



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA

Y

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERA EN FINANZAS

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

“PROYECTO DE ANÁLISIS COMERCIAL Y FINANCIERO PARA LAS
IMPORTACIONES A CONSUMO DE LA EMPRESA MYR
IMPORTACIONES, DE LA CIUDAD DE
QUITO-ECUADOR, PARA EL AÑO 2012.”

DAYSI MARIELA RAMOS CARRILLO
JOSÉ LUIS LLIVE GARCÍA

RIOBAMBA – ECUADOR
2012

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL:

Luego de haber revisado la elaboración del presente trabajo, y una vez que cumple con todas las condiciones exigidas por la Facultad de Administración de Empresas y la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, nosotros, Director y Miembro del Tribunal de Grado de la Tesis denominada **”PROYECTO DE ANÁLISIS COMERCIAL Y FINANCIERO PARA LAS IMPORTACIONES A CONSUMO DE LA EMPRESA MYR IMPORTACIONES”**, certificamos que el presente trabajo investigativo ha sido desarrollado en su totalidad por los Autores y prolijamente revisado.

Ing. Luis Gonzalo Merino Chávez
DIRECTOR

Ing. Oscar Ivan Granizo Paredes
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DERECHO DE AUTORÍA

“Nosotros, JOSE LUIS LLIVE GARCIA Y DAYSI MARIELA RAMOS CARRILLO, somos responsables de las ideas, doctrinas, propuestas y resultados expuestos en el presente trabajo de investigación, y, los Derechos de Autoría pertenecen a La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo”

AGRADECIMIENTO.

Doy gracias a Dios, por darme salud y vida, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido soporte y compañía durante todo el periodo de estudio, con seguridad puedo decir que los aprendizajes obtenidos marcaran mi camino de hoy en adelante. Sin duda mis mayores agradecimientos para mis padres, hermanos y a toda familia, gracias a su apoyo he finalizado este proceso superando todos los obstáculos.

Un cordial agradecimiento a nuestros Catedráticos, en especial a quienes nos guiaron en la elaboración de este proyecto, Ing. Luis Merino como también a el Ing. Oscar Granizo y a todas aquellas personas que nos brindaron las facilidades para llevarlo a cabo el desarrollo del presente trabajo.

A la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO, que nos acogió durante nuestra vida estudiantil, formándonos como individuos y como profesionales capaces de servir útilmente a la sociedad.

Daysi Ramos

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, institución que en los últimos tiempos mantiene un liderazgo en todo el país, pues permite a toda la juventud con aspiraciones y metas forjarse intelectual y humanísticamente.

A todas las autoridades, quienes han sabido proyectar con iniciativas en las diferentes carreras permitiendo elevar el nivel científico de nuestro Ecuador, por supuesto a nuestros eximios catedráticos que con bagajes de conocimientos, prestos estuvieron a compartir sus experiencias en el inter aprendizaje.

Finalmente un agradecimiento especial al Ing. Luis Merino quien con su carisma supo enrumbar el desarrollo del presente trabajo investigativo hasta su exitosa culminación.

José Luis Llive García

DEDICATORIA.

Mi tesis dedico con todo mi amor y cariño a Dios por darme la oportunidad de vivir. A mi difunto padre **GERARDO RAMOS** que desde el cielo me brinda luz y fuerzas para seguir adelante, su mayor deseo era tener una hija profesional. Gracias Papá por darme la mejor herencia del mundo tus buenos valores y mi estudio.

A mi madre **CARMEN CARRILLO** que es lo más grande que tengo en la vida, siempre tus brazos se abren cuando necesito un abrazo, tu corazón sabe comprender cuándo necesito una amiga, tus ojos se endurecen cuando necesito una lección, tu fuerza y tu amor me han dirigido por la vida y me han dado las alas que necesitaba para volar.

A mis hermanos(as) que siempre han estado a mi lado en todo momento, por todo ese cariño brindado a lo largo de mi vida y el apoyo incondicional para cumplir una de mis metas.

Daysi Ramos

Este logro va dedicado a Dios por darme aire en mis pulmones y las ganas de triunfar y alcanzar mis objetivos, a mi Madre Esthelita quien me inculco el respeto, confianza y perseverancia como valores primordiales en la vida, a mi hermana Margarita, mi novia Catherine, y mi sobrinita Damaris quienes me apoyan incondicional y constantemente brindándome siempre lo mejor de ellas a todos mi más profunda gratitud.

José Luis Llive García

ÍNDICE GENERAL

Certificación del tribunal	I
Derecho de autoría	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV
Índice de contenido	V
Índice de figuras	VI
Índice de tablas	VI
Índice de gráficos	VII
Índice de anexos	VIII

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

1. Generalidades de la Empresa MYR Importaciones	2
1.1. Identificación de la empresa	2
1.2. Estructura organizacional	2
1.3. Estructura administrativa	3
1.4. Sector al que pertenece	8
1.5. Principios corporativos	10
1.6. Misión	11
1.7. Visión	11
1.8. Objetivos	11

CAPÍTULO II

2. Diagnóstico situacional de MYR Importaciones	12
2.1. Factores del microentorno	12
2.1.1 Organización administrativa	12
2.1.2 Economía-Finanzas	13

2.1.3	Investigación y desarrollo	13
2.1.4	Marketing	14
2.2.	Factores del macroentorno.	17
2.2.1	Entorno natural o físico.	18
2.2.2	Entorno demográfico.	19
2.2.3	Coyuntura económica.	20
2.2.4	Entorno legal.	21
2.2.5	Entorno tecnológico.	23
2.2.6	Entorno socio-cultural.	25
2.3	Matriz FODA (cruce de factores del macro y micro entorno)	26
2.3.1	Fortalezas	27
2.3.2	Debilidades	28
2.3.3	Oportunidades	28
2.3.4	Amenazas	28
2.3.5	Matriz evaluación de factores internos (EFI)	29
2.3.6	Matriz evaluación de factores externos (EFE)	31
2.3.7	Análisis de MR importaciones a través de encuesta	32

CAPÍTULO III

3.	Proyecto de análisis comercial y financiero para las importaciones a consumo de la empresa MYR	
	Importaciones	43
3.1	Antecedentes del proyecto	43
3.1.1	Importación	43
3.1.2	INCOTERMS	43
3.1.3	Organismos que participan en el comercio internacional.	45
3.1.4	Mecanismos para importar	45
3.1.4.1	Mecanismos arancelarios	45

3.1.4.2 Arancel y su estructura	46
3.1.5 Para arancelarios cuantitativos	47
3.1.5.1 Tasa de FODINFA	47
3.1.5.2 Impuesto al valor agregado.	47
3.1.5.3 Tasas de control.	47
3.1.6 Mecanismos para arancelarios.	48
3.1.6.1 Mecanismos para arancelarios monetarios.	48
3.1.6.1.1 Formas de pago.	48
3.1.6.2 Giro a la vista	49
3.1.7 Documentos que se utilizan para el embarque.	49
3.1.8 Certificados.	50
3.1.8.1 Certificado de calidad.	50
3.1.8.2 Certificado de garantía de calidad del fabricante.	50
3.1.8.3 Certificado de origen.	50
3.1.8.4 Certificado de inspección.	51
3.1.8.5 Aforo	51
3.1.8.5.1 Aforo físico.	51
3.1.8.5.2 Aforo documental.	52
3.1.9 Transporte.	52
3.1.9.1 Ventajas e inconvenientes comparados del transporte marítimo y aéreo	54
3.1.9.2 Seguros de transporte.	55
3.1.9.3 Características comunes de los documentos de transporte internacional.	55
3.1.9.4 El conocimiento de embarque marítimo (Bill of Lading).	56
3.1.9.4.1 Conocimiento de embarque ON BOARD	56
3.1.9.4.2 Conocimiento de embarque LIMPIO	56
3.1.9.4.3 Conocimiento de embarque a la orden	57
3.1.9.4.4 Conocimiento de embarque aéreo (Air Waybill)	57
3.1.10 Facturas.	57
3.1.10.1 Facturas comerciales	57

3.1.10.2 Factura proforma	57
3.1.11 Consideraciones generales.	57
3.1.11.1 Proceso de importación.	58
3.1.11.1.1 Estandarización de marcas.	58
3.1.11.1.2 Elaboración de nota de pedido.	58
3.1.11.1.3 Documento único de importación (DUI).	59
3.1.11.1.4 Autorización previa.	60
3.1.11.1.5 Aprobación del documento único de importación.	60
3.1.11.1.6 Póliza de seguro de transporte.	61
3.1.11.1.6.1 Valor de la póliza de seguro.	61
3.1.12 De la nacionalización.	62
3.1.12.1 Certificado de inspección.	62
3.1.12.2 Desaduanización.	62
3.1.12.3 Declaración aduanera.	63
3.1.12.4 Documentos para la nacionalización de mercaderías.	64
3.1.12.5 Tramite para la nacionalización.	65
3.1.13 Liquidación aduanera.	65
3.1.14 Retiro y transporte de materiales.	65
3.2 Desarrollo plan	66
3.2.1 Evaluación del proceso de importación que realiza MR Importaciones a través de una matriz FODA análisis del entorno.	66
3.2.2 Representación gráfica de la situación del proceso de importación.	70
3.2.3 Planteamiento de estrategias para mejoramiento de MR Importaciones.	73
3.2.3.1 Desarrollo de estrategias FODO – FADA.	73
3.2.3.1.1 Estrategia de crecimiento.	73
3.2.3.1.2 Estrategia ofensiva de liderazgo.	74
3.2.3.1.3 Estrategia de competitividad.	74

3.2.3.1.4 Estrategia defensiva.	75
3.2.4 Desarrollo de estrategias de comercialización.	75
3.2.5 Esquema de mejoramiento de desarrollo de actividades en MR Importaciones.	77
3.2.5.1 Servicio de calidad.	77
3.2.5.2 Análisis comparativo importación bajo pedido vs. forma tradicional.	81
3.2.6 Precio (ejercicio práctico).	83
3.2.6.1 Política de precios.	85
3.2.7 Plaza – Mercado.	85
3.3 Estudio financiero	87
3.3.1 Presupuestos.	87
3.3.1.1 Presupuesto de inversión.	87
3.3.1.1.1 Activos fijos	87
3.3.1.1.2 Activos intangibles	88
3.3.1.3 Capital de trabajo.	88
3.3.1.4 Resumen de inversiones iniciales	89
3.3.2 Presupuestos de operación.	89
3.3.2.1 Presupuesto de ingresos	89
3.3.2.1.1 Presupuesto de ingresos operacionales proyectado.	90
3.3.2.2 Presupuesto de egresos.	90
3.3.2.2.1 Gastos administrativos.	90
3.3.2.2.2 Depreciación proyectada.	92
3.3.2.2.3 Amortización proyectada.	92
3.3.2.3 Estructura de financiamiento	93
3.3.3 Estados financieros Pro Forma.	93
3.3.3.1 Flujo de caja proyectado.	93
3.3.3.2 Estado de resultados (pérdidas y ganancias) proyectado.	95
3.3.3.3 Balance general proyectado.	96
3.3.4 Criterios de evaluación proyectados.	98
3.3.4.1 Periodo de recuperación de la inversión – PRI proyectado.	98

3.3.4.2 Valor actual neto proyectado.	99
3.3.4.3 Tasa interna de retorno proyectada.	100
3.3.4.4 Relación beneficio/costo proyectado.	101
3.3.4.5 Punto de equilibrio proyectado	102

CAPÍTULO IV

4. Conclusiones y recomendaciones	103
4.1 Conclusiones	103
4.2 Recomendaciones	105
Resumen	106
Summary	107
Bibliografía	108
Anexos	111

ÍNDICE DE FIGURAS

Nº	TÍTULO	PAG.
-----------	---------------	-------------

01	Estructura organizacional de la empresa	2
02	Ubicación geográfica	18
03	Proceso de importación	70
04	Flujo de pedido	86

ÍNDICE DE TABLAS

Nº	TÍTULO	PAG.
01	Factores del microentorno	16
02	Requerimientos tecnológicos para poder usar el ECUAPASS	25
03	Matriz evaluación factores internos	30
04	Matriz evaluación factores externos	31
05	Evaluación encuesta MYR Importaciones	33
06	Grupo de Incoterms	44
07	Actores del comercio exterior	45
08	Composición del arancel	46
09	Tarifas de almacenaje	47
10	Ventajas de los tipos de transporte	54
11	Valores por primas de seguros	61
12	Análisis FODA del entorno MYR Importaciones	66
13	Matriz FODA proceso de importación	68
14	Análisis FODO – FADA proceso de importación	72
15	Matriz de estrategias de crecimiento intensivo	73
16	Análisis comparativo tipos de importación	82
17	Comparativo de costos de importación	84
		VI
18	Activos fijos	88
19	Activos intangibles	89
20	Capital de trabajo	90
21	Inversión inicial	90

22	Ingresos operacionales proyectado	91
23	Presupuesto gastos administrativos	92
24	Depreciación proyectada	93
25	Amortizaciones proyectadas	93
26	Financiamiento	94
27	Flujo de caja proyectado	95
28	Estado de resultados proyectado	96
29	Balance general proyectado	98
30	Periodo de recuperación de la inversión PRI	99
31	Calculo tasa de descuento VAN	100
32	Tasa interna de retorno TIR	101
33	Calculo costo beneficio	102
34	Punto de equilibrio	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº	TÍTULO	PAG.
01	Página Web	14
02	Redes Sociales	15
03	Representación gráfica pregunta 1	34
04	Representación gráfica pregunta 2	35
05	Representación gráfica pregunta 3	36
06	Representación gráfica pregunta 4	37
07	Representación gráfica pregunta 5	38
08	Representación gráfica pregunta 6	39
		VII
09	Representación gráfica pregunta 7	40
10	Representación gráfica pregunta 8	41
11	Representación gráfica pregunta 9	42

ÍNDICE DE ANEXOS

Nº	TÍTULO	PAG.
01	Air Way Bill	112
02	Lista de Navieras	113
03	Portal web ECUAPASS	113
04	Documento aduanero único	114
05	Factura comercial del exportador	115
06	Perfil enviado por la empresa vía mail	116

INTRODUCCIÓN

M-R Importaciones es una empresa joven con ideas innovadoras brindando soluciones prácticas y viables a sus requerimientos tecnológicos y comerciales.

Conscientes de la amplia oferta de bienes y productos, a nivel mundial, ofrecemos un servicio integral y versátil enfocado a las necesidades actuales y específicas del sector empresarial nacional.

Nuestro principal frente dentro del servicio logístico aduanero se enfoca a la asesoría en comercio exterior mediante el cumplimiento de las normas aduaneras ecuatorianas y de las demás entidades que regulan las operaciones, logrando que se desarrollen en un ámbito de ética, seguridad profesionalismo. Clasificación de mercancías, valoración aduanera y certificados de origen, Trámites de clasificaciones oficiales. Bajo esta premisa nuestra empresa determina a las importaciones como procesos que permiten a los ciudadanos adquirir productos que en su país no se producen, o más baratos o de mayor calidad, beneficiándolos como consumidores.

Al realizarse importaciones de productos más económicos, automáticamente se está librando dinero para que los ciudadanos ahorren, inviertan o gasten en nuevos productos, aumentando las herramientas para la producción y la riqueza de la población.

Las compras de productos al extranjero que hace Ecuador mantienen su aumento, pese a las restricciones, como aranceles y licencias de importación, planteadas por el Gobierno, en los últimos dos años.

Según las cifras del Banco Central del primer trimestre de este año, las importaciones no petroleras pasaron de \$ 4.011,73 millones a \$ 4.575,75 millones, lo que significa un aumento del 14,6%. En volumen, las compras al extranjero variaron 4,89%.

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES MR IMPORTACIONES.

1.1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.

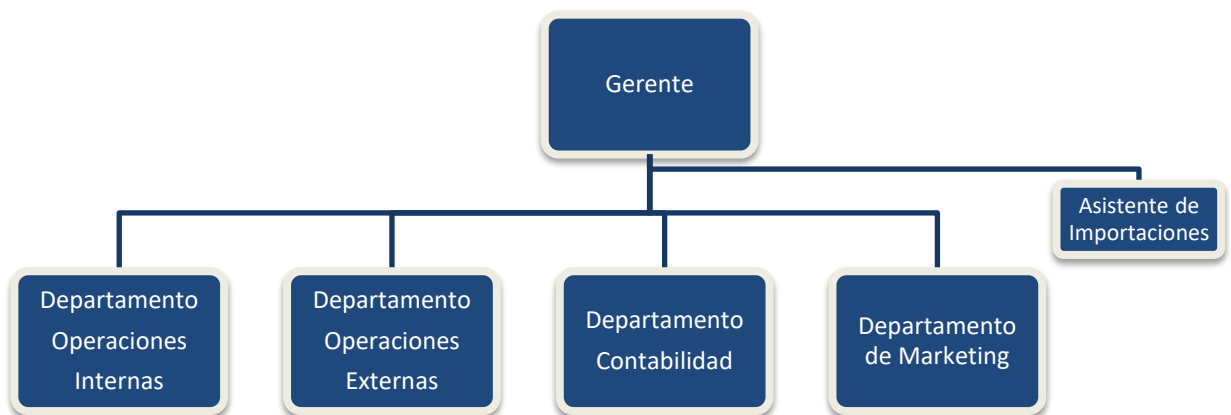
M-R Importaciones es una empresa joven con ideas innovadoras brindando soluciones prácticas y viables a sus requerimientos tecnológicos y comerciales.

Conscientes de la amplia oferta de bienes y productos, a nivel mundial, ofrecemos un servicio integral y versátil enfocado a las necesidades actuales y específicas del sector empresarial nacional.

MYR importación está integrado por profesionales con un alto grado de responsabilidad y fundamentalmente reúnen amplia experiencia en la aplicación de materias como Legislación Aduanera; Nomenclatura Arancelaria; Valoración en Aduana de las Mercancías; Operaciones Aduaneras; Sistemas Informáticos, garantizando; que la gestión en el proceso de un trámite sea la más adecuada y óptima, permitiendo que el despacho de la mercancía se ejecute en el menor tiempo posible. Nuestra empresa le apoyará en todas las áreas de COMERCIO EXTERIOR.

1.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

FIGURA Nº 01
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA



1.3. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.

La efectividad de una organización depende directamente de la eficacia y la eficiencia de su función administrativa, puesto que del como el gerente ejecute sus

funciones así como también de su habilidad para manejar a las personas que conforman su grupo de trabajo, generalmente con aptitudes, actitudes y necesidades diferentes, es causal de éxito o fracaso empresarial.

La estructura de MYR importaciones define y desagrega la estructura organizacional de la empresa, determinando: la misión de cada una de las unidades administrativas, sus relaciones de dependencia y el detalle de las principales funciones.

NIVEL EJECUTIVO

✓ **GERENCIA ADMINISTRATIVA.**

Misión:

La misión de la gerencia administrativa es asumir la responsabilidad en la administración general de la Empresa, enmarcándose en lo que dictaminan los Estatutos y en las políticas fijadas en el manual de funciones, así mismo ejercer la representación legal de la Empresa y administrarla bajo criterios de solvencia, prudencia y rentabilidad financiera, en procura de su desarrollo sostenido y el cumplimiento de la misión, visión, valores y objetivos empresariales; y, en el marco de las estrategias y políticas preestablecidas.

Funciones:

- Representar judicial y extrajudicialmente a la Compañía.
- Dirigir la marcha de de Compañía, el curso de sus negocios sociales.
- Vigilar el desempeño de los funcionarios de la empresa, dictando las órdenes que estime conveniente para una mejor administración.
- Examinar la contabilidad de la Compañía.
- Autorizar o ratificar operaciones que supongan un aumento del endeudamiento existente superior a un diez por ciento (10%) del activo total de la empresa.
- Formular planes y programas que deba cumplir la Compañía.

- Elaborar los reglamentos de procedimientos que sean necesarios para el buen funcionamiento de la Compañía.
- Dirigir y coordinar las actividades de la Compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma.
- Investigación y selección de posibles clientes.
- Planificación y gestión de operaciones.

NIVEL OPERATIVO

✓ ***DEPARTAMENTO DE OPERACIONES INTERNAS.***

Misión:

Coadyuvar con la dirección en la planeación, organización, coordinación y supervisión de los recursos humanos, financieros y materiales con que cuenta la empresa, a fin de proporcionar oportunamente los servicios administrativos internos que se requieran para el desarrollo de las funciones sustantivas de la organización.

Funciones:

- ✓ Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.
- ✓ Hacer una evaluación diaria de los organismos para verificar el avance de los procesos y cumplimiento de cada uno de nuestros clientes.
- ✓ Recibir e informar asuntos que tenga que ver con cada departamento correspondiente para que todo estén informados y desarrollar bien el proceso asignado.
- ✓ Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes departamentales de la agenda programada y demás asuntos.
- ✓ Atender y orientar al público que solicite los servicios de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida y clara

✓ **DEPARTAMENTO DE OPERACIONES EXTERNAS.**

Misión:

El Gerente de Operaciones Externas tiene a su cargo el manejo del departamento técnico dentro del que se incluye la prestación y supervisión de los servicios de operaciones aduaneras y logísticas. Brindar servicio técnico a los clientes en los procesos conforme avanzan en los diferentes puntos operativos, así como planificar y ejecutar cualquier cambio, modificación o mejora en pro de la operatividad de la empresa.

Funciones:

- ✓ Es el responsable de establecer el contacto cuando se realiza una venta, con el objetivo de detectar las necesidades del cliente.
- ✓ Elaborar una cotización de los servicios con los datos proporcionados por el cliente.
- ✓ Realiza la presentación de la propuesta en el caso de tratarse de empresas potencialmente considerables junto con su cotización, además de encargarse de la negociación con el cliente en cuanto a precio y crédito.

✓ **DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD.**

Misión:

Procurar la optimización y adecuada administración de los recursos económicos disponibles, mediante la aplicación de políticas, sistemas, métodos y normas en materia financiera, presupuestaria, contable y de control en la Empresa, a fin de realizar los planes y proyectos de inversión y operación aprobadas por la Empresa.

Funciones:

- Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar la gestión económica-financiera de la Empresa.
- Preparar en coordinación con las diferentes áreas, la proforma presupuestaria anual y sus reformas y realizar la ejecución, el control, liquidación y evaluación presupuestaria.
- Llevar, organizar, coordinar y supervisar el desarrollo contable de todas las operaciones financieras que efectúa la Empresa, de acuerdo a las políticas, normas técnicas y Principios de Contabilidad generalmente aceptados y a lo dispuesto en el Sistema Uniforme de Cuentas.
- Proporcionar a la Administración de la Empresa y demás áreas de la Empresa, asesoramiento técnico, información especializada y recomendaciones, que sirvan de soporte para la toma de decisiones económicas y financieras.
- Llevar y mantener actualizada la Contabilidad General de la Empresa y elaborar los Estados Financieros y Anexos en la forma y plazos previstos por la Ley.

✓ **DEPARTAMENTO DE MARKETING.**

Misión:

El departamento de Marketing es quien lleva sobre sus hombros la responsabilidad de investigar, desarrollar e implementar las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos de una empresa. Con ese fin se establece una metodología que será puesta en marcha por cada una de las áreas especializadas en las que podemos dividir un departamento de marketing. No importa si nos referimos a un autónomo o a una gran multinacional, estas acciones son iguales para todos y resultan imprescindibles para el éxito de cualquier proyecto empresarial.

Funciones:

- Se encarga de proporcionar al público una buena imagen corporativa de la empresa.
- Diseñar distintas campañas publicitarias de acuerdo a las temporadas de comerciales dentro del país.
- Selecciona los mejores medios publicitarios para atraer a los clientes.
- Sugiere ideas de atención al cliente.
- Debe realizar anualmente una investigación de mercados en la cual se analice los más actuales requerimientos del mercado, en cuanto al idioma inglés se refiere.
- Periódicamente debe aplicar cuestionarios de retroalimentación a los clientes vía web o personalizada.
- Estudiar el mercado y a los clientes, determinar la mejor manera de llegar a esos clientes.
- Trabaja con el resto de la compañía para ayudar a determinar las necesidades del mercado para promocionar nuevos servicios
-

NIVEL AUXILIAR

- ✓ Asesor de importaciones: se encarga de brindar asesoría en los temas de comercio e información local e internacional actualizada, nomenclatura y tarifas arancelarias, estadísticas de comercio exterior, y mantener información actualizada y acertada sobre los procesos aduaneros y logísticos debido a que la coyuntura en cuanto importaciones es constantemente variable.

1.4. SECTOR AL QUE PERTENECE.

MYR importaciones se desenvuelve como una empresa netamente de asesoría de comercio exterior, es decir constituye una empresa de servicios, y en un campo específico dedicado al sector de las importaciones.

Trámites de Aduana IN HOUSE

Servicio de Trámites de Aduana IN HOUSE



Creamos un nuevo concepto de servicio, con el objetivo de que usted como cliente pueda mantener un mayor control sobre todas sus operaciones aduaneras en forma directa.

Para lo cual proporcionamos todo el contingente dentro de su empresa como: Personal capacitado y con experiencia en el área de comercio exterior, Sistemas integrados de comercio exterior, equipos informáticos, accesos directos a Aduana,

Logística y Transporte

Servicio de Logística y Transporte en Ecuador.



Una de las condiciones básicas para asegurar éxito en las importaciones y exportaciones es lograr que las mercancías lleguen a su punto de destino en buenas condiciones, dentro de un período razonable de tiempo y a un costo que haga posible su competencia.

Aduana Ecuador

Servicios de coordinación en Aduana de Importaciones y Exportaciones



La aduana al ser un ente público, ejerce la responsabilidad de cumplir y hacer cumplir la normativa aduanera, vigente en el ámbito nacional e internacional y facilita las transacciones de comercio exterior y el acceso a información sobre operaciones aduaneras y movimiento de mercaderías y bienes.

Almacenamiento

Servicio de Almacenamiento de mercancías de importación o exportación



El almacenamiento temporal de mercancías se realizará en bodegas de la aduana o en bodegas autorizadas bajo el control aduanero, las mismas que permiten el almacenamiento temporal de mercancías de importación o exportación.

1.5. PRINCIPIOS CORPORATIVOS.

- Puntualidad
- Honestidad
- Ética
- Responsabilidad
- Seriedad

Son nuestros pilares para poder ofrecer a nuestros clientes un servicio rápido y eficiente logística Integrada en comercio exterior.

1.6. MISIÓN.

Constituirnos en una organización sólida y eficiente permitiendo a nuestros clientes optimizar su tiempo mediante el manejo y asesoramiento directo en las compras e importaciones de bienes y productos requeridos.

1.7. VISIÓN.

Conectar a nuestros clientes con bienes y productos disponibles en el mercado mundial, ampliando sus oportunidades de crecimiento.

1.8. OBJETIVO.

“Nuestro objetivo es ser parte de su proceso productivo y mantener con su empresa una relación beneficiosa de negocios. Nuestras tarifas son el resultado de nuestro trabajo por lo que lo invitamos a conocer nuestra empresa.”

CAPÍTULO II

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA MR IMPORTACIONES

Las diferencias entre países dan origen al comercio y a las ganancias del comercio, los países exportaran los productos que su trabajo produce de manera más eficiente

e importaran los productos que su trabajo produce más ineficientemente, hecho que puede verse como una forma de producción indirecta que le da a un país la posibilidad de producir un bien e intercambiarlo por otro que desee y adicional a ello amplía sus posibilidades de consumo, razones suficientes para que nuestro país envuelto en una economía de libre mercado participe activamente de ella, a través de cada uno de sus sectores económicos.

2.1 FACTORES DEL MICROENTORNO.

Dentro del desarrollo empresarial de MYR importaciones convergen diferentes agentes que matizan tanto las cualidades que lo hacen efectiva y competitiva al momento de proveer los diferentes servicios, así como sus puntos débiles en cuanto al funcionamiento organizacional. Al tratarse de una empresa de servicios existen ventajosamente mayores fortalezas ya que lo que se provee es un bien intangible y por tanto inafectable en aspectos como: tiempo, espacio o volumen.

Sin embargo el ser una empresa pequeña no exime que no posea debilidades, dentro de este contexto en que se explicaran en los puntos siguientes las fortalezas y debilidades del funcionamiento interno de MYR importaciones.

2.1.1 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Una de las mayores fortalezas y puntos de ventaja competitiva dentro del ámbito de la logística de importaciones radica en la organización administrativa de las empresas operadoras logísticas, en este sentido MYR importaciones cuenta con este plus al ser una pequeña empresa y manejarse administrativamente con apenas ocho profesionales.

En cuanto a la planificación a partir del presente año la empresa ha fijado la gestión por procesos como el modelo administrativo a seguir, mediante este sistema se ha orientado todos los recursos humanos, tecnológicos, financieros hacia un proceso administrativo fijado a la consecución de objetivos a corto mediano y largo plazo. De este modo las actividades de: planificación, organización, dirección y control permitirá

que la organización se desarrolle de forma coordinada, mejorando la efectividad y la satisfacción de todas las partes interesadas.

2.1.2 ECONOMÍA-FINANZAS.

En cuanto al aspecto financiero de la empresa, la empresa surgió en base a financiamiento propio, sin embargo este aspecto se ha ido modificando conforme se han presentado las necesidades y debido al tamaño de la empresa el manejo económico-financiero resulta altamente manejable; al ser una empresa unipersonal aspectos como el acceso al capital resultan una ventaja competitiva, en cuanto a la rentabilidad los resultados son muy aceptables ya que la mayor inversión no radica en bienes o productos sino en un servicio intangible y en la capacidad de gestión de procesos principalmente aduaneros efectuados por los trabajadores de la empresa.

2.1.3 INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.

Es muy importante dentro del ámbito del comercio exterior la constante actualización de los procesos, metodología y sistemas logísticos y administrativos, vinculados tanto con la transportación de los bienes y productos así como los trámites legales de desaduanización de los mismos, es por eso que MYR ha puesto especial énfasis en este aspecto desarrollando y mejorando los procesos para la importación de mercaderías a través de capacitación del personal y mejoras tecnológicas principalmente.

2.1.4 MARKETING.

En la actualidad la tendencia a nivel global se ha volcado a una alta inversión en marketing debido a la vialidad y tecnología que hoy existe, MR importaciones como una empresa altamente innovadora apuesta fuertemente a la promoción de sus

servicios mediante marketing electrónico principalmente a través de su página web, redes sociales como Facebook y Twitter. De este modo se pretende llegar masivamente al público en general, ya que los servicios van destinados desde a la persona común tanto como a las grandes empresas del Ecuador.

GRÁFICO Nº 01 PÁGINA WEB



GRÁFICO Nº 02 REDES SOCIALES



TABLA Nº 01
FACTORES DEL MICROENTORNO

<p>ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA</p> <p>Hace referencia a la forma de asociación de una empresa y a las regulaciones que marcan su funcionamiento trata temas claves como:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación, • Infraestructura • Coordinación, • Integración, • Imagen Corporativa, • Habilidad para atraer y retener personal competitivo
<p>ECONOMÍA-FINANZAS</p> <p>Considera aspectos relacionados con la económica interna de la empresa, tales como:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento propio, • Financiamiento por medio de terceros, • Utilización de la capacidad productiva y nivel de endeudamiento, • Acceso al capital y • Rentabilidad empresarial.
<p>INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO</p> <p>investigación y desarrollo productivo de la empresa como unidad comercializadora y también otros no menos importantes como el desarrollo de zonas con potencial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Proyección • Dimensión • Impacto • Productividad • Política tecnológica y científica • Política industrial

<p>MARKETING</p> <p>Incluye un conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas publicitarias, • Ventas y servicios, • Determinación de nuevos mercados, y • Alianzas institucionales, • Planes de marketing y • Posicionamiento de la empresa, su planificación y control interno.
--	---

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis Lliva

2.2 FACTORES DEL MACRO ENTORNO.

Según un artículo efectuado por Diario El universo: Las compras de productos al extranjero que hace Ecuador mantienen su aumento, pese a las restricciones, como aranceles y licencias de importación, planteadas por el Gobierno, en los últimos dos años.

Según las cifras del Banco Central del primer trimestre de este año, las importaciones no petroleras pasaron de \$ 4.011,73 millones a \$ 4.575,75 millones, lo que significa un aumento del 14,6%. En volumen, las compras al extranjero variaron 4,89%.

Las restricciones colocadas a los autos, los aranceles en ropa y zapatos, además del Impuesto a la Salida de Divisas, han generado que el crecimiento de las importaciones baje su ritmo, pero no que se detengan. Antes crecían sobre el 20%. Además las importaciones no se reducen, pues hay dinero en la economía para

demandar productos importados y pagar los aumentos en los costos que registre el mercado mundial.

En los primeros tres meses del 2012, las importaciones que más crecieron fueron las de bienes de capital y de consumo.¹

Como podemos darnos cuenta existen diferentes factores que no podemos manejar como las decisiones de política pública que el gobierno pueda tomar con respecto a la regulación de nuestro ámbito de desarrollo de actividades, las acciones de las empresas que compiten en la misma línea de servicios que nosotros, etc.; por este motivo es importante prever políticas empresariales de acción que nos permitan manejarnos de manera eficiente bajo los constantes cambios en el ámbito del comercio exterior.

2.2.1 ENTORNO NATURAL O FÍSICO.

**FIGURA Nº 02
UBICACIÓN GEOGRÁFICA**



Nuestra empresa se encuentra ubicada en la ciudad **San Francisco de Quito**, que es la ciudad capital de la República del Ecuador y también de la provincia de Pichincha, es la segunda ciudad más grande y poblada del Ecuador. Además es cabecera cantonal del Distrito Metropolitano de Quito.

Está ubicada sobre la hoya de Guayllabamba en las laderas orientales del estratovolcán activo Pichincha, en la parte occidental de los Andes. Se encuentra aproximadamente en las coordenadas 0°13'23"S 78°30'45"O y su altitud promedio es de 2800 msnm La ciudad está dividida en 32 parroquias, las cuales se subdividen en barrios.

Los beneficios logísticos que brinda la localización de nuestra empresa en la ciudad de Quito son los siguientes:

- Aledaña al Aeropuerto Internacional de Quito, en caso de que el proceso de desaduanización corresponda a este sitio, de igual modo en caso de que este proceso se lo deba realizar en Guayaquil la ubicación cerca del aeropuerto se convierte en una ventaja geográfica ya que permita la fácil movilidad de nuestro personal hacia y desde Guayaquil vía aérea.
- Existen vías de acceso que conectan con los principales puertos marítimos del país y con Colombia, Perú y la Amazonía, por lo que el punto de ingreso de la mercadería no es un limitante para poder ofrecer nuestro servicio.
- Bajos costos y tiempos de transporte.

2.2.2 ENTORNO DEMOGRÁFICO.

Población

Quito es la segunda ciudad más poblada de Ecuador, con 2.239.191 habitantes (como Distrito Metropolitano), en el último censo ecuatoriano, conducido el 28 de Noviembre del 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Ya fuera de la ciudad en sí, El distrito metropolitano de Quito tiene un total de 2'239.191 habitantes según los resultados oficiales del censo del INEC del 28 de Noviembre del 2010. En otros datos, el área administrativa urbana existe 1'607.734 habitantes.

La población étnica de la ciudad es marcado por un aspecto diverso, por el hecho de las diversas etnias que conviven en la misma ciudad, mayormente conviven personas de raza blanca junto a la mestiza e indígena entre otras.

Ventajas Demográficas.

Transporte Aéreo

El Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre que sirve a la ciudad de Quito fue inaugurado en 1960. Tiene una pista de 3.120 m de longitud y una importante infraestructura frigorífica para el mantenimiento y almacenamiento de flores y otros productos perecibles de exportación. El aeropuerto está ubicado en la parroquia Chaupicruz, a tan solo 10 minutos del área comercial de la ciudad. En el año 2002, se inició la remodelación de esta terminal aérea, la cual fue concluida en agosto de 2003. Hoy en día, este recinto cuenta con todas las comodidades y servicios característicos de un aeropuerto internacional. Las facilidades de enlace son múltiples, mediante vuelos directos desde y hacia Madrid, Ámsterdam, Bogotá, Medellín, Lima, Santiago, Buenos Aires, Ciudad de Panamá, Caracas, San José, Bonaire, Miami, Houston, Nueva York, Atlanta, y con breves conexiones con México, Río de Janeiro y Sao Paulo, entre otras.

2.2.3 COYUNTURA ECONÓMICA.

Según la CEPAL la economía de América Latina y el Caribe ha intensificado su expansión durante el primer trimestre del año y mantiene su previsión de crecimiento en el 3,7 % en 2012, aunque esta proyección puede tornarse pesimista si la crisis económica se incrementa en Europa. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) señaló que en los tres primeros meses del año las economías de la región han moderado la desaceleración registrada durante el segundo semestre de 2011. El producto interno bruto (PIB) de América Latina y el Caribe registraron en 2011 un alza del 4,3 %, aunque en la mayoría de países el dinamismo económico menguó en el transcurso del año. Durante el primer trimestre de 2012 esta tendencia

se moderó parcialmente y la mayoría de los países de la región registró una expansión al compararse con el mismo periodo del año pasado. El motor que ha impulsado la buena marcha de la economía en la primera parte de 2012 ha sido la demanda interna. El sector servicios, en particular el comercio, se mantuvo como uno de los más dinámicos, indica el informe de la CEPAL.

Con estos antecedentes, el organismo de Naciones Unidas mantuvo su previsión de crecimiento de la región para 2012 en un 3,7 %. Los países que más se expandirán son Panamá (8 %), Haití (6 %), Perú (5,7 %) y Bolivia (5,2 %). Según el pronóstico de la CEPAL, Venezuela, Nicaragua y Costa Rica crecerán un 5 %, un poco más que Chile (4,9 %) y que la República Dominicana, Ecuador y Colombia, todos con un 4,5 %. La economía de México registrará un alza del 4 %, la de Argentina un 3,5 % y la de Brasil un 2,7 %. Paraguay es el único país de la región que sufrirá una recesión, con una tasa negativa del 1,5 %.

2.2.4 ENTORNO LEGAL.

Dentro de todos y cada uno de los procesos para los que nuestros clientes contratan nuestros servicios se contemplan diferentes figuras legales principalmente orientadas a la importación de bienes y productos, entre los regímenes más importantes y de mayor aplicación tenemos:

Un régimen aduanero es una modalidad de importación o exportación orientada a darle un destino aduanero específico a una mercancía, de acuerdo a la Declaración Aduanera presentada.

Importación a consumo.

Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando

hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras.

Admisión temporal para reexportación en el mismo estado

Es el régimen aduanero que permite la introducción al territorio aduanero de determinadas mercancías importadas, para ser utilizadas en un fin determinado, con suspensión total o parcial del pago de los derechos e impuestos a la importación y recargos, con excepción de la depreciación normal originada por el uso que se haya hecho de las mismas, para ser reexportadas en un plazo determinado sin experimentar modificación alguna, según se determine en el reglamento.

Reposición de mercancías con franquicia arancelaria

Régimen aduanero que permite importar, con exoneración de los derechos e impuestos a la importación y recargos con excepción de las tasas aplicables, mercancías idénticas o similares por su especie, calidad y sus características técnicas, a las que estando en libre circulación, hayan sido utilizadas para obtener las mercancías exportadas previamente con carácter definitivo.

Depósito Aduanero

Régimen aduanero según el cual las mercancías importadas son almacenadas por un periodo determinado bajo el control de la aduana en un lugar habilitado y reconocido para esta finalidad, sin el pago de los derechos e impuestos y recargos aplicables.

2.2.5 ENTORNO TECNOLÓGICO.

Para el presente año existió una implementación tecnológica importante en el ámbito de las importaciones y del comercio exterior en general esto se trato de reemplazar el método anterior de despacho a través de documentación física a un sistema de despacho digital llamado ECUAPASS, por medio de la adopción del nuevo sistema

los operadores de comercio exterior podrán realizar los trámites de importación y exportación mediante un modelo electrónico de despacho.

Mediante el nuevo sistema existe una disminución de seis a dos días en los trámites aduaneros, y se incorpora mucha más tecnología enfocada en el uso de una firma digital.

SISTEMA ECUAPASS

Es el sistema aduanero ecuatoriano que permitirá a los Operadores de Comercio Exterior poder realizar todas sus operaciones aduaneras de importación y exportación.

Objetivos del ECUAPASS

- Transparencia y eficiencia de las operaciones aduaneras Minimizar el uso de papel.
- Simultáneamente asegurar el control aduanero y facilitar el comercio
- Establecer el sistema de operaciones aduaneras basado en el modelo del sistema de despacho electrónico coreano (UNI-PASS)
- Establecer la Ventanilla Única de Comercio Exterior

Módulos que conforman el ECUAPASS

Los módulos que conforman el ECUAPASS son los siguientes:

- Portal de Comercio Exterior y Ventanilla Única Ecuatoriana
- Procesos de Importaciones y Exportaciones (Despacho y Carga)
- Control Posterior
- Gestión de Litigios Aduaneros
- Data Warehouse
- Devolución Condicionada de Tributos
- Sistema de Alerta Temprana

- Gestión de Riesgos (Incluye la Gestión Avanzada)
- Gestión del Conocimiento
- Sistema de Manejo de Pistas de Auditoría

Manejo de la información a través de ECUAPASS

Podrá realizarlo de tres formas:

1. Ingresando directamente al Portal del ECUAPASS e ingresando la información que quiere transmitir a la Aduana.
2. Desarrollando o adaptando su software para que transmita la información de los nuevos documentos electrónicos que desea transmitir a la aduana.
3. Descargándose el software que otorgará la aduana para que transmita la información de los nuevos documentos electrónicos que desea transmitir a la aduana.

TABLA Nº 02

REQUERIMIENTOS TECNOLÓGICOS PARA PODER USAR EL ECUAPASS

Descripción	Especificación
Computador o Laptop	• CPU: Superior a 1GHz de Pentium • MEMORIA RAM : Superior a 1 Gbyte
Monitor	Resolución mínima de 1024 x 768
Sistema Operativo	Mínimo Windows XP
Red de Comunicación	Ambiente de comunicación superior a ADSL (Superior a 2Mbps)
Web Browser	Explorer (Superior 6.0); Mozilla, Safari, Opera, Google Chrome
Certificado Electrónico	Firma electrónica de Persona Natural, Persona Jurídica, Representante Legal o Miembro de Empresa. Depende del tipo de OCF.

2.2.6 ENTORNO SOCIO-CULTURAL.

El sector importador de nuestro país entendido como el medio dentro del cual nos desenvolvemos como empresa tiene un comportamiento y una incidencia relevante en el ámbito social y cultural, siendo punto referencial en la coyuntura nacional al

tratarse de un sector generador de recursos económicos, tecnológicos, de desarrollo humano, etc.

Si tomamos en cuenta la perspectiva macroeconómica las Importaciones permiten: Adquirir bienes no disponibles en el país crear mejores condiciones para la competencia, incorporar tecnología y bienes de capital para innovar el parque productivo y acceder a bienes que se producen en el país en condiciones poco favorables. Sin embargo con el pasar de los años y el cambio económico, social y cultural es evidente en los ecuatorianos y el surgimiento de nuevas necesidades viene determinado por ese cambio, lo que ha llevado a que se dinamice el sector importador y sea necesario importar bienes y productos en pro de cubrir estas nuevas demandas insatisfechas.

Para los analistas, el alto consumo que se registra en el país obedece a factores como la capacidad de pago que tiene hoy en día el ecuatoriano y sus niveles de ingresos. Para el docente Hugo Jácome, existen dos factores que impulsan el consumo en el país en la actualidad: “El primero es el proceso de crecimiento económico del país que implica mayores ingresos para los habitantes”.

El segundo factor que menciona Jácome tiene que ver con los incentivos que genera la banca para sus clientes, con créditos rápidos y sin mayores trámites. Este analista anota que en ese segmento las tasas de interés son mayores (la tasa máxima de interés en el segmento de consumo se fijó en 16,3%, por parte del Banco Central del Ecuador para marzo). “Todo esto alienta a la lógica de consumo”.²

2.3 MATRIZ FODA (CRUCE DE FACTORES DEL MACRO Y MICRO ENTORNO)

²http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/Ecuador-elevan-niveles-consumo_0_664733554.html

El análisis de las fortalezas, oportunidades debilidades, y amenazas (FODA), concentra los resultados de los análisis de la empresa en su entorno interno y externo, que permiten realizar una evaluación de las fortalezas y debilidades en el contexto de las oportunidades y amenazas.

En el análisis FODA está implícita la meta de alcanzar la óptima combinación entre los recursos que posee la empresa, con el entorno; a fin de lograr una ventaja competitiva en relación a la competencia, la misma que se podría alcanzar mediante las siguientes acciones:

- ✓ Construir sobre las fortalezas de la empresa.
- ✓ Reducir o evitar las debilidades.
- ✓ Explotar las oportunidades.
- ✓ Reducir la exposición a las amenazas.

El paso inicial del análisis FODA consiste en listar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en forma de afirmación específica. Se deberán incluir solamente factores importantes, pero algunos serán invariablemente más relevantes que otros. Se deberán ordenar los factores por orden de importancia o rango, y se asignará un puntaje de importancia a cada factor.

En el caso de MR Importaciones, para el análisis FODA se enlistan los siguientes factores importantes:

2.3.1 FORTALEZAS

Las características positivas propias de la empresa son:

- Ser profesionales en comercio exterior y negociación internacional.
- Preparación y experiencia del personal en: importaciones, logística, negociación internacional, legislación tributaria - aduanera, administración y ventas.
- Tener conocimiento del idioma inglés.
- Poseer base de datos de proveedores directos en el exterior para la adquisición de materia prima, maquinaria así como bienes y/o productos para distintas áreas de producción, comercial o servicios.
- Cartera de clientes en, con diversas necesidades hacia los servicios que MR Importaciones oferta.
- Alianzas estratégicas con Operadores Económicos Autorizados: agencias de carga, empresas de Courier, transportistas y agentes afianzados de aduana.
- Contar con la documentación legal necesaria para el desarrollo de las actividades de importación y comercialización.

2.3.2 DEBILIDADES

Son aquellas que se consideran desventajas o limitaciones que afectan a MR Importaciones, se puede mencionar las siguientes:

- No tener personería jurídica de la empresa, lo cual implicar responsabilidad ilimitada.
- Falta de promoción y publicidad de los servicios proporcionados por la empresa.
- Recurso financiero limitado para capital de trabajo.
- Espacio físico de funcionamiento limitado.

2.3.3 OPORTUNIDADES

Son aquellas áreas de mercado que ofrecen mayores perspectivas de crecimiento, para MR Importaciones son:

- Producción en serie y avances tecnológicos de los países desarrollados, hace que los precios de las mercancías en origen sean atractivos para importar.
- Necesidad de innovación por parte de los clientes, en cuanto a adquisición de diversas mercancías para sus procesos de producción, comercialización y prestación de servicios generando nuevos requerimientos para MR Importaciones.
- Incentivos otorgados por el Gobierno a distintos sectores principalmente productivos, para inversión y renovación tecnológica a través de la reducción del ad-valórem en la importación de materias primas y maquinarias.

2.3.4 AMENAZAS

Son factores externos que constituyen un obstáculo importante para el desarrollo de MR Importaciones y su posición a futuro en el mercado:

- Aparición en el mercado de nuevos ofertantes de servicios de comercio exterior, así como ampliación de servicios por parte de los agentes afianzados de aduana que ofertan servicios más específicos.
- Empresas nacionales que importan sus materias primas así como productos terminados de manera directa con un departamento interno de comercio exterior para su consumo propio y distribución.
- Constante variación de los precios en el exterior que afecta al costo de la importación.
- Variación del precio del barril de petróleo, que influye directamente en el costo de los fletes internacionales.
- El contrabando y la competencia desleal (dumping) que afectan al mercado nacional.

2.3.5 MATRÍZ EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (EFI)

Esta matriz permite evaluar los factores internos de la empresa, fortalezas y debilidades, mediante la asignación de valores ponderados basados en el criterio

personal del empresario, según el grado de afectación al desarrollo de sus actividades.

**TABLA Nº 03
MATRÍZ EVALUACIÓN FACTORES INTERNOS**

Factores Clave	Valor (0-1) *	Clasificación **	Valor Ponderado ***
FORTALEZAS			
Ser profesionales en comercio exterior y negociación internacional.	0,15	4	0,60
Preparación y experiencia	0,2	4	0,80
Conocimiento del idioma inglés.	0,1	4	0,40
Base de datos de proveedores directos.	0,08	3	0,24
Cartera de clientes.	0,15	3	0,45
Alianzas estratégicas	0,07	3	0,21
Documentación legal necesaria.	0,1	4	0,40
DEBILIDADES			
No tener personería jurídica.	0,05	1	0,05
Falta de promoción y publicidad.	0,04	2	0,08
Recurso financiero limitado.	0,03	2	0,06
Espacio físico limitado.	0,03	2	0,06
TOTAL	1		3,35
<small>* Se asignan valores a criterio personal, y la suma final ha de ser igual a uno (1). ** Para la clasificación se debe considerar que 1 es igual a debilidad mayor, 2 debilidad menor, 3 fortaleza menor y 4 fortaleza mayor. *** Valor ponderado es la multiplicación del valor por la clasificación, luego se suma para obtener el resultado.</small>			

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis Llive

El resultado obtenido en la matriz de evaluación interna es de 3,35; lo que indica que la empresa MR Importaciones está aprovechando sus fortalezas y maneja sus debilidades.

2.3.6 MATRÍZ EVALUACIÓN FACTORES EXTERNOS (EFE)

La matriz permite evaluar los factores externos como oportunidades y amenazas, su procedimiento es similar a la matriz EFI.

**TABLA Nº 04
MATRÍZ EVALUACIÓN FACTORES EXTERNOS**

Factores Clave	Valor (0-1) *	Clasificación **	Valor Ponderado ***
OPORTUNIDADES			
Producción en serie y avances tecnológicos de los países desarrollados.	0,10	4	0,40
Necesidad de innovación por parte de los clientes.	0,20	4	0,80
Incentivos otorgados por el Gobierno.	0,1	4	0,40
AMENAZAS			
Aparición en el mercado de nuevos ofertantes.	0,15	1	0,15
Empresas nacionales que importan de manera directa.	0,12		
Constante variación de los precios.	0,13	2	0,26
Variación del precio del petróleo, influye el costo de los fletes internacionales.	0,10	2	0,2
Contrabando y competencia desleal.	0,10	2	0,2
TOTAL	1		2,41
* Se asignan valores a criterio personal, y la suma final ha de ser igual a uno (1). ** Para la clasificación se debe considerar que 1 es igual a debilidad mayor, 2 debilidad menor, 3 *** Valor ponderado es la multiplicación del valor por la clasificación, luego se suma para obtener			

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis Lliver

El resultado que se obtiene en la matriz EFE es 2,41; lo cual indica que la empresa MR Importaciones está aprovechando las oportunidades que actualmente se están presentando en el mercado y pero sin embargo existen amenazas a las cuales hay que tomar en cuenta y prever medidas para poder controlarlas.

2.3.7 ANÁLISIS DE MR IMPORTACIONES A TRAVÉS DE UNA ENCUESTA DE CALIDAD DE SERVICIOS.

PRODUCTO O SERVICIO

1. ¿Está establecida la política de la calidad y los objetivos de la calidad en sus servicios?

SI NO

2. ¿Se comunica a la organización la importancia de satisfacer tanto los requisitos del cliente como los legales y reglamentarios en sus servicios?

SI NO

3. ¿Se asegura la conformidad del producto durante el proceso interno hasta la entrega final al cliente?

SI NO

4. ¿Se llevan a cabo auditorías internas del sistema de la calidad en el servicio?

SI NO

5. ¿Están identificados los procesos clave y se controlan sus parámetros importantes garantizándose la entrega regular de sus productos y servicios?

SI NO

6. ¿Se controlan las no conformidades y se asegura que el producto no conforme es identificado y controlado para prevenir una utilización o entrega no intencionada?

SI NO

Esta primera encuesta fue aplicada a la empresa y directamente al Ing. José Luis Ramos quien es el responsable de operaciones externas y encargado de ofrecer información competente sobre MR Importaciones a terceros.

El análisis comprende en primera instancia una cuantificación de cada pregunta por 5 puntos en el caso de ser positiva y -5 en el caso de ser negativa, de modo que:

TABLA Nº 05
EVALUACIÓN ENCUESTA MR IMPORTACIONES

ITEM	CALIFICACION
Pregunta 1	5
Pregunta 2	5
Pregunta 3	5
Pregunta 4	0
Pregunta 5	0
Pregunta 6	5
TOTAL	20
PORCENTAJE	66,7

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis Lliva

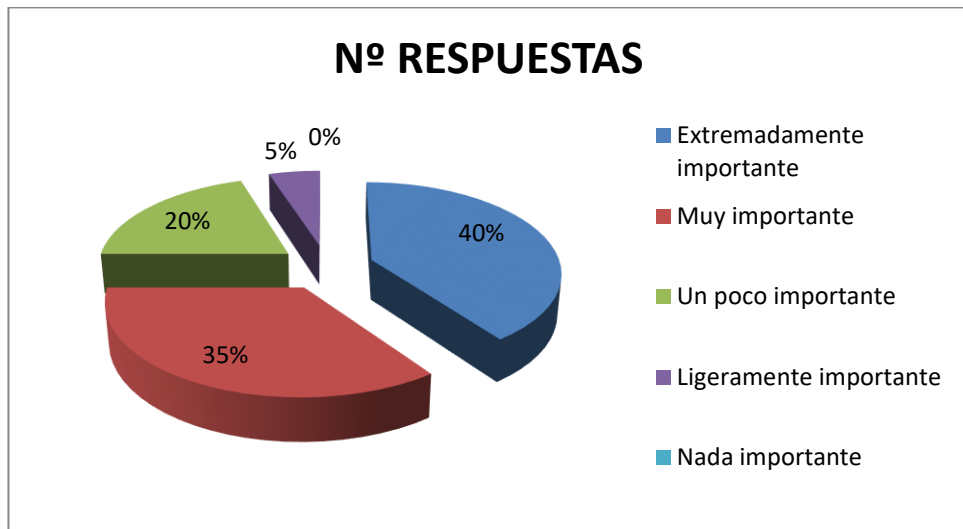
ENCUESTA A CLIENTES

La siguiente encuesta fue aplicada a 20 personas entre naturales y jurídicas que son clientes habituales de nuestra empresa.

- 1. ¿Qué tan importante es la antigüedad comercial a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?**

OPCIONES	Nº RESPUESTAS
Extremadamente importante	8
Muy importante	7
Un poco importante	4
Ligeramente importante	1
Nada importante	0
TOTAL	20

GRÁFICO Nº 3



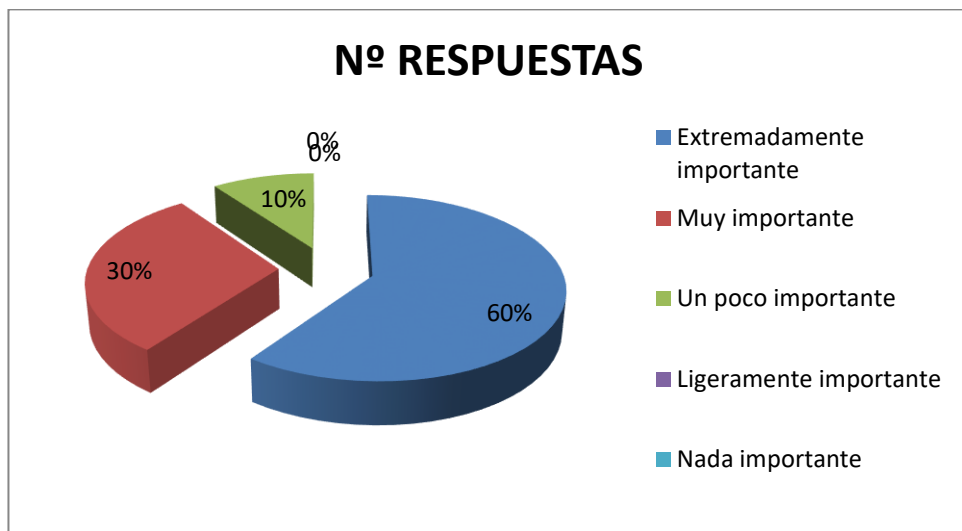
ANÁLISIS

El 40 % de personas y/o empresas consideran extremadamente importante la experiencia con la que cuenta la empresa, el 35 % lo considera muy importante lo que significa que en suma el 75 % de los encuestados ven en este un factor preponderante.

- 2. ¿Qué tan importantes son las herramientas y la tecnología ofrecidas a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?**

OPCIONES	Nº RESPUESTAS
Extremadamente importante	12
Muy importante	6
Un poco importante	2
Ligeramente importante	0
Nada importante	0
TOTAL	20

GRÁFICO Nº 4



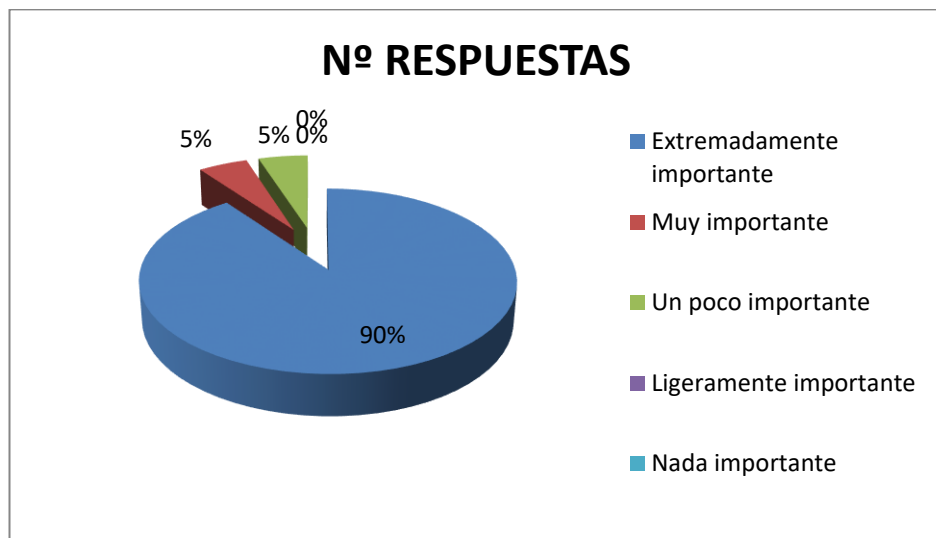
ANÁLISIS

El 60 % de personas y/o empresas consideran extremadamente importante la tecnología que se utiliza para ofrecer nuestros servicios, el 30 % lo considera muy importante lo que significa que en suma el 70 % de los encuestados toman en cuenta la tecnología para elegir el proveedor de sus servicios.

- 3. ¿Qué tan importante es el costo a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?**

OPCIONES	Nº RESPUESTAS
Extremadamente importante	18
Muy importante	1
Un poco importante	1
Ligeramente importante	0
Nada importante	0
TOTAL	20

GRÁFICO Nº 5



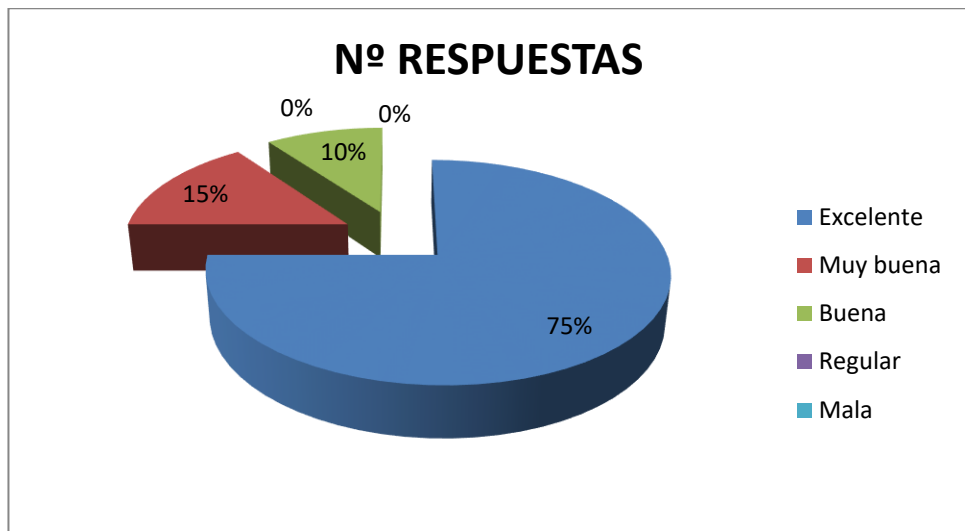
ANÁLISIS

El 90 % de personas y/o empresas consideran extremadamente importante el precio que van a pagar por el servicio, y sin restarle importancia un 10 % consideran de cierto modo importante este factor al momento de contratar un servicio.

4. Califique la calidad general de nuestros productos y servicios.

OPCIONES	Nº RESPUESTAS
Excelente	15
Muy buena	3
Buena	2
Regular	0
Mala	0
TOTAL	20

GRÁFICO N°6



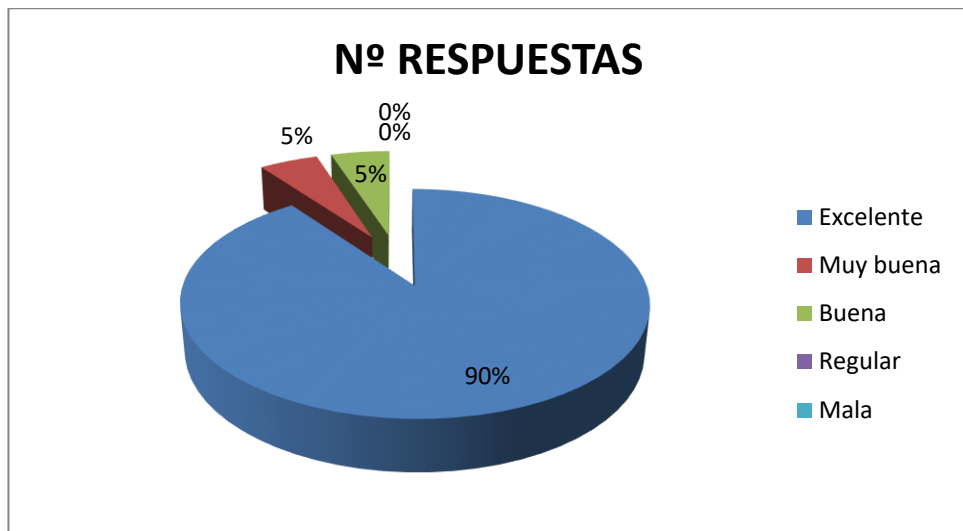
ANÁLISIS

El 75 % de personas y/o empresas consideran excelente los servicios ofertados en MR Importaciones, sin embargo existe un 35 % a quien no logramos convencer totalmente.

5. Califique nuestro nivel de comprensión de sus necesidades empresariales

OPCIONES	Nº RESPUESTAS
Excelente	18
Muy buena	1
Buena	1
Regular	0
Mala	0
TOTAL	20

GRAFICO Nº 7



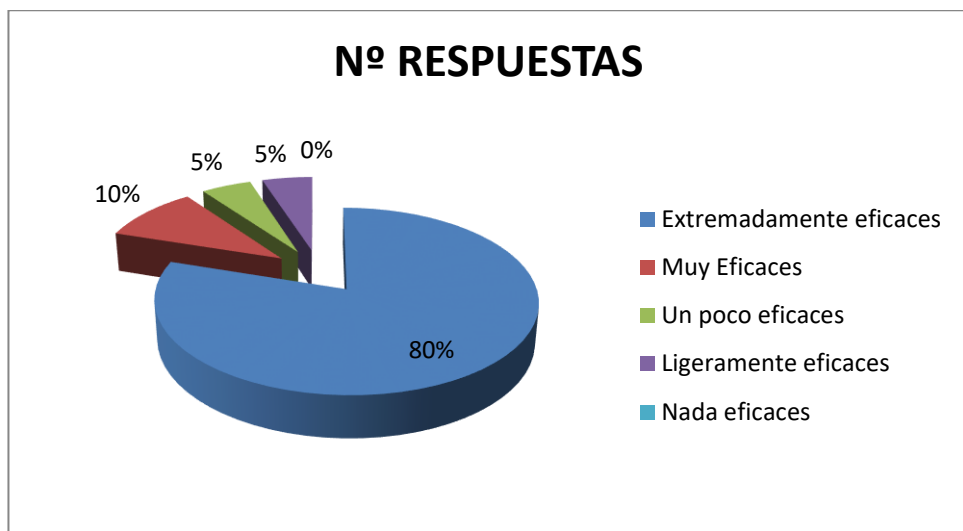
ANÁLISIS

El 90 % de personas y/o empresas consideran excelente el nivel de comprensión de sus requerimientos es decir sabemos cuál es el problema y la posible solución, pero nuestro objetivo es cubrir el 10 % que no lo considera de este modo totalmente.

6. ¿Con qué nivel de eficacia cumplimos con los plazos?

OPCIONES	Nº RESPUESTAS
Extremadamente eficaces	16
Muy Eficaces	2
Un poco eficaces	1
Ligeramente eficaces	1
Nada eficaces	0
TOTAL	20

GRAFICO Nº 8



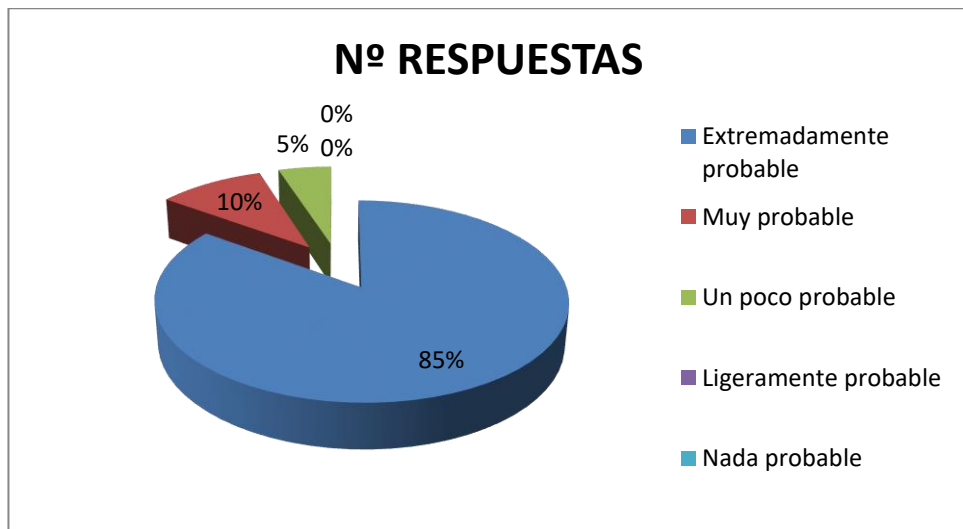
ANÁLISIS

El 80 % de personas y/o empresas consideran que nuestros tiempos de cumplimiento son eficaces, pero existe un 20 % que es un porcentaje medianamente considerable en el sentido que no estamos cumpliendo a tiempo.

7. ¿Cuáles son las probabilidades de que realice actividades comerciales con nosotros nuevamente en el futuro?

OPCIONES	Nº RESPUESTAS
Extremadamente probable	17
Muy probable	2
Un poco probable	1
Ligeramente probable	0
Nada probable	0
TOTAL	20

GRÁFICO Nº 9



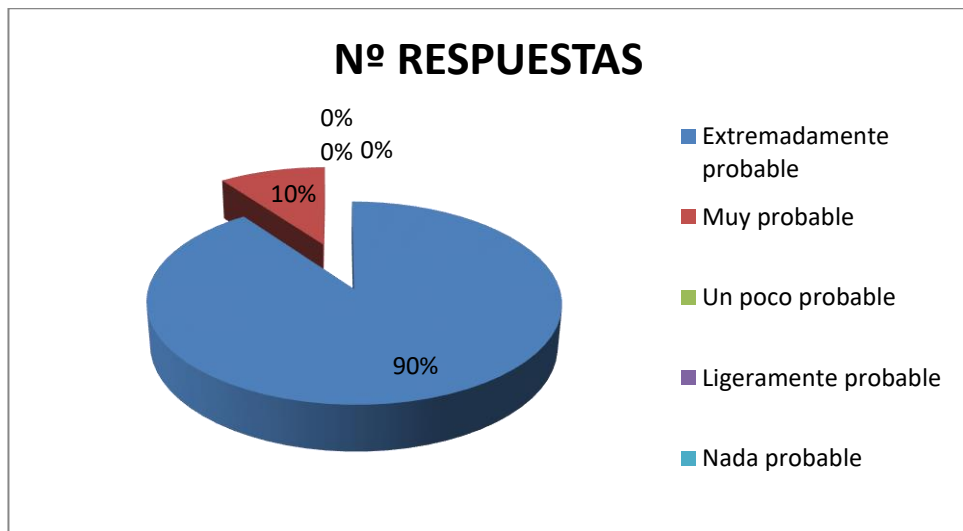
ANÁLISIS

El 85 % de personas y/o empresas consideran altamente probable que vuelva a contratar nuestros servicios, el 10 % ya duda un tanto de hacerlos, mientras el 5% lo pensara dos y más veces en buscar nuestros servicios lo que implica que aun no cubrimos ciertos tipos de falencias.

8. ¿Cuáles son las probabilidades de que nos recomiende a otras personas?

OPCIONES	Nº RESPUESTAS
Extremadamente probable	18
Muy probable	2
Un poco probable	0
Ligeramente probable	0
Nada probable	0
TOTAL	20

GRÁFICO Nº 10



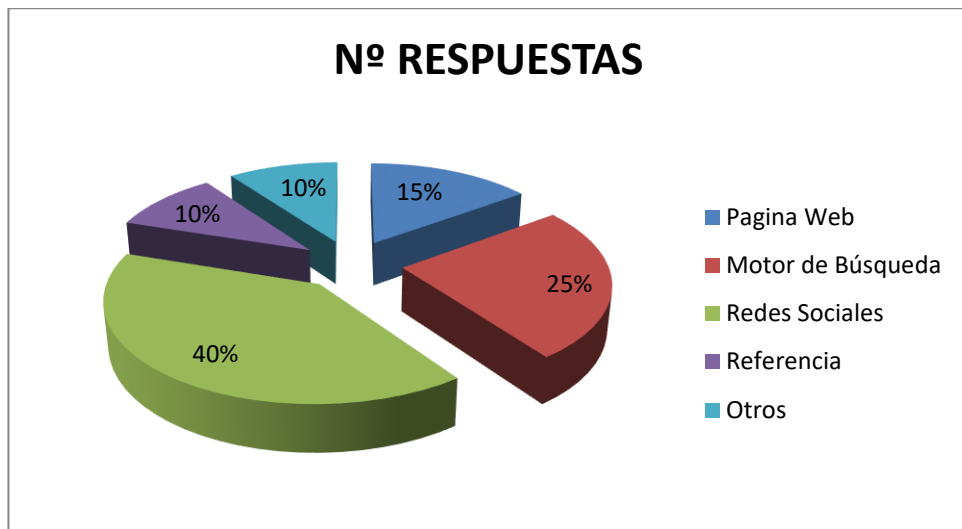
ANÁLISIS

El 90 % de personas y/o empresas consideran altamente probable en recomendarnos a terceras personas, el 10 % muy probablemente lo hará sin embargo esto no garantiza el 100 % de buenas referencias lo que nos obliga a mejorar en distintos aspectos a tratar más adelante.

9. ¿Cómo se enteró de la existencia de nuestra empresa?

OPCIONES	Nº RESPUESTAS
Pagina Web	3
Motor de Búsqueda	5
Redes Sociales	8
Referencia	2
Otros	2
TOTAL	20

GRÁFICO Nº 11



ANÁLISIS

El 40 % de personas y/o empresas se entero de nuestra empresa por redes sociales como Facebook y twitter, el 25 % mediante buscadores de internet como google o yahoo, el 15 % por nuestra página web, un 10 % por referencias de personas, y 10 % por otros medios.

CAPÍTULO III

3. PROYECTO DE ANÁLISIS COMERCIAL Y FINANCIERO PARA LAS IMPORTACIONES A CONSUMO DE LA EMPRESA MYR IMPORTACIONES.

3.1 ANTECEDENTES DEL PROYECTO.

3.1.1 IMPORTACIÓN.

Una importación es cualquier bien o servicio recibido desde otro país, provincia, pueblo u otra parte del mundo, generalmente para su intercambio, venta o incrementar los servicios locales. Los productos o servicios de importación son suministrados a consumidores locales por productores extranjeros. Se refiere a la entrada de bienes o servicios de procedencia extranjera a un mercado determinado.

3.1.2 INCOTERMS.

Son un conjunto de términos de uso frecuente en el comercio internacional, en los cuales se determinan y explican las responsabilidades propias del importador y del exportador, pactar una compra – venta, acogidos expresamente a un valor o modalidad previstos por aquellos.

La CCI (Cámara de Comercio Internacional) publicó un conjunto de reglas en las que se definen claramente los términos en los que se efectúa la negociación y, por tanto, las responsabilidades que contraen comprador y vendedor al pactar una transacción referida a una u otra de las alternativas previstas en este cuerpo normativo denominado INCOTERMS.

GRUPO	SIMBOLO	SIMBOLOGIA EN INGLES	SIMBOLOGIA EN ESPAÑOL	VÍA A UTILIZARSE
Grupo E	Exw	Exwok	Ex – fabrica lugar determinado	VA – VT - VM
Grupo F Sin pago del transporte principal por parte del exportador	FAS	Free alongside Ship	Franco a un costado del barco Puerto convenido	VM
	FOB	Free on board	Franco a bordo Puerto convenido	VM
	FCA	Free carrier	Franco lugar convenido	VA – VT
Grupo de la C Con pago del transporte principal por parte del exportador .	CFR	Cost and freight	Costo y flete Puerto de destino convenido	VM
	CIF	Cost insurance and freight	Costo seguro y flete Puerto de destino convenido	VM
	CPT	Carriage paid to	Transporte pagado hasta lugar convenido	VT – VA
	CIP	Carriage and insurance	Transporte y seguro pagado hasta el lugar de destino convenido	VT – VA

VT: Vía terrestre

VA: Vía Aérea

VM: Vía Marítima

Fuente: Material Seminario de Técnicas de Importaciones y Exportaciones.

Elaborado por: Daysi Ramos/ José Luis Llive

3.1.3 ORGANISMOS QUE PARTICIPAN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.

TABLA Nº 07
ACTORES DEL COMERCIO EXTERIOR

- ❖ Presidencia de la República
- ❖ Banco Central del Ecuador
- ❖ Bancos Corresponsales del Banco Central del Ecuador
- ❖ Administración Aduanera
- ❖ Consejo Nacional de Zonas Francas
- ❖ Consejo de Comercio Exterior e Inversiones
- ❖ Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad
- ❖ Ministerio de Salud
- ❖ Ministerio de Defensa Nacional
- ❖ Ministerio de Obras Públicas
- ❖ Dirección Nacional de Minería
- ❖ Ministerio de Energía
- ❖ Comisión Ecuatoriana de Energía Atómica
- ❖ Comisión Nacional Automotriz
- ❖ Dirección de Aviación Civil
- ❖ Dirección General de la Marina Mercante y del Litoral
- ❖ Instituto Ecuatoriano de Normalización

Elaborado por: Daysi Ramos/ José Luis Lliveros

3.1.4 MECANISMOS PARA IMPORTAR

3.1.4.1 MECANISMOS ARANCELARIOS

Están establecidos por el arancel, se entiende como tal el documento de carácter legal en el que constan todas las mercaderías, que en su clasificación sigue una norma internacional denominada sistema Armonizado.

Cuando la comunidad Andina adoptó el Sistema Armonizado tomó el nombre de NANDINA, Nomenclatura Armonizada para el Grupo Andino, esto permite que

cuando se importen productos originarios de dichos países, no se paguen ni derechos arancelarios ni el APORTE al CORPEI

3.1.4.2 ARANCEL Y SU ESTRUCTURA

El sistema de imposiciones que se aplica a las importaciones tiene el objeto de proteger la industria nacional o el área de integración, y genera recursos para el estado. El arancel tiene varias características:

- ❖ El arancel está estructurado por 8 dígitos, los cuales no se pueden cambiar a nivel de la Comunidad Andina, y se denomina la sub - partida arancelaria regional.
- ❖ Al nivel de 6 dígitos, esta codificación no puede cambiar los países por disposición de la OMC, y se denomina sub - partida arancelaria internacional.
- ❖ A nivel de cuatro dígitos se denomina la partida arancelaria
- ❖ A nivel de dos dígitos se denomina capítulo

El Ecuador tiene sub-partida a nivel de 10 dígitos y se denomina sub- partida arancelaria nacional.

TABLA Nº 08
COMPOSICIÓN DEL ARANCEL

Sub - partida arancelaria nacional	0000.00.00.00
Sub - partida arancelaria regional	0000.00.00
Sub - partida arancelario internacional	0000.00.
Partida arancelaria	0000
Capitulo	00

Fuente: <http://www.Cae.gov.ec>

Elaborado por: Daysi Ramos/ José Luis Llive

3.1.5 PARA ARANCELARIOS CUANTITATIVOS

3.1.5.1 TASA DE FODINFA

Este impuesto está destinado a cubrir el costo de programas de inversión para la atención y cuidado de los niños ecuatorianos.

La tasa es del 0.5% excluye las importaciones de materias primas que se utilizan para la elaboración de fármacos para uso humano y veterinario.

3.1.5.2 IMPUESTO AL VALOR AGREGADO.

Impuesto al valor agregado IVA =12% (C.I.F + T)

3.1.5.3 TASAS DE CONTROL.

Se designa cuando la mercadería se expide bajo los regímenes aduaneros especiales excepto el depósito industrial. El valor equivalente a US\$ 40.

TABLA Nº 09
TARIFAS DE ALMACENAJE

PESO EN KILOS		Tarifas en Dólares
Desde	Hasta	US\$
0	50	7
51	100	12
101	300	18
301	500	25
501	750	40
751	1000	70
1001	2000	90
2001	3000	120
3001	5000	180
5001	10000	240
10001	20000	350
20001	30000	450
30001	40000	600
40001	en adelante	750

Fuente: <http://www.Cae.gov.ec>

Elaborado por: Daysi Ramos/ José Luis Llive

Las tarifas indicadas comprenden almacenaje por 7 días calendario, a partir del octavo día se cobrará la tarifa básica más 0.005 por día calendario, por kilo de carga o fracción más el IVA.

Para carga que requiera de cuarto frío, se cobrará US\$ 10.00 de 0 a 100 Kilos, de 101 kilos se cobrará US\$ 15.00 en adelante.

3.1.6 MECANISMOS PARA ARANCELARIOS.

Se considera a toda medida impuesta sobre los flujos de comercio que no sea una medida arancelaria. Algunas de estas medidas pueden constituirse en barreras no arancelarias.

3.1.6.1 MECANISMOS PARA ARANCELARIOS MONETARIOS.

Este mecanismo está dado por el medio de cálculo de los tributos a pagar de acuerdo a qué tipo de importación se realice y de acuerdo a las formas de pago presentadas, dentro de los tributos que en la actualidad están vigentes y que se graban a las importaciones.

3.1.6.1.1 FORMAS DE PAGO.

Anticipado.

Cuando se realiza el pago antes del embarque de la mercadería

Los créditos documentarios.

La Cámara de Comercio Internacional define al crédito documental como “una obligación asumida por un banco (banco emisor) por escrito, en favor del vendedor (beneficiario) a petición y según las instrucciones del comprador (ordenante), de pagar a la vista o en una plazo establecido una determinada cantidad de dinero, contra recepción de los documentos estipulados”.

En todo crédito documental intervienen generalmente cuatro entes, comprador y vendedor, ligados entre sí por un contrato de compra – venta; y, banco emisor y banco notificador y/o confirmante.

El crédito documentario permite alcanzar un equilibrio comercialmente aceptable entre los intereses contradictorios del comprador y el vendedor, al sincronizar el momento del pago con el momento de entrega de las mercancías.

Los créditos documentarios cumplen varias funciones:

- ❖ Son el instrumento clásico utilizado para financiar las compras de mercancías y bienes de equipos extranjeros.
- ❖ Pueden ayudar al banco emisor en la financiación del importador, y en control de su utilización; Constituyen una forma efectiva de proporcionar confianza y seguridad a los comerciantes en sus transacciones.
- ❖ Es un medio comúnmente empleado por los exportadores para asegurar el pago, siempre que no se vean entorpecidos por cláusulas y condiciones innecesariamente complejas.

Actualmente tales dificultades y requerimientos se resuelven por la vía de los llamados créditos documentarios, cuyo instrumento por excelencia es la “Carta de Crédito”.

3.1.6.2 GIRO A LA VISTA

Cuando el pago se realiza contra entrega de Documentos de Embarque

3.1.7 DOCUMENTOS QUE SE UTILIZAN PARA EL EMBARQUE.

- ❖ Conocimiento de embarque
- ❖ Guía aérea
- ❖ Carta Porte
- ❖ Factura Comercial
- ❖ Certificado de Origen
- ❖ Lista de empaque
- ❖ Detalle de gastos
- ❖ Certificado de inspección o constancia de la verificación

3.1.8 CERTIFICADOS.

3.1.8.1 CERTIFICADO DE CALIDAD.

Certifica que la mercadería ha sido elaborada de acuerdo a las normas internacionales de fabricación ISO 9000, 9001, 9002, 9003, 9004 o ISO 9000/2000, ISO 14000 Debido a la apertura de las fronteras y el proceso de globalización, se ha generado un incremento de la competencia en calidad tanto en el campo industrial como en el campo de vida de la sociedad, a punto que la calidad se ha constituido en el factor más crítico en el comercio mundial.

3.1.8.2 CERTIFICADO DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL FABRICANTE.

Garantiza que el producto es nuevo y genuino

3.1.8.3 CERTIFICADO DE ORIGEN.

Es un documento que nos envía el exportador a petición del importador y nos indica que la mercadería es producida y fabricada en ese país, y sirve para que el importador tenga un trato de preferencias de aranceles por parte de las autoridades ecuatorianas, documento necesario cuando se importa de los países de la CAN y ALADI.

Cuando la mercancía venga con certificado de inspección en origen y se active el mecanismo de selección aleatoria.³

3.1.8.4 CERTIFICADO DE INSPECCIÓN.

Otorgan las verificadoras de acuerdo con las disposiciones legales vigentes, si la mercadería tiene un valor FOB de \$4000 o más se debe efectuar la verificación en el lugar de embarque o de origen de la mercancía, el importador debe pagar por este servicio un mínimo de US\$180 más IVA. Las verificadoras son: SGS, VERITAS,

³Ley Orgánica de Aduanas (LOA) Art. 46

⁴ Seminario Técnicas de Importación y Exportaciones, Eco. Canelos Marco.

COTEGNA, ITS. PETROPRODUCCIÓN utiliza los servicios de la verificadora BUREAU VERITAS

El importador debe pagar un mínimo de US\$ 180 más el IVA, o se paga el 50% al presentar la solicitud y el otro 50% cuando la verificadora entrega el certificado de Inspección.⁴

3.1.8.5 AFORO.

Aforo y verificación son sinónimos. Aunque hay una sutil diferencia. Cuando se lleva a cabo en el exterior (cuando el valor FOB de la mercadería es superior a \$ 4.000), es mejor hablar de verificación. El aforo es realizado por la verificadora (la verificadora se determina por sorteo) y es aleatorio. Cuando se ha tenido aforo del país de origen y requiere, además aforo en Ecuador, en el sorteo de la verificadora se debe chequear que dicha verificadora sea diferente a la verificadora que realizó el aforo en el país de origen.

El aforo consiste en la revisión documental y/o física de la mercancía. Del aforo resulta una “fecha de aprobación”, la cual es necesaria para, luego, pagar los tributos en el Banco Corresponsal. Existen dos tipos de aforos: Documental y físico.

3.1.8.5.1 AFORO FÍSICO.

El aforo físico es el acto administrativo de determinación tributaria, mediante el cual, las empresas (aforadoras) contratadas, a nombre del Estado ecuatoriano, efectúan el reconocimiento físico de las mercancías para establecer su naturaleza, peso, cantidad, valor y clasificación arancelaria. El aforo físico es obligatorio en los siguientes casos:

- a) Cuando la mercancía venga con certificado de inspección en origen o procedencia o si efectuado el pago de tributos, el declarante activa el mecanismo de selección aleatoria;

- b) Cuando el declarante no acepta las observaciones formuladas por la Aduana a su declaración (aforo físico de oficio)
- c) Cuando el gerente distrital conociere del cometimiento de un delito aduanero (aforo físico de oficio).
- d) En los casos en que la verificación en origen no es exigible;
- e) Cuando solicite el declarante;
- f) En los casos en los que establezca la Corporación Aduanera Ecuatoriana.⁴

3.1.8.5.2 AFORO DOCUMENTAL

También es realizado por la verificadora. Consiste en una verificación solo en base a que lo declarado coincida con los documentos de acompañamiento del DUI, confirmando que la mercadería esté bien declarada en lo que se relaciona a la clasificación arancelaria y al valor de la mercadería. Según la ley, a partir de la fecha de aprobación tenemos dos días hábiles para pagar los tributos (de lo contrario, se considerará la mercadería en abandono tácito).

3.1.9 TRANSPORTE

Es primordial que antes de realizar la adquisición de materiales del exterior se analice la conveniencia del tipo de transporte a utilizar para la transportación de las mercancías se puede tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- ❖ La vía o ruta a ser utilizada: aérea, marítima, fluvial, férrea o por carretera.
- ❖ La confiabilidad que le ofrece la empresa a ser contratada para el transporte de las mercancías.
- ❖ El tiempo que va a tardar los productos en llegar al lugar de destino.
- ❖ La clase de productos a ser transportados y la condición de los mismos teniendo en consideración el carácter perecedero de las mercancías.
- ❖ El volumen de las mercancías transportadas.

⁴Ley Orgánica de Aduanas Art. 46

- ❖ La urgencia con la que se necesitan las mercancías.
- ❖ El valor de los fletes.
- ❖ Las condiciones de seguridad en el traslado de mercancías.
- ❖ Los gastos de manipulación en los lugares de salida y llegada de las mercancías.
- ❖ El nivel de congestión espacialmente los puertos y aeropuertos de destino;
- ❖ El tipo de embalajes o embarques que se van a utilizar para el transporte de las mercaderías.
- ❖ A juicio de comerciantes expertos, el costo del transporte en ningún caso debe rebasar el veinte y cinco (25%) del valor de las mercancías.

3.1.9.1 VENTAJAS E INCONVENIENTES COMPARADOS DEL TRANSPORTE MARÍTIMO Y DEL AÉREO.

TABLA Nº 10

VENTAJAS DE LOS TIPOS DE TRANSPORTE

VENTAJAS	
Transporte Marítimo	Transporte Aéreo
<ul style="list-style-type: none"> • Económico • Transporte a granel • Diversidad de tipo de buque 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapidez • Manipulación segura • Ahorro de seguros • Ahorro de embalajes • Economías de financiación • Transporte de corta duración hasta el aeropuerto y desde él. • Ahorro de existencias • Frecuencia de conexiones • Posibilidad de llegar a cualquier región • Desperfectos y robos nulos
DESVENTAJAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Lentitud • Manipulación poco cuidadosa • Primas de Seguro más altas • Embalajes más caros • Transporte caro al puerto y desde él • Inmovilización de Capital (mercancías en tránsito) • Necesidad de mantener grandes existencias • Conexiones menos frecuentes • Daños y robo frecuente 	<ul style="list-style-type: none"> • Costo de Transporte • Capacidad de carga limitada • No sirve para el transporte en grandes cantidades • Prohibido en el caso de ciertos productos • Derechos de importación más altos

Elaborado por: Daysi Ramos/José Luis LLive

3.1.9.2 SEGUROS DE TRANSPORTE

El seguro de transportes se considera como el compromiso de un ente (asegurador) ante su contratante (asegurado), por el cual el primero se obliga a indemnizar al segundo las pérdidas económicas derivadas de los accidentes u otros eventos fortuitos ocurridos en el curso del transporte del objeto asegurado (o durante el tiempo de validez de la obligación pactada), siempre que se cumplan las condiciones establecidas en el contrato (póliza) y el pago de una remuneración (prima).

La función de los seguros de transporte es, por lo tanto, cubrir los riesgos derivados del transporte de los objetos asegurados, siempre que ellos sean fortuitos y no tengan el carácter de no previsible.

Es decir, los seguros de transporte no amparan las pérdidas derivadas de la propia naturaleza o características del objeto asegurado y que tiene el carácter de inevitables.

3.1.9.3 CARACTERÍSTICAS COMUNES DE LOS DOCUMENTOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

Todo documento de transporte constituye prueba del contrato y determina las obligaciones recíprocas entre el transportador y el expedidor (prepaid), o será pagado por el destinatario (collet)

Los documentos de transporte pueden servir de factura de los gastos de transporte y gastos anexos, como por ejemplo: gastos de carga, manipuleo, almacenaje, desaduanamiento, etc.

3.1.9.4 EL CONOCIMIENTO DE EMBARQUE MARÍTIMO (BILL OF LADING)

EL BILL OF LADING (BL) ¹² es uno de los documentos de mayor importancia dentro del transporte de mercancías vía marítima; presenta las siguientes características:

El conocimiento de Embarque es un recibo dado al embarcador (shipper) por las mercancías entregadas. Demuestra la existencia de un contrato de transporte y otorga derechos sobre las mercancías.

- ❖ Es una evidencia del contrato de transporte
- ❖ Es un recibo de la mercancía embarcada
- ❖ Es un documento de título de propiedad de las mercancías, sin el cual no se pueden normalmente retirar las mercancías.

Existen varios documentos de embarque entre los que destacan los siguientes:

3.9.4.1 CONOCIMIENTO DE EMBARQUE ON BOARD

Es el documento que demuestra la recepción de la mercadería a bordo del buque, es decir que la mercadería esta lista para ser enviada.

3.9.4.2 CONOCIMIENTO DE EMBARQUE LIMPIO

Llamado también CLEAR BILL OF LADING, es aquel que no guarda reserva alguna en cuanto al estado y condición de la mercadería embarcada, indica que las mercancías han sido recibidas en aparente buen estado. Los conocimientos que presentan indicaciones relativas al mal estado de la mercancía y/o su embalaje se convierten en conocimientos sucios, los cuales no son aceptados por los bancos de acuerdo con las normas de interpretación de las cartas de crédito.

3.9.4.3 CONOCIMIENTO DE EMBARQUE A LA ORDEN.

Cuando el BL es a la orden, el propietario de la mercadería, es decir el poseedor del BL, puede convertirlo mediante endoso en nominativo.

3.9.4.4 CONOCIMIENTO DE EMBARQUE AÉREO (AIR WAYBILL).

Dada la velocidad del transporte aéreo y las especiales circunstancias bajo las cuales se maneja la carga, el proceso técnico y la documentación necesaria son totalmente diferentes de los que se utilizan en el transporte Terrestre y Marítimo. Dentro de estos documentos debemos diferenciar entre sí los siguientes con prescindencia de su uso actual.

3.1.10 FACTURAS

3.1.10.1 FACTURAS COMERCIALES

Las facturas, notas o boletas de venta se emiten, al menos, por duplicado, debiéndose entregar el original al adquirente de los bienes o usuarios de los bienes o usuarios del servicio prestado y utilizar el duplicado para fines de contabilidad y control. Las facturas más frecuentemente utilizadas en el comercio internacional son las comerciales, las consulares y las facturas proforma.

3.1.10.2 FACTURA PROFORMA

Constituye la fórmula que entrega el exportador a su potencial comprador para que éste pueda conocer con exactitud las características y condiciones de la oferta, siendo generalmente utilizada por el futuro comprador para realizar los trámites previos a la importación que sea menester.

3.1.11 CONSIDERACIONES GENERALES

En el Comercio Exterior, es importante especificar que las funciones de compra se determinarán como importaciones, mientras que la venta son exportaciones. Para efectuar una transacción internacional, la negociación internacional, es el primer paso a desarrollar.

“La negociación, es donde se convienen las condiciones de la transacción las que son recogidas posteriormente en el instrumento legal, (Contrato Internacional) en donde se define y precisa las obligaciones, deberes y derechos de las partes e incluso la jurisdicción a que se someterán entre eventuales incumplimientos o

litigios⁵". Aspectos como la distancia y las costumbres pueden desembocar en dificultades tanto para el comprador como para el vendedor. Para el importador la principal preocupación es la de adquirir la mercadería en condiciones tanto físicas, de tiempo y pago, que le resulten más ventajosas para él, por otra parte el exportador, se preocupará porque su mercadería le sea pagada.

3.1.11.1 PROCESO DE IMPORTACIÓN

3.1.11.1.1 ESTANDARIZACIÓN DE MARCAS

La Unidad de Materiales podrá realizar compras con un solo proveedor, o de ser necesaria la estandarización de marcas, conforme a lo señalado en el reglamento de contratación de obras, Bienes y Servicios específicos y su instructivo.

3.1.11.1.2 ELABORACIÓN DE NOTA DE PEDIDO

Adjudicada la Orden de Compra y recibida información complementaria del proveedor, se elabora la Nota de pedido en base a la factura pro forma y a la nomenclatura arancelaria vigente.

La nota de pedido debe contener lo siguiente:

- ❖ Fecha
- ❖ Número pre-impreso
- ❖ Nombre y dirección del importador
- ❖ Nombre y dirección del exportador
- ❖ País de origen
- ❖ Lugar de embarque
- ❖ Lugar de destino

⁵ARIAS BARRIGA, Ramiro. *Manual de Importaciones y Exportaciones del Ecuador*, Editorial Pudeleco S.A 1993, Pág. 53.

- ❖ Vía (aérea, marítima o terrestre)
- ❖ Termino de la mercadería (FOB, CFR, CIF)

3.1.11.1.3 DOCUMENTO ÚNICO DE IMPORTACIÓN (DUI)

El DUI es el formato oficial emitido por la CAE, que deben utilizar los importadores tanto para la aprobación previa de importación como para el desaduanamiento de las mismas. El DUI es elaborado en base al instructivo vigente emitido por el Ministerio de Finanzas publicado en el Arancel de importaciones, con los datos consignados en la Nota de Pedido.

“El documento único de importación (DUI) es el documento oficial que utilizarán los importadores tanto en la declaración de importación a los Bancos Corresponsales del Banco Central previa el embarque de las mercancías para el otorgamiento del visto bueno, como en la Declaración Aduanera para el desaduanamiento de las mismas. Este documento se divide en dos partes, una sombreada a ser llenada al momento de presentar la declaración de la importación ante los Bancos Corresponsales de Banco Central y otra blanca a ser llenada al momento de la Declaración Aduanera al Distrito de Aduanas correspondiente”⁶. El DUI consta de tres formularios: A, B y C. En el “A” se consignará la información general respecto de la importación que se declara, sin embargo en este formulario solo se incluirán las mercancías que se clasifiquen en una misma sub partida arancelaria.

En el formulario “B” el importador declarará más de una partida arancelaria, por lo tanto se utilizará cuantos formularios B sean necesarios, siempre y cuando en la casilla “03 N°. De formulario” se haga constar el numero del formulario A. En el formulario “C” se hará constar tanto la autoliquidación de tributos por parte del importador como la liquidación establecida por la aduana, se llenará y presentará

⁶ARIAS BARRIGA, Ramiro. *Manual de Importaciones y Exportaciones del Ecuador*, Editorial Pudeleco S.A, 1993. Pág. 325 41 mpl

obligatoriamente cualesquiera sea el régimen que se solicita, aunque no se declaren tributos.

3.1.11.1.4 AUTORIZACIÓN PREVIA

La importación de algunos productos puede estar sometida al régimen de autorizaciones previas, en cuyo caso se debe obtener tales autorizaciones con anterioridad a la presentación de la declaración de importación ante el Banco Corresponsal del Banco Central para su aprobación. Una vez legalizados los formularios: DUI y API, por el funcionario responsable cuya firma debe encontrarse registrada en el BCE son ingresados para su aprobación en el MIC y otras instituciones de control señalados en el Arancel Nacional de Aduanas.

3.1.11.1.5 APROBACIÓN DEL DOCUMENTO ÚNICO DE IMPORTACIÓN

Obtenidas las autorizaciones respectivas, el DUI es presentado en el Banco corresponsal del BCE, el mismo que, una vez verificado el cumplimiento de los requisitos pertinentes, concede el visto bueno previa presentación de los siguientes documentos:

- ❖ Documento Único de Importación
- ❖ Autorización Previa de Importación
- ❖ Nota de Pedido

3.1.11.1.6 PÓLIZA DE SEGURO DE TRANSPORTE

El formulario de aplicación de seguro de transporte deberá contener los datos de la Nota de Pedido, la cobertura que será de acuerdo a los términos del contrato o de la póliza respectiva, la aprobación se obtendrá, previa al embarque de los bienes. Para su aprobación y registro, este formulario será remitido a la Unidad de Seguros de la

Empresa. De acuerdo a la ley ecuatoriana, debemos adquirir el seguro de una aseguradora radicada en el país.

3.1.11.1.6.1 VALOR DE LA PÓLIZA DE SEGURO

La prima de seguro es (%) sobre el valor o suma asegurada, el 3.5% Contribución a la superintendencia de Bancos del valor de la prima Derecho de emisión (DE)

TABLA Nº 11
VALORES POR PRIMAS DE SEGUROS

Valor de la prima en dólares			Derecho de emisión de la póliza de seguro US\$
De 0	a	250	0.50
De 251	a	500	1.00
De 501	a	1000	3.00
De 1001	a	2000	5.00
De 3001	a	4000	7.00
De 4001	en adelante		9.00

Al importador se le entrega el conocimiento de embarque, la guía aérea o la carta porte dependiendo de la vía que se usará marítima, aérea o terrestre respectivamente.

Valor de la prima en dólares Derecho de emisión de la póliza de seguro US\$

- ❖ De 0 a 250 0.50
- ❖ De 251 a 500 1.00
- ❖ De 501 a 1000 3.00
- ❖ De 1001 a 2000 5.00

- ❖ De 3001 a 4000 7.00
- ❖ De 4001 en adelante 9.0043

Hay dos tipos de pólizas de transporte

- a) Una póliza que se tramita para cada importación
- b) Una póliza “madre”, con un monto considerable y ya preestablecido como suma asegurada, de la cual se desprenden las “hijas” o aplicaciones para cada importación.

3.1.12 DE LA NACIONALIZACIÓN

3.1.12.1 CERTIFICADO DE INSPECCIÓN

La constancia de Inspección emitida por la compañía verificadora luego de haberse realizado la misma en su origen, sirve de base para la emisión del Certificado de Inspección por parte de la empresa verificadora en el Ecuador. El Certificado de Inspección, conjuntamente con el DUI y los documentos originales de embarque, son exigibles para el trámite de nacionalización de bienes.

3.1.12.2 DESADUANIZACIÓN

Una vez llegada la mercadería a las bodegas de aduanas, se cumplen formalidades necesarias para el retiro de las mismas, mediante el siguiente procedimiento.

Todas las importaciones deben ser declaradas ante la aduana por el propietario o consignatario. Dada su naturaleza única, la declaración aduanera debe formularse independientemente por cada importador, exportador o pasajero, sin embargo, puede presentarse una sola para varios conocimientos de embarque, guías aéreas o cartas de porte, siempre que correspondan al mismo medio de transporte, al mismo viaje y a un mismo régimen aduanero. Para la presentación de la declaración aduanera es obligatoria la intervención de un Agente de Aduanas en los siguientes casos:

- ❖ En importaciones y exportaciones efectuadas por entidades del sector público
- ❖ En los despachos de las importaciones y exportaciones de mercancías cuyo valor sobrepase los dos mil dólares de los Estados Unidos de América (USD 2.000); y en importaciones bajo cualquiera de los regímenes especiales.
- ❖ En todo caso, el declarante es personal y pecuniariamente responsable por la exactitud de los datos consignados en la declaración, responsabilidad que, en el caso de personas jurídicas, recae en su representante legal.
- ❖ La declaración debe efectuarse personalmente, o a través de un representante legal, en los formatos que para efecto proporciona la CAE, sea en medios electrónicos o documentales, dentro del plazo comprendido desde siete días antes hasta 15 días hábiles siguientes a la llegada de las mercancías.
- ❖ La declaración comprende la autoliquidación (que es el cálculo de la base imponible determinada según las normas de valoración aduanera vigentes y la liquidación de la obligación tributaria aduanera) de los impuestos correspondientes que debe presentarse junto con los siguientes documentos.

3.1.12.3 DECLARACIÓN ADUANERA

De acuerdo a la ley orgánica de aduanas y su reglamento se podrá presentar una sola declaración aduanera para varias requisiciones de compra que serán consolidadas en un mismo conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte, siempre que corresponda el mismo medio de transporte, viaje y régimen aduanero. La declaración aduanera será presentada ante las Gerencias Distritales respectivas, por el agente afianzado.

3.1.12.4 DOCUMENTOS PARA LA NACIONALIZACIÓN DE MERCADERIAS

Recibida la documentación de embarque remitida por el BCE, la Sección Importaciones revisa y de ser necesario solicita la corrección de los respectivos documentos a quien corresponda.

En caso de que la documentación recibida no sea original y que los materiales sean requeridos por los usuarios con urgencia, se tramita el desaduanamiento provisional y se da las instrucciones pertinentes al agente afianzado para el retiro de los materiales con garantía aduanera, de conformidad con lo establecido en la Ley Orgánica de Aduanas y su Reglamento. Cuando se disponga de los documentos originales de embarque son remitidos al agente afianzado para el trámite de desaduanamiento definitivo. Los documentos que deben anexarse son los siguientes:

- ❖ Documento Único de Importación
- ❖ Certificado de Inspección
- ❖ Seguro de Transporte
- ❖ Guía Aérea, conocimiento de Embarque o Carta Porte en originales, debidamente endosadas por el BCE, para importaciones efectuadas con Carta de Crédito. En el caso de 30 días únicamente el original de uno de los documentos antes señalados.
- ❖ Factura comercial
- ❖ Nota de pedido
- ❖ Lista de Empaque
- ❖ Resolución de Liberación
- ❖ Certificado de origen cuando aplique

3.1.12.5 TRÁMITE PARA LA NACIONALIZACIÓN

Una vez aceptado el DUI por la gerencia distrital respectiva, se realizarán las siguientes operaciones:

- a) Comprobación

- b) Aceptación y numeración
- c) Selección aleatoria y aforo físico o documental liquidación y recaudación
- d) Liquidación y recaudación
- e) Entrega y retiro de la mercadería

3.1.13 LIQUIDACIÓN ADUANERA

Presentada la documentación ante la gerencia distrital respectiva, se obtendrá la liquidación aduanera con el detalle de los derechos arancelarios y adicionales que la empresa está obligada a pagar para la nacionalización de la mercadería. El área de importaciones efectuará la revisión de la liquidación y tramitará la obtención de los valores requeridos.

Efectuado el pago se solicitará la liquidación para cancelar la tasa de almaceneras privadas y/o gerencias distritales respectivas, para el retiro de mercaderías.

3.1.14 RETIRO Y TRANSPORTE DE MATERIALES

Los agentes afianzados de aduanas y/o los funcionarios de la Sección de Importaciones proceden a retirar la mercadería y embarcar hacia su destino, mediante Guía de Remisión, en que constan las observaciones de las condiciones en que se recibe y envía el embarque.

3.2 DESARROLLO DEL PLAN

3.2.1 EVALUACIÓN DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN QUE REALIZA MR IMPORTACIONES A TRAVÉS DE UNA MATRIZ FODA ANÁLISIS DEL ENTORNO.

ANÁLISIS FODA DEL ENTORNO MR IMPORTACIONES

FORTALEZAS

- **Asesoramiento y la realización de importaciones desde cualquier parte del mundo.**
- **Entrega del bien adquirido en bodega del cliente.**
- **Seguimiento de personalizado de los distintos procesos**
- **Asesoría técnica directa para establecer la mejor alternativa en precio, calidad y tiempo de entrega.**
- **Recurso humano altamente capacitado en el área de comercio exterior.**

DEBILIDADES

- **Experiencia en el sector relativamente corta respecto de empresas que llevan décadas de funcionamiento.**
- **Capacidad financiera limitada al ser empresa unipersonal.**
- **Rotación de personal sobre los límites de lo recomendable.**
- **Falta de otros medios de promoción para darse a conocer en todo el país.**

OPORTUNIDADES

- **Crecimiento económico sostenido que permite mayor liquidez y capacidad de consumo de bienes y productos importados.**
- **Infinidad de mercados a los cuales podemos ofertar nuestros servicios de asesoría de importaciones.**
- **Crecimiento en el sector productivo y por ende requerimiento de importación de insumos, maquinaria y tecnología.**
- **Mayores oportunidades comerciales con países de Europa y Asia con mejores costos.**

AMENAZAS

- **Barreras arancelarias para la importación de bienes o productos de consumo masivo.**
- **Política nacional de protección al mercado interno.**
- **Producción de bienes y productos sustitutos dentro del país.**
- **No regularización de las tasas por asesoría de procesos de importación.**
- **Inestabilidad en las relaciones comerciales con Estados Unidos.**

Elaborado por: Daysi Ramos y José Luis LLive

El resultado de los factores internos puede ser:

Máximo = 5

Mínimo = 1

Ponderado = 2.5

Los resultados se interpretan de la siguiente forma:

❖ Si la empresa se encuentra en optimas condiciones = 5

- ❖ Si la empresa se encuentra en condiciones graves = 1
- ❖ La empresa se encuentra en un ambiente favorable = 2.5
- ❖ Cuando prevalece las fortalezas a las debilidades =+2.5
- ❖ Cuando prevalece las debilidades a las fortalezas =-2.5

TABLA N° 13
MATRÍZ FODA PROCESO DE IMPORTACIÓN

VARIABLES ENDÓGENAS			
FORTALEZAS	VALORACIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO

F1	5	2,5	12,5
F2	4	2	8
F3	5	2,5	12,5
F4	4	1,5	6
F5	4	1,5	6
		10	45
TOTAL			9

DEBILIDADES	VALORACIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
D1	3	1,5	4,5
D2	4	2	8
D3	4	2	8
D4	4	1,5	6
		7	26,5
TOTAL			6,63

VARIABLES EXÓGENAS

OPORTUNIDADES	VALORACIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
O1	4	2	8
O2	4	2	8
O3	3	1,5	4,5
O4	5	2,5	12,5
		8	33
TOTAL			8,25

AMENAZAS	VALORACIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A1	3	1,5	4,5
A2	4	2	8
A3	3	1,5	4,5
A4	3	1,5	4,5
A5	4	2	8
		8,5	29,5
TOTAL			5,9

VARIABLES ENDÓGENAS

Fortalezas – Debilidades .= 9 – 6,63
.= 2,37

VARIABLES EXÓGENAS

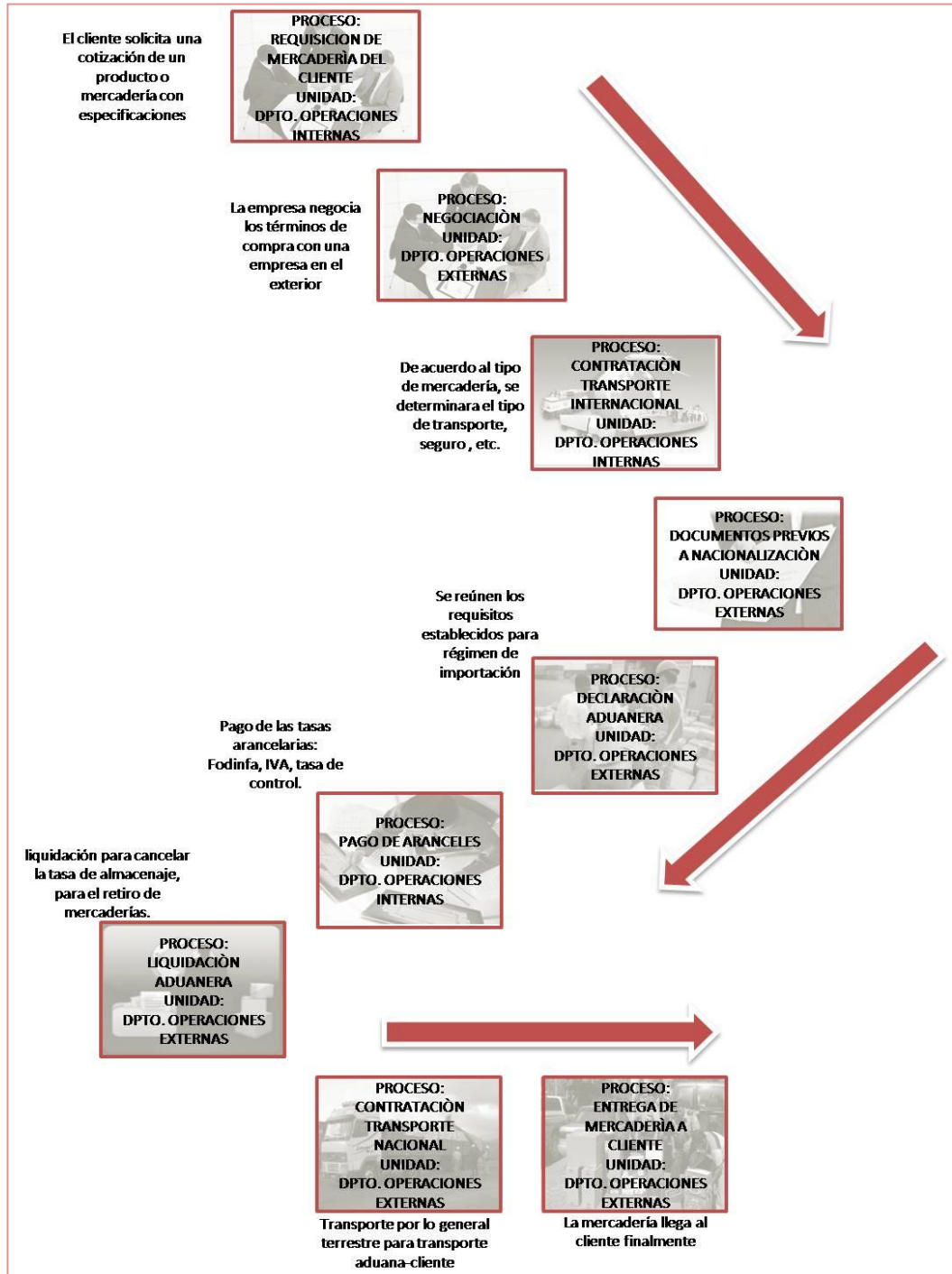
Oportunidades – Amenazas .= 8,25 – 5,9

Elaborado por: Daysi Ramos y José Luis LLive

El proceso de importación que realiza MR Importaciones presenta considerables fortalezas que permiten alcanzar la eficiencia y eficacia de dichos procesos. Las debilidades y oportunidades del proceso de importación representan un 45.5% del total de fortalezas. Partiendo de este análisis podemos determinar que el proceso de importación que se realizan presenta mayores deficiencias en la selección de sus proveedores, pues el retraso en la entrega del material necesario para la producción no llega a tiempo o en las condiciones acordadas.

3.2.2 PROCESO DE IMPORTACIÓN.

FIGURA N° 03



Elaborado por: Daysi Ramos y José Luis LLive

3.2.3 PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAMIENTO DE MR IMPORTACIONES.

Con base en las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de MR importaciones, es necesario desarrollar un cruce de variables que genere una matriz a fin de confrontar los factores internos de la empresa con el entorno, es decir; las fortalezas con oportunidades y las debilidades con oportunidades (FODO), así como también las fortalezas con amenazas y las debilidades con amenazas (FADA), esta combinación ayuda a determinar las principales estrategias que se puedan aplicar según el grado de impacto para generar beneficios a la empresa, a saber:

- ✓ Ofensiva de liderazgo (combina fortalezas con oportunidades)
- ✓ Estrategia de crecimiento (debilidades con oportunidades)
- ✓ Estrategia de competitividad (fortalezas con amenazas), y
- ✓ Estrategia defensiva (debilidades con amenazas).

La aplicación de las estrategias mencionadas, debe enfocarse a maximizar el aprovechamiento de las fortalezas y oportunidades, al tiempo de eliminar o al menos minimizar el impacto de las debilidades y amenazas.

A continuación, se plantea las estrategias a seguir para alcanzar el objetivo general planteado por la empresa MR Importaciones.

TABLA Nº 14
ANÁLISIS FODO – FADA PROCESO DE IMPORTACIÓN

MATRIZ FODO – FADA MR IMPORTACIONES	FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> ➤ Profesionales en comercio exterior y negociación internacional. ➤ Preparación y experiencia en varias áreas. ➤ Conocimiento del idioma inglés. ➤ Base de datos de proveedores en el exterior. ➤ Cartera de clientes preestablecida. ➤ Documentación legal necesaria para la actividad comercial. 	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> ➤ Participación limitada con referencia al amplio mercado actual de importadores. ➤ Área física limitada ➤ Falta de difusión en otras ciudades a parte de Quito y Guayaquil.
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> ➤ Producción en serie y tecnología de países desarrollados. ➤ Requerimientos de innovación de los clientes. ➤ Restricción de importación de productos terminados. 	ESTRATEGIA OFENSIVA DE LIDERAZGO (FO) Promocionar los servicios profesionales de MR Importaciones en el sector de servicios de comercio exterior.	ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO (DO) Establecer a MR Importaciones como empresa netamente de servicios con el fin de limitar la responsabilidad a la actividad de la empresa.
AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuevos oferentes (competencia directa) ➤ Competencia indirecta ➤ Variación de los precios de materias primas. ➤ Inestabilidad en costo de fletes internacionales. ➤ Contrabando y competencia desleal 	ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD (FA) Establecer políticas de negociación y comercialización para que la mercancía importada.	ESTRATEGIA DEFENSIVA (DA) Negociar condiciones de crédito con proveedores, para otorgar al cliente flexibilidad en los pagos.

Elaborado por: Daysi Ramos y José Luis LLive

3.2.3.1 DESARROLLO DE ESTRATEGIAS FODO – FADA.

Una vez definidas las estrategias en la matriz FODO – FADA se procede a desarrollar las estrategias planteadas por la empresa.

A continuación se detallan las tareas y actividades que se deberán realizar para aplicar las estrategias empresariales planteadas para de esta manera alcanzar los objetivos propuestos, es importante considerar el tiempo que tomara cada actividad, sus costos y unidad responsable.

3.2.3.1.1 ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO

Establecer a MR Importaciones como una empresa netamente de servicios con el fin de limitar la responsabilidad a la actividad de la empresa.

Frente al complicado escenario económico que plantea la crisis internacional dominante, resulta substancial poder visualizar dónde se pueden presentar oportunidades y, a partir de allí, desarrollar la estrategia de crecimiento que permita enfrentar los riesgos que se exteriorizan actualmente

TABLA Nº 15
MATRÍZ DE ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO INTENSIVO

		PRODUCTOS	
		ACTUALES	NUEVOS
MERCADOS	ACTUALES	Penetracion del Mercado	Desarrollo de Servicios
	NUEVOS	Desarrollo del Mercado	Diversificacion

Elaborado por: Daysi Ramos y José Luis LLive

3.2.3.1.2 ESTRATEGIA OFENSIVA DE LIDERAZGO

Promocionar los servicios profesionales de MR Importaciones en el sector del comercio exterior con el objetivo de consolidar su presencia en el mercado.

Para aplicar la estrategia ofensiva de liderazgo nos basaremos en promocionar los servicios profesionales de MR Importaciones en el sector de comercio exterior (servicios para importación y exportación) a nivel local, a través de las siguientes actividades:

- ✓ Mayor desarrollo de la página web de la empresa.
- ✓ Realizar promoción y publicidad en revistas del medio.
- ✓ Variación en el diseño de papelería interna.
- ✓ Elaboración de artículos promocionales a mayor escala de la actual.

Finalmente, detalladas las actividades que se deben realizar para la aplicación de la estrategia ofensiva de liderazgo, se aplicara una vez examinado el presente estudio por parte de los directivos de la empresa dentro de los plazos que ellos creyeren convenientes.

3.2.3.1.3 ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD

“Establecer políticas de negociación y comercialización para que la mercancía importada tenga costos competitivos”

Para aplicar la estrategia de competitividad, con la cual se pretende reducir las amenazas con el aprovechamiento de las fortalezas que MR importaciones posee, es necesario establecer políticas como:

Localizar en el exterior a productores de mercancías, para la negociación y adquisición directa, considerando costos y condiciones de negociación.

Establecer cantidades o pedidos mínimos a los clientes de MR importaciones, para cumplir de esta manera las exigencias de los proveedores en el exterior en cuanto a las cantidades mínimas en el caso de exportaciones.

Sumar pedidos de los clientes, con la finalidad de reducir los costos de importación; para lo cual los productos ofrecidos deben cumplir las características

específicas que requiere cada cliente; de este modo se abaratan costos beneficiando directamente al cliente.

Crear nuevas alianzas estratégicas con proveedores locales de servicios, que permitan mejorar las condiciones de tiempo de tránsito y costos.

3.2.3.1.4 ESTRATEGIA DEFENSIVA

Para que las amenazas no se conviertan en debilidades para la empresa, es necesario trabajar en una estrategia defensiva, por lo que se ha determinado:

Negociar condiciones de crédito con proveedores en el exterior para la adquisición de mercancías requeridas en el mercado nacional.

Gestionar condiciones de crédito con los operadores económicos Autorizados (OEA) locales, para el pago de sus servicios.

Consolidar alianzas con proveedores del exterior, con la finalidad de minimizar la variación de los precios en origen de mercancías de importación.

Solicitar crédito a una entidad financiera, con el propósito de que MR Importaciones cuente con capital de trabajo para el desarrollo de las actividades propias de la empresa.

3.2.4 DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Para definir una estrategia de comercialización se debe analizar el mercado y los clientes potenciales. La comercialización difiere de la venta, debido a que se centra más en el cliente que en el producto, por lo que la empresa debe conocer las necesidades del cliente mediante la aplicación del marketing mix, dirigido a un segmento específico.

Para comprender al mercado y la conducta del comprador, los especialistas de marketing deben considerar las siguientes preguntas:

¿A qué necesidad del mercado está enfocado el negocio de la empresa?

MR Importaciones ha identificado la necesidad que existe por parte de los empresarios del sector textil en la provincia de Pichincha, quienes desean adquirir materia prima y maquinaria textil para cubrir sus particulares requerimientos sin distraerse de su actividad principal que es la producción y comercialización de producto terminado.

¿Qué productos o servicios sirven para dicha necesidad?

Los servicios que cubren la necesidad son: servicios profesionales para la búsqueda de proveedores en el exterior, importación de mercancías bajo pedido, intermediación comercial y distribución.

¿Quién compra los productos o servicios?

Los servicios profesionales que oferta MR Importaciones, los compran micro, pequeñas y medianas empresas de sectores diversos de comercialización, y fabricación de productos así como prestación de servicios, cuya actividad comercial no está relacionada con el comercio exterior.

¿Por qué compran los clientes?

Los clientes compran los servicios de MR Importaciones, por los beneficios ofrecidos en cuanto a profesionalismo, confiabilidad, costos competitivos, productos nuevos e innovadores, cantidades requeridas, servicio postventa y garantía.

¿Quién toma la decisión de comprar?

La decisión de comprar la toman el Gerente General y jefe de producción de cada empresa, según sus necesidades.

¿Dónde compran los clientes?

Los clientes generalmente compran o se abastecen de empresas nacionales y representantes de empresas extranjeras en el país.

3.2.5 ESQUEMA DE MEJORAMIENTO DE DESARROLLO DE ACTIVIDADES EN MR IMPORTACIONES.

La oferta es más que el servicio. Es una propuesta de valor que satisface las necesidades del cliente. Los atributos de la oferta se definen como marketing mix, cuyos elementos deben sujetarse de manera que la propuesta de valor resultante sea consistente.

3.2.5.1 SERVICIO DE CALIDAD

Cuando hablamos de servicios, nos referimos a las actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los clientes.

Mientras que servicio de calidad, es todo servicio que se hace por profesionales preparados y con los procedimientos técnicos correctos, que satisfacen las necesidades de los clientes, con unos costes adecuados, proporcionando éxito a la empresa, con valores y principios éticos y satisfacción de los trabajadores. Los componentes del servicio de calidad son: efectividad, eficacia y eficiencia.

- ❖ Efectividad, para lo cual la persona que oferta asesoría en un área específica, debe estar formada académica y profesionalmente, además debe contar con los materiales y recursos adecuados para su desenvolvimiento y la realización de operaciones y procedimientos correctos.
- ❖ Eficacia científica y técnica, permite lograr una buena aceptación por el cliente, quién está satisfecho con los resultados obtenidos por la empresa.
- ❖ Eficiencia, obteniendo satisfacción en los dos campos:
 - Profesional, obteniendo una remuneración y reconocimiento por el trabajo realizado, fruto de su preparación y experiencia.

- Para el cliente, quién obtiene beneficios para su negocio, a través de un precio adecuado por sus adquisiciones, optimización de sus recursos y reducen costos innecesarios.
- ❖ Continuidad, cada profesional tiene que hacer su trabajo en beneficio de sus clientes internos y externos.
- ❖ Accesibilidad, debe ser fácilmente loguable para el cliente en un espacio y tiempo determinado.

Para garantizar el éxito en una negociación con cada cliente de MR Importaciones, se debe ofrecer un beneficio o satisfacer las necesidades del mismo, a través de un valor agregado a los servicios ofertados por MR Importaciones, incentivando de esta manera la utilización regular de los productos y servicios.

Los beneficios que MR Importaciones ofrece a sus clientes, se describen a continuación:

a) Servicio profesional personalizado

El contar con estudios en Comercio Exterior y Negociación Internacional, así como experiencia en ventas e importaciones, hace que el recurso humano de MR Importaciones esté capacitado para asesorar al cliente de forma profesional, oportuna, precisa y confiable.

Para garantizar un servicio profesional integral; es imprescindible la preparación, actualización y mejoramiento continuo en lo que se refiere a instrumentos legales que regulan el comercio exterior (leyes, resoluciones, acuerdos, boletines informativos publicados por los entes reguladores), formas de negociación con clientes y proveedores, procesos operativos y logísticos que faciliten la optimización de recursos durante el proceso de importación.

Adicionalmente, es importante dar cumplimiento a la normativa ecuatoriana vigente, que permite estar habilitados para importar y comercializar mercancías requeridas por los clientes.

b) Reducción de costos de adquisición

La reducción de los costos en la adquisición de materias primas y maquinarias para el cliente, se logra principalmente gracias a tres factores claves que MR Importaciones ha identificado, para los cuales la empresa pone a prueba todos los recursos con los que cuenta.

En primer lugar, la empresa localiza, contacta y negocia directamente con proveedores de diferentes partes del mundo las mercancías que el cliente necesita, reduciendo e incluso limitando de esta manera la intervención de terceros que encarecen el costo en origen.

En segundo lugar, las cantidades mínimas exigidas por proveedores del exterior, en algunos casos se convierten en un limitante para que los productores locales tomen la decisión de importar debido a que esto representa amortización de dinero, mantener stock de mercancías y crear una infraestructura; es por ello que MR Importaciones ofrece la consolidación de mercancías para varios clientes que requieran el mismo tipo de producto considerando las características de composición, color, densidad y variedad que cada cliente requiere; con el objetivo de sumar cantidades que justifiquen el costo de una importación.

Finalmente, se considera el costo del flete internacional como factor importante que incide directamente en la base imponible para el cálculo de impuestos a pagar, para superar este limitante, MR Importaciones cuenta con alianzas estratégicas con agencias de carga internacional que le garantizan precios competitivos debido a los volúmenes anuales que se mueven para el transporte de mercancías y la frecuencia con que se contrata sus servicios.

c) Importación según requerimientos del cliente

Los productores y fabricantes de la industria textil nacional tienen diferentes necesidades para mejorar sus procesos operativos y requieren de alguna mercancía que facilite dichos procesos, por esta razón los servicios profesionales

ofrecidos por MR Importaciones se convierten en una propuesta interesante y atractiva, ya que se localiza en varios países a fabricantes de las materias primas, maquinaria y repuestos que el cliente requiere y se negocia las mejores condiciones para su adquisición.

Esto implica un servicio integral de adquisición, donde el cliente realiza su pedido a MR Importaciones, quien se encarga de todo el proceso de importación que comprende desde la búsqueda y negociación con el proveedor, coordinación de toda la logística de importación, hasta la entrega de las mercancías solicitadas en las bodegas del cliente.

d) Servicio post-venta

Una vez entregadas las mercancías al cliente, se realiza un servicio postventa para determinar la aceptación del producto adquirido, esto permite atender y resolver oportunamente en caso de existir alguna posible discrepancia en cuanto a la mercancía importada y a la vez conocer sus futuros requerimientos.

En los casos en que es necesario, MR Importaciones se encarga de contratar un técnico especializado para la puesta en marcha de la maquinaria textil importada a pedido del cliente. Adicionalmente se garantiza la posibilidad de adquirir directamente del fabricante los repuestos para las maquinarias adquiridas.

e) Garantía

Para garantizar la calidad de las materias primas a adquirir del exterior, MR Importaciones ofrece a sus clientes la opción de solicitar catálogos, muestras sin valor comercial, o la cantidad mínima rentable que el proveedor acepta vender para que el cliente realice pruebas y confirmar de esta manera que el producto cumple con sus requerimientos y expectativas. El costo de Courier y pago de tributos para nacionalizar las muestras es cubierto por el cliente. En cuanto a maquinarias, la garantía es la misma que el fabricante - proveedor en origen ofrece.

3.2.5.2 ANÁLISIS COMPARATIVO IMPORTACIÓN BAJO PEDIDO Vs FORMA TRADICIONAL.

A continuación se conceptualizan las ventajas y beneficios que el cliente obtiene al realizar una importación bajo pedido de mercancías a través de MR Importaciones, en comparación a que el cliente realice la adquisición en la forma tradicional.

TABLA Nº 16
ANÁLISIS COMPARATIVO TIPOS DE IMPORTACIÓN

IMPORTACION BAJO PEDIDO MR IMPORTACIONES	IMPORTACION TRADICIONAL
<p>Razón de ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Facilitar a productores locales, la adquisición de mercancías bajo pedido desde el exterior. ■ Base de datos confiable de proveedores en el exterior. ■ Costos competitivos gracias a las tarifas preferenciales obtenidas con los proveedores. ■ Reducción de costos de adquisición al negociar directamente con proveedores del exterior. ■ Suma de pedidos de varios clientes, reduce los costos de una importación mínima para cada cliente. ■ Servicio integral desde la negociación con el proveedor del exterior, logística, transporte y nacionalización hasta entregar mercancías en bodega del cliente. 	<p>Razón de ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Producción y comercialización de productos textiles. ■ Debe comprar base de datos de proveedores no confirmados. ■ Costos de adquisición y nacionalización altos, debido a que sus importaciones son esporádicas. ■ Incremento de costos de la mercancías por negociar con representantes locales. ■ Adquiere grandes cantidades que justifiquen el costo de la importación, amortizando dinero y generando stock de mercancías. ■ El cliente por su cuenta debe realizar el transporte internacional, trámite de nacionalización y movilización interna de la mercancía.

Fuente: Base de datos de MR Importaciones
Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis Llive

3.2.6 PRECIO (EJERCICIO PRÁCTICO)

Para definir la estrategia de precios a los que se deben ofertar los servicios profesionales de MR Importaciones, se consideran aspectos determinantes como las condiciones del mercado, el tipo de producto, así como el nivel de responsabilidad y riesgo que implica cada importación.

Debido a las condiciones del mercado, el precio de las mercancías a importar está dado por el nivel de competencia existente; es decir, que si existen en el mercado varios ofertantes del mismo producto, el precio al que se va a ofertar deberá estar por debajo del precio promedio para que sea atractiva la importación para el cliente.

En cuanto al tipo de producto, por la experiencia obtenida en el tiempo que MR Importaciones viene ofertando sus servicios a las empresas de manufactura comercio y servicios así como a personas naturales, se ha logrado generar una demanda constante de materias primas que por ser innovadoras cuentan con poca oferta y esto permite a la empresa establecer un precio con mayor margen de rentabilidad.

El precio es determinado también en base al nivel de responsabilidad que se acepta al momento de concretar un negocio con el cliente, considerando que es diferente el tiempo que toma coordinar un trámite de nacionalización o logística, comparado con una importación bajo pedido de mercancías, así como la cantidad de personas a contactar y el riesgo que implica completar cada proceso.

El cuadro No. 13 muestra datos comparativos de los costos para importación de una máquina cortadora textil, cuyo costo en origen para MR Importaciones es de \$2.500 por ser Agente de Ventas que compra con descuento, pero para la importación en forma tradicional sería \$ 3.150 porque el costo de la mercancía incluye el flete internacional y la comisión del representante local.

Adicionalmente, los costos por servicios de los proveedores locales se incrementan en una importación tradicional, ya que al ser importaciones esporádicas las que el cliente realiza, no cuenta con las tarifas preferenciales que

MR Importaciones ha negociado debido a la alta frecuencia de sus importaciones. Al ser mayor el valor en aduana de la mercancía, se pagan más tributos al comercio exterior, lo cual incrementa el costo final de la máquina.

TABLA Nº 17
CUADRO COMPARATIVO DE COSTOS DE IMPORTACIÓN

IMPORTACION BAJO PEDIDO			IMPORTACION TRADICIONAL	
VALOR FOB		2500,00		3000,00
FLETE		105,00		150,00
SEGURO		25,00		50,00
CIF		2630,00		3200,00
ADVALOREM	0%	-		-
FODINFA	0,50%	13,15		16,00
IVA	12%	315,60		385,92
MULTA		-		132,00
VALOR EX ADUANA		328,75		533,92
FORDWARE		224,00		280,00
APERTURA POLIZA		30,00		30,00
TRANSF. BANCARIA		110,00		110,00
ISD		30,00		40,00
ALMACENAJE		20,00		20,00
VERIFICADORA		134,40		134,00
AGENTE DE ADUANA		134,40		224,00
TRANSPORTE INTERNO		120,00		250,00
GASTOS LOCALES		802,80		1088,00
<i>COMISION MR IMPORTACIONES</i>		500,00		-
TOTAL IMPORTACION		4261,55		4821,92

Fuente: Base de datos de MR Importaciones
Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis Llivera

3.2.6.1 POLÍTICA DE PRECIOS

Una vez definida la estrategia de precios, es necesario establecer ciertas políticas o directrices que faciliten una adecuada negociación que genere beneficios mutuos para las partes involucradas en un proceso de importación y comercialización de mercancías, para MR Importaciones son:

- ❖ Antes de presentar al cliente una cotización para importación de algún producto requerido, se debe realizar una pre-liquidación de los valores a pagar en el exterior, carga o incidencia tributaria, pago a proveedores locales y comisión por servicios ofertados.
- ❖ Para establecer el costo de la importación se debe considerar la transferencia al proveedor, la incidencia tributaria y los pagos por servicios locales, por lo cual es necesario realizar una pre liquidación.
- ❖ Con la aceptación por parte del cliente local del precio cotizado por MR Importaciones a través de una Nota de Pedido, esta automáticamente se convierte en un Contrato de Compra - Venta.
- ❖ Para el inicio de un proceso de importación bajo pedido o servicio de logística - nacionalización, es necesario que el cliente confirme su aceptación con la entrega a MR Importaciones del anticipo pactado.
- ❖ Una vez confirmado el pedido por parte del cliente, el precio no sufrirá variación alguna.
- ❖ Toda mercancía importada y servicios prestados por MR Importaciones, son cancelados por el cliente a la presentación de una factura comercial autorizada por el SRI.

3.2.7 PLAZA -MERCADO

Toda empresa que produzca tangibles o intangibles, tiene interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura). Es decir, cómo poner a disposición de los usuarios las ofertas y hacerlas accesibles a ellos.

La plaza es un elemento de la mezcla del marketing que ha recibido poca atención en lo referente a los servicios debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos. Las organizaciones que

operan en el mercado de servicios tienen dos opciones principales de canales y son: venta directa y venta por intermediarios.

Para MR Importaciones el método más frecuente y el canal más corto para la comercialización y distribución de los servicios profesionales que oferta es la venta directa, en vista de que no es posible separar el servicio ofertado de la empresa como tal.

MR Importaciones realiza la negociación con la persona encargada de tomar decisiones para la adquisición de mercancías.

La venta directa hace posible obtener algunas ventajas, como:

- ❖ Tener un mejor control del servicio ofertado.
- ❖ Lograr diferenciación perceptible del servicio, por parte del cliente.
- ❖ Obtener información directa del cliente, acerca de sus necesidades.

Por el tipo de servicio que ofrece MR Importaciones y el nicho de mercado que atiende, el canal de negociación es:



Para que MR Importaciones logre un crecimiento permanente y sostenible, es importante mantenerse vigente en el mercado y satisfacer las necesidades del sector textil ecuatoriano.

3.3 ESTUDIO FINANCIERO

3.3.1 PRESUPUESTOS

3.3.1.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

El presupuesto de inversión es el monto de dinero que se necesita para el funcionamiento de la empresa, en dicha inversión constan: activos fijos, activos intangibles y el capital de trabajo.

3.3.1.1.1 ACTIVOS FIJOS

A continuación se detallan los activos fijos necesarios para el funcionamiento de la empresa:

TABLA N° 18
ACTIVOS FIJOS

INVENTARIOS ACTIVOS FIJOS				
CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
MUEBLES DE OFICINA				
Archivador	Unidad	4	\$ 220,00	\$ 880,00
Silla Ejecutiva	Unidad	4	\$ 45,00	\$ 180,00
Sillas	Unidad	8	\$ 15,00	\$ 120,00
Mesa de Reuniones	Unidad	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Sillones de Espera	Juego	1	\$ 950,00	\$ 950,00
			Subtotal	\$ 2.250,00
EQUIPO DE OFICINA				
Telefono Inalambrico	Unidad	3	\$ 75,00	\$ 225,00
Televisor LCD	Unidad	1	\$ 580,00	\$ 580,00
			Subtotal	\$ 805,00
EQUIPO DE COMPUTO				
Portatil hp dv 2000	Unidad	3	\$ 750,00	\$ 2.250,00
impresora SAMSUNG LASER	Unidad	1	\$ 250,00	\$ 250,00
			Subtotal	\$ 2.500,00
			TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS	\$ 5.555,00

Fuente: Base de datos de MR Importaciones
Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

3.3.1.1.2 ACTIVOS INTANGIBLES.

Los activos intangibles son aquellas inversiones que se necesitan para la constitución y los derechos adquiridos para la iniciación del proyecto. A continuación se detallan los activos intangibles del proyecto.

TABLA N° 19
ACTIVOS INTANGIBLES

INVERSION ACTIVOS INTANGIBLES	
CONCEPTO	INVERSION
Gastos de Constitucion	\$ 1.300,00
Afiliacion a la CCQ	\$ 50,00
Publicidad	\$ 300,00
Software	\$ 3.000,00
Permiso de funcionamiento	\$ 100,00
TOTAL	\$ 4.750,00

Fuente: Base de datos de MR Importaciones

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

3.3.1.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo forma parte del conjunto de recursos que se necesitan para la ejecución del proyecto, formando parte de los activos corrientes. Para el cálculo del capital de trabajo se utilizó el método del período de desfase que consiste en determinar el valor de los costos operativos que debe financiarse desde el primer pago por la adquisición de la materiales hasta la recaudación del ingreso por la venta de los productos.

El cálculo del capital de trabajo (CT), se determina por la siguiente fórmula:

$$CT = \left(\frac{\text{Costo Total de Producir}}{360 \text{ días}} \right) (\text{Ciclo Productivo})$$

TABLA N° 20
CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	
Costos Variables Totales Anuales	\$ 37.320,00
Costos Fijos Totales Anuales	\$ 6.836,00
Costos Administrativos Anuales	\$ 27.480,00
Costos Total de Producción	\$ 71.636,00
Ciclo Productivo	5
Ciclos a Financiar	10
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 9.813,00

Fuente: Base de datos de MR Importaciones

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

3.3.1.1.4 RESUMEN DE INVERSIONES INICIALES

En la siguiente tabla se presenta un resumen de las inversiones iniciales:

TABLA Nº 21
INVERSIÓN INICIAL

CONCEPTO	INVERSION
Activos Fijos	\$ 5.555,00
Activos Intangibles	\$ 4.750,00
Capital de Trabajo	\$ 9.813,00
TOTAL INVERSIONES INICIALES	\$ 20.118,00

Fuente: Base de datos de MR Importaciones

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

3.3.2 PRESUPUESTOS DE OPERACIÓN

3.3.2.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Este presupuesto está conformado por todos los ingresos que se espera generar durante un año financiero.

3.3.2.1.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS OPERACIONALES PROYECTADO.

Para elaboración del presupuesto de ingresos del proyecto se consideró el valor por ingresos de acuerdo al nivel de servicios prestados en el año y el pago por el servicio, como se muestra en la tabla siguiente:

TABLA N° 22
INGRESOS OPERACIONALES PROYECTADO

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Prestacion de servicios de logistica en importaciones	\$ 90.000,00	\$ 112.500,00	\$ 140.625,00	\$ 175.781,25	\$ 219.726,56

Fuente: Base de datos de MR Importaciones

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

3.3.2.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS

El Presupuesto de egresos se lo construye considerando todos egresos que la empresa debe realizar para la generación del servicio. A continuación se presenta el presupuesto de egresos.

3.3.2.2.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

En este grupo se encuentran todos los gastos administrativos que se necesitan para la entrega del servicio, conforme se presenta en la siguiente tabla:

TABLA N° 23

PRESUPUESTO GASTOS ADMINISTRATIVOS

ROL DE PAGOS						
DETALLE	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE IESS	TOTAL ANUAL
Gerente	\$ 900,00	\$ 10.800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 1.036,80	\$ 14.336,80
Asistente de Gerencia	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 806,40	\$ 11.306,40
Operador Interno	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 633,60	\$ 8.683,60
Operador Externo	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 633,60	\$ 8.683,60
Contadora	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 633,60	\$ 8.583,60
Ventas y Marketing	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 633,60	\$ 8.683,60
TOTAL	\$ 3.800,00	\$ 45.600,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00	\$ 4.377,60	\$ 60.277,60

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Suministros d	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Agua	\$ 25,00	\$ 300,00
Luz	\$ 45,00	\$ 540,00
Telefono	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Internet	\$ 40,00	\$ 480,00
TOTAL	\$ 390,00	\$ 4.680,00

TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	64.957,60
-------------------------------------	------------------

Fuente: Base de datos de MR Importaciones

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

3.3.2.2.2 DEPRECIACIÓN PROYECTADA.

Las depreciaciones se determinaron en base a las inversiones de los activos fijos, a continuación de detalla en la siguiente tabla:

**TABLA Nº 24
DEPRECIACIÓN PROYECTADA**

DETALLE	AÑO DE VIDA UTIL	VALOR ADQUISICION	DEP. X AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Archivador	5	\$ 220,00	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00
Silla Ejecutiva	5	\$ 45,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Sillas	5	\$ 15,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Mesa de Reuniones	5	\$ 120,00	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Sillones de Espera	5	\$ 950,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00
Telefono Inalambrico	3	\$ 75,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Televisor LCD	5	\$ 580,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00
Portatil hp dv 2000	5	\$ 750,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
impresora SAMSUNG LASER	5	\$ 250,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
		\$ 3.005,00	611,00	611,00	611,00	611,00	611,00	611,00

Fuente: Base de datos de MR Importaciones

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

3.3.2.2.3 AMORTIZACIÓN PROYECTADA.

Los activos intangibles son aquellos que se necesitan para la constitución de la empresa y se amortizarán a 5 años y se detallan a continuación:

**TABLA Nº 25
AMORTIZACIONES PROYECTADAS**

DESCRIPCION	VALOR	AÑOS				
		1	2	3	4	5
Gastos de Constitucion	\$ 1.300,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
Afiliacion a la CCQ	\$ 50,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Publicidad	\$ 300,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Software	\$ 3.000,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Permiso de funcionamiento	\$ 100,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
TOTAL	\$ 4.750,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00

Fuente: Base de datos de MR Importaciones

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

3.3.2.3 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

La estructura de financiamiento del proyecto se presenta en la siguiente tabla:

TABLA Nº 26
FINANCIAMIENTO

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

DETALLE	%	VALOR
Capital Propio	68	\$ 21.525,00
Credito	32	\$ 10.000,00
total Inversion	100	\$ 31.525,00

TABLA DE AMORTIZACION

PERIODO	SALDO DEUDA	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION
1	10000,00	2638,00	1000,00	1638,00
2	8362,00	2638,00	836,20	1801,80
3	6560,20	2638,00	656,02	1981,98
4	4578,22	2638,00	457,82	2180,18
5	2398,04	2638,00	239,80	2398,20

3.3.3 ESTADOS FINANCIEROS PRO FORMA

3.3.3.1 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El Flujo de Caja Proyectado es un informe financiero que muestra a futuro el efectivo que la empresa generará y utilizara en las actividades de operación, financiación e inversión, para esto se necesitan los futuros ingresos y egresos de efectivo que realizará la empresa para un periodo de tiempo determinado.

Dichos flujos de ingresos de efectivo son el cobro de facturas, cobro de préstamos, cobro de intereses, préstamos obtenidos, cobro de alquileres, y algunos flujos de egresos de efectivo son el pago de facturas, pago de impuestos, pago de sueldos, pago de préstamos, pago de intereses, pago de servicios de agua o luz, etc.

TABLA Nº 27
FLUJO DE CAJA PROYECTADO

DESCRIPCION	AÑO					
	Inv. Inicial	1	2	3	4	5
Ingresos Operacionales						
Prestacion de Servicios		\$ 90.000,00	\$ 112.500,00	\$ 140.625,00	\$ 175.781,25	\$ 219.726,56
Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos y Ventas		\$ 64.957,60	\$ 81.197,00	\$ 101.496,25	\$ 126.870,31	\$ 158.587,89
Gastos Financieros		\$ 4.750,00	\$ 5.937,50	\$ 7.421,88	\$ 9.277,34	\$ 11.596,68
Flujo Operacional		\$ 90.000,00	\$ 112.500,00	\$ 140.625,00	\$ 175.781,25	\$ 219.726,56
Igresos No Operacionales						
Crédito con Inst. Financiera	\$ 10.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte de Socios	\$ 21.525,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Ingresos No Operacionales	\$ 31.525,00					
Egresos No Operacionales						
Pago de Interés		\$ 3.189,85				
Impuesto a la Renta			\$ 4.182,30	\$ 5.227,87	\$ 6.534,84	\$ 8.168,55
Activos Fijos Adm. y Ventas						
Archivador	\$ 880,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Silla Ejecutiva	\$ 180,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sillas	\$ 120,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mesa de Reuniones	\$ 120,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sillones de Espera	\$ 950,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Telefono Inalambrico	\$ 225,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Televisor LCD	\$ 580,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Portatil hp dv 2000	\$ 2.250,00					
impresora SAMSUNG LASER	\$ 250,00					
Activos Diferidos						
Activos intangibles	\$ 4.750,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ 10.305,00	\$ 3.189,85	\$ 4.182,30	\$ 5.227,87	\$ 6.534,84	\$ 8.168,55
Flujo No Operacional	\$ 21.220,00	\$ -3.189,85	\$ -4.182,30	\$ -5.227,87	\$ -6.534,84	\$ -8.168,55
Flujo Neto Generado	\$ 21.220,00	\$ 86.810,15	\$ 108.317,70	\$ 135.397,13	\$ 169.246,41	\$ 211.558,01
Saldo Inicial de Caja	\$ -	\$ 3.485,38	\$ 4.356,73	\$ 5.445,91	\$ 6.807,38	\$ 8.509,23
Saldo Final de Caja	\$ 21.220,00	\$ 90.295,53	\$ 112.674,43	\$ 140.843,03	\$ 176.053,79	\$ 220.067,24

Fuente: Base de datos de MR Importaciones
Elaborado por: Daisy Ramos
José Luis LLive

**3.3.3.2 ESTADO DE RESULTADOS (PÉRDIDAS Y GANANCIAS)
PROYECTADO.**

A continuación se presenta la tabla con el Estado de Resultados:

**TABLA Nº 28
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO**

DETALLE	AÑO				
	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 90.000,00	\$ 112.500,00	\$ 140.625,00	\$ 175.781,25	\$ 219.726,56
Otros Ingresos	-	-	-	-	-
Gastos Administrativos y Ventas	\$ 64.957,60	\$ 81.197,00	\$ 101.496,25	\$ 126.870,31	\$ 158.587,89
Gastos Financieros	-	-	-	-	-
Depreciacion	\$ 611,00	\$ 763,75	\$ 954,69	\$ 1.193,36	\$ 1.491,70
Amortizacion	\$ 4.750,00	\$ 5.937,50	\$ 7.421,88	\$ 9.277,34	\$ 11.596,68
UTILIDAD BRUTA	\$ 19.681,40	\$ 24.601,75	\$ 30.752,19	\$ 38.440,23	\$ 48.050,29
-() 15% Trabajadores	\$ 2.952,21	\$ 3.690,26	\$ 4.612,83	\$ 5.766,04	\$ 7.207,54
Utilidad antes de Impuestos	\$ 16.729,19	\$ 20.911,49	\$ 26.139,36	\$ 32.674,20	\$ 40.842,75
-() 25% Impuesto a la Renta	\$ 4.182,30	\$ 5.227,87	\$ 6.534,84	\$ 8.168,55	\$ 10.210,69
UTILIDAD NETA	\$ 12.546,89	\$ 15.683,62	\$ 19.604,52	\$ 24.505,65	\$ 30.632,06

Fuente: Base de datos de MR Importaciones

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

3.3.3.3 BALANCE GENERAL PROYECTADO.

El balance general comprende el análisis de las propiedades de una empresa y la proporción en que intervienen los acreedores y los accionistas o dueños de tal propiedad, expresados en términos monetarios. Por lo tanto, es un estado que muestra la situación financiera y la denominación más adecuada de estado de la situación financiera.

TABLA Nº 29
BALANCE GENERAL PROYECTADO

DETALLE	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
Activo Corriente	\$ 21.220,00	\$ 90.295,53	\$ 112.674,43	\$ 140.843,03	\$ 176.053,79	\$ 220.067,24
Caja	\$ 21.220,00	\$ 90.295,53	\$ 112.674,43	\$ 140.843,03	\$ 176.053,79	\$ 220.067,24
Activos Fijos Adm. y Ventas	\$ 6.166,00	\$ 6.166,00	\$ 6.166,00	\$ 6.166,00	\$ 6.166,00	\$ 6.166,00
Archivador	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00
Silla Ejecutiva	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Sillas	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Mesa de Reuniones	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Sillones de Espera	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00
Telefono Inalambrico	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00
Televisor LCD	\$ 580,00	\$ 580,00	\$ 580,00	\$ 580,00	\$ 580,00	\$ 580,00
Portatil hp dv 2000	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00
impresora SAMSUNG LASER	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Depreciacion Acumulada	\$ 611,00	\$ 611,00	\$ 611,00	\$ 611,00	\$ 611,00	\$ 611,00
Activo diferido	\$ 4.750,00	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00
Activos Intangibles	\$ 4.750,00	\$ 4.750,00	\$ 4.750,00	\$ 4.750,00	\$ 4.750,00	\$ 4.750,00
Amortización acumulada		\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 32.136,00	\$ 102.161,53	\$ 124.540,43	\$ 152.709,03	\$ 187.919,79	\$ 231.933,24
Pasivo Corriente						
Obligaciones a largo plazo	\$ 10.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 10.000,00					
Patrimonio						
Capital de trabajo	\$ 9.813,00					
Reserva Legal			\$ 1.254,69	\$ 1.568,36	\$ 1.960,45	\$ 2.450,56
Utilidad neta		\$ 12.546,89	\$ 15.683,62	\$ 19.604,52	\$ 24.505,65	\$ 30.632,06
TOTAL PATRIMONIO		\$ 12.546,89	\$ 16.938,30	\$ 21.172,88	\$ 26.466,10	\$ 33.082,63

Fuente: Base de datos de MR Importaciones
Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

3.3.4 CRITERIOS DE EVALUACIÓN PROYECTADOS.

3.3.4.1 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN – PRI PROYECTADO.

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

El periodo de recuperación indica el tiempo en el cual se recupera la inversión, tomando como referencia la vida útil del proyecto, para determinar este período se utilizan los flujos de caja netos actualizados mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Valor Actual} = \frac{\text{Valor Futuro}}{(1 + \text{Tasa de Descuento})^n}$$

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

TABLA Nº 30
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN PRI

PERIODO	INVERSION	UTILIDAD NETA
0	\$ 20.118,00	
1		\$ 12.546,89
2		\$ 15.683,62
3		\$ 19.604,52
4		\$ 24.505,65
5		\$ 30.632,06
		20.594,55

PRI=	0,98
-------------	-------------

Fuente: Base de datos de MR Importaciones

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

3.3.4.2 VALOR ACTUAL NETO PROYECTADO.

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia.

La fórmula para calcular el VAN es la siguiente:

$$VAN = \frac{\text{Flujos de Caja en cada período } t}{(1 + \text{Tasa de Descuento})^t} - \text{Inversión Inicial}$$

Si el VAN es positivo el proyecto es viable; pero si es negativo el proyecto no es viable.

Tomando en cuenta la inversión inicial de \$ 21.220,00 y una tasa de descuento del 9,63%, el VAN para el proyecto es el siguiente:

TABLA Nº 31
CÁLCULO TASA DE DESCUENTO VAN

CALCULO TASA DE DESCUENTO VAN				
AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL	FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO
0	\$ 21.220,00	\$ 1,00	\$ -21.220,00	\$ -21.220,00
1	\$ 90.295,53	\$ 0,87	\$ 78.620,40	\$ 57.400,40
2	\$ 112.377,55	\$ 0,76	\$ 85.195,68	\$ 142.596,08
3	\$ 140.471,94	\$ 0,66	\$ 92.724,94	\$ 235.321,03
4	\$ 175.589,93	\$ 0,57	\$ 100.919,62	\$ 336.240,65
5	\$ 219.487,41	\$ 0,50	\$ 109.838,50	\$ 446.079,15
	VAN	\$ 446.079,15	TASA DE DESCUENTO (%)	14,85

DESCRIPCION	VALOR
TDVAN	0,1485
Tasa de Descuento activa (segmento Productivo)	8,34
Inflación (i)	5,22

Fuente: Base de datos de MR Importaciones

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

3.3.4.3 TASA INTERNA DE RETORNO PROYECTADA

La TIR es la tasa de descuento de un proyecto de inversión que permite que el beneficio sea igual a la inversión. La TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el beneficio sea menor que la inversión.

La fórmula para calcular la TIR es la siguiente:

Si la TIR es mayor que la tasa de descuento, el proyecto debe aceptarse. Cuando la TIR es igual a la tasa de descuento, el inversionista es indiferente entre realizar la inversión o no. Y si la TIR es menor que la tasa de descuento se rechaza el proyecto.

TABLA Nº 32
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR 10%	FACTOR 18%	F.E.actualizado 10%	F.E.actualizado acumulado 10%	F.E.actualizado 18%	F.E.actualizado acumulado 18%
0	21.220,00	1,00	1,00	21.220,00	21.220,00	21.220,00	21.220,00
1	90.295,53	0,91	0,85	82.086,85	103.306,85	76.521,64	97.741,64
2	112.377,55	0,83	0,72	92.874,01	196.180,86	80.707,81	178.449,45
3	140.471,94	0,75	0,61	105.538,65	301.719,51	85.495,56	263.945,01
4	175.589,93	0,68	0,52	119.930,28	421.649,79	90.567,33	354.512,34
5	219.487,41	0,62	0,44	136.284,41	557.934,20	95.939,97	450.452,31
					557.934,20		450.452,31
					VAN1		VAN2

T.I.R. = $i_{2+(i_2-i_1) \frac{VAN_1}{VAN_1-VAN_2}}$
T.I.R. = $0,18 + (0,18 - 0,10) \frac{45.200.029,84}{45.200.029,84 - 43.193.062,39}$
T.I.R. = $0,18 + (0,18 - 0,10) * \frac{557.934,20}{107.481,89}$
T.I.R. = $0,18 + (0,01) * 5,190959859$
T.I.R. = $0,18 + 0,0519096$
T.I.R. = 0,091909599
T.I.R. = 9,19%

Fuente: Base de datos de MR Importaciones

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

3.3.4.4 Relación Beneficio/Costo Projectado

“La relación beneficio/costo es un índice de rendimiento que determina cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto”.

Si la relación B/C es mayor a 1 entonces se acepta el proyecto; si la relación es B/C = 1 es indiferente para el inversionista; pero si B/C es menor a 1 entonces se rechaza el proyecto.

La fórmula que se utiliza es la siguiente:

$$RBC = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{\text{Ingresos Totales}}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{\text{Egresos Totales}}{(1+i)^t}}$$

TABLA Nº 33
CÁLCULO COSTO BENEFICIO

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR	ING. X FACTOR	EGR. X FACTOR
1	12.546,89	90.295,53	0,99	12.422,67	89.401,52
2	15683,61563	112.377,55	0,98	12.299,67	88.516,36
3	19.604,52	140.471,94	0,97	19.027,95	109.072,55
4	24.505,65	175.589,93	0,96	23.549,45	134.990,77
5	30.632,06	219.487,41	0,95	29.145,36	167.067,79
				96.445,09	589.048,98

B/C =	Sumatoria Ingresos actualizados
	Sumatoria Egresos actualizados

B/C =	147.726,56
	107.571,81

B/C =	1,37
-------	-------------

Fuente: Base de datos de MR Importaciones

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

La relación beneficio costo del proyecto es mayor a 1 por lo tanto se acepta el proyecto, por otro lado también significa que por cada dólar que se invierta se obtiene una utilidad de treinta y siete centavos.

3.3.4.5 PUNTO DE EQUILIBRIO PROYECTADO

Se deben identificar los diferentes costos y gastos que intervienen en el proceso productivo. Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción en el caso de MR Importaciones de servicios y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Tantos costos como gastos pueden ser fijos o variables.

$$Q = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

TABLA Nº 34
PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	GASTOS FIJOS				
	1	2	3	4	5
Depreciación	\$ 611,00	\$ 763,75	\$ 954,69	\$ 1.193,36	\$ 1.491,70
Gastos administrativos	\$ 64.957,60	\$ 81.197,00	\$ 101.496,25	\$ 126.870,31	\$ 158.587,89
Gastos Financieros	\$ 4.750,00	\$ 5.937,50	\$ 7.421,88	\$ 9.277,34	\$ 11.596,68
TOTAL	\$ 28.041,53	\$ 28.041,53	\$ 28.041,53	\$ 28.041,53	\$ 28.041,53
VENTAS	\$ 90.000,00	\$ 112.500,00	\$ 140.625,00	\$ 175.781,25	\$ 219.726,56
PUNTO EQUILIBRIO %	6.899,78	7.908,84	9.270,47	11.038,22	13.293,15

Fuente: Base de datos de MR Importaciones

Elaborado por: Daysi Ramos / José Luis LLive

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

- ✓ MR Importaciones es una empresa relativamente joven al tener 10 años de funcionamiento, tiempo durante el cual ha sabido ganar experiencia y mejorar su funcionamiento, sin embargo se encuentra en una etapa de adaptación a nuevas tecnologías, leyes y sistemas propios de una globalización inminente por lo que ha sido necesario el presente análisis.
- ✓ La encuesta aplicada tanto a la empresa como a los clientes y usuarios de MR Importaciones nos permitió determinar la situación de la empresa con respecto a su funcionamiento actual, lo cual fue el punto de partida para el presente estudio.
- ✓ Es difícil poder identificar cada uno de los procesos dentro de cualquier empresa y mucho mas en una empresa de servicios ya que es un bien intangible el que se maneja, por lo que ha sido minucioso el análisis en cuanto a determinar los más importantes.
- ✓ Pese a que la empresa ya ha venido tomando medidas de adaptabilidad al cambio hemos establecido las posibles mejoras y acciones adicionales en pro de mejorar el funcionamiento y por ende la oferta de servicios por parte de MR Importaciones
- ✓ Identificamos de manera primordial el esquema de servicio de la empresa que es la logística de importación de bienes/productos desde el productor o comercializador hasta la entrega en el lugar determinado por el cliente; dentro de este proceso se pueden derivar otros sub-servicios independientes dependiendo del requerimiento del cliente y/o empresa.

- ✓ El análisis también determina que es necesario a parte de las nuevas plataformas tecnológicas para la publicidad, realizar de manera específica en las principales ciudades una difusión por medios tradicionales como diarios, radio y televisión.
- ✓ El estudio financiero dentro de este proyecto se convierte en la principal herramienta de evaluación, y permitirá a los directivos de MR Importaciones analizar la propuesta y posible aplicación del mismo.

4.2 RECOMENDACIONES.

- ✓ Asignar los recursos necesarios para la implementación del proyecto, ya que los estudios de mercado, técnico, económico, financiero y empresarial realizados demuestran la factibilidad y rentabilidad del proyecto.
- ✓ Implementar las estrategias promocionales determinadas por el proyecto a fin de promocionar la oferta del servicio y así captar clientes y fidelizarlos por el precio.
- ✓ La empresa debe contemplar analizar la posible aplicación del proceso logístico propuesto por el presente proyecto y determinar si el modelo planteado en el presente trabajo es el adecuado, para que de esta forma pueda tomar decisiones acertadas para el crecimiento de la misma.
- ✓ Mediante el análisis económico la empresa se deberá estudiar la reestructuración de sus gastos administrativos y de su flujo financiero que se han determinado y planteado en el presente trabajo, ya que los indicadores nos demuestran que se puede incrementar la rentabilidad mediante la aplicación de las propuestas realizadas.

RESUMEN

El presente estudio establece un “Proyecto de análisis comercial y financiero para las importaciones a consumo de la empresa MYR Importaciones, de la ciudad Quito para el año 2012”, el mismo que permita conocer y evaluar la situación organizacional dentro del ámbito empresarial actual.

Como preámbulo se establecen las generalidades correspondientes al ámbito de comercio exterior y específicamente a las importaciones, terminología general, en cuanto a normativa vigente, procesos y sistematización actuales, con el fin de tener claro el marco de desarrollo del estudio.

La propuesta identifica cada uno de los procesos como: administrativos, contables y logístico aduaneros, establece acciones de mayor rapidez, énfasis en la publicidad, identificación de trabas o problemas en procesos administrativos internos, acciones para mejorar los tiempos de procesos logísticos aduaneros, y cada uno de estos haciendo énfasis en aquellos más sensibles que tienen que ver con la cadena logística de importaciones que es el principal servicio, la relación con los clientes durante el proceso de proporcionar el mismo y la mejora en la difusión de la empresa como tal.

Finalmente se recomienda a la empresa analizar esta propuesta, sustentada en información técnica que busca el mejoramiento de su funcionamiento a través de la actualización de las herramientas que ya tiene a su alcance.

SUMMARY

This research establishes a “business analysis and finance for imports consumption of MYR Imports Company, from Quito city for the year 2012”, the same one that admit to show and evaluate the organizational status within the current business environment.

As a preface establishes corresponding to the general field of foreign trade and imports specifically, general terminology, regarding, processes and current systematization, to have well-defined about the development framework of the research.

The proposal identifies each one of the processes such as: administrative, accounting and customs logistics, provides faster actions, emphasis in identifying obstacles or problems in internal administrative processes, actions to improve logistics customs time, and each one emphasizing on those most sensitive to deal with the import supply chain that is the main service, customer relationship during the process of providing the same one and improved dissemination of the company as such.

Finally, we recommend the company analyzing this proposal, based on technical data that seeks to improve its performance by updating the tools it already has.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ LEVI, Maurice. Fundamentos teórico-prácticos del comercio internacional; México, McGraw Hill, 2002.
- ✓ THIRLWALL, Anthony. teoría y aplicaciones; Crecimiento económico: México, FCE, 2003.
- ✓ ROY, Joaquín. Retos e interrelaciones de la integración regional: Europa y América. México, Plaza y Valdés, 2003.
- ✓ SALVATORE, Dominick. Economía internacional. México, McGraw Hill, 2004.
- ✓ KIRCHNER, Alejandro. Metodología para la formulación de Competitividad Empresarial. México; Grupo Editorial Océano, 2000.
- ✓ BERTIL, Ohlin: Comercio Interregional e Internacional; Barcelona, 1971.
- ✓ Rosenberg, J.M Diccionario de Administración y Finanzas. Barcelona Ediciones Centrum Técnicas y Científica, 2001.
- ✓ HILL, W.L Charles. Negocios Internacionales. México: Interamericana de Editores, 2000.
- ✓ DANIELS, Jhon. Negocios Internacionales; México, Editora Marisa de Ante, 2000
- ✓ Las PYME y la Compañía de Desarrollo de las Importaciones, Centro de Comercio Internacional, Ginebra 1997.
- ✓ AULA FÁCIL CURSOS DE CAPACITACIÓN, "Técnicas de Comercio Internacional", México, 2003.
- ✓ BANCO MUNDIAL; Métodos y Etapas del Desarrollo de Proyectos; Quito, 2002.

- ✓ BAHC, Sebastián; Diccionario Económico Español. Barcelona "ESPASA", 2002.
- ✓ Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Nuevos Productos de Exportación" Tomo I, Quito, 2006.
- ✓ CENTRO DE ESTUDIOS PARA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL –CECINA. Los Incoterms. México, 2005.
- ✓ DICCIONARIO. Comercio Exterior, Edición 2000.
- ✓ HILL. Charles, Negocios Internacionales, México, Mc Graw – Hill, 2000.
- ✓ Corporación de Estudios y Publicaciones Quito. Ley Orgánica de Aduana, LOA – 2012
- ✓ Corporación de Estudios y Publicaciones Quito. Ley de Comercio Exterior e Inversiones, LEXI

PAGINAS WEB:

- ✓ Estadísticas Comerciales, Banco Central del Ecuador, diciembre del 2011, (www.bce.fin.ec). (en línea).
- ✓ Normativa Legal vigente para importaciones hacia el Ecuador, desde el resto del mundo, Corporación Aduanera Ecuatoriana 2011. CAE (www.aduana.gob.ec). (en línea).
- ✓ http://www.todocomercioexterior.com.ec/pv_partida_menu01.asp?cad_busc a=ckd&lstBuscaP=des. (en línea).
- ✓ http://mef.gov.ec/pls/portal/docs/PAGE/MINISTERIO_ECONOMIA_FINANZ AS_ECUADOR/PUBLICACIONES/COYUNTURA/COYUN_ECON_050608.PDF. (en línea).

- ✓ <http://www.aduana.gov.ec/archivos/Aduanas%20y%20procesos,%20para%20estudiantes.pdf>.(en línea).

- ✓ <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/CifrasEconomicas/cie200911.pdf>.(en línea).

ANEXOS

ANEXO N° 01
AIR WAY BILL

FD-503 (Rev. 10-1-90)

134
08809113
134 08809113

Shipper's Name and Address 000		Shipper's Account Number		Air Waybill (All Carriage Rates) FACTURA DE VENTA Para el transporte aéreo de mercancías y pasajeros AEROPUESTA DEL CARIBE, S.A. Av. Principal, P.O. Box 40404 San Juan, P.R. 00940		Air Avianca Línea Aérea del Caribe S.A. (Línea Aérea de Colombia) Av. Principal, P.O. Box 40404 San Juan, P.R. 00940	
Commodity Name and Volume		Commodity Account Number		Article 1, Item 2 of the Regulations applies and here the same shall apply It is agreed that goods described hereon are to be transported in accordance with the conditions of carriage set forth in the Air Tariff and the Air Tariff Supplement, published by the International Air Transport Association, and in accordance with the conditions of carriage set forth in the Air Tariff and the Air Tariff Supplement, published by the International Air Transport Association, and in accordance with the conditions of carriage set forth in the Air Tariff and the Air Tariff Supplement, published by the International Air Transport Association.			
Billing Details Agent Name and City		Accounting Information					
Special Rate Code		Remarks					
Marked for Return (Mark "X" for Carriage and Insurance)							
To: <input type="checkbox"/> Return to Shipper <input type="checkbox"/> Return to Consignee		To: <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D		TARIFF: <input type="checkbox"/> GENL <input type="checkbox"/> SPEC <input type="checkbox"/> OPEN <input type="checkbox"/> PROVISIONAL		Declared Value for Carriage Declared Value for Customs	
Insured (Mark "X" for Insurance) <input type="checkbox"/> Insured <input type="checkbox"/> Not Insured		Insured (Mark "X" for Insurance) <input type="checkbox"/> Insured <input type="checkbox"/> Not Insured		Amount of Insurance		Remarks (If Carrier offers insurance, and such insurance is required by applicable law, carriers are advised that cargo interest should be insured against all perils covered by the contract of carriage.	
Handling Information							
No. of Pieces or Packages	Actual Weight	Net Weight	Volume Weight (LBS/1000 CU. IN.)	Chargeable Weight	Rate / Charge	Total	Minimum Quantity of Goods for (100/200/300) Pieces
Special Charges		Other Charges					
Special Charge							
Via (Other Carrier Code)							
For Other Charges (Mark "X")							
Total Pieces		Total Weight		Total Charge			
Carriage (Mark "X" for Carriage) <input type="checkbox"/> Carriage <input type="checkbox"/> Not Carriage		Declared for: <input type="checkbox"/> Carriage <input type="checkbox"/> Freight <input type="checkbox"/> Other					
For Carrier Use Only (See Instructions)		Remarks or Instructions (Mark "X" for Special Handling)		Date of Issue: _____ Issued at: _____			

134 08809113
134 08809113

ORIGINAL 3 (FOR SHIPPER)

ANEXO Nº 02
LISTA DE NAVIERAS

NOMBRE COMERCIAL	NOMBRE OPERADOR
APL DEL ECUADOR S.A.	
LIMITED	LIMITED
TRANSMARES	TRANSMARES
ACOTRAMAR S.A.	ACOTRAMAR S.A.
AFRICA MARITIME LTD.	AFRICA MARITIME LTD.
AGANCIA NAVIERA SOCIEPORT CIA. LTDA.	AGANCIA NAVIERA SOCIEPORT CIA. LTDA.
ALBACORA S.A.	ALBACORA S.A.
ALEXANDRIA MARITIME INC.	ALEXANDRIA MARITIME INC.
ALIANÇA NAVEGAÇÃO E LOGÍSTICA LTDA.	ALIANÇA NAVEGAÇÃO E LOGÍSTICA LTDA.
ALLIED MARITIME INC.	ALLIED MARITIME INC.
ANAX SHIPPING CO. LTD.	ANAX SHIPPING CO. LTD.
ANDINA CHEMICAL TANKERS	ANDINA CHEMICAL TANKERS
ANTON DÛRBECK GMBH	ANTON DÛRBECK GMBH
ARMONIA SHIPPING & FINANCE CORP.	ARMONIA SHIPPING & FINANCE CORP.
ATLAS SHIPPING LINE INC.	ATLAS SHIPPING LINE INC.

ANEXO Nº 03 PORTAL WEB ECUAPASS



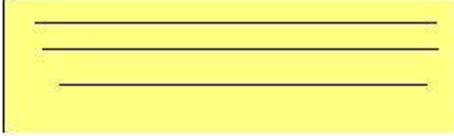
ANEXO Nº 04

DOCUMENTO ADUANERO ÚNICO

		REPÚBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA ÚNICA				C								
B. ADUANA		E. DESTINO												
BB Nº DE ADO. - ADO. Nº DE ADO. (CÓDIGO DE ORIGEN)	CCODIG DE ORIGEN	CCODIG DE DESTINO (CÓDIGO DE DESTINO)	CCODIG DE DESTINO (CÓDIGO DE DESTINO)	CCODIG DE DESTINO (CÓDIGO DE DESTINO)	CCODIG DE DESTINO (CÓDIGO DE DESTINO)									
C. CONTENEDOR / AGENTE					DECLARACION									
BB DESCRIPCIÓN DEL CONTENEDOR		BB TIPO DE CONTENEDOR	BB USUARIO	BB TIPO DE DECLARACION										
BB OPERACION	BB TIPO DE OPERACION	BB TIPO DE OPERACION	BB TIPO DE OPERACION	BB TIPO DE OPERACION										
BB OPERACION / AGENTE	CCODIG	BB USUARIO / DESTINO	CCODIG											
D. VALORES EN ADUANA														
BB VALOR	BB VALOR	BB VALOR	BB VALOR	BB VALOR	BB VALOR									
F. AUTOLIBERACION DE TRIBUTOS														
CONCEPTO	LIBERACION (E)	LIBERACION (E)	CANTIDAD A PAGAR (E, D)											
BB AD VALOREM														
BB DERECHO ESPECÍFICO														
BB IMP. COMERCIO ESPECIAL														
BB IMP. VALOR ADICIONADO														
BB DERECHO INTERNO														
BB DERECHOS COMERCIALES														
BB DERECHOS RETROCEDIDOS														
BB ADICIONAL A BARRIL DE ORO														
BB TASA MODERNIZACIÓN														
BB TASA DE CONTROL														
BB TASA ALMACÉN														
BB MULTAS (ART. 88 V. 6)														
BB INTERÉS														
BB IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISA														
BB PUNTA														
BB COBRE														
BB ORO														
BB PLATA														
BB TOTAL AUTOLIBERACION														
F. BARRIL A ORO														
LIQUIDACION DE BARRIL A ORO														
BB BARRIL														
BB BARRIL														
BB BARRIL														
BB BARRIL														
BB BARRIL														
PAGO (CONFIRMADO)														
CONCEPTO DEL TRIBUTO	AGUENTOS	LIQUIDACIONES	LIBERACION / SUPLENIMIENTO	CANTIDAD A PAGAR										
BB AD VALOREM														
BB DERECHO ESPECÍFICO														
BB IMPUESTO A COMERCIO														
BB IMPUESTO A VALOR ADICIONADO														
BB DERECHO INTERNO														
BB DERECHOS COMERCIALES														
BB DERECHOS RETROCEDIDOS														
BB ADICIONAL A BARRIL DE ORO														
BB TASA MODERNIZACIÓN														
BB TASA DE CONTROL														
BB TASA ALMACÉN														
BB MULTAS														
BB INTERÉS														
BB IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISA														
BB PUNTA														
BB COBRE														
BB ORO														
BB PLATA														
BB TOTAL														
<table border="1" style="float: right; margin-top: 10px;"> <tr> <td>BB</td> <td>MONEDA</td> <td>TIPO</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>						BB	MONEDA	TIPO						
BB	MONEDA	TIPO												

FACTURA COMERCIAL DEL EXPORTADOR

FACTURA COMERCIAL

EMPRESA EXPORTADORA: Direccion:..... Telefono / Fax:..... E-mail:.....								
Señores: EMPRESA IMPORTADORA: Direccion:..... Atencion:..... INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N°.....				Nombre de Contacto:..... Nuestra referencia:..... N° Cliente:..... N° de Orden de Pedido:..... Fecha:.....				
La mercancia ha sido enviada en: Dimensiones Embalaje: Grossweight (Peso Bruto): 231,524.60 kg Netweight (Peso Neto): 230,000.00 kg Marks (marcas): CALLAO PERU Vía: Maritima Made in: Brasil								
ITEM	CANTIDAD	UNID.	DESCRIPCION DE MERCANCIAS	PARTIDA ARANCELARIA	MONEDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
01	CONTAINERS 14 (9,200 BAGS)	230	TM DE POLIPROPILENO PROLEM			USD / MT 760.87	USD 175,000.00	
			FOB VALUE				175,000.00	
			FREIGHT VALUE				25,700.00	
			CFR CALLAO				200,700.00	
			FREIGHT PREPAID					
INCOTERM: CFR CALLAO				TOTAL FACTURADO			200,700.00	

ANEXO N° 06

PERFIL ENVIADO POR LA EMPRESA VIA MAIL

DATOS PARA ANEXAR EN PERFIL DE TESIS

PERFIL EMPRESARIAL

INFORMACION GENERAL

M-R Importaciones es una empresa joven con ideas innovadoras brindando soluciones prácticas y viables a sus requerimientos tecnológicos y comerciales.

Conscientes de la amplia oferta de bienes y productos, a nivel mundial, ofrecemos un servicio integral y versátil enfocado a las necesidades actuales y específicas del sector empresarial nacional.

OBJETIVO, VISION, MISION Y VALORES CORPORATIVOS

1. OBJETIVO

“Nuestro objetivo es ser parte de su proceso productivo y mantener con su empresa una relación beneficiosa de negocios. Nuestras tarifas son el resultado de nuestro trabajo por lo que lo invitamos a conocer nuestra empresa.”

2. VISION

Conectar a nuestros clientes con bienes y productos disponibles en el mercado mundial, ampliando sus oportunidades de crecimiento.

3. MISION

Constituirnos en una organización sólida y eficiente permitiendo a nuestros clientes optimizar su tiempo mediante el manejo y asesoramiento directo en las compras e importaciones de bienes y productos requeridos.

4. VALORES CORPORATIVOS

- Puntualidad
- Honestidad
- Ética
- Responsabilidad
- Seriedad

Son nuestros pilares para poder ofrecer a nuestros clientes un servicio rápido y eficiente logística Integrada en comercio exterior.

NUESTROS SERVICIOS

Nos encargamos del asesoramiento y la realización de sus importaciones desde cualquier parte del mundo hasta la entrega del bien adquirido en bodega del cliente. Nuestro trabajo consiste en el seguimiento de sus órdenes de:

- Compra
- Despacho
- Apertura de documentos de importación
- Coordinación en la verificación de la mercadería
- Seguros de transporte
- Coordinación de embarque
- Trámites de aduana (nacionalización de mercancías)

- Transporte de la mercadería hasta el sitio acordado con el cliente.

Importaciones / exportaciones

Estamos en la capacidad de brindarle:

- Transporte internacional desde cualquier parte del mundo.
- Seguros contra todo riesgo o pólizas de uso exclusivo para trámite aduanero.
- Coordinación de la recepción de la mercadería.
- Pick up y embalajes necesarios.
- Documentación para su importación
- Nacionalización, trámites personalizados y ajustándonos al régimen que usted necesite.
- Transporte interno, entregamos su mercadería en sus bodegas con seguridad, garantía y tecnología GPS.

Paquetería postal

Esta mercadería no paga impuestos ni el IVA.

Características:

- Mercadería de hasta 400 USD.
- Mercadería de hasta 4 Kgs.
- Un máximo de hasta 10 ítems.

Courier

Esta mercadería está sujeta a impuestos aduaneros.

Características:

- Mercadería de hasta 2000 USD.
- Mercadería de hasta 50 Kgs.
- Desde cualquier lugar en EEUU.

NUESTROS PRODUCTOS

Venta de materiales:

Le brindamos a nuestro cliente asesoría técnica para sus compras ofreciéndole siempre la mejor alternativa en precio, calidad y tiempo de entrega.

- **Eléctricos:** Cables, transformadores, rectificadores, motores eléctricos, materiales para sistemas de puesta a tierra, cajas de conexiones, accesorios a prueba de explosión, luminarias, entre otros.
- **Mecánicos:** Tuberías y accesorios en aceros especiales, juntas de aislamiento dieléctrico, válvulas de todo tipo, revestimientos como cintas anticorrosivas, empaques; sellos, entre otros.
- **Instrumentación y Control:** Válvulas de control, transmisores, medidores, entre otros.
- Materiales en general orientados al suministro de cualquier bien solicitado.

MARCAS



Marca europea líder en fabricación de neumáticos para todas las áreas de movilización, automóviles, maquinaria para agricultura, industrial, motocicletas y bicicletas.

Modelos de seguridad de hardware para el pago y cifrado de datos de propósito general, fabricantes de terminales de pago, máquinas de cobro de tarjetas de crédito.

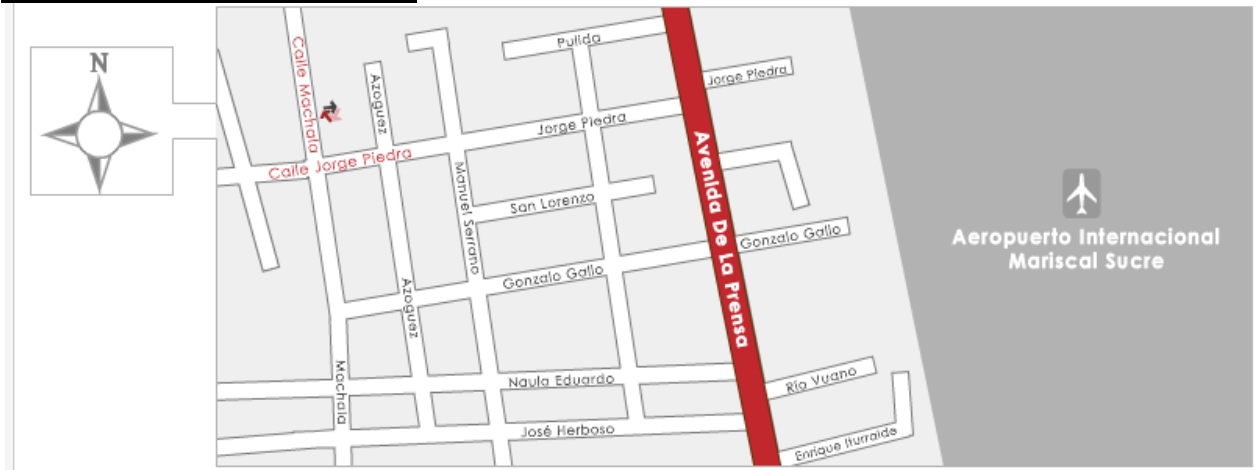


Válvulas para los procesos de control industrial, control en boca de pozo de gas y petróleo.

Empresa líder en la industria de control de la corrosión en los productos empleados para supervisar la eficacia de los sistemas de protección catódica, suministros y equipos de control de corrosión en una variedad de aplicaciones.



UBICACIÓN GEOGRAFICA



Machala N54-202 y Jorge Piedra, edificio Disfasur.

Oficina #1.

Telf. (593) 26034997

mramos@myrimportaciones.com

Quito – Ecuador

CLIENTES POTENCIALES

Todas las personas naturales y jurídicas que requieran de productos que no se encuentran en el país y que para obtenerlo se necesite un proceso de importación.

CLIENTES

TECTOTAL CIA. LTDA.

C.A. ECUATORIANA DE CERAMICA (RIOBAMBA)

E&E EQUIPMENT

PROVENSER INC

ESERSUM CIA. LTDA.

LIPROTEN

GARTEC

ASOCIACION ECUATORIANA DE CORROSION

SINDES S.A.
FRANCISCO AUCANCELA "GAS FRUIT"
GLOBAL INSPECTION TECHNOLOGY "GIT"
PRODEGEL (PILLARO)
SERTECPET

5. ESTRUCTURA FINANCIERA

M-R Importaciones es una pequeña empresa.
Contamos con 10 empleados

6. RUC DE LA EMPRESA

0602583288001

7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

