTI), El Código Tributario, todas las instituciones internacionales OMC, OMA, instituciones del estado como son Ministerios, INEN, Pro Ecuador, Servicio de Aduana del Ecuador, etc. Es importante mencionar esto porque, de los cambios ejecutados en dichas leyes y normativas, depende el manejo del negocio, pues se debe estar actualizado en los cambios o incentivos que dichas entidades ofrezcan para mejorar las condiciones de los exportadores e importadores, para ofrecer vías alternas que permitan la rentabilidad del comercio exterior.

4.2.2.5 Poder de negociación de los clientes

Evaluando el poder de negociación de los clientes, se puede estipular que es bajo, debido a que, el número de PYMES existentes en el país, aumenta cada día,

mientras que el número de compañías que ofrecen servicios de asesoramiento técnico integrado referente a las importaciones y exportaciones son reducidas.

4.2.3 Análisis FODA

Luego del análisis del ambiente interno (análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter) y externo (Análisis PEST) de la empresa se procede a determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tendría la entidad, para poder determinar estrategias que permitan, aprovechar las oportunidades, minimizar las amenazas, potenciar las fortalezas y reducir las debilidades.

Fortalezas

- Propuesta innovadora de servicios.
- Experiencia en el campo del comercio exterior.
- Mercado en crecimiento por el desarrollo de las PYMES.
- Precios competitivos.

Debilidades

- Alta amenaza de productos sustitutos
- Alto grado de incertidumbre en los procesos de importación
- Alto poder de los proveedores
- Baja cultura de fomento a las exportaciones y búsqueda de conocimientos

Oportunidades

- Fomento del desarrollo del conocimiento sobre el comercio exterior.
- Falta de conocimiento del sector PYME sobre procesos de importación y exportación.
- Constantes ajustes a la Política comercial del país por la situación económica actual.
- Apoyo gubernamental para fomentar la inversión nacional y las exportaciones.

Amenazas

- Alto porcentaje de Riesgo País.
- Amenaza de nuevos competidores por parte de entes gubernamentales.
- Poca predisposición a la exportación por parte de las PYMES.
- Medidas arancelarias que dificultan los procesos de importación.

Luego del correcto análisis de estos cuatro factores que inciden en la empresa, se procede a elaborar la matriz consolidada FODA en la cual se determinan los cuatro tipos de estrategias posibles.

Tabla 16. Matriz Consolidada FODA

	Fortalezas Propuesta innovadora de servicios Experiencia en el campo del comercio exterior Precios competitivos Mercado en crecimiento por el desarrollo de las PYMES	Debilidades Alta amenaza de productos sustitutos Alto grado de incertidumbre en los procesos de importación Alto poder de los proveedores Baja cultura de fomento a las exportaciones y búsqueda de conocimientos
Oportunidades Fomento del desarrollo del conocimiento sobre el comercio exterior Falta de conocimiento del sector PYME sobre procesos de importación y exportación Constantes ajustes a la Política comercial del país por la situación económica actual. Apoyo gubernamental para la exportación	FO Crear estrategias de concientización sobre los beneficios de la exportación Charlas introductorias a las PYMES sobre procesos de importación y exportación	DO Priorizar atención en empresas vinculadas a sectores estratégicos Alianzas con entes gubernamentales como Pro Ecuador para enlace con PYMES
Amenazas Alto porcentaje de Riesgo País Amenaza de nuevos competidores por parte de entes gubernamentales Poca predisposición a la exportación por parte de las PYMES Medidas arancelarias que dificultan los procesos de importación	FA Consolidar grupos de pymes para el asesoramiento en trámites de importación y exportación Asociación con grupos gremiales de pymes para capacitaciones	DA Fomentar la formación de clústeres entre empresas o de alianzas para envío de mercadería conjunta Focalizar los servicios en industrias que contribuyan al cambio de la matriz productiva

Fuente: Análisis PEST – Porter

4.3 Análisis Organizacional

4.3.1 Constitución de la compañía

Según la ley de consultorías, para poder ejercer con esta actividad de consultoría, la empresa debe ser constituida acorde con la Ley de sus estatutos, la prestación de servicios de una o varias de las actividades citadas en el Art. 1 de la Ley de Compañías, y debe hacerlo en nombre colectivo o de responsabilidad limitada, y establecer en Consultoría.

Existen dos tipos básicos de compañías que se pueden constituir en el país, las cuales tienen características diversas dependiendo el tipo de manejo que se desee tener de la entidad. En el caso de la presente propuesta, la compañía será manejada por un número determinado de personas, las cuales pueden ser familiares o allegados mediante la figura jurídica de compañía limitada, la cual posee un capital cerrado, es decir, que su número de acciones es fijo y no pueden ser cotizadas en la Bolsa de Valores conformada por un mínimo de 2 y máximo 15 personas. Para constituir la, se requiere seguir los siguientes pasos:

1. Reservar el nombre, con el cual será identificada la empresa, se lo realiza en la Superintendencia de Compañías.
2. Elabora los estatutos de la compañía, lo cual corresponde a un contrato, el cual es formalizado legalmente a través de un abogado.
3. Abrir una cuenta bancaria en el país para la compañía y solicitar se le emita un “Certificado de cuentas de integración de capital”.
4. Posteriormente se eleva a escrituras públicas los documentos citados en los tres pasos anteriores.
5. Este documento se ingresa a la Superintendencia de Compañías para su registro.

6. Con la resolución que emite la Superintendencia de Compañías se debe publicar el extracto en un diario de circulación nacional.
7. Se deben gestionar los respectivos permisos municipales de la jurisdicción donde funcionará la compañía.
8. Con todos los documentos antes descritos se procede a inscribir la compañía en el Registro Mercantil de la jurisdicción de la empresa.
9. Una vez realizada la inscripción en el Registro Mercantil y en la Superintendencia de Compañías se procede a la apertura el RUC de la empresa.

La empresa va a ser constituida en la Superintendencia de Compañías bajo el CIU M7020.04, el cual describe a la actividad como la “Prestación de asesoramiento y ayuda a las empresas y las administraciones públicas en materia de planificación, organización, eficiencia y control, información administrativa, etcétera.”

4.3.2 Misión, visión y valores corporativos

La misión y visión de una empresa constituyen una de las partes más importantes en el aspecto interno de la entidad, pues es lo que define a la compañía frente a todos los grupos referenciales con los que se asocia y hacia dónde quiere llegar a largo plazo. Estos parámetros servirán como estandarte para la motivación del personal que constituya la estructura organizacional de la empresa.

La misión propuesta para la empresa es:

“Brindar soluciones integradas en asesoría de comercio exterior con calidad, seguridad y compromiso que aporten a la excelencia de nuestros clientes y desarrollo profesional de nuestros colaboradores, fomentado las exportaciones e importaciones del país”

La visión propuesta para la empresa es:

“Ser calificados por nuestros clientes como los consultores de comercio exterior más confiables y eficientes en soluciones integradas para sus negocios internacionales”

Con el fin de fomentar las buenas relaciones entre la empresa y todos los grupos referenciales con los cuales interactúa durante la prestación de sus servicios, es decir, clientes, entidades públicas, empleados, proveedores, y sociedad en general, con altos niveles de calidad y seguridad, precautelando los intereses durante todo el proceso operativo del comercio exterior, la empresa fomentará los siguientes valores corporativos:

- Respeto
- Honestidad
- Ética
- Credibilidad
- Responsabilidad
- Confianza
- Integridad
- Esfuerzo

A su vez fomentamos en el personal los siguientes valores:

- Puntualidad
- Trabajo en Equipo
- Comunicación
- Organización
- Autocrítica
- Pro actividad
- Liderazgo

4.3.3 Estructura organizacional

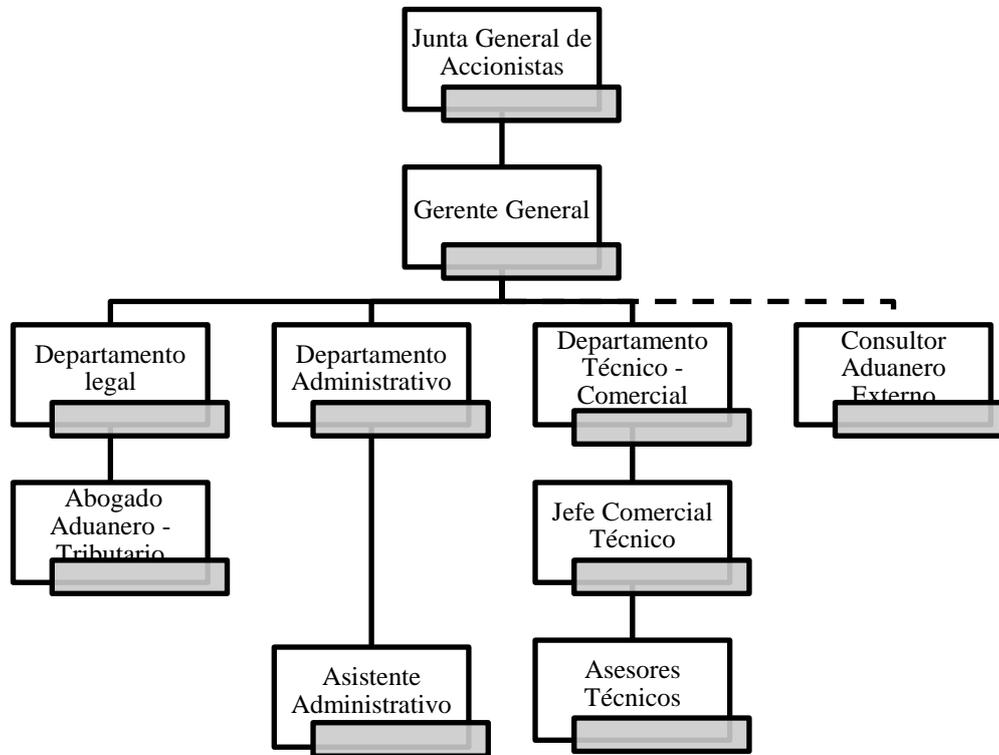


Figura 22. Organigrama de la empresa a constituirse

4.3.4 Descripción de cargos y funciones

Gerente General

El Gerente General es el encargado de coordinar las actividades de la empresa, planificar las metas y objetivos de manera anual, por área y semestral, así como del seguimiento de dichos objetivos y su control. También el Gerente General tiene la responsabilidad de rendir cuentas a los socios de la empresa sobre el desarrollo financiero de la misma.

Tabla 17. Perfil y funciones del Gerente General

<i>Denominación del Puesto: Gerente General</i>	
<i>Perfil</i>	<i>Funciones</i>
Sexo: Indistinto	Mantenerse actualizado de la política comercial del gobierno, legislación aduanera, tributaria, procesos aduaneros, regulaciones relacionados al comercio exterior
Experiencia: 7 años de experiencia en cargos similares	
Instrucción Formal: Título de tercer nivel en carreras Administrativas o Afines	Supervisar el desarrollo de los servicios que ofrece la empresa y controlar los objetivos
Competencias Técnicas y Conductuales: Liderazgo, Dirección, Visión Estratégica, Gestión de proyectos, Integridad, Calidad humana, Planificación, Cultura universal, Trabajo en equipo	Crear e identificar oportunidades de negocio
	Establecimiento de metas y desarrollo de estrategias para el crecimiento del negocio
	Manejar los contratos de la empresa con los clientes
	Identificar participación en Ferias Internacionales
	Revisar y aprobar los presupuestos anuales
	Participar en la fijación de políticas administrativas de la compañía.
	Apoyar en las actividades de la empresa, la capacitación y formación de los empleados

Consultor Aduanero

El Consultor Aduanero, quien ofrecerá el servicio como profesional externo bajo la figura de servicios prestados para casos específicos, aunque el servicio es muy demandado y de gran beneficio para las empresas al no estar muy difundido el servicio, inicialmente será contratado como Servicios Prestados hasta que se pueda comercializar en el futuro los beneficios y servicios que se ofrecerían en materia de procesos aduaneros, Contratos de Inversión con el Estado, Convenios con los Ministerios del Gobierno, colaborar con el Gerente General en todas las actividades que se le solicite.

Tabla 18. Perfil y funciones del Consultor Aduanero

<i>Denominación del Puesto: Consultor Aduanero</i>	
<i>Perfil</i>	<i>Funciones</i>
Sexo: Indistinto	Mantenerse actualizado de la política comercial del gobierno, legislación aduanera, tributaria, procesos aduaneros, regulaciones relacionados al comercio exterior
Edad: 30 años en adelante	
Experiencia: 7 años de experiencia en Aduana, Instituciones del Gobierno, Ferias Comerciales, demás áreas de	Crear e identificar oportunidades de negocio
	Apoyar en las actividades de la empresa, la capacitación y formación de los empleados

Comercio Exterior	Manejar todos los casos en donde se necesita asesoría en procesos aduaneros
Instrucción Formal: Título de tercer nivel en Comercio Exterior	Manejar los casos y gestionar los servicios con entidades del gobierno Coordinar citas para reuniones con funcionarios del Estado
Conocimientos Adicionales: Manejo de la Política Comercial del Gobierno, Conocimiento de la Ley y del Reglamento del Código de Producción, Inversiones. Tramites de Regímenes aduaneros, restricciones previas. Clasificación Arancelaria y Valoración Aduanera, Sistema Ecuapass	Asesorar en temas de Contratos de Inversión con el Estado Asesorar en temas de búsqueda de acogerse a beneficios arancelarios y tributarios Asesoría en información y socialización de toda nueva Política Comercial, Resoluciones del gobierno en temas de Comercio Exterior tanto interna como externa
Competencias Técnicas y Conductuales: Liderazgo, Pensamiento Crítico, Pensamiento analítico, Comunicación, Integridad, Calidad humana, Planificación, Orientación a resultados, Toma de decisiones, Trabajo en equipo	

Abogado Aduanero-Tributario

El abogado aduanero será el responsable de brindar los servicios relacionados a los trámites de aduana y tributación. Ayudar a los clientes en caso de problemas legales al momento de desaduanizar mercadería o de realizar los envíos de productos.

Tabla 19. Perfil y funciones del Abogado Aduanero - Tributario

<i>Denominación del Puesto: Abogado Aduanero-Tributario</i>	
<i>Perfil</i>	<i>Funciones</i>
Sexo: Indistinto	Mantenerse actualizado de la política comercial del gobierno, legislación aduanera, tributaria, procesos aduaneros, regulaciones relacionados al comercio exterior
Edad: 25 años en adelante	
Experiencia: 3 años de experiencia en experiencia que lo especialice en el campo del comercio exterior y tributación	Manejo de Reclamos Aduaneros
	Manejo de Recursos, Impugnaciones y controversias en materia Aduanera
	Constitución de Depósitos Comerciales

Instrucción Formal: Título de Abogado de la República del Ecuador	Manejo de procesos jurídicos aduaneros
	Manejo de Facilidades de pago de tributos Aduaneros en liquidaciones de importación
Conocimientos Adicionales: Conocimiento legal, manejo de recursos legales, conocimiento de las leyes y regulaciones del Estado, conocimiento sobre el Servicio de Rentas Internas	Asesoría al cliente en temas jurídicos aduaneros y tributarios de comercio exterior
	Identificar oportunidades de negocio
	Manejar la parte legal administrativa de la empresa, permisos, constitución, licencias.
Competencias Técnicas y Conductuales: Liderazgo, Pensamiento Crítico, Expresión oral, Juicio, Dirección, Integridad, Calidad humana, Planificación, Trabajo en equipo	Capacitación interna y externa
	Apoyar las actividades de la gerencia general

Jefe Comercial-Técnico

El Jefe Comercial-técnico es el encargado de coordinar y controlar las actividades de los asesores, así como, los enlaces o alianzas necesarias para ofertar el servicio propuesto, participación en ferias empresariales, actividades en conjunto con organismos gubernamentales, etc. Tendrá como funciones: coordinar a los asesores, coordinar horarios y permisos, garantizar la calidad de los procesos propuestos para los clientes, entre otros.

Tabla 20. Perfil y funciones del Jefe Comercial – Técnico

Denominación del Puesto: Jefe Comercial-Técnico	
Perfil	Funciones
Sexo: Indistinto	Mantenerse actualizado de la política comercial del gobierno, legislación aduanera, tributaria, procesos aduaneros, regulaciones relacionados al comercio exterior
Edad: 25 años en adelante	
Experiencia: 3 años de experiencia en comercio exterior, legislación aduanera, política comercial	Capacitación interna y externa
	Apoyar las actividades de la gerencia general
	Asesoría cliente
Instrucción Formal: Título de tercer nivel en Comercio Exterior o afines.	Identificar oportunidades de negocio
	Análisis arancelario y de valoración aduanera
Conocimientos Adicionales: Conocimiento de la Ley y del Reglamento del Código de Producción, Inversiones. Tramites de Regímenes aduaneros, restricciones previas. Clasificación Arancelaria y Valoración Aduanera	Elaboración y manejo de consultas de Clasificación Arancelaria
	Asesoría en trámites de requisitos previos de importación
	Identificación de medios para beneficios arancelarios aplicando la legislación actual e incentivo a la producción

Competencias Técnicas y Conductuales: Liderazgo, Pensamiento Crítico, Pensamiento analítico, Comunicación, Integridad, Calidad humana, Planificación, Orientación a resultados, Toma de decisiones, Trabajo en equipo	Gestiones antes entidades del gobierno
	Asesoría en acuerdos comerciales internacionales

Asesor Técnico de Comercio Exterior

Los asesores técnicos de Comercio Exterior son los encargados de realizar todo el proceso operativo vinculado con el cliente, cumpliendo a cabalidad sus requerimientos, despejando sus dudas sobre los procesos necesarios para las importaciones y exportaciones que requiera y siendo un enlace entre las empresas y otras entidades encargadas de puntos clave en el área del comercio exterior como entidades del gobierno, agentes aduaneros, y demás empresas operadoras de comercio exterior.

Tabla 21. Perfil y funciones del Asesor Técnico de Comercio Exterior

<i>Denominación del Puesto: Asesor Técnico de Comercio Exterior</i>	
<i>Perfil</i>	<i>Funciones</i>
Sexo: Indistinto	Mantenerse actualizado de la política comercial del gobierno, legislación aduanera, tributaria, procesos aduaneros, regulaciones relacionados al comercio exterior
Edad: 23 años en adelante	
Experiencia: 3 años de experiencia en comercio exterior, manejo de documentación aduanera, legislación aduanera, Sistema Ecuapass	Análisis de valoración aduanera y asesoría en preparación y cumplimiento de documentación de soportes
	Elaboración de documentos, Licencias, Certificados, Permisos previos antes las entidades del gobierno de los requisitos para poder importar
	Manejo de Reglas y obtención de documentación de origen
Instrucción Formal: Egresado o con Título de tercer nivel en comercio exterior	Realizar los trámites para consultas de liberación de IVA
	Manejar los procesos de devolución de IVA en exportaciones
Conocimientos Adicionales: Conocimiento de la Ley y del Reglamento del Código de Producción, Inversiones. Tramites de Regímenes aduaneros, restricciones previas. Clasificación Arancelaria y Valoración Aduanera, Sistema Ecuapass	Apoyar a todos los departamentos en los objetivos y funciones de la empresa
	Asesorar al cliente en todos los temas y documentación de Comercio Exterior

Competencias Técnicas y Conductuales: Liderazgo, Pensamiento analítico, Integridad, Calidad humana, Planificación, Responsabilidad, Proactivo, Trabajo en equipo, Tolerancia a la presión, Dinamismo, Planificación y Organización	

Asistente Administrativa

La Asistente Administrativa es la responsable de manejar toda la parte administrativa, financiera, de RRHH, cobranzas y pago a proveedores, de igual forma se interrelacionará con las empresas que nos brindan el servicio tercerizado.

Tabla 22. Perfil y funciones de la Asistente Administrativa

<i>Denominación del Puesto: Asistente Administrativa</i>	
<i>Perfil</i>	<i>Funciones</i>
Sexo: Femenino	Manejo de toda la parte administrativa de la empresa
Edad: 25 años en adelante	Manejo de la documentación financiera, bancos, conciliaciones, cobranzas, pagos a proveedores.
Experiencia: 3 años de administración de empresas, manejo de finanzas, personal, contabilidad	Manejo y relación con los servicios tercerizados de la empresa que son: contabilidad, sistemas, limpieza
	Manejo de control, contratación y pago de los servicios básicos de la empresa: telefonía, internet, agua, luz.
	Mantenimiento y revisión del sistema de la página web de la empresa y la redirección de consultas.
Instrucción Formal: Egresado o con Título de tercer nivel en carreras administrativas	Realizar los trámites para consultas de liberación de IVA
	Manejar los procesos de devolución de IVA en exportaciones
Conocimientos Adicionales: Conocimiento de utilitarios office, RRHH, Contables, Financieros.	Apoyar a todos los departamentos en los objetivos y funciones de la empresa
	Soporte a la Gerencia General y Departamento Legal
Competencias Técnicas y Conductuales: Liderazgo, Integridad, Calidad humana, Planificación, Responsabilidad, Proactivo, Trabajo en equipo, Dinamismo, Planificación y Organización	

4.4 Plan de mercadeo

4.4.1 Objetivos

- Resaltar las ventajas de contar con un asesor técnico en aduana y comercio exterior; jurídico y tributario de comercio exterior, esto mediante la difusión de los servicios de la empresa.
- Posicionarse como la primera asesora técnica en aduana y comercio exterior; y jurídica de comercio exterior en el Ecuador.
- Conformar un equipo de asesores técnicos, aduaneros y jurídicos que permitan establecer una forma de negocio en el país.

4.4.2 Descripción del servicio

El servicio a ofrecer por parte de la empresa se basa en las necesidades que tienen los importadores y exportadores en los momentos de negociación tanto con el estado y vendedor o comprador, así como trámites previos y posteriores al proceso de Importación-Exportación, por lo que quedaría establecido en una “Asesoría técnica-aduanera, jurídica y tributaria en comercio exterior”, la cual contará con soporte en los trámites y entidades que se presentan a continuación:

Tabla 23. Descripción del Servicio

Descripción del servicio	
Tramites en General	Tramites en las Sigüientes Entidades
Clasificación arancelaria	ADUANA
Valoración aduanera	MAGAP
Tramites de documentación previa–aduanera	MIPRO
Excepciones tributarias	INEN
Asesoría en Contratos de Inversión, Solicitud de Diferimiento Arancelario	MTOP
Reclamos, Recursos, Impugnaciones, Procesos en temas aduaneros	ARCOTEL
Contratos de Inversión con el Estado	SERCOP
Diferimientos Arancelarios	CONSEP
Acuerdos Comerciales Internacionales	PROECUADOR

Capacitaciones
Facilidades de pagos de tributos en Aduana
Reclamos de pagos indebidos de impuestos
Tramites en el SRI con liberación de IVA a las importaciones-exportaciones
Constitución de Depósitos Industriales y Comerciales
Análisis de beneficios en devolución de tributos en exportaciones

AGROCALIDAD
MCPEC
CAMARAS DE COMERCIO
FEDEXPOR

Para la presente propuesta se ofrecerán tres tipos de servicios para los clientes potenciales, los cuales serán: Comercio Exterior, Legal y Tributario, para diversificar la gama de ofertas a las empresas interesadas.

Tabla 24. Tipos de servicios ofrecidos

COMERCIO EXTERIOR
· Servicio de boletines informativos oportuno con su respectivo análisis enfocado a la operación de su empresa de todos los Registros Oficiales, Resoluciones del Comité Ejecutivo de Comercio Exterior COMEX, Boletines y Oficios del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador SENAE, Organismos Internacionales como: OMC, Comunidad Andina, otros organismos, Publicaciones en Prensa.
· Análisis merciológico de un producto y su clasificación arancelaria
· Consultas de clasificación arancelaria ante la Aduana para definición de subpartidas arancelarias de un producto.
· Asesoría en Normas de Valoración de la OMC
· Asesoría en documentación previa y requisitos para importar y exportar.
· Asesoría en cumplimiento de Normas de Calidad, sanitarias, agrícolas, pesca, etc.
· Asesoría en la selección de empresas de transporte, aseguradora, Agente de Aduana.
· Optimización de costos de importación.
· Identificación y aplicación de Códigos liberatorios.
· Manejo de acuerdos comerciales internacionales.
· Capacitaciones y Coaching personalizado en temas de Comercio Exterior
· Capacitaciones en grupos.
LEGAL-TRIBUTARIO
· Reclamos administrativos de pago indebido
· Manejo de casos ante procesos aduaneros legales sobre valoración aduanera, clasificación arancelaria
· Reclamos, Recursos, Impugnaciones y Controversias en Materia aduanera.
· Análisis de liberaciones de IVA en productos importados
· Proceso de devolución de IVA en productos exportados

· Manejo de aplicación de valores del ISD pagado en importaciones
· Justificación de los valores que salen al exterior por concepto de pagos, operaciones en procesos de importar

ADUANERO
· Asesoría en Contratos de Inversión con el Ministerio de Coordinación de Producción Empleo y Competitividad MCPEC
· Asesoría en Temas de Solicitud de diferimiento arancelaria y exoneración de tasa de salvaguardia
· Asesoría en Procesos de Aduana
· Asesoría y gestión de procesos con entidades del estado

La empresa contará con tres consultores asociados que serán socios estratégicos en la empresa: Experto en Comercio Exterior, Abogado experto en materia aduanera, tributación y civil, Experto en Aduanas y entes gubernamentales. Además, un Asesor Técnico en Comercio Exterior para el desarrollo de la parte operativa del negocio, y una Asistente administrativa para manejo de la empresa y soporte todas las áreas de la empresa.

4.4.2.1 Detalle de los honorarios de los servicios a ofrecer

Tabla 25. Honorarios estimados según los servicios ofrecidos

SERVICIO	HONORARIO	CONDICIONES	INCLUYE
Boletín informativo comprende email diario personalizado a las personas que ud designe dentro de su empresa, la misma que también podrá ser descargada y visualizada en la página web de nuestra empresa.	USD600		Notificación directa al email inmediatamente que la información es de carácter pública Acceso con clave a la página de la empresa para visualización y descarga de los documentos Atención telefónica y por email ilimitada de los temas comprendidos en los boletines informativos Visita coordinada una vez por mes para análisis in office de la información en los Boletines informativos

Análisis Merciológico producto	USD50-USD150	De acuerdo a la complejidad del producto	Informe Técnico con el análisis del Producto y la Clasificación arancelaria basado en las Reglas Generales de Interpretación del Sistema Armonizado de Aduanas de la Organización Mundial de Aduanas.
Análisis de Clasificación arancelaria de una Planta de Producción o una Unidad Funcional de varias máquinas	USD100–USD800	De acuerdo a la complejidad del producto	Informe Técnico con el análisis de la Planta y la Clasificación arancelaria basado en las Reglas Generales de Interpretación del Sistema Armonizado de Aduanas de la Organización Mundial de aduanas.
Consulta de Clasificación Arancelaria a la SENA de un producto	USD300-USD500	De acuerdo a la complejidad del producto	Escrito con el Informe Técnico, revisión de los requisitos exigidos por ley para que sea aceptada ante Aduana, Patrocinio Legal, Reuniones con Funcionarios de Aduana para explicación al detalle del producto, seguimiento de la respuesta hasta su absolución.
Asesoría en preparación de soportes para cumplir con las Normas de Valoración de la OMC	USD1000-USD3000	De acuerdo a la complejidad del producto	Reuniones con personal de la Planta para revisión de todas las funciones de la planta, así como asesoramiento para cumplimiento de todos los requisitos para este tipo de consultas ante Aduana, Escrito con el Informe Técnico, Patrocinio Legal, Reuniones con Funcionarios de Aduana para explicación al detalle del producto, seguimiento de la respuesta hasta su absolución.
Asesoría en preparación de soportes para cumplir con las Normas de Valoración de la OMC	USD150		Revisión de la documentación para cumplir con los requisitos de la Duda Razonable

Asesoría Jurídica	USD300 – USD1000		Manejo de reclamos administrativos de pago indebido; Manejo de Controversias en materia aduanera;
Asesoría Tributaria	USD200 – USD1000		Solicitud de acogimiento de tarifa cero de IVA, Devolución de IVA en Exportaciones
Asesoría Aduanera	USD200- USD2000		Contratos de Inversión; Solicitud de diferimiento arancelario; Gestión con entidades del estado
Capacitación in office	USD70- USD100 x hora	USD70 en el caso que sea de 5 a 8 horas USD100 en el caso que sea de 1 a 4 horas	Material por medio electrónico Clase magistral Análisis de Casos Preguntas de la materia

- El resto de Servicios de Comercio Exterior, especialmente en los casos legales, casos tributarios, contratos de inversión, solicitud de diferimiento arancelario, se cotizarán analizando cada caso.

4.4.3 Imagen corporativa



Figura 23. Logo propuesto

El logo presentado para generar presencia de marca a la empresa “SICOEX” se compone de dos partes principales, las cuales presentan y detallan a continuación:

- **Icono:** Se ha utilizado un círculo, el cual representa al mundo, el mismo que es atravesado por franjas de colores azul y cian, estas salen de la circunferencia, teniendo como objeto el de connotar que gracias a la empresa los productos pueden salir y llegar a su destino.

Debido a que la empresa se volvería en una “facilitadora” para los importadores y exportadores, la imagen de marca debe ser sobria, es en esto que se sustenta la utilización de los colores; además de ágil. Es aquí donde cobran importancia las franjas con las que cuenta.

- **Tipografía:** La tipografía cuenta con los mismos colores del ícono, esto para no crear una disonancia, sino que se evidencie una continuidad, lo que connota en la mente de los potenciales clientes, una estabilidad y constancia por parte de la empresa.

4.4.4 Estrategias

4.4.4.1 Producto

El servicio de “SICOEX” se ofrecerá a elección del cliente mediante servicios individuales o paquetes, los cuales contarán con determinadas actividades y periodos de tiempo, siempre buscando promover la adquisición del “servicio completo”, resaltando las bondades de contar con una asesoría permanente. A continuación, se presenta cada uno de estos:

Tabla 26. Estrategia de Paquete de Servicios 1

PAQUETE 1 “COMPLETO”
Precio: \$250 mensuales (duración 1 año)
Asesoría permanente
Boletines de resoluciones del COMEX
Boletines de resoluciones de la SENA E
Atención telefónica
Consultas vías e-mail
3 Reuniones por mes

Tabla 27. Estrategia de Paquete de Servicios 2

PAQUETE 2 “STANDARD”
Precio: \$200 mensuales (duración 1 año)
Asesoría parcial
Boletines de resoluciones del COMEX
Boletines de resoluciones de la SENA E
Consultas vías e-mail
2 Reuniones por mes

Tabla 28. Estrategia de Paquete de Servicios 3

PAQUETE 3 “ECONÓMICO”
Precio: \$150 mensuales (duración 1 año)
Asesoría parcial
Boletines de resoluciones del COMEX
Boletines de resoluciones de la SENA E
Consultas vías e-mail
1 Reunión por mes

Como puede observarse, el objetivo es promover la adquisición del paquete completo, ya que se engloban todos los servicios que se podrían brindar, otorgando al cliente una cobertura total, la cual beneficiaría la eficiencia de sus negocios.

4.4.4.2 Plaza

La plaza en la cual el servicio de “SICOEX” será llevado hasta sus clientes, será directa, ya que no se requieren intermediarios para poder cumplir con el contacto y el desarrollo del mismo.



Figura 24. Distribución de los servicios

4.4.4.3 Promoción

Con el fin de introducirnos en el mercado del Comercio Exterior y de que los importadores y exportadores conozcan nuestro servicio, profesionalismo, y conocimiento en esta área se planea ofrecer a los clientes potenciales el servicio gratuito de Boletín Informativo por un periodo de 1 mes, luego de esto se les realiza una visita para potenciarnos como proveedores del resto de servicios que disponemos en nuestro portafolio de negocio.

También la promoción de la marca a constituir se dará mediante nuestra página web y la elaboración de su línea de papelería, la cual estará destinada a todas las comunicaciones que se tenga con los clientes; a continuación, se presenta cada una de estas piezas gráficas:

- **Hoja membretada:** la cual servirá para colocar toda la información requerida por el cliente.

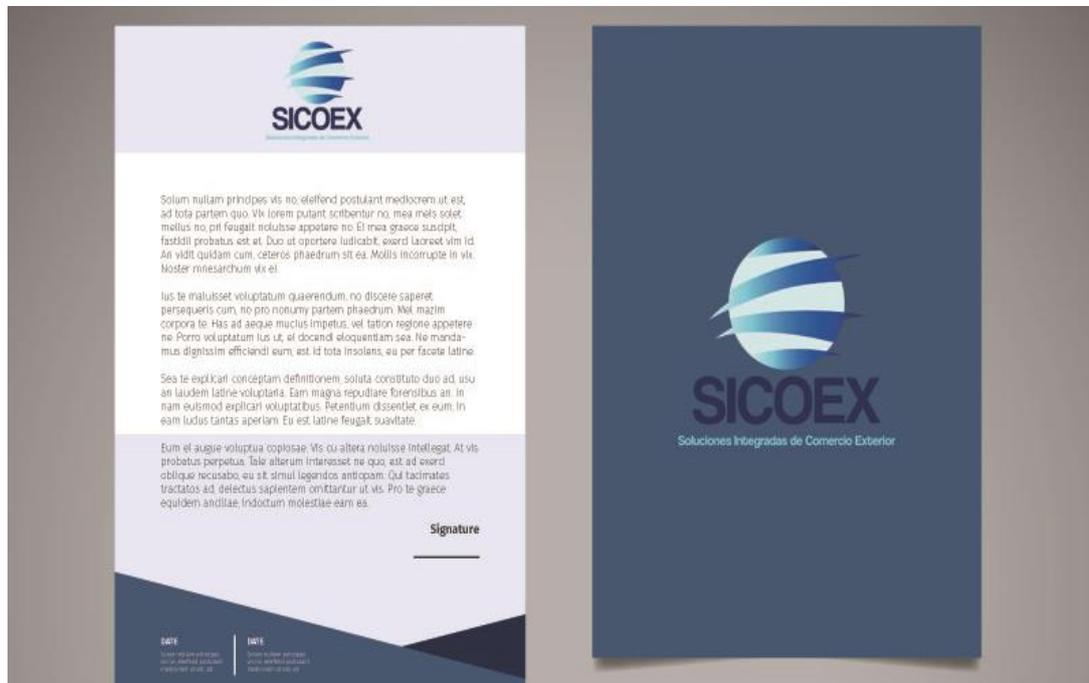


Figura 25. Hoja membretada reverso y anverso

- **Sobre:** Contendrá los documentos que cuenten o no con el logo de la empresa, por lo que este deberá llevar la imagen de la misma.



Figura 26. Sobre institucional reverso y anverso

- **Tarjeta de presentación:** Servirá para que toda persona que forme parte de la empresa pueda lograr un contacto con los clientes potenciales.



Figura 27. Tarjeta de presentación reverso y anverso

- **Folleto informativo:** Tendrá como función la de brindar toda la información necesaria a los potenciales clientes, para que así noten las ventajas de contratar los servicios de “SICOEX”.



Figura 28. Folleto Informativo

- **Página web:** Tendrá toda la información referente a la empresa, contando con una actualización constante de toda la información de boletín informativo previamente comunicada por email.



Figura 29. Interfaz de página web

4.5 Plan Operativo

4.5.1 Micro localización del proyecto

Para la selección del lugar donde se llevará a cabo la instalación de la empresa se evaluaron 4 posibles lugares que, debido a prestigio como centros empresariales, pueden contribuir a la imagen corporativa de la entidad, además que, se evaluarán características como: tamaño, precio, ubicación estratégica y beneficios.

Tabla 29. Localizaciones tentativas de la empresa

Sector UBICACIÓN	M2	VALOR	INCLUYE	EXCLUYE
Norte Edf. Trade Building	40	500	<ul style="list-style-type: none">• Aire acondicionado• Parqueadero visitantes• Sala de conferencia• Control de accesos• Video vigilancia• Sistema de alarma de seguridad• Cisterna• Generador eléctrico	No incluye alícuota
Norte Torres del Mall del Sol	60	600	Oficinas completamente amobladas y equipadas con tecnología de primera, sala de video conferencia, listas para usar bajo los términos que más le convengan., incluyen servicios básicos,	
Centro – Torres de la Merced	55	350	2 ambientes un baño recepción divisiones interiores. PISO 4 OFICINA #8	
Centro – Edf. Amazonas Víctor Manuel Rendón	66	750	cuenta con 1 Baño y Central de Aire tiene 3 ascensores <ul style="list-style-type: none">• Aire acondicionado• Guardianía/Seguridad privada• Control de accesos• Video vigilancia• Sistema de alarma de seguridad• Generador eléctrico• Cortinas/Persianas	

Una vez analizados los 4 lugares propuesto, se procede a realizar una matriz de localización donde se condensará la información presentada.

Tabla 30. Matriz para la selección de la localización final

Propuestas	Ubicación	Precio	Tamaño	Parqueadero	Sala de conferencias	Internet	Seguridad
#1	X	X		X	X		X
#2	X			X	X	X	X
#3	X	X					
#4	X		X				

De acuerdo a la evaluación de los principales factores que inciden en la elección del lugar donde se establecerá la empresa, se selecciona a las oficinas de las Torres del Mall del Sol, alquiladas por medio de la empresa REGUS.

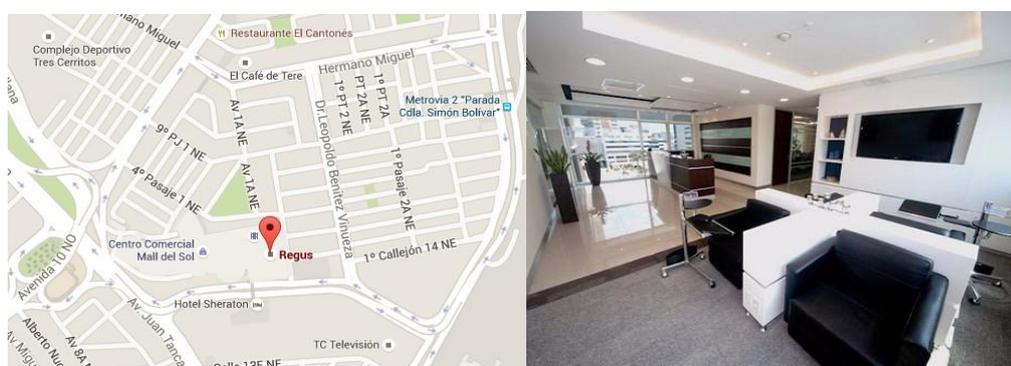


Figura 30. Micro localización de la empresa

4.5.1.1 Proceso para la entrega del servicio

El proceso de servicio se fundamenta en la firma del contrato con el cliente y la prestación del servicio solicitado, según sea el caso, evidentemente todo esto comienza con una entrevista previa con el cliente para evaluar su situación. A continuación, se describen los principales procesos:

- Coordinar la cita entre la empresa y el asesor.
- Se evaluarán los datos proporcionados por el cliente, tales como, razón social, mercadería que desee importar o exportar, presupuesto de la compra o venta, detalles de la empresa extranjera con la cual se realiza la transacción comercial en caso de tenerla, etc.
- Se realizará una propuesta sobre los métodos más convenientes para realizar la transacción, en caso de que el cliente no acepte la propuesta, se

realizará un nuevo análisis con datos más puntuales que contribuyan a la elaboración de una mejor propuesta.

- En caso de que, la propuesta sea aceptada, se realizará el análisis de la situación actual de la entidad.
- Firma del contrato de asesoría entre el cliente y la empresa
- Luego se presentará la estructura y cronograma de las citas de consultoría.
- Se realizarán las citas establecidas.
- Finalmente, se presentará un informe final con los resultados obtenidos.

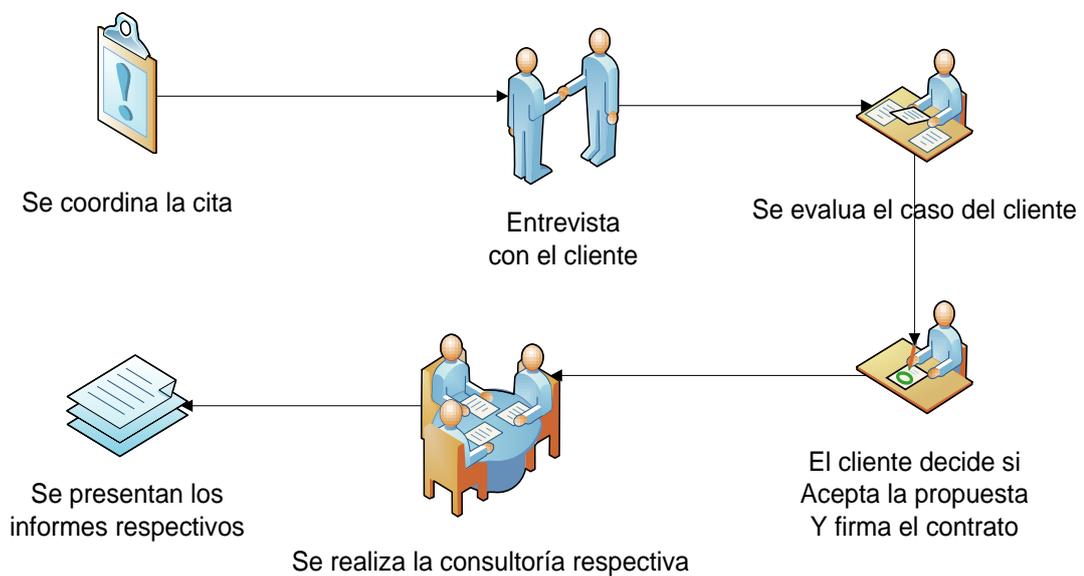


Figura 31. Flujograma de servicios

4.6 Plan Financiero

4.6.1 Inversión inicial del proyecto

La inversión inicial del presente proyecto asciende a \$ 21,156.08, la misma que está fundamentada en 3 importantes rubros: inversión para activos fijos, inversión diferida para gastos de constitución e instalación y finalmente, para inversión corriente, la cual está conformada por el capital de trabajo correspondiente al presupuesto del primer mes de operaciones del negocio. A continuación, se presenta un detalle de estos rubros:

Tabla 31. Inversión inicial del proyecto

DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL	% PART.
INVERSIÓN FIJA		\$ 7.437,00	35,15%
Muebles y enseres	\$ 1.355,00		6,40%
Equipos de oficina	\$ 2.375,00		11,23%
Equipos de computación	\$ 3.707,00		17,52%
Vehículos	\$ -		14,18%
INVERSIÓN DIFERIDA		\$ 3.000,00	14,18%
Gastos Legales de Constitución	\$ 2.050,00		9,69%
Gastos de Instalación y Adecuación	\$ 950,00		4,49%
INVERSIÓN CORRIENTE		\$ 10.719,08	50,67%
Capital de Trabajo	\$ 10.719,08		50,67%
TOTAL DE INVERSIÓN		\$ 21.156,08	100,00%

4.6.2 Financiamiento del proyecto

Para el financiamiento del proyecto se ha hecho un escenario en donde una parte de la inversión sería cubierta por fondos propios (\$ 10,000) entre los 3 socios; mientras que el saldo (\$ 11,156.08) sería financiada por un préstamo otorgado por el Banco del Pichincha, a un plazo de 3 años y una tasa de interés anual del 16.50%. Dando una cuota estimada de \$ 394.97, tal como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 32. Condiciones de financiamiento

INSTITUCION FINANCIERA:	BANCO PICHINCHA
MONTO:	\$ 11.156,08
TASA:	16,50%
PLAZO:	3
FRECUENCIA PAGO:	12
CUOTA MENSUAL:	\$ 394,97

Si se realiza la tabla de amortización, se puede notar que en el plazo de 3 años la empresa terminaría pagando un total de \$ 14,219.07, lo que significa un interés de \$ 3,062.99 dentro de ese lapso.

Tabla 33. Resumen de la tabla de amortización por años

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO
1	\$ 3.128,53	\$ 1.611,16	\$ 4.739,69
2	\$ 3.685,63	\$ 1.054,06	\$ 4.739,69
3	\$ 4.341,92	\$ 397,77	\$ 4.739,69
36	\$ 11.156,08	\$ 3.062,99	\$ 14.219,07

4.6.3 Presupuestos de operación

Los presupuestos de operación están determinados por la actividad que concierne la empresa. De esta forma, considerando que los servicios prestados dependerán de las necesidades de los clientes, se ha hecho un escenario de ventas estimando el número de casos promedio que se realizarían por mes y de igual manera, se ha fijado un precio referencial según los honorarios que se cobran en el medio, por este tipo de servicios.

En lo que concierne al presupuesto de gastos de administración y ventas, se hizo una estimación de los rubros que con mayor frecuencia se utilizarían dentro de la oficina. A continuación, se presenta un detalle de estos valores:

Tabla 34. Presupuesto de ventas del proyecto

	CASOS MES	CASOS POR AÑO	PRECIO (PROMEDIO)	Año 1
VENTAS				
Boletín informativo	20,00	240,00	\$ 50,00	\$ 12.000,00
Análisis merciológico	5,00	60,00	\$ 50,00	\$ 3.000,00
Análisis de clasificación arancelaria	5,00	60,00	\$ 100,00	\$ 6.000,00
Consulta de clasificación arancelaria	4,00	48,00	\$ 300,00	\$ 14.400,00
Asesoría en preparación de soportes Valoración OMC	5,00	60,00	\$ 150,00	\$ 9.000,00
Asesoría de clasificación arancelaria en unidades funcionales	1,00	12,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
Asesoría jurídica	3,00	36,00	\$ 300,00	\$ 10.800,00
Asesoría tributaria	3,00	36,00	\$ 300,00	\$ 10.800,00
Asesoría en documentación previa	5,00	60,00	\$ 150,00	\$ 9.000,00
Asesoría aduanera	2,00	24,00	\$ 800,00	\$ 19.200,00
Capacitación Office	30,00	360,00	\$ 70,00	\$ 25.200,00
SUBTOTAL	83,00	996,00	3.770,00	137.400,00

Tabla 35. Presupuesto de gastos de administración

	MENSUAL	Año 1
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
Consultor externo en temas aduaneros	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Sueldos y beneficios personal administrativo	\$ 7.039,08	\$ 84.468,98
Gastos por software	\$ 25,00	\$ 300,00
Arriendo del local	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Telefono + Internet CNT+celular	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Suministros de Oficina	\$ 30,00	\$ 360,00
Materiales de limpieza	\$ 20,00	\$ 240,00
SUBTOTAL	\$ 8.814,08	\$ 105.768,98

Tabla 36. Presupuesto de gastos de ventas

	MENSUAL	Año 1
<u>GASTOS DE VENTAS</u>		
Comisiones a consultores	\$ 1,145.00	\$ 13,740.00
Participación en ferias	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Publicaciones en Periódicos y revistas	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Suscripciones a páginas web	\$ 30.00	\$ 360.00
Merchandising	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Folletería	\$ 30.00	\$ 360.00
SUBTOTAL	\$ 1,905.00	\$ 22,860.00

4.6.4 Proyección de Estado de Resultados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	\$ 137.400,00	\$ 144.473,35	\$ 151.910,83	\$ 159.731,19	\$ 167.954,14
Utilidad Bruta	\$ 137.400,00	\$ 144.473,35	\$ 151.910,83	\$ 159.731,19	\$ 167.954,14
Gastos de Operación					
Gastos Administrativos	\$ 105.768,98	\$ 110.923,64	\$ 116.332,68	\$ 122.008,77	\$ 127.965,23
Gastos de Venta	\$ 22.860,00	\$ 23.912,53	\$ 25.014,53	\$ 26.168,39	\$ 27.376,57
Depreciaciones	\$ 1.608,67	\$ 1.608,67	\$ 1.608,67	\$ 373,00	\$ 373,00
Amortizaciones	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Total Gastos de Operación	\$ 130.837,64	\$ 137.044,84	\$ 143.555,88	\$ 149.150,15	\$ 156.314,80
Utilidad Operacional	\$ 6.562,36	\$ 7.428,51	\$ 8.354,95	\$ 10.581,03	\$ 11.639,34
Gastos Financieros	\$ 1.611,16	\$ 1.054,06	\$ 397,77	\$ -	\$ -
Utilidad Antes de Participación	\$ 4.951,20	\$ 6.374,45	\$ 7.957,18	\$ 10.581,03	\$ 11.639,34
Participación de Trabajadores (15%)	\$ 742,68	\$ 956,17	\$ 1.193,58	\$ 1.587,16	\$ 1.745,90
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 4.208,52	\$ 5.418,28	\$ 6.763,60	\$ 8.993,88	\$ 9.893,44
Impuesto a la Renta (22%)	\$ 925,87	\$ 1.192,02	\$ 1.487,99	\$ 1.978,65	\$ 2.176,56
Utilidad Neta	\$ 3.282,65	\$ 4.226,26	\$ 5.275,61	\$ 7.015,23	\$ 7.716,88

4.6.5 Proyección de Balance General inicial

ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja/Bancos	\$ 10.719,08	\$ 14.750,41	\$ 17.979,35	\$ 21.655,08	\$ 30.527,55	\$ 39.574,08
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 10.719,08	\$ 14.750,41	\$ 17.979,35	\$ 21.655,08	\$ 30.527,55	\$ 39.574,08
ACTIVOS FIJOS						
Muebles y enseres	\$ 1.355,00	\$ 1.355,00	\$ 1.355,00	\$ 1.355,00	\$ 1.355,00	\$ 1.355,00
Equipos de oficina	\$ 2.375,00	\$ 2.375,00	\$ 2.375,00	\$ 2.375,00	\$ 2.375,00	\$ 2.375,00
Equipos de computación	\$ 3.707,00	\$ 3.707,00	\$ 3.707,00	\$ 3.707,00	\$ 3.707,00	\$ 3.707,00
Vehículos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Depreciación Acumulada	\$ -	\$ (1.608,67)	\$ (3.217,33)	\$ (4.826,00)	\$ (5.199,00)	\$ (5.572,00)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 7.437,00	\$ 5.828,33	\$ 4.219,67	\$ 2.611,00	\$ 2.238,00	\$ 1.865,00
ACTIVOS DIFERIDOS						
GASTOS DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA	\$ 2.050,00	\$ 2.050,00	\$ 2.050,00	\$ 2.050,00	\$ 2.050,00	\$ 2.050,00
GASTOS DE INSTALACIÓN Y ADECUACIÓN	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00
(-) Amortización Acumulada	\$ -	\$ (600,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.800,00)	\$ (2.400,00)	\$ (3.000,00)
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 3.000,00	\$ 2.400,00	\$ 1.800,00	\$ 1.200,00	\$ 600,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 21.156,08	\$ 22.978,75	\$ 23.999,01	\$ 25.466,08	\$ 33.365,55	\$ 41.439,08
PASIVOS						
Pasivos Corto Plazo	\$ 3.128,53	\$ 3.685,63	\$ 4.341,92	\$ -	\$ -	\$ -
Impuesto a la renta por pagar	\$ -	\$ 925,87	\$ 1.192,02	\$ 1.487,99	\$ 1.978,65	\$ 2.176,56
Participación de trabajadores por pagar	\$ -	\$ 742,68	\$ 956,17	\$ 1.193,58	\$ 1.587,16	\$ 1.745,90
Pasivos a Largo Plazo	\$ 8.027,55	\$ 4.341,92	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE PASIVOS	\$ 11.156,08	\$ 9.696,10	\$ 6.490,11	\$ 2.681,57	\$ 3.565,81	\$ 3.922,46
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 3.282,65	\$ 4.226,26	\$ 5.275,61	\$ 7.015,23	\$ 7.716,88
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 3.282,65	\$ 7.508,90	\$ 12.784,51	\$ 19.799,74
TOTAL PATRIMONIO	\$ 10.000,00	\$ 13.282,65	\$ 17.508,90	\$ 22.784,51	\$ 29.799,74	\$ 37.516,62
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 21.156,08	\$ 22.978,75	\$ 23.999,01	\$ 25.466,08	\$ 33.365,55	\$ 41.439,08

4.6.6 Proyección de Flujo de Caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Ingresos Operativos:</u>						
Ventas Netas		\$ 137.400,00	\$ 144.473,35	\$ 151.910,83	\$ 159.731,19	\$ 167.954,14
<u>Egresos Operativos:</u>						
Gastos Administrativos		\$ 105.768,98	\$ 110.923,64	\$ 116.332,68	\$ 122.008,77	\$ 127.965,23
Gastos de Venta		\$ 22.860,00	\$ 23.912,53	\$ 25.014,53	\$ 26.168,39	\$ 27.376,57
Participación de Trabajadores		\$ -	\$ 742,68	\$ 956,17	\$ 1.193,58	\$ 1.587,16
Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 925,87	\$ 1.192,02	\$ 1.487,99	\$ 1.978,65
Subtotal		\$ 128.628,98	\$ 136.504,72	\$ 143.495,40	\$ 150.858,72	\$ 158.907,61
Flujo Operativo		\$ 8.771,02	\$ 7.968,62	\$ 8.415,43	\$ 8.872,46	\$ 9.046,53
<u>Ingresos No Operativos:</u>						
Inversión Fija	\$ (7.437,00)					
Inversión Diferida	\$ (3.000,00)					
Inversión Corriente	\$ (10.719,08)					
<u>Egresos No Operativos:</u>						
Pago de Capital del Préstamo		\$ (3.128,53)	\$ (3.685,63)	\$ (4.341,92)	\$ -	\$ -
Pago de Intereses del Préstamo		\$ (1.611,16)	\$ (1.054,06)	\$ (397,77)	\$ -	\$ -
Flujo Neto Generado	\$ (21.156,08)	\$ 4.031,33	\$ 3.228,93	\$ 3.675,74	\$ 8.872,46	\$ 9.046,53
Saldo Inicial de Caja	\$ 10.719,08	\$ 10.719,08	\$ 14.750,41	\$ 17.979,35	\$ 21.655,08	\$ 30.527,55
Saldo Final de Caja	\$ 10.719,08	\$ 14.750,41	\$ 17.979,35	\$ 21.655,08	\$ 30.527,55	\$ 39.574,08

4.6.7 Análisis de los estados financieros

Si se analiza el Estado de Resultados, se establece que las ventas del negocio fluctuarían entre \$ 137,400.00 y \$ 167,954.14 para los primeros cinco años de operaciones, considerando una tasa de crecimiento del 5.15% que ha sido el incremento salarial promedio entre 2013 y 2016 (Ver apéndice 4), puesto que al ser un servicio de asesoría los costos del negocio se determinan básicamente en función de los honorarios profesionales que se cobrarán a los clientes y posteriormente, se pagarán al personal de la empresa.

Al no haber un costo de venta, la mayor parte de los rubros representarían un gasto de operación, fundamentados en aspectos administrativos, de ventas, depreciaciones y amortizaciones de activos, dando como resultado \$ 130,837.64 para el año 1 y \$ 156,314.80 para el año 5. En esta parte, los gastos se han incrementado en 3.79% anual, considerando el índice de inflación entre 2014 – 2016, según datos del Banco Central del Ecuador (Ver apéndice 5).

De esta manera, la diferencia entre las ventas y gastos dejaría una utilidad operacional que fluctuaría entre \$ 6,562.36 y \$ 11,639.34 para los primeros cinco años, que posteriormente, al restar los gastos financieros (intereses del préstamo), participación de trabajadores (15%) y el impuesto a la renta (22%) se obtendría una utilidad neta de \$ 5,503 en promedio anual.

Por otra parte, en lo que respecta al balance general se pueden destacar los siguientes puntos: la liquidez del negocio mejoraría en los próximos años puesto que al iniciar con un capital de trabajo de \$ 10,719.08 se estaría generando un crecimiento de la cuenta caja/bancos de aproximadamente, \$ 29,574.08 adicionales. Mientras que los activos fijos se van depreciando hasta tener un valor en libros de \$ 1,865.00, cifra que en sí no perjudica tanto considerando que la mayor parte de los activos serían arrendados con la oficina.

Finalmente, en lo que respecta a los pasivos de la empresa, se mantienen en un nivel decreciente, puesto que la deuda sería pagada en el lapso de 3 años, pero posteriormente, las únicas cuentas por pagar serían los impuestos y utilidades a trabajadores, que en promedio representan \$ 3,500 anuales. De esta forma, si se analiza la cuenta patrimonio se aprecia un crecimiento de hasta \$ 37,516.62 como resultado de las utilidades generadas al final del ejercicio contable y las utilidades retenidas, ya que se está asumiendo el escenario en donde no se han repartido las utilidades entre los socios del proyecto, para poder recuperar la inversión inicial.

4.6.8 Análisis de la rentabilidad del inversionista

Para establecer la rentabilidad del inversionista, se analizará la aportación de los fondos propios (\$ 10,000.00) y lo flujos netos de caja, los cuales determinan que la inversión se estaría recuperando a partir del tercer año de funcionamiento, puesto que desde ahí ya se aprecia un Payback positivo. Sin embargo, para establecer los porcentajes de rentabilidad se hará el cálculo de la tasa de descuento del inversionista.

Tabla 37. Flujos netos de Caja y Payback del inversionista

DESCRIPCION	FLUJOS NETOS	PAYBACK
AÑO 0	-\$10.000,00	-\$10.000,00
AÑO 1	\$4.031,33	-\$5.968,67
AÑO 2	\$3.228,93	-\$2.739,74
AÑO 3	\$3.675,74	\$936,00
AÑO 4	\$8.872,46	\$9.808,46
AÑO 5	\$9.046,53	\$18.855,00

La tasa de descuento del inversionista fue hallada a través del método del Capital Asset Pricing Model (CAPM), el mismo que utiliza variables como la tasa libre riesgo, el rendimiento del mercado, el coeficiente beta y la tasa de interés pasiva. Todas estas variables se aplican según la fórmula y representan el costo de oportunidad del inversionista, ya que con el paso del tiempo su monto invertido se ve afectado por dichas variables y por consecuencia, su retorno debe estar por encima de su expectativa para considerar la rentabilidad del proyecto.

Tabla 38. Cálculo del Capital Asset Pricing Model

CÁLCULO DEL CAPM	
$Kr = Krf + \beta (Km - Krf) + i$	
Krf (tasa libre de riesgo)=	2,23%
Km (rendimiento de mercado) =	19,32%
β (beta del mercado) =	0,85
Tasa de interés pasiva	5,34%
Kr (tasa esperada de retorno) =	22,09%

Desde el punto de vista del inversionista, el proyecto sería rentable puesto que la tasa interna de retorno (TIR) es 39.29% y es superior a la tasa de descuento (22.09%); esto significa que además de recuperar la inversión (\$ 10,000.00), se obtuvo un rendimiento de 39% adicional, situación que es favorable. En términos monetarios, al calcular el valor actual neto (VAN) se establece que en cinco años el inversionista recibirá \$ 14,815.61, pero al descontar su inversión, el valor neto sería \$ 4,815.61.

Tabla 39. Análisis de la TIR y VAN del inversionista

ANALISIS DE RENTABILIDAD	
TMAR	22,09%
TIR	39,29%
VAN	\$4.815,61

4.6.9 Análisis de la rentabilidad del proyecto

El análisis de rentabilidad del proyecto es similar al cálculo anterior, con la salvedad que en este escenario se considera la inversión total que asciende a \$ 21.156.08 y, además, se utilizan los flujos operativos del proyecto. De esta manera, al analizar la recuperación de la inversión se observa que a partir del tercer año ya hay un Payback positivo, lo que significa que desde ese período el proyecto comienza a ser rentable. Sin embargo, es necesario calcular la tasa de descuento del proyecto para determinar el mínimo porcentaje de rentabilidad.

Tabla 40. Flujos operativos y Payback del proyecto

DESCRIPCION	FLUJOS OPERATIVOS	PAYBACK
AÑO 0	-\$21.156,08	-\$21.156,08
AÑO 1	\$8.771,02	-\$12.385,06
AÑO 2	\$7.968,62	-\$4.416,44
AÑO 3	\$8.872,46	\$4.456,03
AÑO 4	\$8.872,46	\$13.328,49
AÑO 5	\$9.046,53	\$22.375,03

Para hallar la tasa de descuento se utiliza el método del costo capital promedio ponderado, ya que las fuentes de financiamiento del proyecto son mixtas y por ende, cada fuente tiene una tasa de descuento diferente, para los fondos propios se calculó en 22.09%, mientras que el préstamo bancario tiene su propia tasa de interés que es 16.50%; ambas tasas se multiplican por el porcentaje de participación o peso que tienen sobre el total de la inversión y el resultado se suma para obtener 19.14%, que representa la tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR).

Tabla 41. Cálculo del Costo Capital Promedio Ponderado

FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDERACION
Recursos Propios	\$ 10.000,00	47,27%	22,09%	10,442%
Préstamo Bancario	\$ 11.156,08	52,73%	16,50%	8,701%
TMAR				19,14%

Finalmente, el proyecto es rentable porque la TIR hallada es de 29.72%, la misma que supera a la TMAR (19.14%) y el VAN del proyecto sería \$ 5,237.05. Tal como se presenta a continuación:

Tabla 42. Análisis de la TIR y VAN del proyecto

ANALISIS DE RENTABILIDAD	
TMAR	19,14%
TIR	29,72%
VAN	\$5.237,05

Por otra parte, en lo que concierne al punto de equilibrio, se hizo un análisis considerando el precio promedio de los servicios a ofrecer y los casos a resolverse por año, según se vayan presentando durante las actividades del negocio. Tomando en cuenta que, dependiendo del trámite que soliciten los clientes los precios son muy variables, se ha utilizado un promedio para estimar el punto de equilibrio para el primer año de operaciones. A continuación, se presente la fórmula aplicada:

$$PEQ(\text{unidades}) = \frac{\text{Costos Fijos (CF)}}{PV - CVU}$$

- Los costos fijos del negocio están representados por el total anual de gastos de administración y gastos de ventas. En este caso el resultado es \$ 128,628.98.
- El precio de venta estará determinado por el precio promedio de los servicios a ofrecerse, en este caso es \$342.73
- La empresa no tiene costos variables porque no realiza ningún proceso productivo, y evidentemente, genere o no ingresos deberá pagar los gastos de administración y ventas. Por este motivo el cálculo es como sigue:

$$PEQ: \frac{\$ 128,628.98}{\$ 342.73}$$

PEQ: 375 servicios por año, es el punto de equilibrio

- Esto significa que la empresa debe completar al menos 375 servicios al año a un precio promedio de \$ 342.73 para que los ingresos equiparen a los gastos y, por ende, no existan pérdidas en el negocio.

CONCLUSIONES

Acorde a lo investigado en el presente trabajo se puede llegar a las siguientes conclusiones:

1. El comercio exterior en el país ha mostrado un crecimiento constante los últimos cinco años debido a la intervención de las entidades gubernamentales, que, fundamentados en el cambio de la matriz productiva y la protección de la economía local ha generado cambios drásticos a los procesos de importación y exportación del país. Sin embargo, aún falta mucho trabajo por hacer, puesto que con la caída de los precios del barril de petróleo el monto de exportaciones disminuyó frente a las importaciones, haciendo que la balanza comercial presente un déficit superior a \$ 2,092 millones en 2015.
2. Mediante la investigación de campo dirigida a las PYMES de Guayaquil, las empresas buscan estar actualizadas en los procesos que se requieren para las exportaciones e importaciones de diversos productos, pero esta tarea no es prioritaria en el desarrollo de la actividad, por lo que pueden presentar varios problemas, lo que ocasiona pérdida de tiempo, sanciones, etc.
3. Se busca ofertar un servicio de asesoría y consultoría para empresas PYMES sobre los procesos de importación y exportación de manera personalizada, buscando las soluciones optimas en temas tributarios, legales y aduaneros, según cada caso.
4. Se puede considerar el presente proyecto como viable, debido a que, mediante una inversión de 21,156.08 se puede obtener una tasa interna de retorno de 29,72% con un valor actual neto de \$5,237.05

RECOMENDACIONES

Una vez determinadas las conclusiones de la presente investigación se pueden obtener las siguientes recomendaciones:

1. Se recomienda evaluar una alianza con entidades gubernamentales aprovechando los beneficios que buscan otorgar a las empresas PYMES a fin de ser un nexo entre la empresa y los empresarios que busquen un servicio de asesoría.
2. Se recomienda ampliar el estudio de mercado, focalizándolo a otras ciudades del país que ofrezcan una actividad empresarial similar, como son Quito o Cuenca, a fin de expandir el mercado de la empresa.
3. Se recomienda ampliar, mediante inversión, los servicios brindados por la entidad para, no solo brindar asesoría, sino proveer de los medios necesarios para las exportaciones e importaciones, por ejemplo, servicios de logística.
4. Se recomienda invertir a futuro en sistemas de información vinculados con el sistema aduanero que faciliten las transacciones de la entidad y brinde mayor agilidad a los procesos que los clientes soliciten.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Ciudad Alfaro: Reg. Oficial No. 449 del 20 de octubre del 2008.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito, Ecuador: Reg. Oficial N° 351 del 29 de diciembre del 2010.
- Asamblea Nacional. (2010). *Ley Orgánica de Educación Superior*. Quito, Ecuador: Reg. Oficial Suplemento N° 298 del 12 de octubre del 2010.
- Asamblea Nacional. (2011). *Reglamento al Título de Facilitación Aduanera del Código Orgánico de la Producción*. Quito, Ecuador: Registro Oficial N° 452 del 19 de mayo del 2011.
- Asamblea Nacional. (2015). *Ley Orgánica de Incentivos para Asociaciones Público-Privadas y la Inversión Extranjera*. Quito, Ecuador: Reg. Oficial N° 652 del 18 de diciembre del 2015.
- Asociación Latinoamericana de Integración. (2016). *Información acerca del ALADI*. Obtenido de <http://www.aladi.org/sitioAladi/index.html>
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Reporte de estadísticas macroeconómicas - Enero 2015*. Quito: Dirección de Estadística Económica. Recuperado el 21 de enero de 2015
- Banco Central del Ecuador. (5 de Febrero de 2016). *Evolución de las Importaciones, Exportaciones y la Balanza Comercial: enero a diciembre 2015*. Obtenido de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201602.pdf>
- Barreto, J. (2009). *Planeación estratégica*. Obtenido de <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/>
- Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. (2012). *Teorías del comercio internacional*. Obtenido de <http://www.fder.edu.uy/contenido/rrii/contenido/curricular/comercio-matutino/unidad-v-grupo-matutino/teorias-del-comercio-internacional-material-de-apoyo.pdf>
- Comunidad Andina. (2010). *Somos Comunidad Andina*. Obtenido de <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=189&tipo=QU&title=somos-comunidad-andina>
- Congreso Nacional del Ecuador. (1986). *Ley de Fomento Artesanal*. Quito, Ecuador: Reg. Oficial N° 446 del 29 de mayo de 1986.

- Congreso Nacional del Ecuador. (1996). *Ley de Régimen del Sector Eléctrico*. Quito, Ecuador: Reg. Oficial Suplemento N° 43 del 10 de octubre de 1996. .
- Congreso Nacional del Ecuador. (2003). *Ley de Fortalecimiento y Desarrollo del Transporte Acuático*. Quito, Ecuador: Registro Oficial N° 204 del 5 de noviembre del 2003.
- Congreso Nacional del Ecuador. (2004). *Ley de Consultoría*. Quito, Ecuador: Reg. Oficial N° 455 del 5 de noviembre del 2004.
- Congreso Nacional del Ecuador. (2004). *Ley de Régimen Tributario Interno*. Quito, Ecuador: Suplemento del Reg. Oficial N° 463 del 17 noviembre 2004.
- Congreso Nacional del Ecuador. (2005). *Código Tributario*. Quito, Ecuador: Suplemento Reg. Oficial N° 038 del 14 de junio del 2005.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. (2010). *Negocios internacionales, ambientes y operaciones*. 12° edición. México: Pearson Educación.
- Diario El Comercio. (19 de Julio de 2015). *El 82% de pymes de Ecuador accede a Internet, pero su uso se limita a enviar correos y tareas administrativas*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/pymes-internet-ecuador-tecnologia-empresas.html>
- Diario El Telégrafo. (16 de Julio de 2015). *Las Pymes aportan el 25% del PIB no petrolero*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/las-pymes-aportan-el-25-del-pib-no-petrolero.html>
- El Prisma. (2009). *Planeación Estratégica*. Obtenido de http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/planeacionestrategica/default3.asp
- Ferrer, J. (2010). *Conceptos Básicos de Metodología de la investigación*. Mexico : Prentice Hall .
- Flores, A. (27 de Marzo de 2011). *Servicios que ofrece la aduana del Ecuador*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/servicios-que-ofrece-la-aduana>
- Garita, R. (29 de Noviembre de 2006). *Teoría económica del comercio internacional*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/teoria-economica-del-comercio-internacional/>
- Guzmán Vásquez, A., Guzmán Vásquez, D., & Romero Cifuentes, T. (2009). *http://books.google.com.ec/books*. Obtenido de <http://books.google.com.ec/books?id=U7vR89H9U2oC&pg=PA157&dq=flujos+de+fondos+definici%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&ei=0s7yU8W->

AdX_yQS9s4HYDA&ved=0CCAQ6AEwAQ#v=onepage&q=flujos%20de%20fondos%20definici%C3%B3n&f=false

- Hamui-Sutton, A., & Varela, M. (2012). La técnica de grupos focales. *Investigacion en Educacion Medica* , 6.
- Hernández, G. (2012). *Investigación de Campo* . Colombia : Norma .
- Hernandez, R., Collado, C., & Bapista, P. (2003). *Metodoloía de la Investigación*. McGraw-Hill .
- Menendez, A. (2005). *Estadísticas* . Mexico: Pearson Educación.
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (2016). *Contratos de Inversión con el MCPEC*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2014). *Información General del COMEX*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/comex/>
- Morales, & Muñoz. (2012). *Las PYMES en el Ecuador*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1442/5/Capitulo%202.pdf>
- Ordoñez, D. (2012). *El comercio exterior en el Ecuador. Análisis del intercambio de bienes*. Medellín, Colombia: Editorial Norma.
- Organización Mundial de Comercio . (2016). *La OMC y la Organización Mundial de Aduanas (OMA)*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/coher_s/wto_wco_s.htm
- Organización Mundial del Comercio. (2016). *¿Qué es la OMC? - Información sobre el sistema armonizado* . Obtenido de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm
- Plan Nacional del Buen Vivir*. (2010). Quito, Ecuador: Suplemento del Registro Oficial No 144.
- Porter, M. (2010). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. Ediciones Pirámides.
- Robles, B. (2011). *La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico*. *Cuicuilco*, 12.
- Rodriguez, E. (2005). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). México: Universidad Autónoma de Tabasco.
- Rosales, R. (2007). *La metodología para realizar la evaluación financiera*. Obtenido de <http://books.google.com.ec/books?id=4Q1xH-UdSAMC&pg=PA90&dq=de+que+esta+compuesto+un+estudio+de+mercado+para+proyectos&hl=es-419&sa=X&ei=fLEAVL-RO8GzggS->

v4G4BQ&ved=0CDMQ6AEwAg#v=onepage&q=de%20que%20esta%20 compuesto%20un%20estudio%20de%20mercado%20para%20

Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2005). *Economía 18° edición*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Santos, T. S. (2010). <http://www.eumed.net>. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>

Secretaría Nacional de Desarrollo y Planificación. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*. Quito, Ecuador: Ediecuatorial.

Servicio de Rentas Internas. (2016). *¿Qué es el SRI?* Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67;jsessionid=Sf9WVfBPRpH17135kuAHhdYp>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2016). *Acerca de SENAE - Introducción - Historia*. Obtenido de <http://www.aduana.gob.ec/ace/intro.action>

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (2010). *Agente Afianzado de Aduana: Requisitos documentales*. Guayaquil: Aduana del Ecuador.

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (2015). *Boletín estadístico de Agentes aduaneros destacados a diciembre 2015*. Guayaquil: SENAE.

Spurrier, Walter. (5 de enero de 2015). *Walter Spurrier: "Si el Gobierno no tiene ingresos petroleros y gasta menos; la economía se desacelera"*. Obtenido de Ecuador Inmediato: http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818774070&umt=el_tiempo_cuenca_municipio_pedira_reducir_plazos_del_tranvia

Tello, C. A. (2007). *Planeación Estratégica: Fundamentos de la Administración*. Palmira, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Tomalá, M. (19 de Julio de 2013). Ecuador: Relaciones económicas con el resto del mundo. *Instituto Ecuatoriano de Economía Política* , pág. 4.

APÉNDICES

Apéndice 1. Formato de Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Objetivo: Evaluar el grado de aceptación por parte del sector empresarial respecto a la propuesta de crear una empresa de consultoría de comercio exterior en la ciudad de Guayaquil.

Instructivo: Favor escoger la alternativa que usted considere conveniente de acuerdo a las opciones asignadas.

1. Con que frecuencia usted tiene acceso a informarse de las diferentes Políticas Comerciales que se aplican en el Ecuador?

- Muy frecuentemente
- Frecuentemente
- Poco
- Nunca tiene conocimiento

2. Usted considera que el personal de su empresa está actualizado en las políticas y resoluciones que se originan en el comercio exterior ecuatoriano?

- Muy actualizado
- Solo con la noticia del día esta actualizado
- Poco actualizado

3. ¿Qué nivel de conocimientos tiene de los beneficios de ley, como devoluciones del pago de IVA en exportaciones, o tarifa de IVA cero en importaciones?

- Avanzado
- Intermedio
- Básico
- No tengo conocimiento

4. Al momento de realizar algún trámite de comercio exterior suele tener algún problema? Si contesta NUNCA, pasa a la pregunta 7

- Siempre
- Frecuentemente
- Pocas veces
- Nunca

5.Cuál es el problema que suele presentarse durante sus trámites?

- Cambios de subpartidas arancelarias
- Sobrevaloraciones injustificadas a sus importaciones por parte de Aduana
- Demoras en revisiones de documentación de su trámite
- Otros

6. Estaría dispuesto a contratar un servicio de consultoría de comercio exterior que le permita estar capacitado, actualizado y correctamente asesorado? Si contesta NO, terminar la encuesta

- Si
- No

7. Qué factores inciden en la contratación de un servicio de consultoría de comercio exterior?

- Calidad del servicio
- Precios asequibles
- Resultado Final
- Disponibilidad
- Otros

8.Cuál es el presupuesto mensual que asignaría su empresa para servicios de consultoría?

- Menos de USD500
- Entre USD501 - USD1.000
- Más de USD1000

9. Qué beneficios esperaría recibir con la contratación de una empresa de consultoría de comercio exterior?

- Agilizar los trámites
- Reducción de costos de importación o exportación en cuestión de tributos
- Mejorar el conocimiento técnico
- Capacitación en temas de comercio exterior y mantenerse actualizado con las resoluciones que se emiten constantemente
- Tramites de documentación previa - Inen, Sercop, Mipro, Arcsa, Magap,
- Otros

10. En qué medios usted buscaría información sobre el servicio de asesoría de comercio exterior?

- Prensa
- Internet
- Referido o recomendación personales
- Otros

Gracias por su gentil colaboración

Desarrollado por : Ing. Lorena Herrera Zambrano - 2016

Apéndice 2. Entrevista

Objetivo: Evaluar la situación, necesidades, nivel de conocimientos, y expectativas de los usuarios de la Aduana del Ecuador.

Perfil del entrevistado: Ec. William Pulupa García

Director de Técnica Aduanera en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E con 4 años de experiencia en aduana y una trayectoria de 12 años en el mercado de importaciones y exportaciones, además se desarrolla como Docente Universitario en materias de Comercio Exterior.

- 1. ¿Cuáles considera usted es el principal público o usuario que acuden ante usted a solicitar información, consultas o servicios relacionados a su puesto en Aduana?**

Los principales usuarios que tenemos son: Importadores, Exportadores, Agentes afianzados de aduana, Abogados asesores, Asesores, Instituciones del gobierno, Colegas de otras Aduanas, Funcionarios de Aduana, estudiantes, público en general que quiere conocer las normativas, temas coyunturales de política comercial, de comercio exterior dentro de mis competencias.

- 2. ¿Cuáles son las principales problemáticas o consultas que ellos realizan cuando acuden a la entidad aduanera?**

Todo tipo de procedimientos o legislación nacional o supranacional, y una de las mayores preguntas que existen es la duda que tienen en ubicar la clasificación arancelaria de las mercancías, porque con el código arancelaria es lo que se define los tributos al comercio exterior, las restricciones arancelarias, los cupos, las barreras arancelarias y no arancelarias, y ahora último la cantidad de preguntas se han multiplicado por el tema de la implementación que existe de las salvaguardias, porque los importadores

querían asegurarse que su producto se clasifique correctamente y que por lo tanto pague el arancel y la salvaguardia que le corresponda pagar.

Otra pregunta son las regulaciones y las normas del INEN cuando los productos deben obtener un permiso de la institución reguladora de la calidad, como existe la política actual de normar a muchos productos, muchos empresas se topan con la sorpresa de que cuando sus mercancías están ya en el puerto, recién por el tema de los controles resulta que su mercancía se clasificó equivocadamente y esos les hace cambiar la codificación arancelaria, lo cual a su vez les hace cambiar los requisitos, siendo este tema también de mucho cuestionamiento por parte de los importadores lo de las normas INEN, es decir normas de reglamentación de calidad.

Otra consulta son las restricciones al comercio exterior, todos los requisitos previos o posteriores que requieren las mercancías al momento de ingresar, lastimosamente las personas no conocen, las negociaciones comerciales en donde los empresarios o inversionistas cierran los negocios y desconoce cuáles son las reglas, surgiendo ahí el problema porque cuando ya se presenta el trámite en la aduana, resulta que el producto que negoció necesitaba contar con registro fitosanitario, zoonosanitario o un registro sanitario, empiezan las dudas o demoras por no haberse asesorado con tiempo y haber precautelado ese tipo de situaciones en requisitos que siempre debió conocer, pero al momento de estar en la situación o el problema recién se entera de lo que tiene que tramitar y eso conlleva al importador o exportador a incurrir en costos, demoras, sobretiempo, dañar su perfil.

Entonces realmente estar en línea o empapado con la política comercial si es una tarea no complicada, pero si un desafío que obliga a la persona a tener un buen equipo, a estar organizado, a tener la información a la mano y estar súper conectados con todo lo que son las regulaciones, los cambios, la documentación previa que tiene que contar para presentar, inclusive antes de que embarque la mercadería. En resumen, lo expuesto son las mayores preguntas que llegan a mi área.

3. ¿Cuál usted considera que son los errores más frecuentes que tienen los importadores y los exportadores?

En primer lugar definitivamente a las consultas de clasificación arancelaria, porque dada la característica de las mercancías, los importadores o exportadores normalmente hace un análisis empírico, o básico, y cuando existe la revisión por parte de la Aduana, recién en ese momento buscan asesoría, cuando la carga ya está en puerto, por lo tanto mientras consiguen fichas técnicas, elaboran el sustento técnico-arancelario, ya le va a generar demoras, gastos, perder negocios, contratos, y lo hace menos competitivo al importador, todo esto por no haberse asesorado previamente. Puede ocurrir que el agente afianzado de aduana o las personas que están en el medio no sean tan técnicos, aunque sean agentes especializados, siendo ahí el origen de estas demoras. Esa mala asesoría o esa poca y escasa información que presentan les hacen caer en pérdidas en muchos casos, porque no puede tener la información que debió para procesar ágilmente su trámite.

Otro de los errores también frecuentes son el no contar con los soportes que se requieren tener en este tipo de negociaciones internacionales, muchas veces no dejan registros y cuando se dan las inspecciones o auditorías posteriores, estos papeles nunca están en su puesto, esto se origina nuevamente por una mala asesoría o el afán de sacar un trámite rápido sin dejar registrado todo lo que conlleva a esa negociación. Entonces ahí es donde deben actuar las personas que conocen el tema y ya han pasado por malas experiencias, el asesorar que se debe tener soportado toda la documentación como son: facturas, swift, transferencias, giros al exterior, correspondencia de negociación, contratos para soportar ante una observación por valoración.

Otra de las situaciones que se presentan son el desconocimiento de incentivos y beneficios arancelarios que tienen los empresarios, porque resultan que hay medios informáticos que tienen preferencias arancelarias, me refiero a los TNANS y por no tener conocimiento me obligo a pagar de más y a renunciar

sin querer a un derecho y beneficio que el estado me ha dado, y eso por no tener el conocimiento adecuado.

4. ¿Qué tan cambiantes usted considera es la política comercial en el Ecuador?

Las políticas comerciales en los últimos 7 años han tenido anualmente muchos cambios e inclusive periodos semestrales porque si bien es cierto la política y la seguridad jurídica deben tener un dinamismo y un orden. El tema de importación y exportación, la dolarización nos obliga a tener un esquema en vanguardia, es decir a manejar reglas según indicadores exógenos, por ejemplo el tema del precio del barril de petróleo, baja el precio del barril de petróleo, tengo que cambiar las reglas de la política comercial, entonces eso genera mucha normativa, genera mucha resolución y mucha información, que las personas que habitualmente son usuarias de comercio exterior, les toca estar actualizados, y es justamente donde se debe tener la precaución de llenarse de un equipo especializado que pueda conocer de primera mano cuales son los cambios que están sucediendo y prever cuales son los escenarios que pudieran pasar más adelante. Esa es la realidad de la política comercial muy cambiante porque el esquema dolarizado lo obliga a hacerlo cuando depende de factores exógenos como los que vive actualmente el país.

5. ¿Usted cree que existe oportunidad de qué entre al mercado una empresa de asesoría?

Yo considero que empresas de asesoría existen muchas, pero no todas tienen ese grado de conocimiento o no todas tienen esa diversificación de opciones en el mercado, porque a veces a las propias empresas asesoras que las contratan, se encuentran en situaciones que no dominan el tema y por querer solucionar el problema recién ahí se meten a estudiarlo, siendo ahí donde el problema se hace más grande, porque si la empresa asesora tuviera diversificación de temas, pudiera ser una empresa muy eficiente. Actualmente si existen empresas asesoras pero no todas tienen una rama tan diversa, el comercio exterior tiene muchas diversificación y eso obliga a todo

el mundo que esta en este negocio, tener estos conocimientos para que pueda lograr desarrollar una asesoría, es decir no me sirve de nada tener mil empresas asesoras, si no todas tienen el perfil adecuado o no todas llegan a conocer lo que deben conocer, por lo tanto creo que si habría la oportunidad para empresas asesoras que brinden y que conozcan y que oferten productos que realmente van a dar solución, eso sí lo veo viable.

Apéndice 3. Entrevista

Objetivo: Evaluar el desarrollo del comercio exterior en los últimos 10 años, el nivel de conocimiento de los importadores en temas relacionados a comercio exterior y la situación, necesidades, nivel de conocimientos, y expectativas de los usuarios de la Aduana del Ecuador desde el punto de un Agente de Aduana con diversidad de soluciones en áreas relacionadas.

Perfil del entrevistado: Ing. Pablo Torres Alana MBA

Agente Nacional de Aduanas con aproximadamente 30 años de trayectoria en el área de comercio exterior, Gerente General del Operador Logístico de Comercio Exterior Torres y Torres.

1. Cuánto tiempo de experiencia tiene usted en el campo de comercio exterior?

En el área de Comercio Exterior aproximadamente 30 años, inicialmente mi padre fue Agente de Afianzado de Aduana y posteriormente yo obtuve la licencia también, uniéndome a esta profesión.

2. Con cuántos clientes empezó su negocio de agenciamiento de aduana?

Inicialmente tuvimos un promedio de 30 clientes, empresas importantes como Colgate, Kraft, Industrial DSM que han permanecido hasta la presente fecha.

3. Cómo era la situación del comercio exterior hace 10 años en relación con la actual?

Hace 10 años la situación del comercio exterior, en lo que respecta a los demás organismos que están vinculados en esta área, no existía una interconexión de forma electrónica, eran entidades independientes donde se tenía que gestionar cada documento en determinada entidad y luego ir con la documentación física y presentarla en ventanilla de Aduana, el sistema de aduana aunque era electrónico igualmente no tenía muchas bondades. A la fecha ahora las entidades vinculadas con el comercio exterior están integradas en un solo sistema informático que se llama ECUAPASS a través del VUE

Ventanilla Única, lo que hace de alguna manera más simplificada el tema y no requiere tanto trámite burocrático como el que teníamos en la antigüedad.

4. Cuáles son las principales problemáticas por las que acuden a usted los importadores y los exportadores en el ámbito de asesoría de comercio exterior?

Generalmente los clientes vienen a nosotros cuando tienen un problema, cuando el proveedor o asesor aduanero que tenía en ese momento no les brindó una solución, hay inconvenientes con clasificación arancelaria, con valoración aduanera, o en su defecto observaciones que realizan los funcionarios de aduana. El no tener el conocimiento o el expertise en legislación hace que muchos de nuestros clientes actuales nos busquen y se mantengan por eso.

5. Considera usted qué existe en el mercado suficiente empresas asesoras o agentes afianzados de aduana especializados en dar una asesoría integral, responsable y confiable a los importadores y exportadores?

Un poco de esto viene de la pregunta anterior, agentes afianzados de aduana habían mucho, a raíz del Código Orgánico de la Producción en el 2010 ha comenzado a haber una tamización por parte de la aduana, sin embargo no podría decirse que existen muchos agentes de aduana que puedan resolver problemas, por eso mismo razón nosotros actualmente nos mantenemos como líderes en el mercado porque a nuestros clientes les brindamos la confianza de que ante un inconvenientes nosotros podemos resolverlo.

6. Cómo usted evaluaría el nivel de conocimientos en temas de legislación y procedimientos de comercio exterior que tienen los importadores y exportadores?

Bueno, en el tema de comercio exterior, realmente ellos tienen conocimientos generales o en muchos casos ellos no conocen, porque su actividad principal es posicionar su producto en el mercado más que conocer de legislación aduanera, por esa misma razón tratan de buscar a asesores aduaneros que

estén actualizados en temas de legislación y todo lo relacionado al comercio exterior

7. Cuáles han sido una de las mayores ventajas que le ha dejado a usted, más allá del beneficio económico estar vinculado al negocio de comercio exterior?

El haber adquirido mayor conocimiento de las operaciones integrales que tienen que ver con el negocio, nosotros empezamos con el agenciamiento de aduana, pero hemos ido adquiriendo expertise en manejo de transporte local, internacional, manejo de carga y esto ha permitido que nosotros podamos brindar a nuestros clientes servicios complementarios al proceso de aduana, lo que también por supuesto ha generado el crecimiento de nuestro negocio como tal.

8. Qué servicios adicionales brinda ahora en relación a cuando usted empezó en el negocio?

Nosotros en nuestro grupo tenemos cuatro empresas que son: agenciamiento de aduana, transporte internacional, transporte local, y estiba, pero dentro de la parte de aduana también tenemos departamentos especializados como son un staff de abogados, especialistas en procesos legales aduaneros, y un equipo de asesores técnicos que ofrecen servicio de clasificación arancelaria, revisión de valoración aduanera, tramites y análisis de documentación previa, manejo de proyectos especiales. Este último está siendo un punto vital actualmente, en el cual los importadores y exportadores están trabajando conjuntamente con el gobierno con la modificación de la matriz productiva, estos proyecto implican inversión de gran magnitud y valor, lo que también va de la mano con tener conocimiento de cuál es el manejo de la clasificación arancelaria para que le permita tener un beneficio económico de forma global.

9. En el tema político en el Ecuador, de qué manera usted considera ha influido en el comercio exterior?

El gobierno ha promulgado algunas medidas económicas que favorecen a determinados sectores, en el sector exportador beneficios como el drawback, el certificado de abono tributario, aunque el tener una economía dolarizada,

genera un poco de problemas en cuanto a la competitividad con el resto de países, ayuda a que el sector exportador pueda seguir posicionando nuestros productos en el mercado, diversificando la canasta de productos primarios e incrementando la gama con mayor valor agregado y que fortalezcan a nuestra reserva monetaria. Las exportaciones son las que apuntalan la economía del país, sin embargo no es completo el beneficio porque hay otro sector que es directamente relacionado, como es el sector importador, ya que con medidas las nuevas medidas que ha aplicado el gobierno, como son, salvaguardias, restricciones, hace que la economía se contraiga, porque estas medidas han generado reducción o contracción de la inversión, y por ende desempleo, disminuyendo el dinamismo de la economía del país, porque aunque haya producto, no hay quien compre, entonces de alguna manera u otra haciendo un balance general , el efecto es negativo.

Apéndice 3. Contratos de Inversión con el MCPEC

Contratos de Inversión con el MCPEC Ministerio Coordinador de la Producción Empleo y Competitividad (Periodo del 2013 a 2016)			
EMPRESA	EMPLEOS DIRECTOS	MONTO DE INVERSIÓN (USD)	AÑO
CONTINENTAL TIRE ANDINA S.A.	77	\$ 59.672.516,00	2013
ECUACORRIENTE S.A.	370	\$ 2.014.000.000,00	2013
HOLCIM ECUADOR S.A.	54	\$ 300.000.000,00	2013
MASTERCUBOX S.A.	22	\$ 2.141.390,00	2013
PROMOPESCA S.A.	68	\$ 8.597.539,00	2013
SURPAPEL CORP S.A.	186	\$ 130.000.000,00	2013
SWISSGAS DEL ECUADOR S.A.	25	\$ 9.742.602,00	2013
TEMPLAVID S.A.	65	\$ 2.944.380,00	2013
TENARIS ECUADOR S.A.	25	\$ 13.000.000,00	2013
ECOAJE DEL ECUADOR S.A.	61	\$ 3.448.708,00	2014
ELITENERGY GENERACIÓN ELÉCTRICA S.A.	71	\$ 70.685.588,86	2014
GRAN CONDOR CONPROGRA S.A.	75	\$ 32.000.000,00	2014
INBALNOR S.A.	67	\$ 17.010.000,00	2014
KERACISA S.A.	170	\$ 25.735.977,00	2014
LINDE ECUADOR S.A.	1	\$ 37.000.000,00	2014
TECNOVA S.A.	68	\$ 16.079.403,00	2014
ACERIA DEL ECUADOR CA ADELCA.	1.400	\$ 131.957.094,00	2015
AGRICOLA Y AGROPECUARIA KONG S.A. AGRIAGROKONGSA	30	\$ 4.386.000,00	2015
AGRIFRUTTI	215	\$ 40.921.423,20	2015
AGROINDUSTRIA PALMA Y OTROS TECNOPALM S.A.	64	\$ 5.561.538,00	2015
ANDES KINKUNA S.A.	174	\$ 4.405.000,00	2015
AQUACARGILL DEL ECUADOR CIA. LTDA.	260	\$ 50.000.000,00	2015
CODANA S.A.	4	\$ 7.257.810,00	2015
COMPAÑÍA PESQUERA CENTROMAR S.A.	54	\$ 9.958.667,00	2015
CONDUIT DEL ECUADOR S.A.	16	\$ 2.318.717,00	2015
CONSORCIO SHUSHUFINDI S.A.	82	\$ 1.200.000.000,00	2015
CORPORACION SICORPMATTRESS S.A.	50	\$ 4.103.977,00	2015
CUBIERTAS DEL ECUADOR KU-BIEC S.A.	36	\$ 6.701.148,32	2015
ECUARESORTS S.A.	90	\$ 16.013.000,00	2015
ELEMENTA	51	\$ 9.045.479,00	2015
ETICA	7	\$ 17.436.365,24	2015
F.V - AREA ANDINA S.A.	160	\$ 26.287.537,00	2015
FIDEICOMISO HOTEL CUENCA	160	\$ 14.096.108,34	2015
FIDEICOMISO MERCANTIL DENOMINADO "FIDEICOMISO LANDUNI"	7	\$ 2.413.350,00	2015
FIDEICOMISO MERCANTIL HOTEL AEROPUERTO QUITO	101	\$ 21.000.000,00	2015
FIDEICOMISO MERCANTIL HOTEL SAIL PLAZA MANTA ECUADOR	120	\$ 25.270.314,00	2015

FORTUNE-PARTS INDUSTRY ECUADOR CÍA. LTDA	50	\$ 3.886.287,00	2015
HIDROALTO GENERACIÓN DE ENERGÍA S.A.	50	\$ 90.473.015,74	2015
HOSFINTEL CIA. LTDA.	30	\$ 3.600.000,00	2015
HOTEL CASA CARLOTA	20	\$ 1.400.000,00	2015
HOTEL COLON GUAYAQUIL S.A.	20	\$ 5.450.020,00	2015
HOTEL COLÓN INTERNACIONAL C.A.	-	\$ 4.066.336,00	2015
HOTEL GIARDINI (FIDEICOMISO)	89	\$ 17.677.590,24	2015
HOTEL PHG S.A.	71	\$ 3.250.000,00	2015
HOTELORCA S A	19	\$ 2.550.000,00	2015
INDURA ECUADOR S.A.	2	\$ 5.959.137,00	2015
INDUSTRIAS ECUACADI S.A.	39	\$ 1.212.099,00	2015
LA BRETANA COMPAÑIA LIMITADA LEHOST	22	\$ 1.200.000,00	2015
LABORATORIOS BEAUTIK S.A.	57	\$ 6.383.486,00	2015
LATAMFIBERHOME CABLE C. LTDA.	76	\$ 14.563.308,00	2015
MANACAUCHO S.A.	22	\$ 1.239.804,43	2015
MISSIONPETROLEUM S.A.	53	\$ 3.812.874,00	2015
QUALA ECUADOR S.A.	112	\$ 11.257.000,00	2015
SAN MIGUEL INDUSTRIAS ECUADOR SANMINDEC S.A.	31	\$ 15.685.961,00	2015
SOCIEDAD AGRICOLA E INDUSTRIAL SAN CARLOS S.A.	14	\$ 49.898.912,55	2015
SODERAL SOCIEDAD DE DESTILACIÓN DE ALCOHOLES S.A.	4	\$ 8.433.444,00	2015
SUDAMERICANA DE ACEITES VEGETALES Y REFINADOS S.A. SUDAVESA	60	\$ 12.789.710,00	2015
TABACARCEN S.A. TABABELA CARGO CENTER	70	\$ 29.532.034,41	2015
TECNOLOGIAS DE ALTA RESISTENCIA DEL ECUADOR TARETENEX S.A	16	\$ 3.170.029,74	2015
TRANSEJES ECUADOR CIA. LTDA.	104	\$ 8.407.770,00	2015
UNION CEMENTERA NACIONAL UCEM C.E.M.	90	\$ 230.000.000,00	2015
ZABUS TURISMO Y AVENTURA S.A.	31	\$ 2.310.690,00	2015
ZARPECA S.A.	83	\$ 17.447.310,88	2015
CARVAJAL EMPAQUES S.A. VISIPAK	73	\$ 6.742.000,00	2016
INDUSTRIA ECUATORIANA DE SISTEMAS DE ILUMINACIÓN INNALUX S.A.	34	\$ 2.013.403,00	2016
INDUSTRIA HARINERA DEL PACIFICO S.A INHARIPAC	42	\$ 6.495.367,00	2016
JV&H CORPORACION S.A.	28	\$ 2.600.130,00	2016
Total	5.898	\$ 4.914.699.351,95	

Apéndice 4. Variación de los sueldos (2013 - 2016)

INCREMENTO SALARIAL PROMEDIO		
SUELDO BÁSICO 2013	\$ 315,00	
SUELDO BÁSICO 2014	\$ 340,00	7,94%
SUELDO BÁSICO 2015	\$ 354,00	4,12%
SUELDO BÁSICO 2016	\$ 366,00	3,39%
PROMEDIO		5,15%

Apéndice 5. Tasa de inflación (2014- 2016)

INFLACIÓN	
FECHA	VALOR
Enero-31-2016	3,09%
Diciembre-31-2015	3,38%
Noviembre-30-2015	3,40%
Octubre-31-2015	3,48%
Septiembre-30-2015	3,78%
Agosto-31-2015	4,14%
Julio-31-2015	4,36%
Junio-30-2015	4,87%
Mayo-31-2015	4,55%
Abril-30-2015	4,32%
Marzo-31-2015	3,76%
Febrero-28-2015	4,05%
Enero-31-2015	3,53%
Diciembre-31-2014	3,67%
Noviembre-30-2014	3,76%
Octubre-31-2014	3,98%
Septiembre-30-2014	4,19%
Agosto-31-2014	4,15%
Julio-31-2014	4,11%
Junio-30-2014	3,67%
Mayo-31-2014	3,41%
Abril-30-2014	3,23%
Marzo-31-2014	3,11%
Febrero-28-2014	2,85%
Promedio	3,79%



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Herrera Zambrano Lorena Maricela, con C.C: # 0915951321 autor(a) del trabajo de titulación: ***Propuesta para la implementación de una empresa consultora de comercio exterior para la ciudad de Guayaquil*** previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN SISTEMAS DE INFORMACION GERENCIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 14 de marzo de 2016

f. _____

Nombre: Herrera Zambrano Lorena Maricela
C.C: 0915951321

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:		Propuesta para la implementación de una empresa consultora de servicios de comercio exterior para la ciudad de Guayaquil	
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):		Herrera Zambrano Lorena Maricela	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):		Barreno Elsie Zerda	
INSTITUCIÓN:		Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
UNIDAD/FACULTAD:		Sistema de Posgrado	
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:		Maestría en Administración de Empresas	
GRADO OBTENIDO:		Magister en Administración de Empresas con mención en Sistemas de Información Gerencial	
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	124
ÁREAS TEMÁTICAS:		Servicios de Comercio exterior	
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:		Consultoría, importación, exportación, arancel, aduana, ley.	
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
Ecuador está pasando por un proceso de cambio sobre la base de su modelo económico, y a la búsqueda del cambio de la matriz productiva, por lo que muchas empresas empezaron a expandir sus horizontes, e incluso ha permitido el surgimiento de las pequeñas y medianas industrias creando nuevos productos con valor agregado y sustituyendo importaciones, apoyadas por los programas que el gobierno ha diseñado para incrementar su participación dentro de la economía del país. Mediante una investigación de campo realizada en las PYMES de la ciudad de Guayaquil, señalamos que, aunque las empresas siempre han contado con el apoyo logístico de los agentes de aduanas, su papel como intermediario no abastece al gran desconocimiento que existe sobre el asesoramiento integral que se debe tener en las transacciones comerciales internacionales, los exportadores no conocen a fondo los procedimientos e incentivos a los que pueden acceder, y en el sector de las importaciones, debido a los cambios en la política comercial se han producido incrementos en la tasas arancelarias, restricciones y salvaguardias, generando incrementos en los costos de importación, de crecimiento de las ventas, pérdidas de negocios, y por consiguiente obligando a un grupo de este sector el cierre de sus operaciones. Es por esto que, se propone la constitución de una empresa consultora en servicio de comercio exterior, a fin de contribuir al aumento de las exportaciones y la mejora de los procesos de importación de las PYMES de la ciudad de Guayaquil logrando obtener mayores beneficios a los empresarios.			
ADJUNTO PDF:		<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:		Teléfono: +593-42626760 / 0997218663	E-mail: lorenaherreraz@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:		Nombre: Lapo Maza, María del Carmen Teléfono: +593-4-2206950 ext.: 272-273 E-mail: maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	