



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**PLAN DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE
TRADING Y ASESORAMIENTO EN EXPORTACIONES PARA LA PEQUEÑA
Y MEDIANA EMPRESA EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA**

Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de

TECNÓLOGO EN EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN

PROFESOR GUIA:

Ing. Roberto Germán Lopez Zambrano

AUTOR:

CHRISTIAN ANDRES PESANTEZ LIMA

AÑO

2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUIA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante orientando sus conocimientos para el adecuado desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Roberto G. Lopez Z.

Ingeniero Comercial Especialidad Comercio Exterior

DECLARACIÓN DE AUTORIA

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría que se han citado las fuentes correspondientes y que su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

Christian Pesantez Lima

C.I 1717837171

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por bendecirme con la gente maravillosa que me dio su apoyo incondicional en la culminación de mi carrera. Agradezco de manera muy especial a mis padres y mis hermanas por haberme apoyado para la formación en la Universidad de las Américas.

Agradezco mis amigos, compañeros y profesores que durante mi carrera estudiantil me apoyaron con sus conocimientos, perseverancia, especialmente al Ing. Roberto Lopez que por su valiosa guía y su apoyo incondicional para ser posible este trabajo para la obtención de la Tecnología en Importaciones y Exportaciones.

Christian Pesantez Lima

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis Padres y Hermanas quienes, con su apoyo constante, su comprensión su perseverancia y sus enseñanzas se han convertido en pilar fundamental y en la inspiración para la culminación de este sueño.

A Katty que con su apoyo, paciencia y comprensión contribuyo a la culminación de este reto.

A mis amigos quienes en todos estos años fueron un soporte para avanzar en los tiempos difíciles.

RESUMEN

En el Ecuador ah avanzado las reformas estructurales encaminadas a lograr una economía eficiente y competitiva que permita una adecuada inserción del país en la economía mundial

Actualmente las políticas gubernamentales se han encaminado a crear reformas arancelarias que beneficien e incentiven la actividad exportadora y la promoción externa de las Pequeñas y Medianas Empresas, Pymes para que posean parámetros de calidad internacional e su producción de tal manera que tengan aceptación en el exterior

Por esos motivos se debe preparar a las Pymes con potencial exportador a que se desarrollen su capacidad de aprovechar las ventajas del comercio internacional en el Mercado Andino, Latinoamericano y de la Unión Europea.

Organizar el tejido empresarial en fuertes asociaciones sectoriales que permitan alcanzar economías de escala en el acceso a los mercados externos.

Por esas políticas se presenta la oportunidad de otorgar un servicio de asesoría en Comercio Exterior, que se encargue tanto del proceso documental como el operativo desde el momento de la negociación, los documentos de embarque hasta la entrega de la mercadería al cliente en el Exterior.

ABSTRACT

In Ecuador an advanced structural reforms aimed at Lograr efficient and competitive economy that allows appropriate country's integration into the world economy

Currently, government policies have been aimed at creating tariff reforms that benefit and encourage export activity and external promotion of Small and Medium Enterprises, SMEs to possess international quality parameters and their production so that they have accepted abroad

For these reasons must be prepared to SMEs with export potential to develop their ability to take advantage of international trade in the Andean market, Latin American and European Union.

Organize the business on strong sartorial partnerships that achieve economies of scale in access to foreign markets.

For these policies is an opportunity to provide an advisory service in Foreign Trade, to take charge of both the documentary and the operating process from the time of negotiation, shipping documents to delivery of the goods to the customer abroad.

INDICE

INTRODUCCION	1
CAPITULO I.....	2
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1 Problema de investigacion	2
1.1.1 Delimitación del problema	2
1.2 Planteamiento del problema	3
1.3 Formulacióndelahirótesis	4
1.3.1 Hipótesis específica.....	4
1.4 Objetivos.....	4
1.4.1 Objetivo general	4
1.4.2 Objetivo específico.	4
1.5 Justificación	5
1.6 Marco teorico.....	6
1.6.1 Industria.....	7
1.6.2 Artesania	8
1.7 Metodologiadelainvestigación	8
1.8 Muestra o poblacion	9
1.9 Tabulacion de los datos	12
CAPITULO II.....	24
2. DETERMINAR LAS EMPRESAS DE TRADING Y ASESORÍA EN EXPORTACIONES PARA LAS PYMES	24
2.1 Análisis de la situación del sector pyme.....	24
2.1.1 Políticaseconómicassociales	26
2.1.2 Importanciadelsectorpyme.....	26
2.2 Internacionalizacion de las pymes	27

2.3 Analisis de la situación del sector exportador de la	
provincia de pichincha	27
2.3.1 Características de las pymes en Ecuador	28
2.3.2 Estrategias y acciones para el mejoramiento de las	
pymes de la provincia de pichincha	29
2.3.3 Políticas de exportación para pymes	31
2.3.4 Mercado de exportación de Ecuador	33
2.4 Mercado de exportación pymes de la provincia	
de pichincha	34
2.4.1 Flores	35
2.4.2 Textiles	36
2.4.3 Cueros y elaborados	36
2.4.4 Artesanías	37
2.4.5 Cacao	39
2.4.6 Café	40
2.4.7 Mercado de la provincia de	
pichincha	41
2.5 Empresas de asesorías y consultoría de	
exportación en la provincia de pichincha	45
2.6 Tipos de servicios de asesorías y consultoría	
de exportación	46
2.6.1 Exportación aérea	46
2.6.2 Exportación marítima	47
2.7 Precios de los servicios de asesoría y consultoría	
de exportación en pymes	48
2.8 Promociones de servicios para asesoría	
de exportación	49
2.9 Análisis FODA del mercado de servicios de asesoría	
exportación pymes	50
2.10 Análisis de las fuerzas internas	51

2.11 Analisis de las fuerzas externas.....	51
CAPITULO III.....	52
3. ASPECTOS LEGALES.....	52
3.1 Requisitos legales para crear una empresa trading y asesoria en exportaciones	52
3.1.1 Persona juridica	52
3.2 Documentos legales que se requieren	53
3.2.1 Clases de compañías	53
3.2.2 Obligaciones de los socios	54
3.3 Compañía de responsabilidad limitada.....	56
3.4 Definicion del nombre la empresa	56
3.4.1 Vision 2015.....	56
3.4.2 Mision	57
3.4.3 Objetivos de la empresa	57
3.5 Organización de la empresa	57
3.5.1 Organigrama funcional	58
3.5.2 Funciones y responsabilidades	59
3.6 Proceso de la empresa.....	60
3.6.1 Exportacion:.....	60
3.6.1.1 Registro.....	60
3.6.1.2 Investigacion de mercado	60
3.6.1.3 Cotizacion internacional	61
3.6.1.4 Envio de muestras	61
3.6.1.5 Fase de pre-embarque.....	62
3.6.1.6 Fase de post-embarque	62
3.6.1.7 Transporte.....	63
3.6.1.8 Medio de transporte	63
3.6.1.9 Selección del seguro.....	63
3.6.2 Trading	64
3.6.3 Proceso por departamento	64

3.6.3.1	Departamentodeexportaciones:	64
3.6.3.2	Departamentodemarketing.....	65
3.6.3.3	Procesodeventas y servicios.....	65
3.7	Servicios de la empresa	66
3.7.1	Tiposdeservicios	66
3.7.2	Definiciondecostosporservicios	66
3.8	Alianzas estrategicas.....	68
3.8.1	Alianzasporservicio.....	68
3.8.1.1	Proecuador	68
3.8.1.3	Camara de industrias y comercio ecuatoriano –alemana.....	69
3.8.1.4	Oficinascomerciales	69
3.8.1.5	Otrasalianzas	70
3.8.1.6	Institutoecuatorianodenormalizacion.....	70
3.8.1.7	Agrocalidad	70
3.8.1.8	Camaradecomerciodequito	71
3.8.1.9	Asesoresexternos	71
3.9	Costos de creacion de empresa de servicios.....	71
3.9.1	Costosdeconstitucion	71
CAPITULO IV		72
4 DESARROLLAR EL PLAN DE PRE		
FACTIBILIDAD QUE PERMITA IMPLEMENTAR		
Y CREAR UNA EMPRESA TRADING		
Y ASESORAMIENTO PARA EXPORTACIONES		
DE LAS PYMES		72
4.1	Estado de situación inicial	72
4.2	Gastos administrativos	73
4.2.1	Gastos financieros.....	74
4.2.2	Gastosvariables.....	74

4.2.3 Gastos fijos.....	74
4.3 Inversión.....	74
4.3.1 Inversión inicial	75
4.3.2 Activos fijos tangibles	76
4.3.2.1 Infraestructura física.....	76
4.3.2.2 Equipos de oficina.....	77
4.3.2.3 Equipos de cómputo	77
4.3.2.4 Muebles y enseres	78
4.3.2.5 Vehículo	78
4.3.3 Activos intangibles.....	79
4.3.4 Capital de trabajo	79
4.4 Depreciación y amortización.....	81
4.4.1 Estructura de la deuda.....	82
4.4.2 Amortización de la deuda	82
4.5 Ingresos por servicios.....	83
4.6 Estado de resultados	83
4.6.1 Flujo de caja	84
4.6.2 Indicadores de rentabilidad.....	85
4.6.2.1 Valor actual neto (VAN).....	85
4.6.2.2 Tasa interna de retorno (TIR)	86
4.7 Plan de costos operativos de la empresa	87
CAPITULO V	89
5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
5.1 Conclusiones	89
5.2 Recomendaciones	90
REFERENCIAS.....	91
ANEXOS	93

INTRODUCCION

El presente proyecto consta del estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de Asesoría y Trading en Comercio Exterior en la Provincia de Pichincha para las Pymes.

El desenvolvimiento de la actividad económica del país se ha visto directamente influenciado por el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas. Existen alrededor de 5273 PYMES en la Provincia de Pichincha y según datos de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha representa alrededor del 12% en la conformación del Producto Interno Bruto.

Los ingresos al fisco están constituidos principalmente de los impuestos, además de las exportaciones del petróleo y del endeudamiento externo para financiar sus gastos, además los gravámenes de los contribuyentes han generado una suma considerable de ingresos para poder cubrir el Presupuesto General del Estado.

Los sectores en los que debe ser enfocado con acciones que fomenten el mejoramiento competitivo de las Pymes es la productividad ya que es el indicador para medir la competitividad ya sea laboral empresarial, sectorial, o nacional.

Con los antecedentes antes indicados, resulta de vital importancia aprovechar el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, inclusive de aquellas que funcionan de manera informal; pero que a futuro se constituyan legalmente

CAPITULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

La importancia de las PYMES en la producción de bienes y servicios, en nuestro país muestran que en las primeras fases de crecimiento económico las Micro y Pequeñas empresas cumplen un rol fundamental pues su aporte ya sea produciendo, demandando o comprando productos o añadiendo valor agregado constituyen un aporte importante en la generación de empleo y en la actividad económica del país.

“En la provincia de Pichincha existen cerca de 5273 PYMES lo que representa 4.74% de empresas que poseen 1 – 49 personal ocupado”. Los sectores económicos que posee la provincia de Pichincha según el Inec en el censo económico del 2010 son: Manufactura es 11737 que es el 10.54%, en comercio 55,155 que es el 49.54% en servicios 44,228 que es el 39.73% y en otros que son (Agricultura, Minas, Organizaciones) son 207 que es el 0.19%. Las PYMES tienen una participación en el Producto Interno Bruto del Ecuador de un 12% lo que demuestra que es un gran aporte para la economía nacional.

(Tomado de: Censo 2010 establecimientos económicos <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CENEC&MAIN=WebServerMain.inl> Inec)

Las empresas que deseen exportar deben identificar los mercados extranjeros apropiados ponerse en contacto con los distribuidores locales o con los principales consumidores, aprender acerca de las preferencias de sus clientes, adaptar la calidad y el precio del producto si quieren competir en condiciones aceptables. Para las Pymes no contar con su propio departamento de Comercio exterior o al no tener personal especializado carecen de información

sobre procesos aduaneros, leyes, reglamentos y demás disposiciones gubernamentales.

Para las Pymes resulta muy costoso tener un departamento dedicado al Comercio Exterior por lo cual contratan los servicios de Asesoría y Gestión para realizar los trámites de aduana, dado que esto les representa mayor rentabilidad que contar con un departamento solo para ese propósito.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El proyecto arroja las siguientes interrogantes:

- ¿Existen empresas de Trading y asesoría en Exportaciones para las Pymes?
- ¿Cuáles son los requisitos legales para crear una empresa Trading y los procesos de asesoramiento para exportación en las Pymes?
- ¿Qué plan de pre factibilidad se requiere implementar para la creación de una empresa Trading y asesoramiento para exportaciones de las Pymes?

Ya que por falta de experiencia se cometen errores los cuales encarecen el producto restándole competitividad. Uno de los principales motivos de los cuales las PYMES no exportan son:

- Desconocimiento en el proceso de Exportación
- Exigencias técnicas, de calidad, legales de los países importadores.
- Costos elevados por desperdicio de materia prima.
- Insuficiente cantidad productiva para exportar.

1.3 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

1.3.1 HIPÓTESIS ESPECÍFICA.

- Existen empresas de Trading y asesoría en Exportaciones para las Pymes
- Desarrollar los requisitos legales para crear una empresa Trading y cuáles son los procesos de asesoramiento para exportación en las Pymes
- Existe un plan de pre factibilidad que se debe implementar para la creación de una empresa de Trading y asesoramientos para exportaciones de las Pymes

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar un Plan de Pre Factibilidad para la creación de una empresa de Trading y asesoramiento en Exportación para la Pequeña y Mediana Empresa en la Provincia de Pichincha.

1.4.2 OBJETIVO ESPECIFICO.

- Determinar las empresas de Trading y asesoría especializada en Exportaciones para las Pymes.
- Investigar cuales son los requisitos legales para crear una empresa Trading y los procesos de asesoramiento para exportación en las Pymes.
- Desarrollar el plan de pre factibilidad que permita implementar y crear una empresa Trading y asesoramiento para exportaciones de las Pymes

1.5 JUSTIFICACIÓN

Es necesario de que las Pymes entren en negociaciones con terceros países con el objetivo de aumentar su producción, mejorar la calidad de productos con el intercambio de tecnología y buscar mejores oportunidades de negocio, negociar acuerdos comerciales y de cooperación dirigidos a fortalecer el establecimiento de nuevas Pymes.

Se debe promover Pymes proveedoras de bienes y servicios demandados por empresas transnacionales exportadoras de grandes dimensiones, para fortalecer una integración en el sector productivo como un todo. Consolidar los servicios de promoción comercial, incluyendo capacitaciones técnicas relacionadas con aplicaciones científicas y tecnologías tales como la biotecnología la información de mercados, la promoción de exportaciones, el mejoramiento de la calidad.

“Las PYMES constituyen en el Ecuador una esperanza de generación de empleo, determinado por la capacidad que posee este sector para fomentar innumerables oportunidad de negocios, además de un prometedor crecimiento en vista de la actual crisis económica que afecta a todo el mundo”.(Diario el Hoy 15 de febrero del 2011(Tomado de:<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/las-pymes-generan-88-de-empleos-en-america-latina-458599.html>)

Las Trading son una gran herramienta de apertura de mercado para las Pymes ya que proporciona publicidad a bajo costo Puede llegar a ser una alternativa económica más rentable que encarar el negocio de la exportación con su propia estructura.

Uno de los objetivos del gobierno Ecuatoriano es fomentar las PYMES y propiciar competitividad a las empresas la estrategia se ha enfocado en el acceso a recursos financieros, a información, impulso a las estrategias empresariales innovadoras y sobre todo una visión de futuro compartido entre los sectores público y privado.

El impulso empresarial se ha enfocado en mejorar los niveles de competitividad y calidad a las empresas exportadoras y a las con potencial exportador que requieran un soporte adecuado en su consolidación en mercados internacionales especialmente en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como el sector artesanal.

1.6 MARCO TEÓRICO

Se trabajara con una política del buen servicio al cliente dando respuesta inmediata a todos los requerimientos, las Pymes recibirán asesoría complementaria de acuerdo a la necesidad del trámite que se está realizando.

Se realizara asesoría en los siguientes temas:

- Reclamos administrativos.
- Tramites especializados en Exportación
- Devoluciones condicionadas de tributos
- Asesoría en Comercio Internacional
- Cumplimiento y aplicación de requisitos legales, Nacionales y/o extranjeros
- Elaboración de fichas técnicas por servicios
- Selección de términos de negociación Internacional (INCOTERMS)
- Clasificación de partidas arancelarias
- Registro de nuevos importadores y exportadores en el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (ECUAPASS)
- Gestión de trámites en Aduana.

Desarrollar actividades para fortalecer la competitividad, consejos de competitividad y estrategia de desarrollo de la fuerza laboral.

A las PYMES se las define como un conjunto de pequeñas y medianas empresas que se miden de acuerdo al volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos. Así también se toma como referencia el criterio económico y el nivel tecnológico. Las PYMES pueden dedicarse a actividades diversas, entre las cuales se pueden mencionar:

- Agricultura, caza, selvicultura y pesca.
- Explotación de minas y canteras.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Comercio al por mayor y al por menor, restaurantes y hoteles.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y servicios Prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

Se las considera como una organización económica donde se combinan los factores productivos (naturaleza, trabajo y capital) para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder de satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción.

Para poder entender a las PYMES, se encuentran las siguientes definiciones.

1.6.1 INDUSTRIA

Se la define como aquella con predominio de la operación de la maquinaria sobre la manual, que se dedique a actividades de transformación de materia prima en artículos finales siempre su activo fijo, excluyéndose terrenos y edificios, no sea mayor del valor que la Cámara de la Pequeña industria de Pichincha fije es decir que los valores sean:(Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha).

- Micro Industria que van de 1-9 empleados el capital no mayor a 100.000
- Pequeña Industria que su unidad de producción tiene de 10 – 49 empleados y su capital mayor a los 100.000
- Mediana Industria de 50 – 100 empleados y el capital no mayor al 1000.000

1.6.2 ARTESANIA

La artesanía es la actividad que se ejerce en forma individual o colectiva en la transformación de materia prima destinada a la producción de bienes, servicios o artística con predominio de la labor manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas. (Tomado de: Cámara Artesanal de Pichincha)

1.7 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

Para desarrollar la investigación se utilizara fuentes primarias como la encuesta y la observación directa y los datos serán analizados para determinar el comportamiento del mercado.

Principalmente se utilizara en la recolección de información relevante para ayudar a la toma de decisiones a través de encuestas, experimentos, mercados prueba u otras formas.

Investigación sobre la adecuación del programa de promoción y beneficios a la creación de Compañías de Trading y su efecto en las Pymessondeo de opinión en la que se consulta directamente a las Pymes interesadas en exportar sus productos.

Investigación Documental- Bibliográfica, es aquella que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documentos.

Investigación Descriptiva, consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer su estructura o su comportamiento.

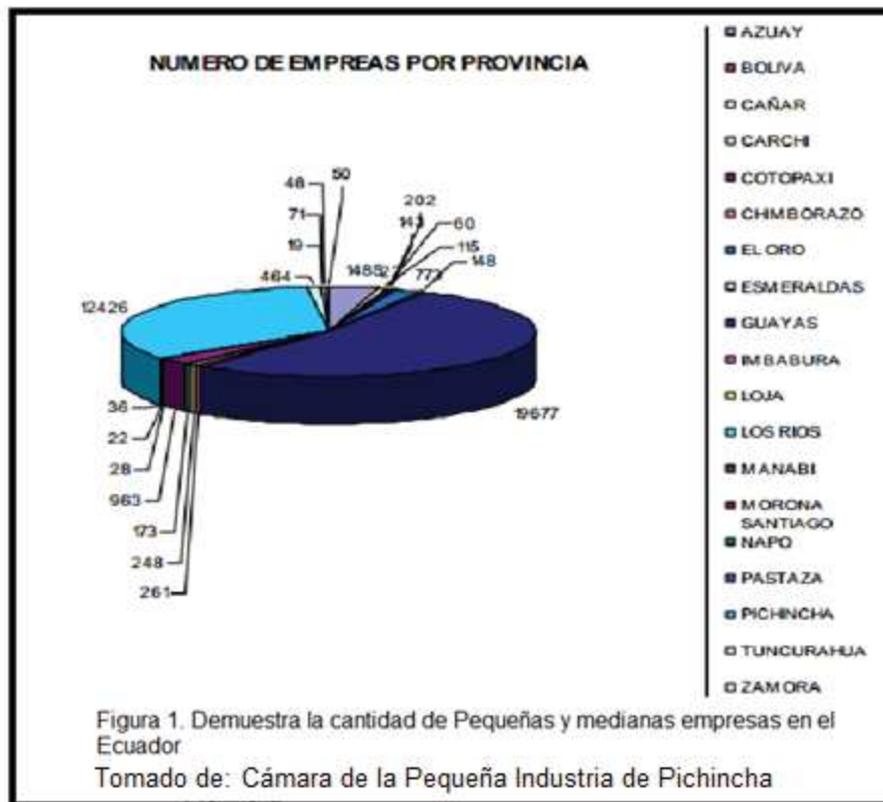
Estrategia Metodológica Cuantitativa, por diversas razones la encuesta es sin duda la técnica cuantitativa de recopilación más conocida por los mercados; muy vinculada al enfoque positivista y empirista de los números y los métodos estadísticos. Es decir se trata de un tipo de estrategia que “suele basarse en medidas numéricas de ciertos aspectos de los fenómenos; parte de casos concretos para llegar a una descripción general o para comprobar hipótesis causales busca medidas y análisis que otros investigadores puedan reproducir fácilmente.

Estrategia metodológica cualitativa, son descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos y no como uno los describe. Una de las características más importantes de las técnicas cualitativas de investigación es que procuran captar el sentido que las personas dan a sus actos, a sus ideas, y al mundo que les rodea. La misma estrategia indica ya el empleo de procedimientos que dan un carácter único a las observaciones.

Se contara con los siguientes recursos para la elaboración del plan de pre factibilidad para la empresa Export & Logistig.

1.8 MUESTRA O POBLACIÓN

Para la consideración del universo se tomó en cuenta todas las empresas que operan en la provincia de Pichincha que según datos tomados de la Superintendencia de Compañías en su Anuario Estadístico 2006 alcanzan y 12426 empresas.



Se ha considerado en la provincia de Pichincha ya que en esta se centra mayor parte del sector empresarial, contando con 12.426 empresas según datos tomados de la Superintendencia de Compañías. Finalmente se ha considerado en el segmento de mercado las pequeñas y medianas empresas en la Provincia de Pichincha, las cuales se muestran en el siguiente cuadro según fuente de la Cámara de la Pequeña Industria de Quito.

**TABLA 1. PYMES EN PROVINCIA DE
PICHINCHACIUDAD QUITO**

AÑOS	CRECIMIENTO
2002	4123
2003	4789
2004	5024
2005	5241
2006	5550
2007	5984

Tomado de: Cámara de Comercio de Quito

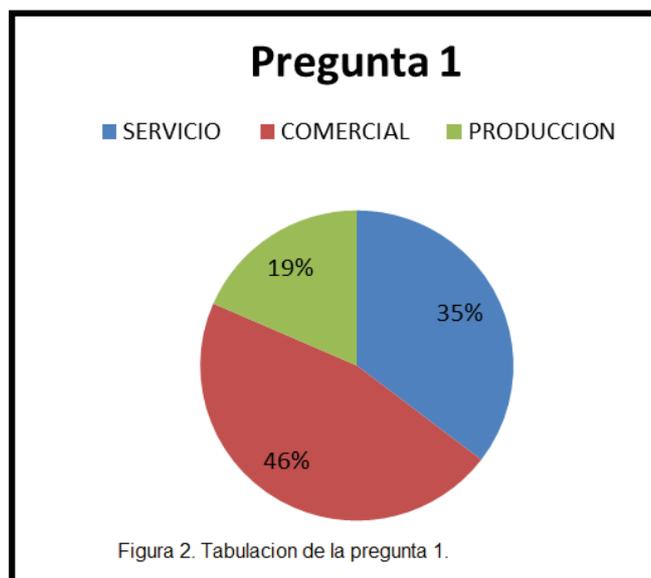
En el tamaño del universo se a considerado todas las empresas que operan en la provincia de Pichincha que alcanzan las 5.984empresas según datos tomados de la Cámara de la Pequeña Industria de Quito.

1.9 TABULACION DE LOS DATOS

1. Cuál es la actividad económica a la que se dedica su Empresa

TABLA 2. RESULTADO DE LA ENCUESTA

Pregunta 1			
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
SERVICIO	23	35%	35%
COMERCIAL	30	46%	65%
PRODUCCION	12	19%	100%
	65	100%	

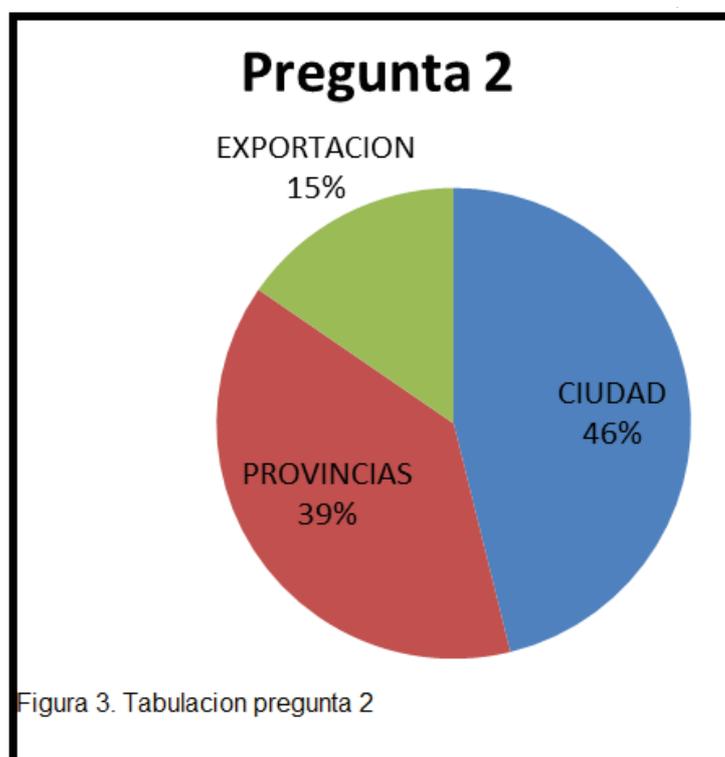


Con el desarrollo de la investigación de campo se concluye que las pequeñas y medianas empresas en su mayoría se ubican en el sector del comercio con una participación del 46% y seguidas por el sector de servicios con una participación del 35% y por último aquellas que se dedican a la producción con 19%.

2.Cuál es su mercado destino

TABLA 3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Pregunta 2			
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
CIUDAD	30	45%	45%
PROVINCIAS	25	39%	55%
EXPORTACION	10	16%	100%
	65	100%	

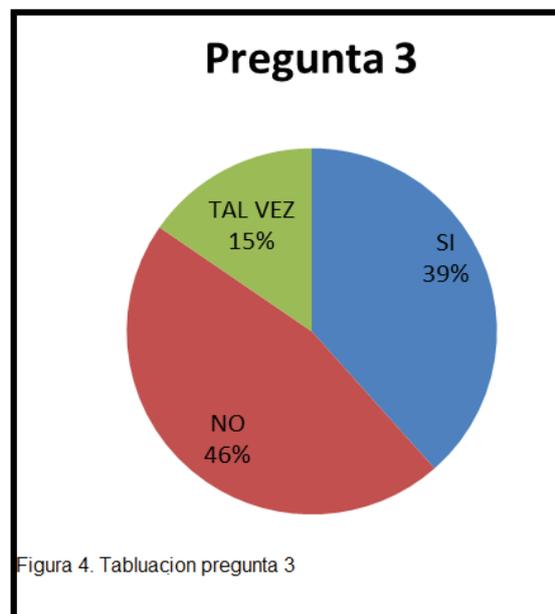


Para el 46% de las empresas el mercado es básicamente local, es decir la ciudad donde desarrollan las actividades. Para el 39% es más de alcance regional es decir entre ciudad y provincia lo que habría implicado su mercado. Y el 15% exporta afirmando que está sosteniendo un flujo exportable.

3. Cree que su empresa está en capacidad de Exportar sus productos

TABLA 4.RESULTADO DE LA ENCUESTA

Pregunta 3			
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	25	40%	40%
NO	30	47%	63%
TAL VEZ	10	16%	103%
	65	100%	

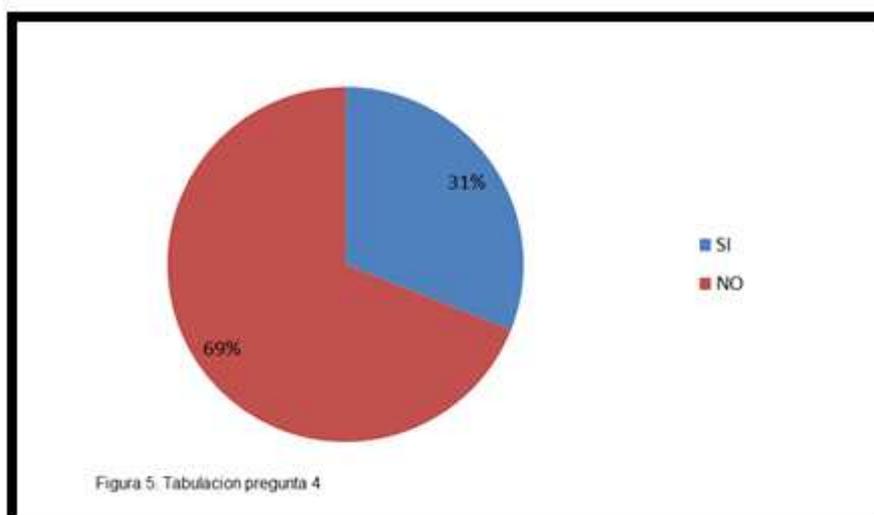


Como se muestra en el gráfico el 46% de las empresas encuestadas no creen estar en capacidad de Exportar sus productos, sin embargo no quiere decir que no se los pueda incentivar a mejorar su calidad para llegar a mercados Extranjeros. Por otro lado el 39% está en capacidad de exportación o ya lo están haciendo de manera más informal con amigos o conocidos en el extranjero. El 15% no tiene mucho conocimiento sobre cómo empezar a Exportar o si sus productos se encuentran con la calidad necesaria para la competencia internacional.

4. Conoce sobre la existencia de empresas que ofrezcan servicios de asesoría en comercio exterior

TABLA 5. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Pregunta 4			
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	20	31%	31%
NO	45	69%	69%
			100%
	65	100%	

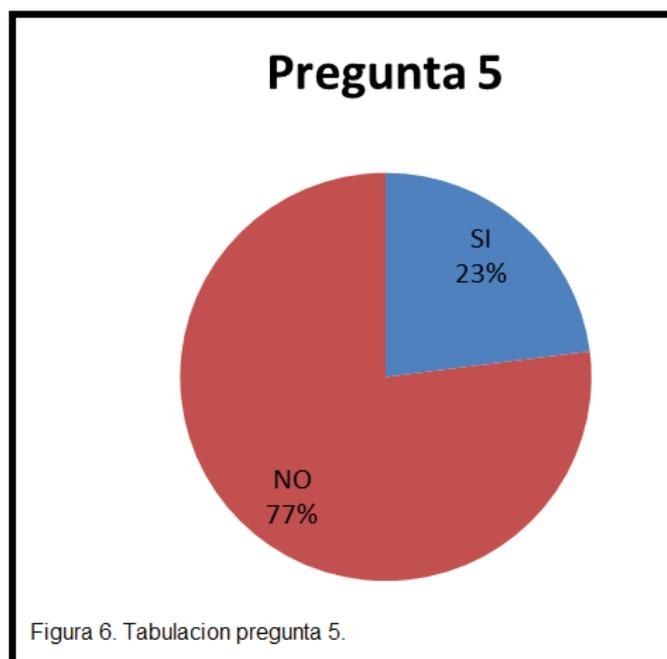


De las preguntas realizadas, se observa un desconocimiento de la existencia de empresas que ofrezcan servicios de consultoría en Comercio Exterior. Esta información da la pauta para que la nueva empresa realice publicidad a fin de difundir los servicios a ofertarse.

5. Actualmente mantiene contratados los servicios de asesoría en comercio exterior con alguna de ellas.

TABLA6. RESULTADO DE LA ENCUESTA

Pregunta 5			
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	15	23%	23%
NO	50	77%	77%
			100%
	65	100%	

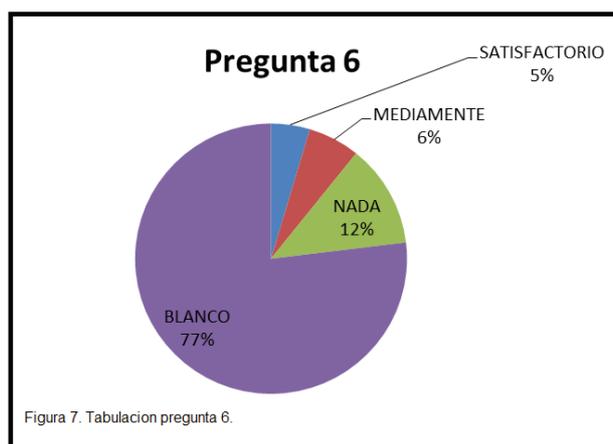


Los resultados obtenidos muestran una relación con la pregunta anterior, ya que ante el desconocimiento no se tiene contratados los servicios de Comercio Exterior ya que apenas un 23% de las empresas encuestadas tienen contratados el servicio y el 77% no tiene contratado el servicio.

6. Si tiene contratados los servicios de una empresa externa que le ofrezca asesoría en comercio exterior, cual es el grado de satisfacción del servicio ofrecido.

TABLA 7. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Pregunta 6			
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
SATISFACTORIO	3	5%	5%
MEDIAMENTE	4	7%	20%
NADA	8	13%	75%
BLANCO	50	75%	
	65	100%	100%



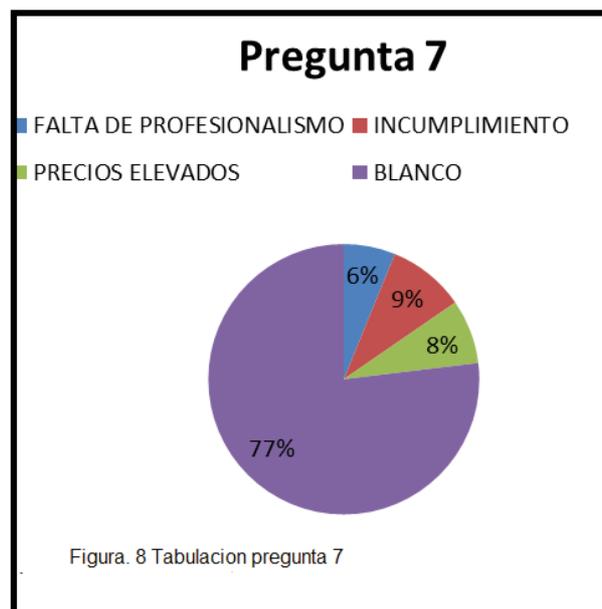
De los resultados obtenidos en las Encuestas lo nos demuestra que a un 5% le parece satisfactorio el servicio mientras que el 6% y el 12% no se encuentran conformes.

El resultado es de gran ayuda para la creación de la Empresa ya que demuestra que existe una inconformidad con el servicio pero aun así no se puede especular ya que depende si las Pymes están dispuestas a contratar otros servicios.

7. Cuáles son los problemas que enfrenta, con la empresa que tiene contratado los servicios de asesoría en comercio exterior.

TABLA 8. RESULTADO DE LA ENCUESTA

Pregunta 7			
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
FALTA DE PROFESIONALISMO	4	6%	6%
INCUMPLIMIENTO	6	10%	19%
PRECIOS ELEVADOS	5	9%	75%
BLANCO	50	75%	
	65	100%	100%

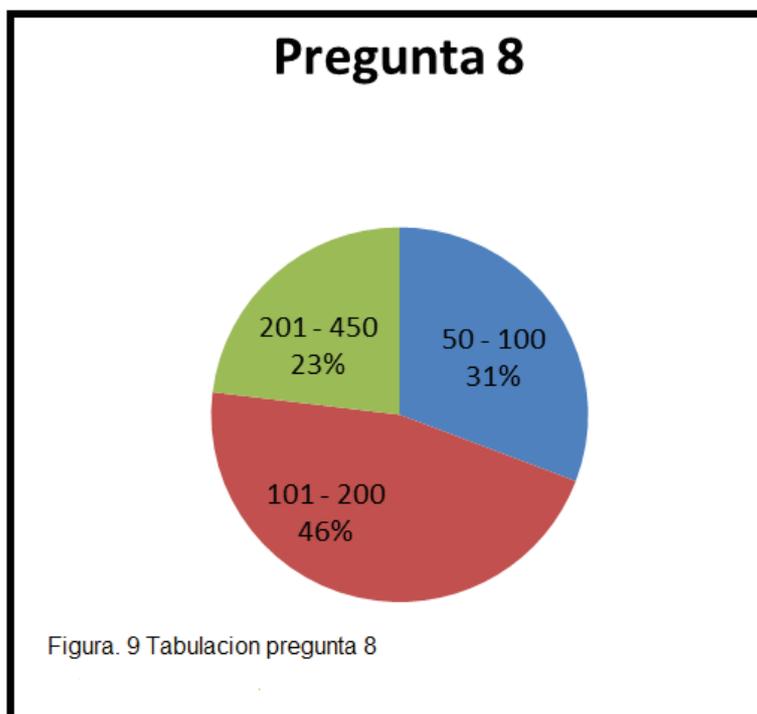


Se puede apreciar que la competencia actual presenta algunas falencias en la prestación del servicio. Su mayor debilidad radica en el incumplimiento de los plazos acordados representando el 9% y el 8% nos demuestra los precios muy elevados.

8. Aproximadamente que monto de recursos destina mensualmente para la contratación de estos servicios

TABLA9.RESULTADO DE LA ENCUESTA

Pregunta 8			
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
50 - 100	20	30%	30%
101 - 200	30	46%	70%
201 - 450	15	24%	0%
BLANCO			
	65	100%	100%

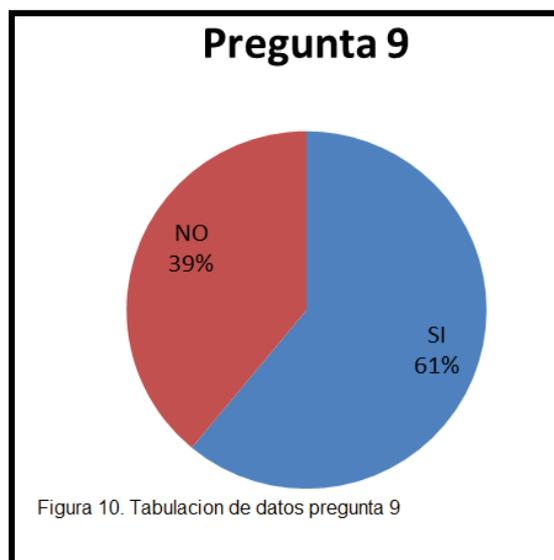


En las empresas Encuestadas se determinó que el presupuesto destinado a la adquisición del servicio de consultoría es en su mayoría de \$101 a \$200 este resultado demuestra la estimación del costo que se deberá aplicar al nuevo servicio.

9. Le gustaría contratar los servicios de una nueva empresa especializada en asesoramiento en comercio exterior, enmarcados en las disposiciones legales vigentes, que le garantice seriedad responsabilidad y resultados eficientes para su empresa, a precios razonables.

TABLA 10. RESULTADO DE LA ENCUESTA

Pregunta 9			
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	40	61%	61%
NO	25	39%	39%
	65	100%	100%

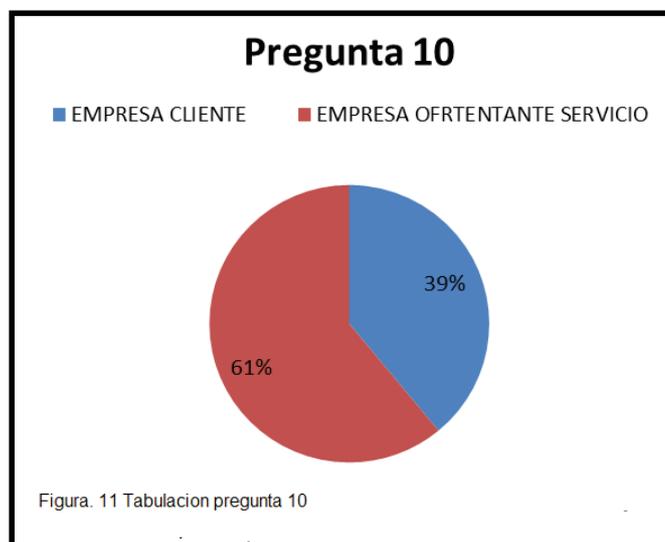


Como se observa en el gráfico existe una clara aceptación del nuevo servicio en el mercado, el cual se ve reflejado en 61% del total de las encuestas. Este resultado permite ampliar la certeza de viabilidad de la nueva empresa, lo que demuestra que existe un mercado insatisfecho bastante extenso al cual se puede llegar con el planteamiento de estrategias y un servicio de calidad.

10. Cuál de las siguientes modalidades de trabajo preferiría en la contratación de los servicios de asesoría en comercio exterior.

TABLA 11. RESULTADO DE LA ENCUESTA

Pregunta 10			
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
EMPRESA CLIENTE	20	39%	39%
EMPRESA OFERTANTE SERVICIO	45	61%	61%
	65	100%	100%

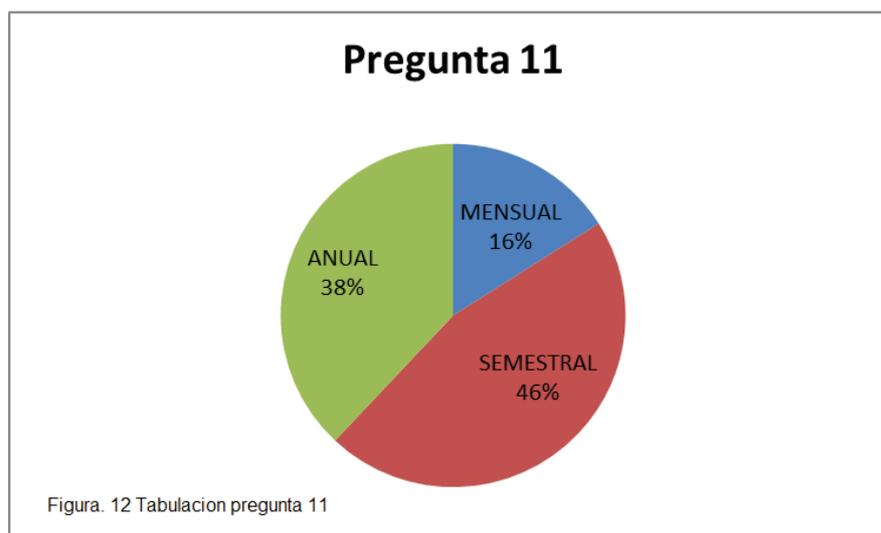


De la pregunta formulada, se tiene que un 61% de las empresas encuestadas preferirán que los servicios sean prestados en sus instalaciones, esta se debe a que se debe tomar en cuenta la disponibilidad de tiempo y de recursos que permita cumplir de manera efectiva con los trabajos encomendados por los clientes.

11. Con que frecuencia su empresa contrataría los servicios de asesoría en comercio exterior.

TABLA.12. RESULTADO DE LA ENCUESTA

Pregunta 11			
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
MENSUAL	10	16%	16%
SEMESTRAL	30	46%	84%
ANUAL	25	38%	0%
	65	100%	100%

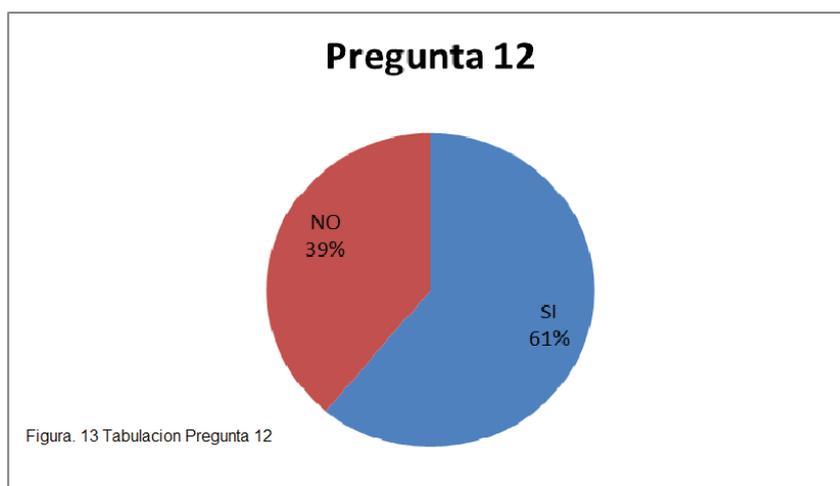


A las empresas a las cuales se les dirigió la encuesta, inclinan su aceptación semestral con el 46% y el 38% anual lo que demuestra que existe una tendencia de las Pymes de mantener las asesorías en Comex según sean las necesidades y las temporadas.

12. Tendría interés en contratar algunos de los servicios complementarios que estaría dispuesta a ofrecer la nueva empresa

TABLA.13 RESULTADO DE LA ENCUESTA

Pregunta 9			
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	50	61%	61%
NO	15	39%	39%
	65	100%	100%



CAPITULO II

2. DETERMINAR LAS EMPRESAS DE TRADING Y ASESORÍA EN EXPORTACIONES PARA LAS PYMES

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DEL SECTOR PYME

Las empresas son un factor clave que aporta varios elementos para el desarrollo de los productos y de las personas, crea riqueza, ofrece trabajo y posibilidades de inversión que favorece al crecimiento del país.

En la actualidad las Pequeñas Empresas ganan terreno y varios países ven la importancia de la adecuada redistribución de los ingresos a los estratos medios y bajos de la sociedad.

“En el Ecuador se clasifica a la Pyme según su tamaño y de acuerdo a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (CAPEIPI) en el 2006 las Pymes que tiene menos de 200 empleados y registran ventas inferiores a los US\$ 4'000.000,00”. Dentro de este sector se encuentran 1500 empresas que generan 1'686.000 empleos con una concentración mayor en Quito y Guayaquil con 77% de los establecimientos. (Tomado de: la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha.)

Las Pyme en todas las economías del mundo se muestran cada vez más proactivas frente a los efectos de la globalización a pesar de sus diferencias en la disponibilidad de recursos sistemas y estilos de dirección procesos entre otros.

Clasificar a las Pymes genera dificultades ya que no existe criterios unificados entre los países haciendo complejo realizar análisis representativos.

TABLA 14. PYMES EN AMÉRICA LATINA

Cuadro 2 Definición de las MIPYME en América Latina

Tamaño	Argentina	Bolivia	Chile	Colombia	Costa Rica	Ecuador	Perú	Uruguay	Venezuela
Pais	Ventas	Coficientes	Ventas	Activos	Empleo	Empleo	Ventas	Empleo	Empleo
	(1)	(2)	(3)	(4)		(5)	(6)	(7)	(8)
Micro	610.000,00	Inferior a 0,04	Hasta 2.400	Menos de 501	Hasta 5	1-9	Hasta 150	1-4	
Pequeña	4.100.000,00	0,04-0,11	2.400-25.000	501-5.000	6-30	10-49	Hasta 1700	5-19	11-50
Mediana	24.100.000,00	desde 0,12	25.000-100.000	5.001-30.000	31-100	50-159		20-99	51-100

Fuente: Rocío Mejía

1) En pesos argentinos, se define por ventas anuales y según tipo de empresa. La información presentada es para el sector Agropecuario

(2) Las Pyme posee tres criterios básicos: Ingresos por Venta, Patrimonio Neto y Personal Ocupado

(3) En UF. La definición por número de empleados es: micro hasta 9, pequeña entre 10-49 y mediana entre 50-199

(4) En Salario Mínimo Legal Mensual Vigente. La definición por número de empleados: micro 1-10, pequeña 11-50 y mediana 51-200

(5) Según CAPEIPI Ventas anuales (USD): micro inferior 100.000, pequeña 100.000-1.000.000, mediana 1.000.000- 5.000.000.

Por activos (USD): micro hasta 100.000, pequeña entre 100.000 y 750.000 y mediana 750.000 y 4.000.000.

(6) En UIT. Por número de empleados: micro 1-10, pequeña 1-100

(7) Ventas Anuales (U\$S): micro hasta 60.000, pequeña hasta 180.000 y mediana hasta 5.000.000.

Activos máximos (U\$S) micro 20.000, pequeña 50.000 y mediana 350.000

(8) Ventas Anuales en Unidades Tributarias: pequeña 9.001-100.000 y mediana 100.001-250.000 (Mejía Rosio Asociatividad empresarial como estrategia para internacionalización de las Pymes - pág. 14)

2.1.1 POLÍTICAS ECONÓMICAS SOCIALES

Uno de los objetivos del Gobierno ecuatoriano es dentro de la política industrial y de fomento de las Pymes es propiciar la competitividad de las empresas, por eso la estrategia se ha orientado a la transferencia, adaptación y difusión de tecnologías, la formación de recursos humanos, acceso a la información, impulso a las estrategias empresariales innovadoras, con una visión de futuro compartido entre los sectores público y privado.

El impulso del estado se ha dirigido al fortalecimiento de los niveles de competitividad de las empresas exportadoras ecuatorianas que requieren un soporte adecuado en sus planes de expansión y consolidación de sus mercados internacionales, especialmente en el caso de las micro empresas así como del sector artesanal.

Dentro de los objetivos para promover el desarrollo del comercio exterior del Ecuador, se ha considerado la promoción y difusión de la producción exportable generada por las Pymes a fin de captar nuevos mercados lo que permitirá mantener un desarrollo sustentado y mejorar la competitividad.

2.1.2 IMPORTANCIA DEL SECTOR PYME

Su importancia en la Economía del Ecuador se la determina por:

- Mantiene asegurado el mercado de trabajo con la descentralización de la mano de obra, lo cual permite el correcto funcionamiento del mercado laboral.
- Posee efectos socioeconómicos importantes ya que permite la descentralización de los bienes y la capacidad productiva de un número pequeño de empresa hacia uno mayor.

- Incrementa las relaciones sociales en términos personales más estrechos entre el empleador y el empleado.
- Tiene mayor adaptabilidad tecnología y menor costo de infraestructura.
- En la mayoría de economías del mundo las empresas pequeñas y medianas constituyen una parte importante en la economía, así como poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios de mercado y emprender proyectos innovadores y grandes fuentes de empleo.
- Posee una estructura que se puede obtener mayor producción total y una distribución más equitativa del ingreso.

2.2 INTERNACIONALIZACION DE LAS PYMES

El proceso de internacionalización de las Pymes suele comenzar con las ventas hacia un mercado o país limítrofe para que se adquiriera una experiencia exportadora se debe diversificar los destinos de exportación.

Es un proceso que incluye en el desarrollo de habilidades para satisfacer a clientes con necesidades y culturas diferentes respecto a los clientes locales además de una fuerte inversión en recursos humanos y tecnológicos. En América Latina, los acuerdos entre países de la región ha sido una estrategia para la ampliación de las relaciones comerciales promocionando las exportaciones especialmente de aquellas consideradas no tradicionales

2.3 ANALISIS DE LA SITUACIÓN DEL SECTOR EXPORTADOR DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA

Existen cerca de 5.273 Pymes en la provincia de Pichincha lo que representa 4.74% de empresas que poseen 1 – 49 personal ocupado. Los sectores económicos que posee la provincia de Pichincha según el Inec⁸ en el censo económico del 2010 son: Manufactura es 11.737 que es el 10.54%, en

comercio 55.155 que es el 49.54% en servicios 44.228 que es el 39.73% y en otros que son (Agricultura, Minas, Organizaciones) son 207 que es el 0.19%.

“Las PYMES tienen una participación en el Producto Interno Bruto del Ecuador de un 12% lo que demuestra que es un gran aporte para la economía nacional”.(Tomado de: Censo económico 2010 establecimientos económicos Inec)

(Tomado del: Banco Central del Ecuador)

En la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha se comprendió los siguientes sectores de la producción.

- Productos Alimenticios y Bebidas
- Textiles y Confecciones
- Cuero y Calzado
- Madera y Muebles
- Papel, imprenta y editoriales
- Productos Químicos y Plásticos
- Productos Minerales no Metálicos
- Productos Metálicos, Maquinaria y Equipo

2.3.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS PYMES EN ECUADOR

“En la organización jurídica de las Pymes prevalecen las compañías limitadas con el 37% y también en su gran mayoría aquellas como personas naturales 35.2%. Afirmando que en la conformación de las Pymes se mantiene una estructura cerrada o tipo familiar”. (Tomado de: Diagnostico de la Pequeña y Mediana Industria Instituto de Investigación y Tecnología)

Es importante señalar que el 97% de las Pymes han obtenido el Registro Único de Contribuyentes (RUC) lo que demuestra que existe formalidad en el cumplimiento de obligaciones del Estado y la Sociedad.

En relación al empleo el sector de alimentos 20.7%, textil y confecciones 20.3%, maquinaria y equipos 19.9% y productos químicos 13.3% generan el

74% de las plazas de trabajo de las Pymes. El promedio de empleo es de 19 personas por empresa y las mujeres representan el 33% del total de ocupados.

El 38% de empresas tienen un rango de 1 a 10 empleos, el 29.2% entre el 11 y 20, el 26% entre 21 y 50 y con más de 50 empleados el 10.4% de las Pymes.

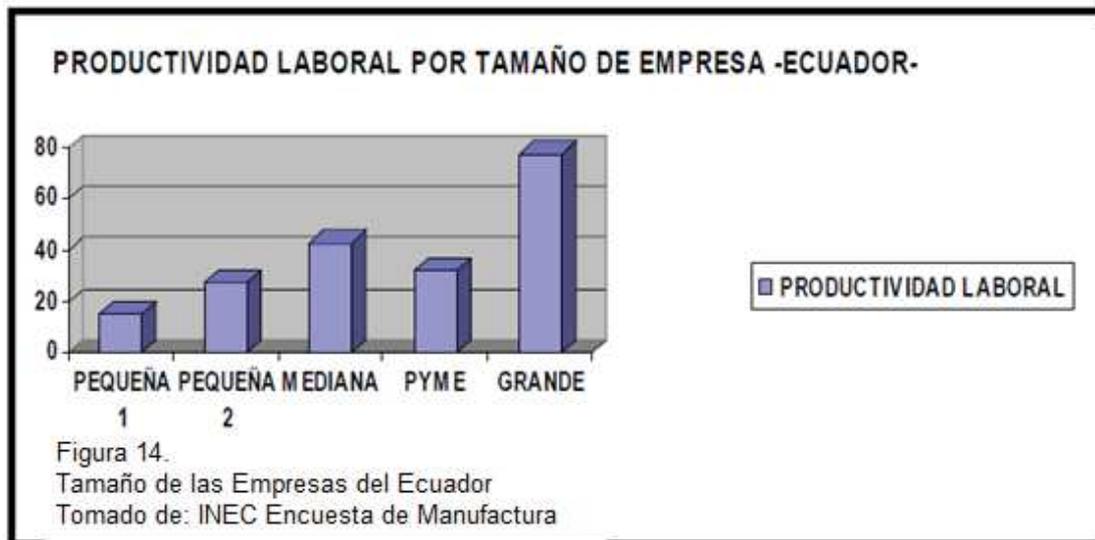
El 44% de las empresas el mercado es básicamente local y mientras que el 26% sería de alcance regional (ciudades, provincias circunvecinas)

El 8% se extendió a provincias limítrofes y **solamente el 6% está teniendo un flujo exportable.**

Entre las razones de mayor incidencia para que las Pymes no exporten o tienen dificultad de hacerlo están: la capacidad suficiente para atender grandes volúmenes, desconocimiento de los requisitos nacionales e internacionales, precios no competitivos, limitaciones de calidad, trabas arancelarias y no arancelarias que se imponen en otros países.

2.3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS PYMES DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA

Uno de los sectores más importantes que debe ser enfocado con acciones que fomenten el mejoramiento competitivo de las Pymes es la productividad ya que es el mejor indicador para medir la competitividad ya sea laboral, empresarial, sectorial o nacional. En la Provincia de Pichincha como en el Ecuador el indicador de productividad de las Pymes demuestra serias deficiencias si se compara con la empresa grande la productividad laboral de la Pyme es aproximadamente la mitad que por un trabajador de la empresa grande.



Entre las principales acciones de mejora que contribuirían a aumentar el nivel de productividad son los siguientes:

- Capacitación continúa a trabajadores y propietarios de las empresas.
- Organización de pasantías en empresas nacionales o internacionales consideradas como ejemplos dentro de los diferentes sectores de actividad económica, esto permite a trabajadores y empresarios aprender de casos reales exitosos.
- Implementación de proyectos para el mejoramiento el clima laboral organizacional de las Pymes.
- La promoción de la Inversión para el mejoramiento de la infraestructura física donde el trabajador pasa la mayor parte del tiempo.

2.3.3 POLÍTICAS DE EXPORTACIÓN PARA PYMES.

Existen varios programas que tratan de contribuir a mejorar la competitividad del sector, a través del mejoramiento de la gestión empresarial, fomentando la integración productiva e innovación tecnológica.

Por ese motivo se ha desarrollado proyectos de Asociatividad y redes empresariales que busca:

- Aprovechar la apertura comercial mediante el mejoramiento de los procesos y optimizar al máximo los recursos disponibles desarrollar productos y diseños.
- Fortalecer las competencias gerenciales, técnicas y operativas del capital humano vinculado al proceso de producción.

“Uno de los objetivos del estado ha sido promover el desarrollo del comercio exterior en el país por medio de la promoción y la difusión de la producción exportable generada por las Pymes, a fin de captar nuevos mercados que permitan tener un desarrollo sustentado y mejorar la competitividad”. (Araque Wilson Análisis Colegio de Economistas de Pichincha estrategias y acciones para el mejoramiento competitivo de las Pymes, 2008. Pag. 8)

Las Pymes han tenido un incremento en la generación de productos de alta calidad de exportación, productos o servicios con alto valor agregado.

Es importante aclarar las medidas que el Gobierno ha promovido con programas económicos encaminados a que las Pymes fortalezcan su producción y se desarrollen como empresas exportadoras.

Entre esas medidas y programas están los siguientes:

“Socio Empresa, constituye una alternativa para los jóvenes emprendedores a través de la cual la CFN aportará con el 75% del capital para la compañía”.

(Tomado de: CFN SOCIO EMPRESA

http://ecuadorinteligente.com/web/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=179)

Y el beneficiario del programa contribuirá con el 25% del capital los montos máximos por proyecto de negocios serán hasta \$250.000 dólares.

El programa de Cooperación Económica entre Ecuador y la Unión Europea que contribuye a reforzar la capacidad del país para aprovechar las oportunidades de los mercados internacionales, buscando con especial preferencia mejorar el flujo del comercio y de la inversión con la Unión Europea.

El objetivo de todos los programas y ayudas al sector de las Pymes es lograr objetivos primarios tales como:

Preparar a las Pymes con potencial exportador a que desarrollen su capacidad de aprovechar las ventajas del comercio internacional en el Mercado Andino, Latinoamericano y de la Unión Europea.

Organizar el tejido empresarial en fuertes asociaciones sectoriales que permitan alcanzar economías de escala en el acceso a los mercados externos.

Fortalecer la capacidad de las instituciones públicas y privadas en la gestión técnica y administrativa de las actividades relacionadas con el comercio exterior y las inversiones.

Generar condiciones para el desarrollo de las Pymes para mejorar su productividad y su capacidad de adaptarse al proceso de apertura e inserción en la economía internacional que ha adoptado Ecuador como estrategia de desarrollo.

Contribuir a que los beneficios del desarrollo sectorial alcancen a la pequeña y mediana empresa y a través de esta a mejorar la equidad en todas las regiones productivas.

Fomentar Pymes competitivas, que sean capaces de enfrentar la globalización y la apertura de mercados a través de su adaptación y reconversión.

Mejorar las capacidades estratégicas, productivas y comerciales de las pequeñas y medianas empresas.

2.3.4 MERCADO DE EXPORTACION DEL ECUADOR

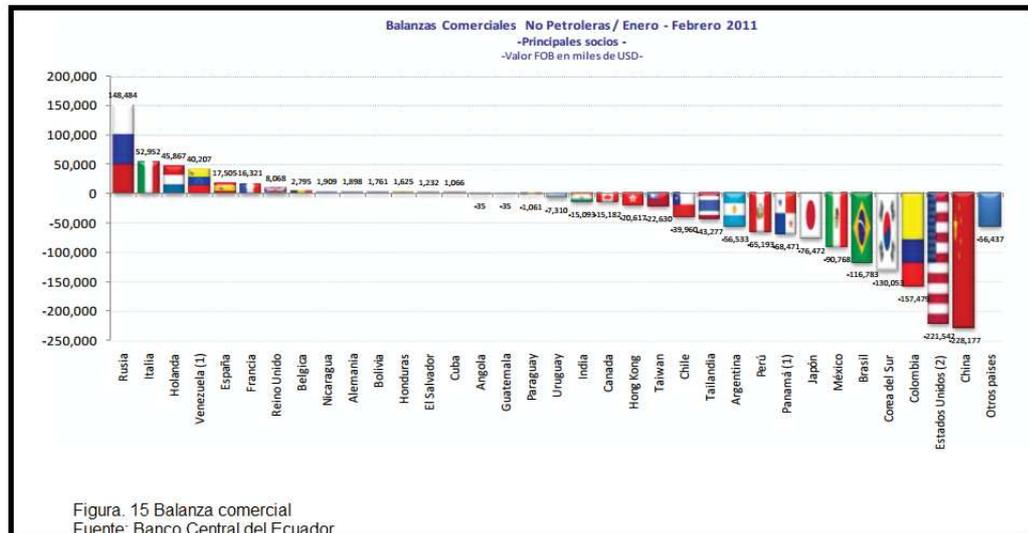
En el período enero – febrero de 2011, el 76.46% del total de las ventas externas del país en valor FOB se destinaron a América.

EEUU fue el primer mercado para las exportaciones ecuatorianas con el 35.30% de participación, seguido por el grupo de países que conforman la ALADI con el 24.06%; y dentro de este la CAN con el 14.11%; mientras que al resto de países de América se vendió el 17.10%. A Europa se destinó el 19.56% de las exportaciones, ocupando el tercer lugar de importancia como mercado porcentaje dentro del cual la Unión Europea tiene el 13.62% de participación, el resto de países de Europa contabilizaron el 5.94%, Asia participó con el 3.53%, África, Oceanía y Otros sumaron 0.45%.(Tomado de: Banco Central Estadísticas 2011)

En términos de valor FOB, los mercados que incrementaron su participación en las exportaciones ecuatorianas al comparar con el primer bimestre del año 2010 fueron:

Los Estados Unidos de Norteamérica en 6.41%, los países que en este análisis se denominan el Resto de Europa y el Resto de América el 0.49% y 0.25%, respectivamente y los estados que conforman África el 0.14%. Se redujo en los

períodos analizados la participación de las exportaciones de la Unión Europea en -2.85%, de los países que conforman la ALADI en -2.57%; y de las naciones del continente Asiático -1.75%.



2.4 MERCADO DE EXPORTACION PYMES DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA

Para poder determinar el mercado de Exportación de las Pymes de Pichincha lo tenemos que clasificar según los productos de Exportación que se producen en la Provincia y los que se van a utilizar para este proyecto que son los siguientes:

- Flores
- Textiles
- Cuero y Elaborados
- Artesanías
- Cacao
- Café

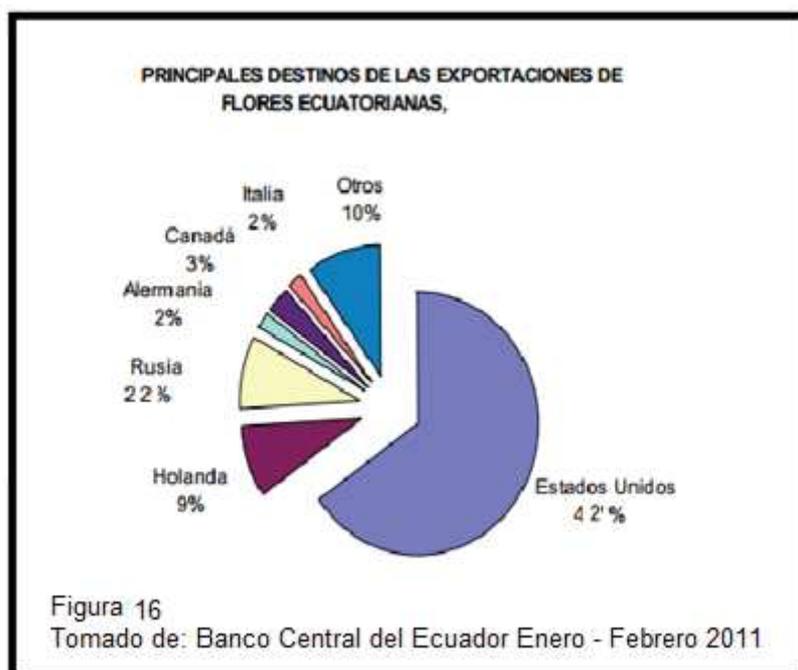
2.4.1 FLORES

Los principales mercados de destino de las flores ecuatoriana se encuentran en América del Norte: específicamente en Estados Unidos y Canadá.

Europa: Rusia, Países Bajos, España, Alemania.

América del Sur: Chile y Colombia.

Estados Unidos es nuestro mayor socio comercial, el 42% de nuestras exportaciones poseen este destino y el 22% a Rusia, el valor vendido a este último destino expuso un crecimiento promedio anual del 27% en el periodo analizado.(Pro Ecuador Flores 2012)



2.4.2 TEXTILES

El Ecuador ha exportado anualmente productos textiles y confecciones a 70 países aproximadamente. Los principales destinos son países como Colombia, Perú y Venezuela que captan casi un 60% de las exportaciones, sin embargo Colombia tiene una mayor representación ya que ingresa un 40% de las exportaciones.

“Estados Unidos ha sido un mercado importante que representa un 16% de las exportaciones sin embargo hubo disminuciones en el 2006 de 16 millones lo cual registra un decrecimiento del 24.7%”.(Tomado de: Hidrobo Daniel Análisis del Mercado Ecuador - 2009 pag. 18)



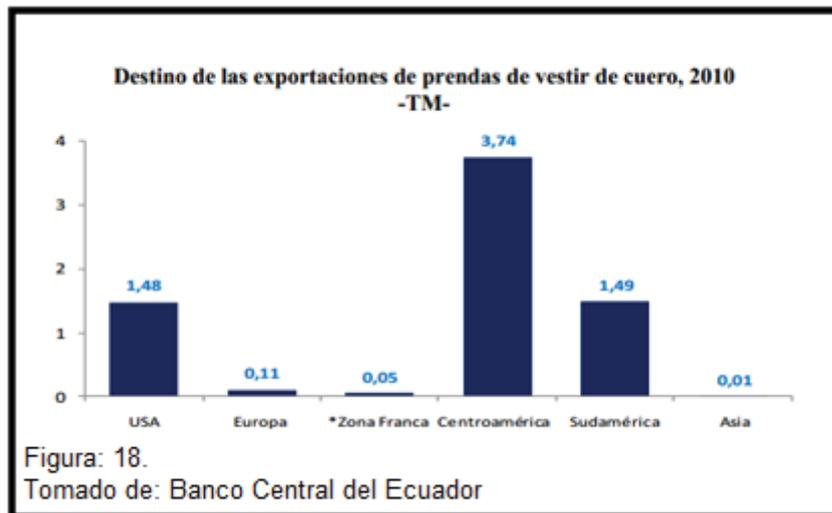
2.4.3 CUEROS Y ELABORADOS

En los últimos cinco años estas exportaciones crecieron en un promedio anual del 20% en términos FOB y del 6% en toneladas. Sin embargo también se presentó un decrecimiento en el año 2005 en cantidades.

“En el año 2007 se exportaron aproximadamente USD 42 millones con un crecimiento del 28%, tasa muy superior al incremento registrado en las toneladas exportadas 8%, por lo que se puede concluir que se ha presentado

una ventaja en cuanto a precios en este quinquenio”.(Tomado de: Hidrobo Daniel Análisis de Mercado Ecuador Cuero y Elaborados 2009 pag. 25).

Este incremento se justifica principalmente por las exportaciones de los demás cueros y pieles depiladas, las prendas de vestir de cuero y el calzado impermeable de caucho y de plástico.



2.4.4 ARTESANÍAS

Ecuador durante el período 2006 - 2010 ha exportado a 61 países en el mundo, pero su concentración en cuanto a valores exportados es al mercado de Estados Unidos representado por el 95% de participación, el monto más alto registrado es en el año 2010 con un monto aproximado de USD 11 millones.

Las Exportaciones a Estados Unidos Ecuador han crecido en un 3% durante el período 2006 - 2010, ésta tasa es inferior a la que se presenta en las importaciones que realizó de todo el mundo que fue del 11%.

Estados Unidos es un importante mercado ya que representa el 27% de las importaciones mundiales.

En el caso de Ecuador la participación es del 13% en el mercado estadounidense. Como mercado de potencial crecimiento superando a Estados Unidos es Colombia debido a que registra el 28% de crecimiento en el período 2006-2010, este mercado resulta atractivo para Ecuador debido a las ventajas geográficas que presentan los dos países y a la diversidad de frecuencias de vuelos para transportar el producto.

La participación que Ecuador tiene en los mercados de España, Estados Unidos, Perú, Italia y Japón, no es representativo, sin embargo estos mercados se vuelven potenciales debido a que su crecimiento en valor durante el 2006 - 2010 tiene un crecimiento promedio del 45%.

El mercado estadounidense busca en una joya la individualidad más que la exclusividad por lo que es muy importante que la joya transmita al comprador un sentimiento de ser único y especial.

Sin embargo este mercado es muy exigente en los atributos que debe tener el producto, el precio debe ser proporcional a la cantidad de la joya y más importante aun es que el consumidor debe notarlo.

En este grafico encontramos que la mayor parte de asociaciones de artesanos se encuentra en Quito 32 asociados y en Santo Domingo 14 asociados.

TABLA. 15

TIPOS DE ASOCIACIONES Y AGREMIACIONES ARTESANALES EN PICHINCHA								
	Asociaciones	Federaciones Nacionales	Sindicatos	Gremios	Sociedades	Uniones	Cantona Juntas	Total
Calderón	1							1
Cayambe	5	1	1					7
Machachi	2			2				4
Quito	32	11	2	14	3	2		64
Sangolquí	4	1		1	1			7
Santo Domingo	14	2	1	9	3	2	1	32
Tabacundo	1							1
Tumbaco	1							1
	60	15	4	26	7	4	1	117

Tomado de: La junta nacional de Defensa del Artesano

2.4.5 CACAO

Las exportaciones de cacao y sus elaborados durante el período 2006-2010 están dirigidas principalmente a 2 mercados que en el 2010 abarcaron más del 40% de las exportaciones totales los siguientes destinos, el primer país importador del cacao ecuatoriano es los Estados Unidos, con una participación en el 2010 de 20.8%. (Tomado de: Pro Ecuador Publicaciones Análisis Sectorial Cacao 2012)

Le sigue de cerca Holanda con una participación en el mismo año de 21.8%. El comprador que ha mantenido el mayor crecimiento en sus importaciones durante el período analizado es México con una participación en el 2010 de 12.4%.

TABLA. 16 PRINCIPALES COMPRADORES DE CACAO Y SUS DERIVADOS.

PRINCIPALES COMPRADORES DE CACAO ECUATORIANO Y SUS ELABORADOS								
Valor Miles USD/ Valor FOB								
Países	2006	2007	2008	2009	2010	2011*	TCPA 2006-2010	Participación 2010
ESTADOS UNIDOS	34,066.89	39,338.67	107,508.05	171,727.23	88,106.66	69,441.60	26.81%	20.82%
HOLANDA(PAISES BAJOS)	31,394.09	53,025.34	48,140.04	68,027.19	92,298.84	35,606.71	30.94%	21.81%
ALEMANIA	33,463.01	33,344.78	25,484.76	45,835.50	38,844.15	23,432.46	3.80%	9.18%
MEXICO	1,876.85	5,155.68	26,883.34	24,024.83	52,234.77	19,493.87	129.68%	12.34%
BELGICA	12,477.54	20,366.36	6,979.13	17,087.97	41,319.08	14,776.05	34.90%	9.76%
COLOMBIA	9,038.88	6,748.65	16,026.42	14,540.82	26,417.66	6,493.18	30.75%	6.24%
JAPON	22,003.44	13,879.76	10,434.99	12,016.92	13,770.37	7,043.69	-11.06%	3.25%
ITALIA	4,535.05	7,903.48	13,211.36	12,708.01	12,802.75	6,218.43	29.62%	3.03%
CHILE	2,796.90	4,018.28	6,314.48	8,166.15	13,890.47	6,744.17	49.28%	3.28%
FRANCIA	8,082.00	15,912.64	7,118.97	3,700.17	2,832.28	751.01	-23.06%	0.67%
ESPAÑA	2,151.23	3,830.84	3,964.13	4,413.24	10,682.55	4,288.63	49.28%	2.52%
PERU	602.70	4,751.85	4,953.53	1,653.47	4,526.72	2,053.40	65.55%	1.07%
ARGENTINA	473.24	739.59	3,370.92	5,424.66	4,925.07	2,292.42	79.61%	1.16%
REINO UNIDO	1,608.62	1,507.37	1,257.45	1,726.94	6,126.56	1,123.99	39.70%	1.45%
AUSTRALIA	1,051.96	1,334.82	1,893.09	2,305.35	3,262.71	1,686.38	32.71%	0.77%
VENEZUELA	2,794.00	2,611.55	516.16	420.13	1,433.44	2,691.02	-15.37%	0.34%
SINGAPUR	236.49	593.30	127.84	393.70	2,913.22	178.00	87.34%	0.69%
BRASIL			908.42	739.26	265.83	1,314.93		0.06%
INDIA				1,150.61	1,706.31			0.46%
SUIZA	129.44	650.41	515.45	924.82	507.55	43.90	40.72%	0.12%
BOLIVIA	56.49	426.38	895.55	321.22	381.51	130.80	61.21%	0.09%
COREA (SUR), REPUB.ICA D	230.49	216.89		423.25	791.76	499.95	36.14%	0.19%
GUATEMALA	229.84	148.15	429.72	236.98	652.55	163.04	29.81%	0.15%
MALASIA	27.48		63.63	439.59	1,200.74		157.10%	0.28%
URUGUAY	63.61		294.30	662.89	66.68		1.19%	0.02%
Demás países	1,568.36	954.81	955.35	1,240.38	1,251.46	684.75	-5.49%	0.30%
Total general	170,958.60	237,481.60	288,249.08	400,331.28	423,211.09	207,172.38	25.43%	100.00%

Tomado de: Pro Ecuador

2.4.6 CAFÉ

Los países que constan como principales compradores mundiales en el sector café y además como destinos ecuatorianos son: Estados Unidos, Alemania y Francia.

“Los principales importadores mundiales de Derivados de Café son: Rusia, Alemania, Estados Unidos, cuyas participaciones en el año 2009 fueron de 8%, 9% y 7% respectivamente; estos países son mercados ya atendidos por Ecuador”.(Tomado de: Pro Ecuador Análisis sectorial Café 2012)

TABLA 17. PRINCIPALES COMPRADORES DE CAFE Y SUS DERIVADOS.

PRINCIPALES COMPRADORES DEL CAFÉ ECUATORIANO Y DE SUS DERIVADOS						
Valor FOB / Miles USD						
País	2007	2008	2009	2010	TCPA 2007 - 2010	Partic. 2010
Alemania	23,784	28,686	24,179	36,554	15.40%	22.71%
Colombia	18,192	27,223	27,368	26,736	13.69%	16.61%
Polonia	5,640	9,736	33,867	33,539	81.17%	20.84%
Rusia	15,049	22,890	20,368	21,433	12.51%	13.32%
Estados Unidos	12,857	5,998	9,576	13,711	2.17%	8.52%
Japón	6,087	7,346	4,807	6,464	2.02%	4.02%
Turquía	10,150	6,162	3,417	965	-54.36%	0.60%
Holanda	4,556	3,437	3,262	3,421	-9.11%	2.13%
Perú	4,111	4,676	2,024	3,761	-2.92%	2.34%
Finlandia	2,173	2,823	3,184	4,286	25.42%	2.66%
Taiwán	2,315	1,030	760	1,011	-24.14%	0.63%
Chile	743	866	1,002	1,383	23.03%	0.86%
Reino Unido	927	720	620	1,684	22.03%	1.05%
Singapur	893	1,430	706	675	-8.93%	0.42%
México	2,553	398	472	197	-57.42%	0.12%
Total General	123,302	128,824	139,584	160,970	9.29%	100.00%

Tomado de: Banco Central del Ecuador

2.4.7 MERCADO DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA

Según la distribución geográfica y los patrones de industrialización en las regiones del país, la producción de las Pymes concentra en Quito y en Guayaquil. Las dos ciudades se encuentran el 77% de la producción total y un 15% en Azuay, Manabí y Tungurahua. Las demás ciudades mantienen una participación mínima.

TABLA.18

UBICACION GEOGRAFICA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA Y PARTICIPACION DEL TOTAL NACIONAL

Provincia	% Participación
Guayas	37.1%
Pichincha	25.4%
Azuay	9.3%
Tungurahua	7.0%
Otras provincias	21.2%
	100.0%

Tomado de: CAPEIPI
 Diagnostico de la Pequeña Industria de Pichincha

En el primer censo de la Pequeña Industria de Pichincha la concentración de unidades productivas determino que se ubicaron el 18.27% de las empresas, en el sector norte se ubicaron el 68.98% y en el sector sur se ubicaron el 12.76% de las empresas.

En el siguiente grafico se demuestra la cantidad de sectores de la Pequeña Industria que existe en Pichincha siendo el sector textil el mayor con un 24% y seguido por el sector alimenticio y el maderero.

También se demuestra los sectores de la Provincia donde están las empresas siendo el sector norte donde se encuentran la mayor parte con un 68.97% seguido por el sector centro con un 18.27%

TABLA. 19

DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LAS DISTINTAS RAMAS DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA				
Ramas del sector Pequeña Industria	Zona geográfica			
	Centro	Norte	Sur	Total
Alimenticio	1,73%	7,56%	2,68%	11,97%
Cuero y Calzado	0,16%	2,20%	0,01%	2,37%
Gráfico	3,78%	3,15%	1,42%	8,35%
Materiales de Construcción	0,47%	1,73%	0,16%	2,36%
Maderero	1,10%	6,14%	1,10%	8,34%
Metalmecánico	3,15%	19,37%	1,89%	24,41%
Químico	3,31%	12,13%	1,73%	17,17%
Textil	4,41%	16,38%	3,46%	24,25%
AER	0,16%	0,31%	0,31%	0,78%
TOTALES	18,27%	68,97%	12,76%	100,00%

Tomado de: Analisis de la situación del sector textil. Estado Diagnostico sectorial.

La provincia de Pichincha representa frente al total nacional de pequeñas y medianas industrias el 35% de establecimientos el 38% del personal, el 30% de la producción y el 34% del valor agregado nacional.

A través de encuestas a afiliados de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha la estructura sectorial se clasifica de la siguiente manera:

TABLA. 20 DISTRIBUCIÓN POR SECTOR PROVINCIA DE PICHINCHA.

Rama de producción	PYMS (Muestra 10% Universo)	PYMS Universo	%
Alimentos	39	390	13
Textil y confecciones, cuero y calzado	76	760	24
Maderas y muebles	25	250	8
Papel e imprenta	24	240	8
Productos químicos	50	500	16
Minerales no metálicos	29	290	9
Maquinaria y equipos	68	680	22
	311	3.110	100

Tomado de: Diagnóstico y programa global y sectorial de las Pymes en el Ecuador

Según la misma encuesta en la Provincia de Pichincha la naturaleza jurídica de las pequeñas y medianas industrias se clasifica de la siguiente manera:

TABLA. 21 PARTICIPACION DE PYMES EN EL ECUADOR Y LA PROVINCIA DE PICHINCHA.

Rama de producción	Compañía anónima	Compañía limitada	Personas naturales	Otras	Total
Alimentos	32,4	35,3	23,5	8,8	100
Textil y confecciones, cuero y calzado	13,6	36,5	40,6	9,4	100
Maderas y muebles	18,2	36,4	40,9	4,5	100
Papel e imprenta	14,3	42,9	42,8	0,0	100
Productos químicos	17,8	53,3	15,6	13,3	100
Minerales no metálicos	10,3	27,6	58,6	3,5	100
Maquinaria y equipos	21,3	54,4	19,7	1,6	100
	18,7	43,3	32,1	5,9	100

Tomado de: Diagnóstico y programa global y sectorial de las Pymes en el Ecuador

La pequeña industria en la generación de empleo está en la fabricación de productos alimenticios, bebidas y tabaco esta rama aporta el 31.2% del total de empleo.

Se demuestra en el siguiente cuadro la relación laboral de las Pymes siendo los hombres la gran mayoría con un 77% y también se determina que no existe un adecuado personal capacitado ya que en su mayor parte son personas que

apenas han terminado los 6 años de instrucción primaria seguida por un 27% que lograron terminar la secundaria.

TABLA. 22 PROMEDIO RELACION EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA.

DATOS PROMEDIOS EN RELACIÓN AL RECURSO HUMANO EN LA PROVINCIA

	%
Trabajadores hombres	77,5
Trabajadoras mujeres	22,5
Tienen hasta 6 años de instrucción primaria	42,0
Alcanzan al ciclo básico de instrucción	25,0
Alcanzan a terminar la secundaria	27,0

Tomado de: Diagnóstico y programa global y sectorial de las Pymes en el Ecuador

2.5 EMPRESAS DE ASESORIAS Y CONSULTORIA DE EXPORTACION EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA.

La información sobre agentes de aduana y empresas que prestan sus servicios de asesoría en comercio exterior en la provincia de Pichincha a todas las organizaciones constituidas está presente en la siguiente tabla.

TABLA. 23 EMPRESAS CONSULTADORAS DE COMERCIO EXTERIOR EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA.

Nombre	Dirección
Alejandra Almeida	La Prensa y Pedro Ferire Quito - Pichincha
Ap & P Seracome Cia.Itda.,	CALLE G, LOTE 199F, SECTOR LA PULIDA,
Arteaga Vallejo Raúl Marcelo	PSJE.AMAZONAS N51-115 Y RIO ARAJUNO
Astet, Agentes De Aduana	AV.DE LA PRENSA N51-212 Y AV.LA FLORIDA
Ecuaserad Cía.Itda.	PSJE.AMAZONAS N51-115 Y RÍO ARAJUNO OF.7
Espinosa & Espinosa Cia.Itda.	AV.AMAZONAS N31-32 Y AV.MARIANA DE JESUS
Geximport	RÍO ARAJUNO OE3-78 Y AV.DE LA PRENSA
Grupo Ordoñez	PSJE.AMAZONAS N51-115 Y RÍO ARAJUNO
Herdoíza Molina Adolfo	PÁEZ N24-06 (884) Y MERCADILLO
Impexa Logistica Internacional	NUÑEZ DE VELA N36-193 Y NN.UU. EDF.DORAL II, P.1
Lopez Mena Cia.Itda.	RIO ARAJUNO OE3-78 Y AV.DE LA PRENSA
Servicios Aduaneros Petroleros	GASPAR DE VILLARROEL 1179 EDF.PARIS P.3
Valero & Ochoa C.a	AV.REP.DE EL SALVADOR 35-204 Y SUECIA,

Tomado de: Todo comercio exterior

Es importante considerar que la competencia indirecta la cual está conformada por los profesionales de Comercio Exterior los cuales prestan el servicio en forma independiente, sean profesionales con título universitario o personas con gran experiencia en el mercado.

2.6 TIPOS DE SERVICIOS DE ASESORIAS Y CONSULTORIA DE EXPORTACION

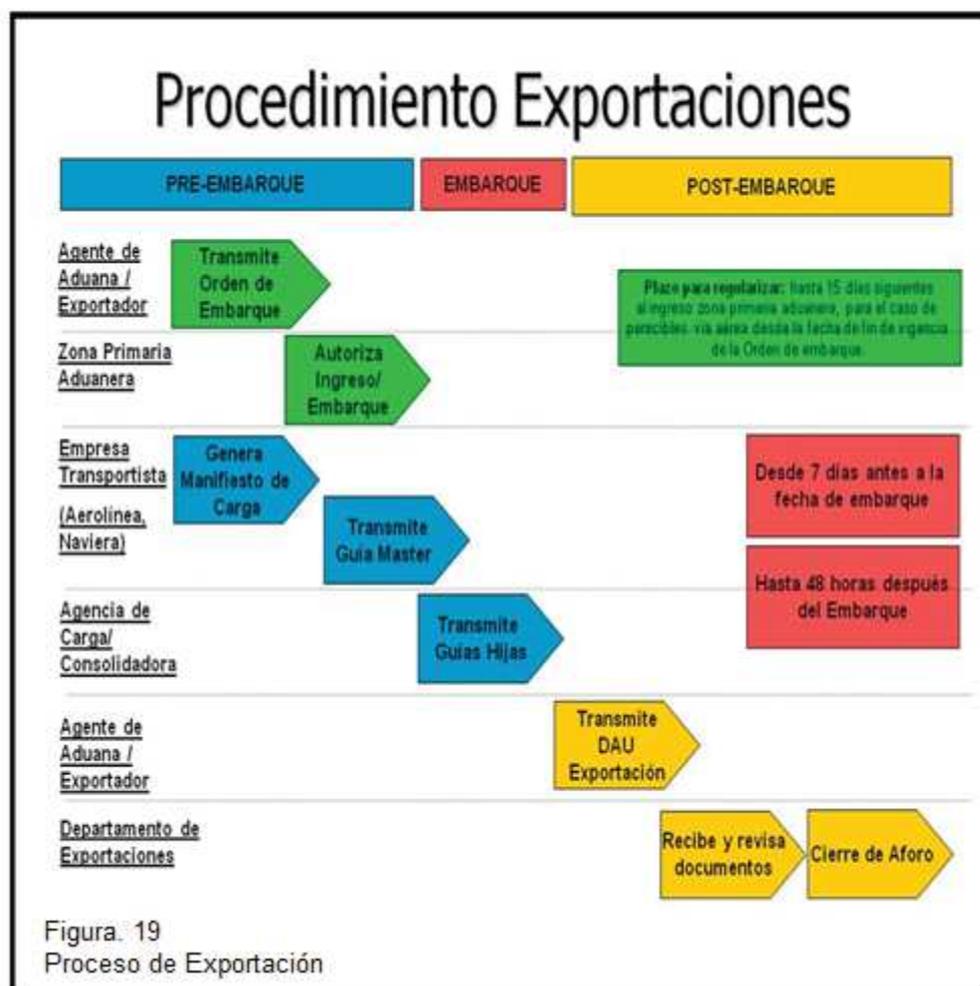
2.6.1 EXPORTACION AEREA

- Servicio Orden de Embarque Aéreo
- Servicio de Recopilación de Guías Aéreas
- Apertura de una Orden de Exportación Régimen 15
- Anulación de Orden de Embarque
- Cierre de Exportación Definitiva Reg. 40
- Servicio y Gestión de obtención documentos previos certificado fitosanitario.
- Servicio y Gestión de Obtención documentos previos Certificado de Origen

- Servicio y Gestión de Registro Exportador / Importador
- Gestión de Permisos de Agro calidad

2.6.2 EXPORTACION MARITIMA

- Apertura de una Orden de Exportación Régimen 15
- Anulación de Orden de Embarque
- Cierre de Exportación Definitiva Reg. 40
- Servicio y Gestión de obtención documentos previos certificado fitosanitario.
- Servicio y Gestión de Obtención documentos previos Certificado de Origen
- Servicio y Gestión de Registro Exportador / Importador
- Gestión de Permisos de Agro Calidad



2.7 PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE ASESORIA Y CONSULTORIA DE EXPORTACION EN PYMES

TABLA. 24COSOS DE SERVICIOS DE ASESORIA EXPORTACIONES.

Exportación Aérea	VALOR 1	VALOR 2	VALOR 3
Apertura de una Orden de Exportación Régimen 15	\$ 8,00	\$ 11,00	\$ 15,00
Servicio de Recopilación de Guías Aéreas	\$ 0.40	\$ 0.6	\$ 0.8
Anulación de Orden de Embarque	\$ 8,00	\$ 11,00	\$ 15,00
Cierre de Exportación Definitiva Reg. 40	\$ 40,00	\$ 60,00	\$ 80,00
Servicio y Gestión de obtención documentos previos certificado fitosanitario.	\$ 70,00	\$ 80,00	\$ 90,00
Servicio y Gestión de Obtención documentos previos Certificado de Origen	\$ 40,00	\$ 50,00	\$ 60,00
Servicio y Gestión de Registro Exportador / Importador	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Gestión de Permisos de Agro calidad	\$ 45,00	\$ 50,00	\$ 55,00
Exportación Marítima			
Apertura de una Orden de Exportación Régimen 15	\$ 10,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Anulación de Orden de Embarque	\$ 30,00	\$ 50,00	\$ 60,00
Cierre de Exportación Definitiva Reg. 40	\$ 50,00	\$ 70,00	\$ 90,00
Servicio y Gestión de obtención documentos previos certificado fitosanitario.	\$ 70,00	\$ 80,00	\$ 70,00
Servicio y Gestión de Obtención documentos previos Certificado de Origen	\$ 45,00	\$ 50,00	\$ 60,00
Servicio y Gestión de Registro Exportador / Importador	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Gestión de Permisos de Agro calidad	\$ 40,00	\$ 45,00	\$ 45,00
Servicio y Coordinación Inspección Antinarcóticos	\$ 80,00	\$ 120,00	15 x Hora

2.8 PROMOCIONES DE SERVICIOS PARA ASESORIA DE EXPORTACION.

Las principales promociones de servicios son:

- Se implantara en un principio de calidad, de tal manera que un cliente refiera a otro el servicio.
- Se podrá establecer una estrategia de promoción de precios que se aplicara con parámetros de referencia los cuales estarán determinados por las empresas ya existentes
- Se realizara publicidad con afiches, trípticos en la Cámara de la Pequeña Industria y en Expo Flores.
- Se enviara e-mails con la presentación de la empresa y se acordara cita previa para la presentación del servicio.
- Establecer tiempos de entrega adecuados en función de la capacidad de la empresa para evitar retrasos en la entrega del servicio.
- Creación de una Página web con información sobre los servicios.

2.9 ANALISIS FODA DEL MERCADO DE SERVICIOS DE ASESORIA EXPORTACION PYMES.

El proyecto arroja el siguiente FODA:

TABLA. 25ANALISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Precios competitivos y diferentes frente a la competencia</p> <p>Servicios especializados en Comercio Exterior</p> <p>Personal capacitado en Exportaciones</p> <p>Manejo personalizado y respuesta inmediata ante cualquier duda</p>	<p>Oportunidades</p> <p>El mercado se encuentra en constante crecimiento</p> <p>Actual apoyo del Gobierno a las Pymes</p> <p>Buenos Ingresos Económicos</p> <p>Interés por parte de las Pymes sobre asesoría en Comercio Exterior</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Pocas empresas Exportadoras en Pichincha</p> <p>Incredulidad por parte de las Empresas</p> <p>Posible entrega incompleta en la Documentación</p>	<p>Creación de varias empresas en asesoría en Comercio Exterior provocando la disminución de trabajo.</p> <p>Falta de Experiencia de las Pymes en la Exportación</p> <p>Incertidumbre en el Mercado Internacional.</p>

Tomado de: Concejo Provincial de Pichincha

2.10 ANALISIS DE LAS FUERZAS INTERNAS

FACTORES INTERNOS			
FORTALEZAS	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Precios competitivos y diferentes frente a la competencia	8	7	7.5
Servicios especializados en Comercio Exterior	7	6	6.5
Personal capacitado en Exportaciones	8	7	7.5
DEBILIDADES	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Pocas empresas Exportadoras en Pichincha	7	6	6.5
Incredulidad por parte de las Empresas	9	8	8.5
Posible entrega incompleta en la Documentación	7	6	6.5
TOTAL			

2.11 ANALISIS DE LAS FUERZAS EXTERNAS

FACTORES EXTERNOS			
OPORTUNIDADES	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
El mercado se encuentra en constante crecimiento	9	8	8.5
Actual apoyo del Gobierno a las Pymes	9	9	9
Buenos Ingresos Económicos Interés por parte de las Pymes sobre asesoría en Comercio Exterior	8	9	8.5
AMENAZAS	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Creación de varias empresas en asesoría en Comercio Exterior provocando la disminución de trabajo.	9	7	8
Falta de Experiencia de las Pymes en la Exportación	9	9	9
Incertidumbre en el Mercado Internacional.	7	9	8
TOTAL			

CAPITULO III

3. ASPECTOS LEGALES

3.1 REQUISITOS LEGALES PARA CREAR UNA EMPRESA TRADING Y ASESORIA EN EXPORTACIONES

Al crear una empresa o negocios es necesario que lo constituyamos legalmente reconocido, que este sujeto a créditos y que podamos emitir comprobantes de pago, que podamos producir comercializar y promocionar nuestros productos, servicios con autoridad y sin restricciones

La Empresa se la puede constituir legalmente de dos maneras como Persona Natural o Persona Jurídica.

La Persona natural asume todo a título personal todos los derechos y obligaciones de la empresa. Lo que implica que la persona asume la responsabilidad y garantiza todo el patrimonio que posea, las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa.

El crear la Persona Jurídica tiene responsabilidad limitada es decir, el dueño o los dueños de la empresa asumen de forma limitada la responsabilidad por las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa las cuales solo se garantizan con los bienes, capital o patrimonio que pueda tener la empresa.

3.1.1 PERSONA JURIDICA

La empresa para que inicie sus actividades es necesario realizar los trámites previos y documentos por lo que se solicitara los servicios de un abogado.

Para el presente proyecto se conformara y constituirá una compañía de responsabilidad limitada bajo la razón social de Export & Logistic.

3.2 DOCUMENTOS LEGALES QUE SE REQUIEREN

“Compañía es un contrato por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias para emprender operaciones mercantiles y participar en sus utilidades”. (Tomado de: Vinueza Acosta Rómulo, Como formar una institución jurídicamente reconocida 2011 –pág. 30)

3.2.1 CLASES DE COMPAÑIAS

- Compañía Colectiva
- Compañía en Comandita Simple y Dividida por Acciones
- Compañía de Responsabilidad Limitada
- Compañía Anónima
- Compañía de Economía Mixta

Debido a las características técnicas y organizacionales, la nueva empresa adoptara de **Compañía de Responsabilidad Limitada**, respecto a la Ley de Compañías señala.

Al inicio contara con 4 socios de acuerdo a lo previsto en el artículo 92 de la Ley de Compañías.

Según el artículo 102 de la citada ley el monto mínimo para constituir una empresa de responsabilidad limitada es de \$400.00 dólares y debe estar suscrito en su totalidad y pagado al menos en el 25%. La compañía entregara a cada socio un certificado de aportación en el que constara necesariamente su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su parte le correspondan. Los socios para poder aumentar, transferir o disminuir el capital deben hacerlo de acuerdo al Art. 103 hasta el Art. 113 de la Ley de Compañías.

Los socios de una Compañía de Responsabilidad Limitada poseen los derechos, obligaciones y responsabilidades que se encuentran definidas en los artículos Art. 114 - 115 se ha extraído algunos de los derechos, obligaciones y responsabilidades de los mismos que se detallan a continuación.

- Percibir las utilidades
- Participar en las deliberaciones y resoluciones de la Empresa
- Controlar la administración
- Votar en la designación de los administradores
- Recurrir a los jueces solicitando la revocación del nombramiento del administrador en los casos determinados el Art. 48 de la Ley de Conformación Microempresaria

3.2.2 OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS

- Pagar a la compañía la participación suscrita
- Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social
- Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía
- Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social.
- Responder ante la compañía y terceros

La Junta General será la máxima autoridad de la Compañía de Responsabilidad Limitada y deberá constituirse y cumplir con sus obligaciones de acuerdo a lo citado en los artículos 116 al 135. La escritura de constitución será otorgada por los socios, por si o por medio de un apoderado.

En la escritura se expresará:

- Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales o la denominación objetiva o razón social, si fueren

- Personas jurídicas y en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio.
- La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
- El objetivo social, debidamente concretado
- La duración de la compañía
- El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviera dividido y el valor nominal de las mismas.
- La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a estas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
- La forma en que se organizara la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal.
- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituirarla.
- Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta ley.

En la escritura pública también se debe dar cumplimiento de los artículos 136 al 142.

3.3 COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

La actividad económica de un país se restringe a tres sectores importantes agrícola, industrial y de servicios.

El sector servicios o terciario cumple un rol protagónico en el que hacer económico de los países y en el caso del Ecuador representa el 27.5% del Producto Interno Bruto (PIB) según los datos tomados del Concejo Provincial de Tungurahua.

Analizado la clasificación de los sectores empresariales a la nueva empresa se la clasifica dentro del sector terciario o de servicios, subsector de asesoría en comercio exterior.

3.4 DEFINICION DEL NOMBRE LA EMPRESA

El Nombre de la empresa debe reflejar la esencia de las actividades que va a desarrollar de ahí que la nueva empresa se denominara:



3.4.1 VISION 2015

Convertirse para el año 2015 en una empresa de reconocido prestigio en la asesoría de Comercio Exterior y Trading para las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), mediante la optimización de los recursos disponibles de manera que se pueda ofrecer un servicio con eficiencia y responsabilidad que cubra las expectativas del cliente.

3.4.2 MISION

Ofrecer un servicio de asesoramiento en Comercio Exterior a las Pequeñas y Medianas empresas (Pymes) a precios competitivos, contando con un personal debidamente capacitado que se desempeñe bajo los principios y valores que constituyan la filosofía de la Empresa

3.4.3 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

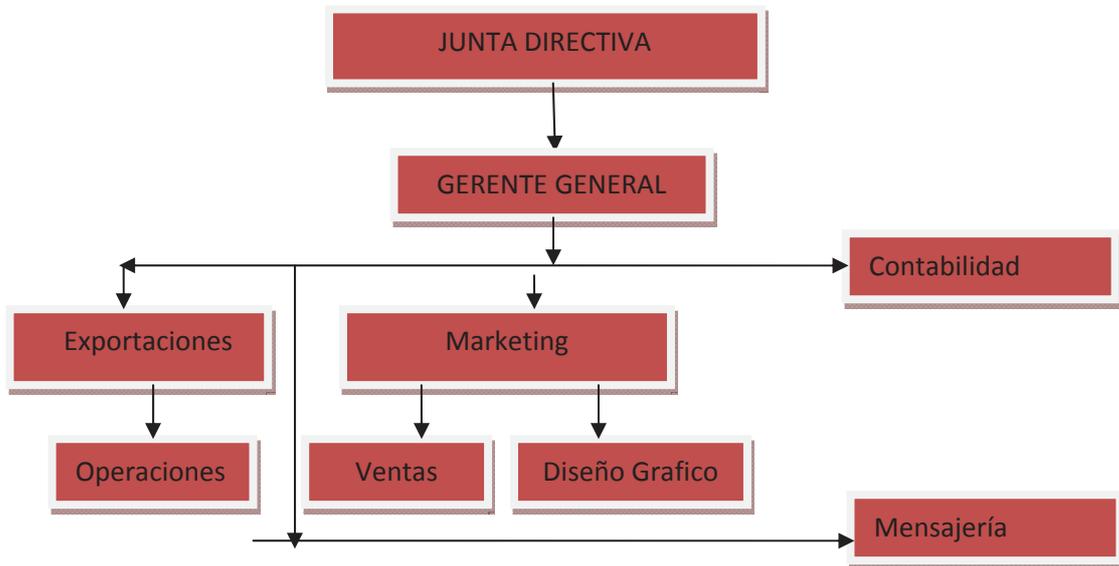
- Brindar servicios de calidad y mantener una imagen de confianza a nivel nacional.
- Asesorar y facilitar la operación de comercio exterior para Exportadores
- Lograr la fidelidad del cliente a través de la oferta de todos los servicios en Comercio Exterior enfocado en la Exportación
- Obtener la confianza del cliente como resultado de la eficiencia en el servicio brindado por Export & Logistic

3.5 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

La organización administrativa nos permite establecer una estructura racional de funciones de personal. Esta estructura debe crecer en forma horizontal con la finalidad de que exista contacto con la dirección de la empresa.

3.5.1 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

FIGURA. 20 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.



3.5.2 FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

A continuación se describe los puestos de trabajo con las funciones y perfiles de los mismos:

TABLA. 26

Nombre del Cargo	Funciones	Requisitos
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> - Aprobar programas y presupuestos - Interpretar los estados financieros - Estudiar Contratos - Presentar Informes a la junta general 	<ul style="list-style-type: none"> - Título Universitario - Tener Experiencia en Cargos similares - Poseer conocimientos sobre Comercio Exterior
Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar la información financiera - Asesorar a gerencia en planes Económicos y financieros c 	<ul style="list-style-type: none"> - Contador público autorizado - Experiencia 2 o 3 años - Poseer conocimientos tributarios actualizados
Exportaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Generación de Ordenes de Embarque - Transmisión electrónica del DAU - Adjuntar de Guías y Facturas para la generación del régimen 40 	<ul style="list-style-type: none"> - Mínimo titulo bachiller - Experiencia de 1 o 2 años en Exportaciones - Manejo del Idioma Ingles
Agente Ventas	<ul style="list-style-type: none"> - Investigación de Mercados - Promoción de Ventas - Búsqueda de Productores 	<ul style="list-style-type: none"> - Ingeniería en Marketing - Manejo del Ingles - Conocimiento de Exportaciones
Diseño Grafico	<ul style="list-style-type: none"> - Mejoras del Empaque - Logo de Exportación 	<ul style="list-style-type: none"> - Estudiante de Diseño Grafico - Experiencia en creación de logotipos

3.6 PROCESO DE LA EMPRESA

El Proceso de la empresa se lo determina de la siguiente manera:

3.6.1 EXPORTACION:

El trámite de Exportación consiste en lo siguiente:

3.6.1.1 REGISTRO

Como primer requisito al inicio del trámite de una exportación, todas las personas naturales o jurídicas deberán estar registradas en el Registro Único de Contribuyente (RUC), constar en estado activo con autorizaciones vigentes para emitir comprobantes de ventas constar como contribuyente ubicado y estar en la lista blanca determinada en la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI).

Adicionalmente deben registrarse en el Sistema Aduanero del Ecuador Ecuapass del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE). Para el efecto, los operadores de comercio exterior (OCE's) deben llenar el formulario de registro de datos en la página web del SENAE: www.aduana.gob.ec, (opción 'OCE's', Registro de datos), enviarlo y obtener la respuesta de envió exitoso.

3.6.1.2 INVESTIGACION DE MERCADO

La selección del número de mercados potenciales elegidos dependerá de si se toma una estrategia de concentración o de diversificación y de la capacidad, u conocimiento en el nuevo mercado potencial.

Para que un mercado pueda ser accesible debe cumplir una serie de requisitos que se detallan a continuación:

- Que ese país sea importador suficiente del producto, o de productos complementarios o sustitutivos y que su volumen de importación sea creciente
- Que las barreras comerciales y no comerciales que existen en dicho país sean abordables
- Que la estabilidad económica, social y política sea suficiente
- Que existan canales de distribución aceptables y disponibles para nuestra empresa

3.6.1.3 COTIZACION INTERNACIONAL

La cotización internacional contempla dos conceptos, primero es el reflejo de la elección del exportador del precio o del rango de precios a partir del cual se va a realizar la cotización, y segundo debe ser clara en el sentido de que el comprador/importador y vendedor/exportador entiendan con claridad lo que el precio indicado implica, cuales son las obligaciones de cada una de las partes y como se han de cumplir éstas de acuerdo a lo estipulado

Una de las principales variables que conforman una cotización es el precio, pero existen otros aspectos igual de importantes, por ejemplo ésta debe ser clara y completa, para que no haya lugar a dudas y así se eviten sucesivos costos adicionales en comunicación. Además se deben considerar alternativas de precios según los distintos INCOTERMS (por ejemplo FOB, EXW y CIF). No hay que fijar plazos demasiado cortos, considerando la naturaleza del producto.

3.6.1.4 ENVIO DE MUESTRAS

Una de las fases claves de la negociación internacional es el envío de muestras comerciales, a través de ellas nuestro potencial importador puede ver y comprobar el cumplimiento del producto en lo que se refiere a:

- Normas de calidad
- Certificado de sanidad Durabilidad

- Cualidades organolépticas
- Presentación
- Etiquetado y Envase.

3.6.1.5 FASE DE PRE - EMBARQUE

Se genera una orden de compra Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (Código 15) que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. Transmitir electrónicamente a la SENAE la información de la intención de Exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la Pagina Web de la Aduana, en la cual se registraran los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la orden de Embarque por el sistema Ecuapass, el exportar se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrara el ingreso a Zona Primaria y se embarcaran las mercancías a ser exportadas para su destino final.”

3.6.1.6 FASE DE POST – EMBARQUE

Se presenta la DAU definitiva (Código 40) que es la Declaración Aduanero de Exportación que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercadería a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 30 días para la regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los trasportista de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transporte.”

3.6.1.7 TRANSPORTE

El transporte es una de las etapas más importantes de la comercialización internacional pues implica el traslado seguro de las mercancías desde la bodega del exportador a la bodega del importador, lo cual debe realizarse en forma legal, segura, limpia y en las condiciones y plazos acordados en el contrato.

3.6.1.8 MEDIO DE TRANSPORTE

Considera el análisis de las ventajas y desventajas de los distintos medios de transporte disponibles, sus características técnicas, su costo, capacidad de carga, rapidez.

A continuación un cuadro comparativo con los principales medios de transporte y sus principales características:

TABLA 27.

MEDIO	TIPO DE MERCANCIA	RAPIDEZ	CAPACIDAD	COSTO
BARCO	GRANDES VOLUMENES	BAJA	MUY ALTA	BAJO
AVION	MUY VALIOS O PERECEDERAS	ALTA	BAJA	ALTO
TERRESTRE	TODO TIPO	ALTA	BAJA	BAJO

3.6.1.9 SELECCIÓN DEL SEGURO

En esta etapa es cuando protegemos la operación del transporte internacional de los potenciales riesgos que pudieran ocurrir durante el trayecto.

Lo cual se materializa mediante la contratación de un seguro de transporte internacional, que consiste en que un asegurador, a cambio de una prima, se obliga a pagar una indemnización a un asegurado o a un tercero (beneficiario) en el caso de que se convierta en realidad un riesgo de la persona o cosa que se asegura. El documento donde se refleja dicho contrato se denomina póliza.

3.6.2 TRADING

- Investigar un Mercado, proporcionando información sobre la demanda, oferta, competencia , tarifas, restricciones, preferencias arancelarias, comportamiento de consumidores, canales de distribución, tendencias de mercados, precios.
- La Promoción de Ventas
- Información sobre el transporte con el servicio de embarque y despacho, almacenaje, documentación.
- Como empresa de Trading se puede reducir los costos de los servicios al hacer pedidos al por mayor.

3.6.3 PROCESO POR DEPARTAMENTO

Una vez firmado el contrato con el cliente, se procede con la recepción de los documentos, en la que debe constar la información social de la empresa y detallar lo que el cliente necesita y se procede a enviar al departamento correspondiente.

3.6.3.1 DEPARTAMENTO DE EXPORTACIONES:

- Coordinar con el mensajero el retiro de guías en las cargueras y facturas con los clientes semanalmente
- Generar órdenes de embarque 3 días calendario antes de finalizar el mes.
- Adjuntar guías y facturas para la generación del régimen 40
- Ingresar y revisar plantilla de Excel, guías pesos, cantidades, partidas para generación del régimen 40 en el sistema.
- Realizar el envío de cada régimen 40 antes de que se caduque

- Contestar los requerimientos y solicitudes de los clientes.
- Dar seguimiento a los regímenes 40 ingresados a la SENAE
- Coordinar con Operaciones para el Ingreso a la SEANE

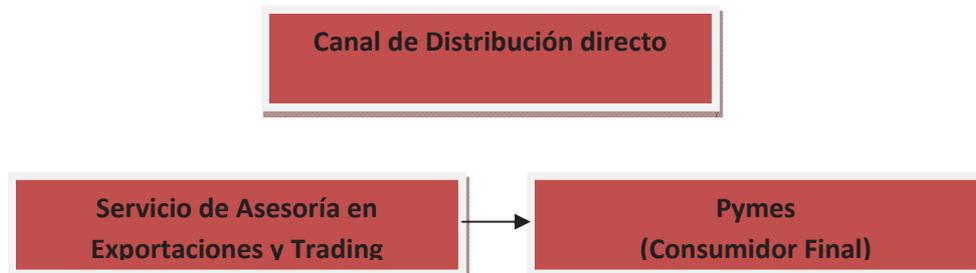
3.6.3.2 DEPARTAMENTO DE MARKETING

- Determinar el mercado de Exportación
- Determinar el Precio y las restricciones para ese producto en el Exterior
- Información sobre preferencias arancelarias
- Investigación sobre la competencia
- Búsqueda del o los productores en el Ecuador
- Analizar la capacidad de producción
- Contrato con el Productor en base a los siguientes puntos:
 - Precio
 - Plazo de Entrega
 - Control de calidad

3.6.3.3 PROCESO DE VENTAS SERVICIOS

Debido a la característica de los servicios, los canales son directos en razón de ser intangibles, perecederos y no pueden existir inventarios, es así como el canal que se establece para la entrega del servicio de Trading y asesoría en Comex es directa.

FIGURA. 21 PROCESO DE VENTA DE SERVICIOS.



3.7 SERVICIOS DE LA EMPRESA

La empresa posee dos tipos de servicios que son los siguientes:

3.7.1 TIPOS DE SERVICIOS

- Tramites de Exportación
- Servicio de Trading

3.7.2 DEFINICION DE COSTOS POR SERVICIOS

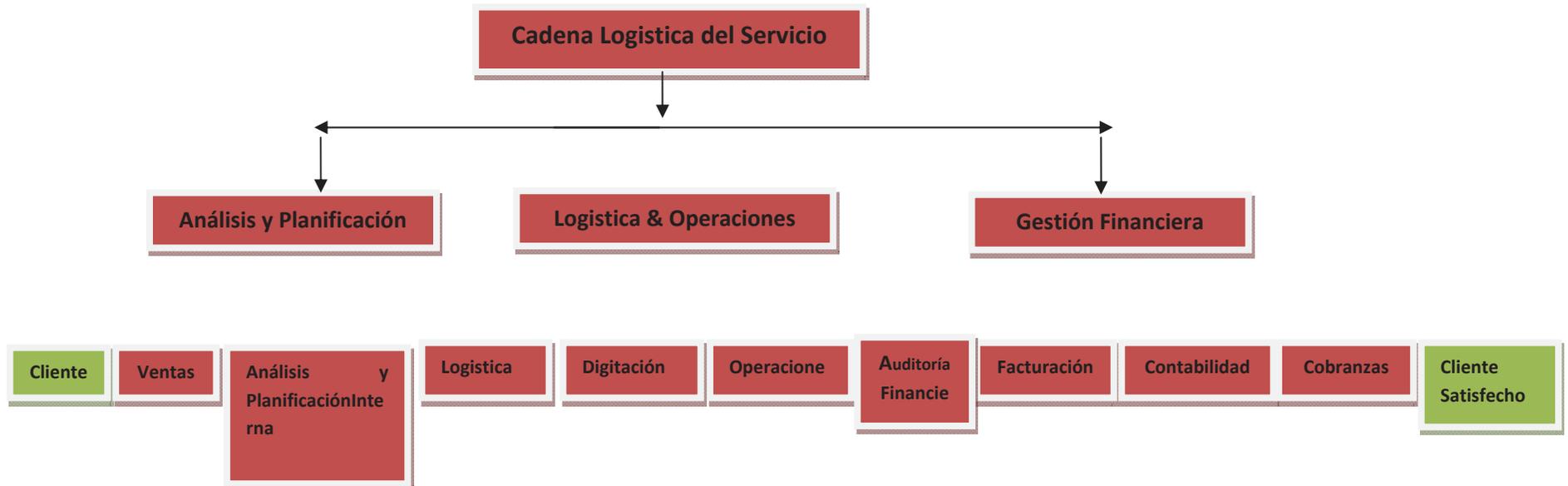
Los costos por el servicio de asesoramiento se muestran en la Tabla 28

TABLA 28.

Exportación Aérea	VALOR 1
Apertura de una Orden de Exportación Régimen 15	\$ 6,00
Servicio de Recopilación de Guías Aéreas	\$ 0.3
Anulación de Orden de Embarque	\$ 6,00
Cierre de Exportación Definitiva Reg. 40	\$ 25,00
Servicio y Gestión de obtención documentos previos certificado fitosanitario	\$ 35,00
Servicio y Gestión de Obtención documentos previos Certificado de Origen	\$ 25,00
Servicio y Gestión de Registro Exportador / Importador	\$ 50,00
Gestión de Permisos de Agro calidad	\$ 25,00
Exportación Marítima	
Apertura de una Orden de Exportación Régimen 15	\$ 8,00
Anulación de Orden de Embarque	\$ 20,00
Cierre de Exportación Definitiva Reg. 40	\$ 30,00
Servicio y Gestión de obtención documentos previos certificado fitosanitario	\$ 35,00
Servicio y Gestión de Obtención documentos previos Certificado de Origen	\$ 25,00
Servicio y Gestión de Registro Exportador / Importador	\$ 50,00
Gestión de Permisos de Agro calidad	\$ 20,00
Servicio y Coordinación Inspección Antinarcóticos	\$ 50,00
Servicio de Trading	
Deteminar mercado de Exportación, preferencias arancelarias	
Precio y restricciones para el país de Ingreso	
Mejoras a la imagen del Producto	
Total sobre la factura	5 – 10 %

3.7.3 CADENA LOGISTICA DEL SERVICIO

FIGURA. 22 CADENA LOGISTICA DEL SERVICIO



3.8 ALIANZAS ESTRATEGICAS

La Alianza Estratégica es uno de los principales instrumentos que se deberá utilizar para resolver los desafíos planteados por la Globalización y la Competitividad.

Establecer asociaciones entre varias empresas con el fin de llegar a la cooperación y obtener como objetivo la mejora continua de las Pymes en todos los procesos productivos.

Las alianzas toman formas muy diversas; pueden ir desde uniones breves e informales. Se puede decir que las alianzas son en esencia unos acuerdos organizativos y unas políticas operativas de las organizaciones para establecer vínculos sociales.

3.8.1 ALIANZAS POR SERVICIO

La creación de alianzas y en especial vínculos de conocimiento constituye la base de un proceso de creación y participación.

En el Ecuador el crear alianzas no es un proceso natural para las Pymes y se tiene la visión errónea de empresa aislada y autosuficiente.

Como empresa de asesoría y trading es fundamental crear alianzas y vínculos de conocimiento para llegar al éxito.

3.8.1.1 PRO ECUADOR

“Ya que es el instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones encargado de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional”. (Tomado de: <http://www.proecuador.gob.ec/pro-ecuador/mision-y-vision/>).

Ya que cuenta con una red de oficinas regionales encargadas de mantener el contacto con los productores y exportadores nacionales con mas de 28 oficinas comerciales en el Exterior enfocadas en la investigación, negociación y apertura de mercados.

3.8.1.2 CAMARA DE COMERCIO ECUATORIANO AMERICANA

“Es una organización orientada a fomentar los flujos comerciales entre Ecuador y Estados Unidos con miras a contribuir el desarrollo y al mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos de Ecuador y Estados Unidos por igual”. (Tomado de: http://www.amchamec.org/index.php?option=com_content&view=article&id=9&Itemid=18)

La cual busca apoyar a las actividades de negocios, potenciando su productividad. Brindando herramientas de capacitación y solución de conflictos.

3.8.1.3 CAMARA DE INDUSTRIAS Y COMERCIO ECUATORIANO – ALEMANA

“Uno de los objetivos de la AHK es el desarrollo y la profundización de las relaciones comercias entre Alemania y Ecuador. Ya que sus actividades se concentraron completamente a apoyar a empresas socias entre Ecuador y Alemania”. (Tomado de: <http://ecuador.ahk.de/es/quienes-somos/ahk-ecuador/>)

3.8.1.4 OFICINAS COMERCIALES

Las oficinas comerciales ofrecen servicios gratuitos destinados a ayudar a empresas ecuatorianas y Extranjeras que deseen establecer contactos o mejorar sus contactos comerciales con empresas de uno u otro país.

3.8.1.5 OTRAS ALIANZAS

Se puede llegar a acuerdos con otros sectores públicos que tienen una participación prioritaria para los exportadores para lograr una mejora continua del producto a exportar los cuales son los siguientes.

3.8.1.6 INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACION

“Al ser un organismo técnico nacional, en materia de reglamentación, normalización y metrología, establecido en las normativas constitucionales y legales vigentes, así como en tratados, acuerdos y convenios internacionales”.

(Tomado de:

http://www.inen.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=73&Itemid=106)

Determina las normas que requiere los países para poder ingresar los productos Ecuatorianos al Extranjero.

3.8.1.7 AGRO CALIDAD

“La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro – AGROCALIDAD, es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los Alimentos, encargada de la definición y ejecución de políticas, y de la regulación y control de las actividades productivas del agro nacional, respaldada por normas nacionales e internacionales, dirigiendo sus acciones a la protección y mejoramiento de la producción agropecuaria, la implantación de prácticas de inocuidad alimentaria, el control de la calidad de los insumos, el apoyo a la preservación de la salud pública y el ambiente, incorporando al sector privado y otros actores en la ejecución de planes, programas y proyectos”.

(Tomado de:

<http://www.agrocalidad.gob.ec/agrocalidad/index.php/es/la-institucion/mision>)

3.8.1.8 CAMARA DE COMERCIO DE QUITO

“Promover el comercio, con visión nacional, defendiendo una economía libre, solidaria y competitiva, representando los intereses de todos sus socios, Brindando servicios de calidad y desarrollando propuestas y acciones que contribuyan al progreso de Quito y del país”.(Tomado de: http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_content&task=view&id=2&Itemid=18)

3.8.1.9 ASESORES EXTERNOS

En caso de necesitarlo la empresa contratara a un Asesor Externo que facilite con información desconocida por la empresa para reducir los riesgos en caso de serlo necesario.

3.9 COSTOS DE CREACION DE EMPRESA DE SERVICIOS

Para conformar una Compañía Limitada es necesario cubrir los siguientes gastos para ser una empresa legalmente constituida

3.9.1 COSTOS DE CONSTITUCION

Para que la empresa inicie las actividades es necesario realizar los trámites previos para la constitución de la Empresa por lo que se solicitara los servicios de un abogado.

Costos legales de Constitución de la Compañía limitada
\$ 1970.00 Dólares Americanos.

CAPITULO IV

4 DESARROLLAR EL PLAN DE PRE FACTIBILIDAD QUE PERMITA IMPLEMENTAR Y CREAR UNA EMPRESA TRADING Y ASESORAMIENTO PARA EXPORTACIONES DE LAS PYMES

4.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Es un documento en el que se presenta de manera ordenada los saldos de las cuentas de balance permanentes activos, pasivos y capital

TABLA. 29

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL		
EXPORT & LOGISTIC		
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL		
Al 12 de Julio del 2012		
ACTIVO		23.066,75
ACTIVO CORRIENTE		<u>4.132,75</u>
Caja-Bancos	<u>4.132,75</u>	
ACTIVO FIJO		<u>16.964,00</u>
Muebles y Enseres	1.344,00	
Equipo de Cómputo	3.620,00	
Vehiculo	<u>12.000,00</u>	
OTROS ACTIVOS		<u>1.970,00</u>
Gastos de Constitución	<u>1.970,00</u>	
PASIVO		<u>5.533,37</u>
PASIVO LARGO PLAZO		<u>5.533,37</u>
Préstamo Bancario	<u>5.533,37</u>	
PATRIMONIO		<u>5.533,37</u>
Capital Social	<u>5.533,37</u>	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		11.066,75

 GERENTE

 CONTADOR

4.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

La empresa para desarrollar sus funciones normales necesita sistematizar eficientemente la labor de sus actividades, dentro de la acción de administrar la empresa se debe considerar los llamados gastos de administración por concepto de salarios, agua, luz, teléfono entre otros.

TABLA 30.

DETERMINACIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS		
CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Personal Administrativo	2.608,00	24.336,00
Auxiliar de Comercio Exterior	300,00	3.600,00
Mensajero	264,00	3.168,00
Atención al cliente / Secretaria	400,00	4.800,00
Gerente General	800,00	9.600,00
Personal de Limpieza	264,00	3.168,00
Beneficios de Ley		9.346,82
Décimo Tercero		2.028,00
Décimo Cuarto		1.320,00
Aporte Patronal		2.956,82
Fondos de Reserva		2.028,00
Vacaciones		1.014,00
Personal por Honorarios	580,00	3.360,00
Contador	500,00	2.400,00
Alícuota por Seguridad	80,00	960,00
Suministros de Oficina		670,00
Papel Bond		200,00
Esferos		20,00
Tinta de Impresora		250,00
Otros		200,00
Servicios Básico	905,00	10.860,00
Arriendo	700,00	8.400,00
Luz	55,00	660,00
Agua	25,00	300,00
Teléfono	45,00	540,00
Internet	80,00	960,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		48.572,82

4.2.1 GASTOS FINANCIEROS

Para financiar las operaciones de la empresa se ha incurrido en un préstamo de USD \$ 11.533,37 correspondiente al 50% y el restante 50% ha sido cubierto con aportaciones de los socios es decir USD \$ 11.533,37.

La forma de financiamiento de la nueva empresa queda demostrada en el siguiente cuadro:

TABLA 31.

FUENTE DE FINANCIAMIENTO		
VALOR	PROPIO 35%	PRESTAMO 65%
\$ 23.066,75	\$ 11.533,37	\$ 11.533,37

4.2.2 GASTOS VARIABLES

Son aquellos que varían de acuerdo a la capacidad instalada, además aumentan o disminuyen en relación a la actividad de la empresa.

4.2.3 GASTOS FIJOS

Son aquellos rubros independientes y constantes que tiene la empresa en su desarrollo normal de actividades.

4.3 INVERSIÓN

La inversión se la debe entender como un desembolso de efectivo que se realiza para obtener una utilidad o beneficio.

Siempre se ha considerado que sobre el dinero existe escasez, por tal motivo se hace necesario que todo proyecto se realice una programación de flujos de efectivo que se va aplicando conforme se vaya requiriendo el

desembolso de dinero, ya que un gasto innecesario a la larga será considerado como un dinero ocioso y por el cual en algunos casos se tendrá que pagar interés.

4.3.1 INVERSION INICIAL

Es la inversión que se realiza por la adquisición de todos los activos fijos tangibles.

Activos intangibles, que presentan una necesidad para determinar el inicio de actividades de la empresa, teniendo en cuenta que se excluye de esta inversión el capital de trabajo, que corresponde al dinero que permita hacer frente a los gastos en el desarrollo de las actividades de la empresa.

TABLA 32.

INVERSION INICIAL DETALLADA		
1.- ACTIVOS FIJOS	\$ 16.964,00	
Muebles y Enseres	\$ 1.344,00	
Vehiculo	\$ 12.000,00	
Equipo de Computación	\$ 3.620,00	
2.- PREOPERATIVOS	\$ 1.970,00	
Gastos de constitución	\$ 1.970,00	
3- CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4.132,74	
Gastos Administrativos	\$ 4.047,74	
Gastos de Ventas	\$ 85,00	
4.- SUBTOTAL	\$ 23.066,74	
5.- FINANCIAMIENTO	\$ 11.533,37	Financiamiento banco
TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 11.533,37	Aporte de socios
RESUMEN DEL FINANCIAMIENTO:		
FUENTE DE CAPITAL	VALOR	PORCENTAJE
Capital propio	\$ 11.533,37	50%
Financiamiento	\$ 11.533,37	50%
TOTALES	\$ 23.066,74	100%

Elaborado por: Christian Pesantez

4.3.2 ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

Se denomina activos fijos a los bienes de larga vida adquiridos para usarlos en la operación de la empresa y que su destino no es la venta. Son ejemplos de estos los edificios, los muebles y equipos de oficina, los medios de computación, los medios de comunicación y los medios de transporte de todo tipo. Son aquellos de larga duración destinados a la producción material o prestación de servicios y no estén destinados para la venta a los clientes estos conservan su vida útil por un tiempo prolongado, generalmente mas de un año.

TABLA 33.

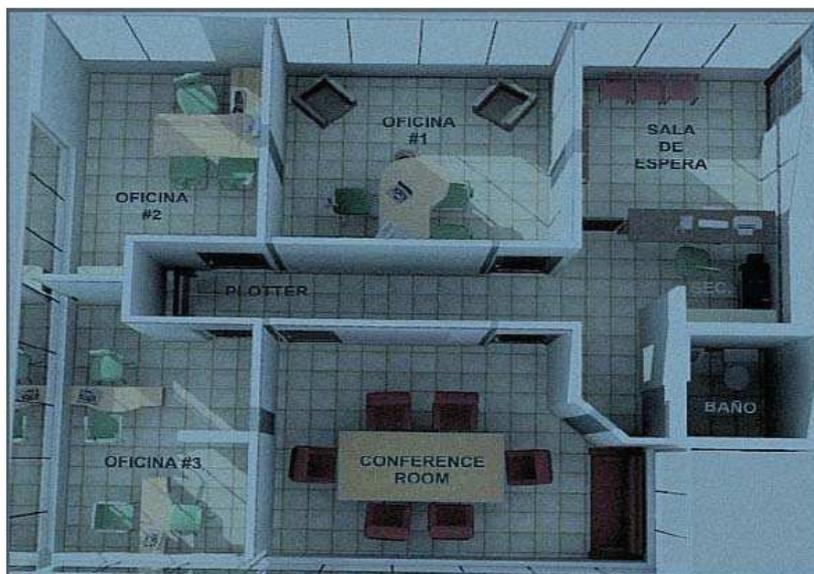
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	
CONCEPTO	VALOR USD
Muebles y Enseres	\$ 1.344,00
Equipos de Computo	\$ 3.620,00
Vehículo	\$ 12.000,00
TOTAL	\$ 16.964,00

Elaborado por: Christian Pesantez

4.3.2.1 INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Una buena distribución del equipo en las oficinas corresponde a la distribución de espacios, materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso de asistencia del servicio de asesoría y asegura los menores costos y la más alta productividad a la vez q mantenga las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los empleados.

FIGURA 23.



4.3.2.2 EQUIPOS DE OFICINA

Estos equipos son los que facilitan los mecanismos de comunicación y permiten obtener con eficiencia y rapidez la información indispensable para el desarrollo de las labores pertinentes sin duda alguna estos activos forman para indispensable para la empresa.

TABLA 34.

EQUIPOS DE OFICINA			
ACTIVO FIJO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Muebles y Equipos de Oficina			
Escritorio	3	250,00	750,00
Silla de escritorio	3	68,00	204,00
Archivador	2	70,00	140,00
Pizarra tinta líquida	1	50,00	50,00
Sillas	5	40,00	200,00
Total Muebles y Equipos de Oficina			1.344,00

4.3.2.3 EQUIPOS DE CÓMPUTO

Aquí se incluyen a las impresoras, las computadoras y los scanner para las respectivas oficinas, activos son la parte fundamental y tecnológica de la empresa.

TABLA 35.

EQUIPOS DE COMPUTACION			
ACTIVO FIJO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Equipos de Computación			
Computadora	4	600,00	2.400,00
Impresora multifunción	2	350,00	700,00
Telefonos	4	70,00	280,00
Cámara fotográfica	1	150,00	150,00
Fax	1	90,00	90,00
Total Equipos de Computación			3.620,00

Elaborado por: Christian Pesantez

4.3.2.4 MUEBLES Y ENSERES

En este rubro se toman en cuenta todos los activos que sean necesarios para desarrollar las funciones administrativas; estos activos son de fácil movimiento y se han considerado los siguientes:

TABLA 36.

MUEBLES Y ENSERES			
ACTIVO FIJO	CANTIDAD	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
Escritorio	3	\$ 250,00	\$ 750,00
Sillas de escritorio	3	\$ 68,00	\$ 204,00
Archivadores	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Pizarra tinta líquida	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Silla para mesa	5	\$ 40,00	\$ 200,00
Total muebles y enseres			\$ 1.344,00

4.3.2.5 VEHICULO

Dentro de los activos contemplamos la compra de un vehículo un Vitara 3 Puertas del año 2003 valorado en USD \$ 12,000.00 dólares, el cual será utilizado para la movilización y visita de clientes.

TABLA 37.

VEHICULO			
Vehiculo			
Vehiculo Vitara	1	12.000,00	12.000,00
TOTAL			12.000,00

4.3.3 ACTIVOS INTANGIBLES

Los activos intangibles son aquellos que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para el inicio de la asistencia de servicios por parte de la empresa Export & Logistic. En el siguiente cuadro se muestra los activos intangibles en los que se va emplear parte de la inversión inicial.

TABLA 38.

PRESUPUESTO DE ACTIVOS INTANGIBLES		
RUBRO	PARCIAL	TOTAL
Gastos pre-operativos		
Honorarios Abogado		600,00
Escritura Constitución compañía	500,00	
Comunicación a Superintendencia Cías.	100,00	
Patente municipal	220,00	220,00
Permiso de Bomberos	50,00	50,00
Gastos judiciales, notariales y de prensa		1.100,00
Copias escrituras	200,00	
Notarizaciones	300,00	
Publicaciones en prensa	500,00	
Copias simples	100,00	
TOTAL	1.970,00	1.970,00

4.3.4 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo está constituido por aquellos valores que permitan el funcionamiento de la nueva empresa en sus inicios.

“Los conceptos principales de capital de trabajo son dos: el capital de trabajo neto que es el activo circulante menos el pasivo circulante y el capital de trabajo bruto que es la inversión de las empresas en activos circulante.”

Los siguientes valores han sido tomados en cuenta para el capital de trabajo bruto se resumen en el siguiente cuadro.

TABLA 39.

CALCULO DEL CAPITAL DEL TRABAJO		
Ciclo de Caja	30	Dias
Gastos Administrativos		\$ 48.572,82
Requerimiento diario	360	\$ 134,92
Requerimiento ciclo de caja	30	\$ 4.047,74
Gastos de Ventas		\$ 1.020,00
Requerimiento diario	360	\$ 2,83
Requerimiento ciclo de caja	30	\$ 85,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 4.132,74

4.4 DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

Es el término que se utiliza para dar a entender que el activo tangible de la planta ha disminuido el potencial de servicio.

El cual podemos observar en el siguiente cuadro:

TABLA. 40

PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS												
GRUPO	DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS EXPRESADO EN DOLARES					DEPRECIACION POR AÑOS					VALOR CONTABLE	
	ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑOS DE VIDA	DEPRECIACION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4		Año 5
MUEBLES Y EQUIPAMIENTO	Escritorio	3	250,00	750,00	10	10%	75,00	110,00	110,00	110,00	110,00	235,00
	Silla de escritorio	3	68,00	204,00	10	10%	20,40	13,60	13,60	13,60	13,60	129,20
	Archivador	2	70,00	140,00	10	10%	14,00	5,00	5,00	5,00	5,00	106,00
	Pizarra tinta líquida	1	50,00	50,00	10	10%	5,00	15,00	15,00	15,00	15,00	- 15,00
	Sillas	5	40,00	200,00	10	10%	20,00	60,00	60,00	60,00	60,00	- 60,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	Computadora	4	600,00	2.400,00	3	33,33%	800,00	400,00	400,00	-	-	-
	Impresora multifunción	2	350,00	700,00	3	33,33%	233,31	99,99	99,99	-	-	-
	Telefonos	4	70,00	280,00	3	33,33%	93,32	499,95	499,95	-	-	-
	Cámara fotográfica	1	150,00	150,00	3	33,33%	50,00	699,93	699,93	-	-	-
	Fax	1	90,00	90,00	3	33,33%	30,00	1.033,23	1.033,23	-	-	-
Vehículo	Vitara	1	12.000,00	12.000,00	5	20,00%	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	
TOTAL DEPRECIACION POR AÑO						DEPRECIACION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VALOR CONTABLE
Muebles y Enseres							134,40	203,60	203,60	203,60	203,60	395,20
Equipos de Computación							1.206,63	2.733,10	2.733,10	-	-	-
Vehiculo							2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	
TOTAL DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS							3.741,03	5.336,70	5.336,70	2.603,60	2.603,60	395,20

4.4.1 ESTRUCTURA DE LA DEUDA

Para financiar las operaciones de la empresa se realizara un préstamo de 11.533,37

TABLA. 41

Inversión Inicial			
Inversión Activos Fijos	16.964,00	Capital Propio	11.533,37
Preoperativos	1.970,00	Deuda	11.533,37
Capital de Trabajo	4.132,75		
Total Inversión	23.066,75		
Monto:	11.533,37		
Tasa:	16%		
Pagos:	12		
Plazo (años)	3		

4.4.2 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

El financiamiento externo será objetivo de amortización, considerada como “El proceso de cancelar una deuda y sus intereses por medio de pagos periódicos”

TABLA. 42

CUOTAS	CAPITAL INICIAL	ABONO CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL REDUCIDO
0	11.533,37				11.533,37
1	11.533,37	767,58	461,33	1.228,91	10.765,79
2	10.765,79	798,28	430,63	1.228,91	9.967,51
3	9.967,51	830,21	398,70	1.228,91	9.137,30
4	9.137,30	863,42	365,49	1.228,91	8.273,88
5	8.273,88	897,95	330,96	1.228,91	7.375,93
6	7.375,93	933,87	295,04	1.228,91	6.442,06
7	6.442,06	971,23	257,68	1.228,91	5.470,83
8	5.470,83	1.010,08	218,83	1.228,91	4.460,75
9	4.460,75	1.050,48	178,43	1.228,91	3.410,27
10	3.410,27	1.092,50	136,41	1.228,91	2.317,77
11	2.317,77	1.136,20	92,71	1.228,91	1.181,57
12	1.181,57	1.181,66	47,26	1.228,91	(0,09)
TOTALES		11.533,46	3.213,47	14.746,92	

4.5 INGRESOS POR SERVICIOS

Los ingresos por servicio se distribuyen en el monto que se recibirá por concepto de asesoría en comercio exterior, tramitación, marketing internacional y contactos internacionales.

El presupuesto se realiza multiplicando la frecuencia por el precio establecido en el mercado.

En el siguiente cuadro se demuestran los ingresos por servicios.

TABLA. 43

PRESUPUESTO DE INGRESOS AÑO 1				
CLIENTES	No. Clientes	VALOR UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Nacionales	12	200,00	2.400,00	28.800,00
Internacionales	7	400,00	2.800,00	33.600,00
TOTAL	19		5.200,00	62.400,00
TASA DE CRECIMIENTO : 10% ANUAL				
TASA DE CRECIMIENTO : 4.23% ANUAL				

4.6 ESTADO DE RESULTADOS

Es el compendio de los ingresos y costos estimados de una empresa que finaliza con la utilidad (perdida) neta para el periodo. Un elemento importante constituye el pronóstico de los ingresos por ventas ya que sirve de base para planificar la producción y estimar los costos de producción.

Se deduce de los ingresos estimados de la empresa, los costos del servicio gastos de administración y ventas con el objetivo de obtener la utilidad en operación.

Los gastos de administración y ventas no son alterados en forma sustancial por cambios de ventas a corto plazo, en especial cuando estas disminuye posteriormente se estiman los intereses con finalidad de obtener la utilidad neta antes de impuestos y participación de empleados, para luego calcular el pago a los trabajadores y el impuesto a la renta

En el siguiente cuadro se muestra el estado de resultados por forma de la empresa.

TABLA. 44

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	62.400,00	72.480,00	83.436,00	95.040,00	110.448,00
Gastos Administrativos y Ventas	(52.173,85)	(54.139,23)	(56.187,74)	(57.116,28)	(59.341,76)
(=) Utilidad Operativa	10.226,15	18.340,77	27.248,26	37.923,72	51.106,24
(-) Gastos Financieros	(1.656,15)	(1.102,51)	(454,81)	-	-
(=) Utilidad del Ejercicio	8.570,00	17.238,26	26.793,45	37.923,72	51.106,24
(-) 15% Utilidades	(1.285,50)	(2.585,74)	(4.019,02)	(5.688,56)	(7.665,94)
(=) Utilidad antes de Impuestos	7.284,50	14.652,52	22.774,43	32.235,16	43.440,30
(-) 25% Impuesto a la Renta	(1.821,13)	(3.663,13)	(5.693,61)	(8.058,79)	(10.860,07)
(=) Utilidad Neta	5.463,37	10.989,39	17.080,82	24.176,37	32.580,23
	8,76%	15,16%	20,47%	25,44%	29,50%

4.6.1 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja reporta los flujos de entrada y salida de efectivo de una empresa durante un periodo; además estima los fondos que se necesitan para cubrir las obligaciones operacionales financieras.

TABLA. 45

FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	-	62.400,00	72.480,00	83.436,00	95.040,00	110.448,00
Gastos Administrativos y Ventas	-	(52.173,85)	(54.139,23)	(56.187,74)	(57.116,28)	(59.341,76)
Depreciación Activos Fijos	-	3.741,03	3.741,03	3.741,03	2.534,40	2.534,40
Amortización Activos Diferidos	-	1.970,00	1.970,00	1.970,00	1.970,00	1.970,00
Total Gastos Operativos	-	(46.462,82)	(48.428,20)	(50.476,71)	(52.611,88)	(54.837,36)
(=) Utilidad Operativa	-	108.862,82	120.908,20	133.912,71	147.651,88	165.285,36
(-) Gastos Financieros	-	1.656,15	4.915,64	-	-	-
(=) Utilidad del Ejercicio	-	107.206,67	115.992,56	133.912,71	147.651,88	165.285,36
(-) 15% Utilidades	-	16.081,00	17.398,88	20.086,91	22.147,78	24.792,80
(=) Utilidad antes de Impuestos	-	91.125,67	98.593,68	113.825,80	125.504,10	140.492,56
(-) 25% Impuesto a la Renta	-	22.781,42	24.648,42	28.456,45	31.376,02	35.123,14
(=) Utilidad Neta	-	68.344,25	73.945,26	85.369,35	94.128,08	105.369,42
(+) Depreciación	-	3.741,03	3.741,03	3.741,03	2.534,40	2.534,40
(+) Amortización	-	1.970,00	1.970,00	1.970,00	1.970,00	1.970,00
(-) Inversión en Diferidos	1.970,00	-	-	-	-	-
(-) Capital de Trabajo	4.132,74	-	-	-	-	-
(+) Recuperación Capital de Trabajo	-	-	-	-	-	4.132,74
(+) Valor Residual Activos Fijos	-	-	-	-	-	395,20
(+) Crédito Recibido	11.533,37	-	-	-	-	-
(-) Pago de Capital	-	3.259,49	3.813,13	4.460,84	-	-
(=) Flujo de Efectivo	5.430,64	70.795,79	75.843,16	86.619,54	98.632,48	114.401,76

El objetivo principal de un flujo es analizar la capacidad que tiene una empresa para generar efectivo. La omisión de estado financiero no permitirá establecer el saldo de caja en el balance general.

4.6.2 INDICADORES DE RENTABILIDAD

Es un método tradicional de evaluación permitiendo determinar el número de periodos que se requieren para recuperar la inversión total desde que se pone en marcha un proyecto

4.6.2.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) significa traer valores de hoy a los flujos futuros y se calcula sacando la diferencia entre todos los ingresos y los egresos o en su defecto el flujo neto de fondos expresado en moneda actual a través de una tasa de descuentos específica.

En este caso la tasa del VAN se ha fijado en 208.103,79 De acuerdo al análisis efectuado.

TABLA. 46

EVALUACIÓN FINANCIERA						
CÁLCULO DEL VAN						
TMAR 20%						
AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo Neto en Dólares	(13.001,06)	60.800,74	66.712,24	75.644,53	84.785,98	98.153,16
Valor Actual Neto	(13.001,06)	50.667,28	46.327,94	43.775,77	40.888,30	39.445,55

VAN **208.103,79** **NEGOCIO VIABLE**

4.6.2.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno TIR es el rendimiento real de la inversión o la tasa actual que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial esta es la base de comparación para la evaluación de proyecto lo que permita en cierta forma la toma de decisiones de la inversión de la empresa.

Por lo tanto el objetivo es encontrar el porcentaje de rendimiento que iguala el valor anual neto de todos los flujos efectivos futuros con la inversión inicial es decir la tasa con la cual el VAN sea igual a cero.

La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que concurren en periodos regulares.

TABLA. 47

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL						
AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo Neto en Dólares	(13.001,06)	60.800,74	66.712,24	75.644,53	84.785,98	98.153,16
Flujo Acumulado	(13.001,06)	47.799,68	114.511,92	190.156,45	274.942,43	373.095,58
Último Valor Negativo	=	(114.511,92)	=	(1,51)		
Siguiente Flujo		75.644,53				
	$= 0.59 * 360 =$	212				
	$= 212.40 / 30 =$	7	meses			
	$= .08 * 30 =$	2	días			
SE RECUPERA EN 2 AÑOS 7 MESES Y 2 DÍAS						
TASA INTERNA DE RETORNO						
58,4835%						

4.7 PLAN DE COSTOS OPERATIVOS DE LA EMPRESA

Para determinar los costos operativos del proyecto se debe basar en la información idónea extraída del estudio financiero especialmente del flujo de caja

La aplicación de los criterios de evaluación se realiza basándose en los flujos operacionales proyectados que llevan a tomar decisiones respecto del proyecto en evaluación. El objetivo de evaluar los flujos es medir la capacidad que tendrá una empresa de generar efectivo considerando el valor del dinero en el tiempo.

TABLA. 48

BALANCES GENERALES PROYECTADOS						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO	23.066,74	28.377,25	38.695,75	54.779,49	82.990,58	120.349,47
ACTIVO CORRIENTE	4.132,74	13.578,28	25.492,45	41.576,19	67.054,18	104.413,07
CAJA - BANCOS	4.132,74	13.578,28	25.492,45	41.576,19	67.054,18	104.413,07
ACTIVO FIJO	16.964,00	13.222,97	11.627,30	11.627,30	14.360,40	14.360,40
MUEBLES Y ENSERES	1.344,00	1.344,00	1.344,00	1.344,00	1.344,00	1.344,00
EQUIPO DE CÓMPUTO	3.620,00	3.620,00	3.620,00	3.620,00	3.620,00	3.620,00
VEHICULO	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA	-	(3.741,03)	(5.336,70)	(5.336,70)	(2.603,60)	(2.603,60)
OTROS ACTIVOS	1.970,00	1.576,00	1.576,00	1.576,00	1.576,00	1.576,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.970,00	1.970,00	1.970,00	1.970,00	1.970,00	1.970,00
(-) AMORTIZACIÓN ACUMULADA	-	(394,00)	(394,00)	(394,00)	(394,00)	(394,00)
PASIVO	11.533,37	11.380,51	10.709,62	9.712,54	13.747,26	18.525,92
CORTO PLAZO	-	3.106,63	6.248,87	9.712,63	13.747,35	18.526,01
LARGO PLAZO	11.533,37	8.273,88	4.460,75	(0,09)	(0,09)	(0,09)
PATRIMONIO	11.533,37	16.996,74	27.986,13	45.066,95	69.243,32	101.823,55
CAPITAL SOCIAL	11.533,37	11.533,37	11.533,37	11.533,37	11.533,37	11.533,37
RESULTADOS ACUMULADOS	-	-	5.463,37	16.452,76	33.533,58	57.709,95
RESULTADOS DEL EJERCICIO	-	5.463,37	10.989,39	17.080,82	24.176,37	32.580,23
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	23.066,74	28.377,25	38.695,75	54.779,49	82.990,58	120.349,47
ÍNDICES						
LIQUIDEZ	----	4,37	4,08	4,28	4,88	5,64
PROPIEDAD	50,00%	59,90%	72,32%	82,27%	83,44%	84,61%
ROA	----	19,25%	28,40%	31,18%	29,13%	27,07%
ROE	----	32,14%	39,27%	37,90%	34,92%	32,00%

CAPITULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para la culminación de este plan de perfectibilidad se presenta a continuación las conclusiones obtenidas del proyecto así como también las recomendaciones necesarias para la ejecución con éxito de la empresa de servicios de asesora.

5.1 CONCLUSIONES

- Las PYMES por lo general en el país no cuentan con departamentos específicos en administración, finanzas, comercio exterior y marketing; por lo cual es una oportunidad de negocio para quien instale una empresa de asesoría en la ciudad de Quito
- El plan determino que existe factibilidad de realización para la creación de una nueva empresa de asesoría para las PYMES ya que si desean Exportar sus productos necesitan contratar los servicios externos de asesoría que les brinde mayor productividad y competitividad a corto mediano y largo plazo.
- El estudio financiero determino que también existe factibilidad económica, por lo que el proyecto es viable en el tiempo; lo cual permitirá obtener una rentabilidad razonable para los inversionistas y socios de la empresa de servicios Export & Logistic.
- Es necesario que los profesionales y personas que trabajan en la empresa de servicios de asesoría se actualicen en forma continua, en razón del avance tecnológico.
- Las PYMES requieren de un marco legal adecuado que fomente su desarrollo y expansión a nivel nacional e internacional. Además de

líneas de crédito flexibles y a largo plazo por parte del Sistema Financiero Nacional.

5.2 RECOMENDACIONES

- Las PYMES en el Ecuador son un importante aporte a la Economía nacional, por ello es fundamental implementar acciones encaminadas a mejorar sus competitividad e incrementar su participación en el mercado internacional por parte de la nueva empresa de asesoría.
- La rentabilidad de la nueva empresa de asesoría esta garantizada en el mercado de las consultorías por la empresa vende conocimiento en Comercio Exterior lo cual es muy valioso si la empresa desea internacionalizarse.
- Se debe capacitar en forma continua a los profesionales y personas de la nueva empresa de servicios a través de charlas, seminarios, conferencias, cursos; inclusive con apoyo de herramientas de multimedia.

REFERENCIAS

- Análisis Económico Colegio de Economistas de Pichincha Estrategias y acciones para el mejoramiento competitivo de las Pymes Wilson Araque PÁG... 6 y 8
- Análisis de Mercado – Ecuador
<http://www.manosunidas.ec/documents/Manos-unidas-Analisis-mercado-Internacional.pdf>
- Análisis de la situación del sector textil. Análisis de Mercado Ecuador – Daniel Hidrobo 2009
- AGRO CALIDAD
<http://www.agrocalidad.gob.ec/agrocalidad/index.php/es/la-institucion/mision>
- Banco Central del Ecuador Estadísticas Macroeconómicas 2012
<http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000019>
- Banco Central del Ecuador Evolución Balanza Comercial Enero – Febrero 2011
- CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DE PICHINCHA. CAPEIPI
- Censo Económico 2010 establecimientos económicos Inec
<http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CENEC&MAIN=WebServerMain.inl>

- CFN
http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=920&Itemid=679
- Como formar una Institución Jurídicamente Reconocida – Rómulo Vinueza Acosta.
- Diario el Hoy 15 de febrero del 2011
<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/las-pymes-generan-88-de-empleos-en-america-latina-458599.html>
- [Diagnostico de la Pequeña y Mediana Industria Instituto de Investigaciones y tecnologías](#)
- Pymes Ecuador Debilidades de las Empresas
http://www.eclac.org/ddsah/noticias/paginas/8/28248/equipo_ecuador.pdf
- Pro Ecuador
<http://www.proecuador.gob.ec/publicaciones/analisis-sectorial/>
- Un – Cometrade
<http://comtrade.un.org/db/Default.aspx>

ANEXOS

Anexo 1

ENCUESTA

Objetivo: Determinar el nivel de aceptación de una empresa que brinde asesoría en comercio exterior

12.1.1 FORMATO DE LA ENCUESTA

Nombre o Razón
 Social.....
 Dirección:.....Teléfono.....

Persona de contacto.....-

1.Cuál es la actividad económica a la que se dedica su Empresa.....

2. Cuál es su mercado destino.....

3. Cree que su empresa está en capacidad de Exportar sus productos

SI NO TALVEZ

4. Conoce sobre la existencia de empresas que ofrezcan servicios de asesoría en comercio exterior

SI NO

5. Actualmente mantiene contratados los servicios de asesoría en comercio exterior con alguna de ellas.

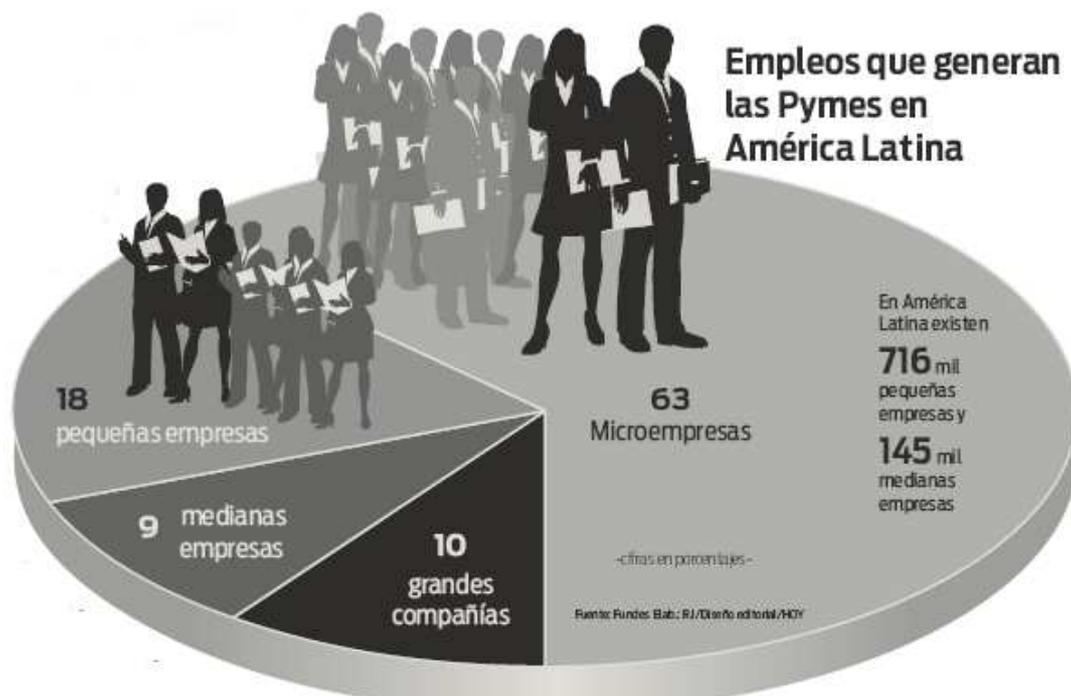
SI NO

11. Con que frecuencia su empresa contrataría los servicios de asesoría en comercio exterior:

- a) Mensual
- b) Semestral
- c) Anual

12. Tendría interés en contratar algunos de los servicios complementarios que estaría dispuesta a ofrecer la nueva empresa

- a) Asesoría especializada en Exportaciones
- b) Información constante sobre nuevas tendencias y nuevos mercados



ANEXO 2

APENDICE			
CERTIFICADO DE ORIGEN			
1.- País Exportador:		2. País Importador:	
3.- N/o (1).	4.- NABANDINA	5.- Denominación de las mercancías:	
6.- DECLARACION DE ORIGEN Declaramos que las mercancías indicadas en el presente formulario correspondientes a la factura comercial No. _____ Cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) _____ de conformidad con el siguiente desglose:			
3.- N/o (1).	7.- NORMAS (3)		
8.- Fecha.		9.- Razón social del exportador o productor:	
Día	Mes	Año	10.-Firma y sello del exportador o productor
11.-Observaciones: _____			
12. CERTIFICADO DE ORIGEN Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de: _____ a los _____ _____ <div style="text-align: right;">_____ Nombre, firma y sello Entidad Certificadora</div>			
Notas : (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente Certificado. En caso de ser insuficiente, (2) Especificar si se trata de un Acuerdo de Alcance Regional o de Alcance Parcial, indicando el número de estó. (3) En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden. -. El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmiendas.			