UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ASESORA DE COMERCIO EXTERIOR, EN LA ESPECIALIDAD DE EXPORTACIONES PARA LA CIUDAD DE LOJA"

Tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial.

AUTOR:

Estuardo Gabriel Herrera Lalangui

DIRECTOR:

Ing. Com. Hugo Carrión Álvarez

LOJA – ECUADOR
2011

CERTIFICACION

Ing. Com. Hugo Carrión Álvarez

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo de Tesis, previo a la obtención del Título de INGENIERO COMERCIAL, sobre el tema: ***"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ASESORA DE COMERCIO EXTERIOR, EN LA ESPECIALIDAD DE EXPORTACIONES PARA LA CIUDAD DE LOJA"*** realizado por el estudiante: **Estuardo Gabriel Herrera Lalangui**; ha sido orientado, dirigido y revisado bajo mi dirección; por lo tanto autorizo su presentación, sustentación y defensa de grado.

Ing. Com. Hugo Carrión Álvarez

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Todos los criterios, ideas, análisis, afirmaciones, interpretaciones, recopilación de datos, conclusiones, recomendaciones e información que contiene el presente Trabajo, son de responsabilidad exclusiva del autor.

Estuardo Gabriel Herrera Lalangui

AGRADECIMIENTO

Manifiesto mi más imperecedero agradecimiento a las Autoridades y docentes de la Carrera de Administración de Empresas del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, por la formación académica y profesional recibida en la Aulas Universitarias; y en forma especial al Ing. Com. Hugo Carrión, por la excelente guía, valiosas enseñanzas, sugerencias y acertadas orientaciones durante el desarrollo de mí trabajo investigativo de manera desinteresada, la misma que permitió cumplir a satisfacción con los objetivos planteados.

El autor

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con inmenso amor a la memoria de mi querida abuelita Marta que fue mi mayor orgullo y mi inspiración. A mi madre Esperanza luchadora incansable por mi superación, a mis hermanos Jorge y Pablo, a mi hijo Gabriel que me han apoyado y me han guiado en todo momento en el transcurso de mi carrera.

Estuardo Gabriel Herrera Lalangui

TEMA

a. TEMA

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ASESORA DE COMERCIO EXTERIOR, EN LA ESPECIALIDAD DE EXPORTACIONES PARA LA CIUDAD DE LOJA"

RESUMEN

b. RESUMEN

b.1. RESUMEN EN ESPAÑOL

En la actualidad, el mundo empresarial y comercial, debido al enorme avance científico y tecnológico, exige una mejora continua y calidad en los productos y servicios que producen o proporcionan las empresas, y más si se trata de una comercialización a nivel internacional, pero lamentablemente en provincias y ciudades fronterizas como Loja, los empresarios y productores no cuentan con entidades que brinden asesoría y orientación en comercio exterior, específicamente en la especialidad de exportaciones, actividad fundamental para el desarrollo económico y que se constituyen en una de las principales debilidades para la región.

La provincia y ciudad de Loja, desde hace algunas décadas se ve afectada por una evidente recesión en el campo productivo, lo que le ha impedido su crecimiento, especialmente en el sector industrial, por lo que las pequeñas y medianas industrias han limitado su producción al mercado local, evitando por diversas causas establecer relaciones comerciales a nivel internacional, siendo las más destacadas el temor a lo desconocido, la falta de capital, la conformidad con su actual situación, pero sobre todo, el desconocimiento de los procesos de negociación. Esta falta de asesoría se hace evidente, en el hecho de que Loja, pese a contar con varios productos que pueden ser promocionados en el exterior, son contadas las empresas que exportan,

debido fundamentalmente al desconocimiento de los procesos y trámites de exportación, a la creencia que solamente las grandes empresas pueden hacerlo y el temor de ingresar a los mercados internacionales, lo que obviamente es un supuesto erróneo, dado que actualmente cualquier empresa, por pequeña que sea, posee mecanismos para exportar sus productos.

Con estos antecedentes nace la real necesidad de crear una empresa que brinde el servicio de asesoría en los diversos aspectos relacionados con la negociación internacional, específicamente en lo que se refiere a exportaciones, que permitan un crecimiento y desarrollo del sector empresarial de la ciudad de Loja, siendo conveniente realizar y ejecutar el **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ASESORA DE COMERCIO EXTERIOR, EN LA ESPECIALIDAD DE EXPORTACIONES PARA LA CIUDAD DE LOJA",** el mismo que contribuya al desarrollo de la provincia y ciudad de Loja.

Para la creación de una empresa asesora en comercio exterior se procedió en orden cronológico, que inicia con una Revisión Bibliográfica donde se identifican los principales aspectos relacionados con el Comercio Exterior, específicamente en el área de Exportaciones, su concepto, importancia, ventajas, barreras, etc., que permitan establecer la importancia de fortalecer este tipo de negociación. Así mismo en la Metodología se describen algunos métodos y técnicas aplicadas para obtener la información necesaria del proyecto, para lo cual se aplicaron 212 encuestas a las empresas productoras de la ciudad de Loja con la finalidad de

establecer la demanda y además 6 encuestas a potenciales oferentes para determinar la oferta del servicio.

En el trabajo se presenta los detalles de los diferentes estudios, comenzando por el Estudio de Mercado, cuyo objetivo fue realizar un análisis del sector, la demanda, oferta y comercialización a fin de conocer su situación actual, existencia y magnitud de la demanda insatisfecha, condiciones de la competencia y determinación del sistema de comercialización. Se ha determinado que con la capacidad de prestación del servicio de la empresa asesora, se estaría cubriendo un adecuado porcentaje del 90% para el primer año y el 100% para el quinto al tener una oferta de 0 la demanda insatisfecha existente es de 5,372, lo que garantiza su supervivencia en el tiempo. La información obtenida en este paso condujo a determinar la pertinencia para continuar con el siguiente estudio. El Estudio Técnico tuvo como objetivo determinar el tamaño de la empresa, su localización, proceso de prestación del servicio, tecnología e ingeniería del proyecto, requeridos para la instalación e implementación de la empresa; además se presentó a través de un flujograma el proceso de prestación del servicio y las necesidades materiales y humanas para el cumplimiento de cada paso del proceso. Se espera que el presente estudio técnico constituya un aporte a los inversionistas de la localidad, pero sobre todo a los empresarios, que puedan encontrar en la exportación de sus productos, una alternativa viable para su desarrollo, tanto en el ámbito de la competitividad, como en la generación de mayores ingresos y utilidades.

En el Estudio Organizacional se establece la figura jurídica que va adoptar la empresa y se elabora, en base a los requerimientos organizacionales específicos, los organigramas tanto estructural como funcional. Luego se realiza la descripción y análisis de cada uno de los puestos, los cuales permitirán proceder al reclutamiento y contratación del talento humano idóneo, y además guiar adecuadamente las actividades del mismo en la futura empresa.

En el Estudio Financiero se considera todos los rubros necesarios para establecer la inversión inicial, se determina los gastos totales de operación en que se incurrirá y se estructura los presupuestos proyectados. Esta información facilita a su vez la elaboración del estado de pérdidas y ganancias el cual da una utilidad neta de 9,363.17 y flujo de caja proyectada es 18,277.80. Con los costos fijos de 36,263.81 y los variables de 41,916.92 establecidos se determina el punto de equilibrio que es 65,171.62 en función de la capacidad instalada y las ventas. Como penúltimo aspecto tenemos la evaluación financiera del proyecto, donde se expone los parámetros o indicadores como el Valor Actual Neto 31,639.93 por lo tanto el proyecto es factible de ejecutarlo, la Tasa Interna de Retorno es 87,96%, la Relación Costo-Beneficio es de 1,14 significa que por cada dólar invertido se obtendré un beneficio de 14 centavos de dólar lo que ratifica la conveniencia de realizar el proyecto, el periodo de recuperación de capital que se lo espera recuperar en 1 año, 1 mes y 13 días la inversión del proyecto y el análisis de

Sensibilidad el cual indica que el proyecto soporta hasta el 3,8% de incremento en los egresos por lo que es factible implementarlo, y soporta una disminución del 3,3% en los ingresos, resultados que permitieron demostrar la factibilidad del proyecto y en base a estos recomendar la inversión.

Las conclusiones y recomendaciones a las cuales se llegaron con la investigación y las sugerencias necesarias para su posterior implementación. La bibliografía que sirvió como referente teórico para la culminación del proyecto, los anexos respectivos y el índice. En definitiva, es factible crear una compañía de Asesoría y Gestión en Comercio Exterior, en la especialidad de Exportaciones para las PYMES, porque se pretende ofrecer un servicio enfocado a las necesidades de los productores locales, en cuanto tiene que ver a reglamentos, leyes, regulaciones y normas cuyo principal objetivo es beneficiar a nuestro potencial mercado con nuevos procesos y nuevos servicios creados por la compañía propuesta.

b.2. SUMMARY IN ENGLISH

At the present time, the managerial and commercial world, due to the enormous scientific and technological advance, demands a continuous improvement and quality in the products and services that take place or they provide the companies, and more if it is a commercialization at international level, but regrettably in counties and border cities as Loja, the managers and producers don't have entities that offer consultantship and orientation in external trade, specifically in the specialty of exports, fundamental activity for the economic development and that they are constituted in one of the main weaknesses for the region.

The county and city of Loja, for some decades are affected by an evident recession in the productive field, what has impeded him their growth, especially in the industrial sector, for what the small and medium industries have limited their production to the local market, avoiding for diverse causes to establish commercial relationships at international level, being the most outstanding the fear to that ignored, the capital lack, the conformity with their current situation, but mainly, the ignorance of the negotiation processes. This consultantship lack becomes evident, in the fact that Loja, in spite of having several products that can be promoted in the exterior, is counted the companies that export, due fundamentally to the ignorance of the processes and export steps, to the belief that only the big companies can make it and the fear of entering to the international

markets, that that obviously is an erroneous supposition, since at the moment any company, for small that is, it possesses mechanisms to export their products.

With these antecedents the real necessity is born of creating a company that offers the consultantship service in the diverse aspects related with the international negotiation, specifically in what refers to exports that allow a growth and development of the managerial sector of the city of Loja, being convenient to carry out and to execute the "PROJECT OF FEASIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF A COMPANY ADVISER OF EXTERNAL TRADE, IN THE SPECIALTY OF EXPORTS FOR THE CITY DE LOJA", the same one that contributes to the development of the county and city of Loja.

For the development of the present work, in first term it was carried out a Bibliographical Revision about basic concepts related with international trade. In Materials and Methods, reference is made to the different methods and techniques used for the construction of the present investigative work. Later on it was carried out the tabulation and interpretation of the Results obtained in the surveys applied the plaintiffs (producing lojanos) as well as to the potential offerers of this type of service, what allowed to continue with the advance of the investigation and to arrive to the Discussion of the Results where was determined the demand, the offer and the unsatisfied demand through the formulation of the Study of Market and they thought about several commercialization strategies focused to the marketing mix (product, price, square and promotion). Next it was carried out the

Technical Study where was the thematic of the size and localization of the company, with the purpose of determining the capacity of installed production and used, as well as the best location in this company. Of equal it forms, in the Engineering of the Project relative questions are focused to the preliminary technical investigations and the special problems of the engineering that it thinks about, it also includes the process of benefit of the service. In the Organizational Study of the company their functional organic structure was determined, this is the legal and organizational base, the flowcharts were also built, structural and functional, of the company. Regarding the Financial Study, it was carried out the calculation of the necessary resources that you/they are required for the installation and operation of the company and it was determined the financing sources; it was also carried out the calculation of the total investment, the total costs, the unitary cost and the revenues for benefit of the service that they are supported in the respective budgets, indispensable elements to carry out the Financial Evaluation in which the viability of the project was verified with through financial indicators as: Net Current value (they GO), it Appraises it Interns of Return (TIR), Relationship Benefits Cost (B/C), Period of Recovery of Capital (PRC) and the Analysis of Sensibility that demonstrate that the project is feasible of being carried out therefore is convenient its execution.

It is expected that the present study technician constitutes a contribution to the investors of the town, but mainly to the managers that can find in the export of its

products, a viable alternative for its development, so much in the environment of the competitiveness, like in the generation of more revenues and utilities.

INTRODUCCIÓN

c. INTRODUCCIÓN

Dar asesoría en comercio exterior en la especialidad de exportación, implica gestionar todo el proceso tanto documental como operativo desde el momento en que el exportador haya entregado los documentos de salida a la compañía asesora en comercio exterior. El entorno que rodea a nuestro país en políticas comerciales es muy inestable, como resultado de esta inestabilidad los agentes productivos, como son los exportadores se ven en la necesidad de asesorarse de manera casi obligatoria en materia de comercio exterior lo cual crea nuestro campo de acción. En vista de este marco de referencia, se ha analizado la situación de las pequeñas, medianas y microempresas como un posible escenario para la implementación de una empresa asesora en comercio exterior en la especialidad de exportaciones, que llene los vacíos de información y más que todo guíe a las PYMES en todo el proceso operativo de exportación.

Para el desarrollo del presente trabajo, en primer término se realizó una ***Revisión Bibliográfica*** acerca de conceptos básicos relacionados con comercio internacional. En ***Materiales y Métodos***, se hace referencia a los diferentes métodos y técnicas utilizadas para la construcción del presente trabajo investigativo. Posteriormente se realizó la tabulación e interpretación de los ***Resultados*** obtenidos en las encuestas aplicadas a los demandantes (productores lojanos) así como a los potenciales oferentes de este tipo de servicio, lo que permitió continuar con el avance de la investigación y llegar a la ***Discusión de los Resultados***, en donde a través de la formulación del *Estudio de Mercado* se

determinó la demanda, la oferta y la demanda insatisfecha y se plantearon varias estrategias de comercialización enfocadas al marketing mix (producto, precio, plaza y promoción). A continuación se realizó el *Estudio Técnico*, en donde se trató la temática del tamaño y localización de la empresa, con la finalidad de determinar la capacidad de producción instalada y utilizada, así como la mejor ubicación de esta empresa. De igual forma, en la Ingeniería del Proyecto se enfocan cuestiones relativas a las investigaciones técnicas preliminares y a los problemas especiales de la ingeniería que se plantea, además incluye el proceso de prestación del servicio. En el *Estudio Organizacional* de la empresa se determinó su estructura orgánica funcional, esto es la base legal y organizacional, también se construyeron los organigramas, estructural y funcional, de la empresa.

En lo referente al *Estudio Financiero*, se realizó el cálculo de los recursos necesarios que se requieren para la instalación y funcionamiento de la empresa y se determinó las fuentes de financiamiento; también se realizó el cálculo de la inversión total, los costos totales, el costo unitario y los ingresos por prestación del servicio, que están respaldados en los respectivos presupuestos, elementos indispensables para realizar la Evaluación Financiera en la que se verificó la viabilidad del proyecto con a través de indicadores financieros como: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (B/C), Periodo de Recuperación de Capital (PRC) y el Análisis de Sensibilidad que demuestran que el proyecto es factible de realizarse por lo tanto es conveniente su ejecución.

REVISIÓN DE LITERATURA

d. REVISIÓN DE LITERATURA

d.1. COMERCIO INTERNACIONAL Y EXPORTACIONES

d.1.1. El Comercio Internacional

Concepto: Se puede conceptualizar al Comercio Internacional como el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.[1]

Importancia: La importancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural ha alcanzado, a nivel mundial, un profundo significado, a tal grado que no se puede hablar tan sólo intercambio de bienes sino de programas de integración. La economía internacional plantea el estudio de los problemas que plantean las transacciones económicas internacionales, por ende cuando hablamos de economía internacional es vincular con los factores del comercio internacional.

Causas del Comercio Internacional: El comercio internacional obedece a dos causas principales:

---

[1] NIETO CHURRUCA, Ana y LLAMAZARES, Olegario, Comercio Internacional, Sexta Edición, Editorial Pirámides, Madrid España, 2007. Pág. 34.

- Distribución irregular de los recursos económicos
- Diferencia de precios, la cual a su vez se debe a la posibilidad de producir bienes de acuerdo con las necesidades y gustos del consumidor.

Origen del Comercio Internacional: El origen se encuentra en el intercambio de riquezas o productos de países tropicales por productos de zonas templadas o frías. Conforme se fueron sucediendo las mejoras en el sistema de transporte y los efectos del industrialismo fueron mayores, el comercio internacional fue cada vez mayor debido al incremento de las corrientes de capital y servicios en las zonas más atrasadas en su desarrollo.

Ventajas del Comercio Internacional: El comercio internacional permite una mayor movilidad de los factores de producción entre países, dejando como consecuencia las siguientes ventajas:

- Cada país se especializa en aquellos productos donde tienen una mayor eficiencia lo cual le permite utilizar mejor sus recursos productivos y elevar el nivel de vida de sus trabajadores.
- Los precios tienden a ser más estables.
- Hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente y no sean producidos.
- Hace posible la oferta de productos que exceden el consumo a otros países, en otros mercados. (Exportaciones)

- Equilibrio entre la escasez y el exceso.
- Los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional.
- Por medio de la balanza de pago se informa que tipos de transacciones internacionales han llevado a cabo los residentes de una nación en un período dado.

Las Barreras al Comercio Internacional: Para corregir los desequilibrios de la balanza de pagos, los gobiernos tratarán, lógicamente, de fomentar las exportaciones. Pero para ello, en algunos casos, se sentirán tentados a utilizar medidas perjudiciales para el resto de los países, por lo que pueden provocar reacciones indeseables. Además, siempre está la tentación de establecer barreras a las importaciones.

***Contingentes o cuantitativas**:* el gobierno establece un límite a la cantidad de producto otorgando licencias de importación de forma restringida. Los aranceles son barreras impositivas: el gobierno establece una tasa aduanera provocando una subida en el precio de venta interior del producto importado con lo que su demanda disminuirá.

Las barreras administrativas son muy diversas, desde trámites aduaneros complejos que retrasan y encarecen los movimientos de mercancías, hasta sofisticadas normas sanitarias y de calidad que, al ser diferentes de las del resto del mundo, impidan la venta en el interior a los productos que no hayan sido fabricados expresamente para el país. Los acuerdos internacionales para derribar

estas barreras no servirán de nada si no hay una voluntad liberalizadora clara y firme. La imaginación de los dirigentes políticos podrá siempre descubrir nuevos métodos no prohibidos de dificultar las importaciones. La barrera más reciente y sofisticada de las ideadas hasta ahora son las auto restricciones concertadas como las acordadas entre los Estados Unidos y el Japón en virtud de las cuales éste último país limita voluntariamente la cantidad de productos que envía a los americanos. Los instrumentos de fomento a la exportación son de varios tipos: comerciales, financieros y fiscales.

d.1.2. Zonas Aduaneras

Según la Ley Orgánica de Aduanas las Zonas Aduaneras se clasifican en:

Territorio Aduanero.- Territorio aduanero es el territorio nacional en el cual se aplican las disposiciones de esta ley y comprende las zonas primaria y secundaria. La frontera aduanera coincide con la frontera nacional, con las excepciones previstas en la ley.

Zonas Aduaneras.- Para el ejercicio de las funciones de la administración aduanera, el territorio aduanero se lo divide en las siguientes zonas, correspondientes a cada uno de los distritos de aduana:

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

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

Secundaria.- Que comprende la parte restante del territorio ecuatoriano incluidas las aguas territoriales y espacio aéreo.

Zona Franca.- Es el destino aduanero que por el principio de extraterritorialidad permite el ingreso de mercancías, libre de pago de tributos, a espacios autorizados y delimitados del territorio nacional. La Aduana del Ecuador controlará el ingreso y salida de las mercancías de las zonas francas. Este destino aduanero se regulará por las normas especiales contenidas en la Ley de su materia, sin perjuicio de otras normas que aseguren el tratamiento expedito de las operaciones correspondientes.

Zona de Libre Comercio.- Son zonas en las que se permite el libre intercambio de mercancías, las cuales se crean, regulan, modifican o suprimen conforme tratados internacionales, sin perjuicio del control que ejerce la Aduana sobre la tráfico de mercancías entre dichas zonas y el territorio aduanero.[2]

Regimenes Aduaneros: Entre los principales regímenes aduaneros, tenemos:

- ***Exportación a consumo:*** las mercaderías nacionales o nacionalizadas salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior.

[2] Ley Orgánica de Aduanas.

- ***Exportación temporal con reimportación en el mismo estado:*** permite la salida del territorio aduanero de mercaderías nacionales o nacionalizadas, para ser utilizadas en el extranjero, durante cierto plazo, con un fin determinado y son reimportadas sin modificación alguna; salvo la depreciación normal por el uso. Es un régimen suspensivo del pago de impuestos. Se tramita en el Banco Central y en Aduana.
- ***Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo:*** permite la salida del territorio aduanero de mercaderías nacionales o nacionalizadas, durante cierto plazo, para ser reimportadas luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación.

  Es un régimen suspensivo del pago de impuestos. Se tramita en el Banco Central y en Aduanas.
- ***Reexportación:*** cuando retornan al país mercaderías exportadas a consumo definitivo por haber sido rechazadas en el país de destino, por falta de cumplimiento del comprador, por fuerza mayor, etc. o por tratarse de elementos auxiliares que sirvan para la exportación del producto (canillas, tubos, conos o carretas) y de acuerdo a lo que indique la Ley Orgánica de Aduanas; estarán exentas del pago de tributos a la importación y el exportador tendrá derecho a la devolución del pago de los tributos por la exportación, a excepción de las tasas por servicios prestados, valor por el cual el Administrador Aduanero le emitirá nota de crédito.
- ***Exportación en consignación:*** se tramita en un banco corresponsal y Aduana.

- ***Exportación bajo régimen de maquila:*** es un régimen suspensivo de pago de impuestos, que permite el ingreso de mercaderías por un plazo determinado, para luego de un proceso de transformación, ser reexportadas.

  Se tramita en el Ministerio de Finanzas, Banco Central y banco corresponsal. Ver Ley de Maquila: Ley 90 de agosto 1990
- ***Ferias internacionales:*** exportación y reimportación se ajustan a las normas de exportación temporal.

  Se tramita en la Dirección de Desarrollo y Promoción de Exportaciones (MICIP), Cámara Binacional y Administración de Aduana.
- ***Trueque:*** Trámite en banco corresponsal en que se registra el contrato. También se paga cuota redimible a la CORPEI.[3]

d.1.3. Las Exportaciones

Definición: Son los actos o acciones de vender mercancías nacionales en el extranjero, por las vías habilitadas (marítimas, aéreas, terrestres o bultos postales), previo cumplimiento de los registros y formalidades pautadas en la Ley Orgánica de Aduanas, sus reglamentos y demás disposiciones correspondientes, vinculadas a la materia aduanera.[4]

Concepto de Exportador: Se considera exportador a la persona que ofrece sus bienes y/o servicios a potenciales compradores en el exterior.

---

[3] www.aduana.gov.ec

[4] NIETO CHURRUCA, Ana y LLAMAZARES, Olegario, Óp. Cit. Pág. 72.

Importancia: En un nivel macroeconómico la exportación de bienes y servicios resulta positiva para la balanza comercial, cuenta corriente y de pagos de cualquier país, es una fuente de demanda para la producción doméstica de bienes y multiplica el producto y los ingresos de la economía en general y de los agentes económicos participantes en particular. En un nivel empresarial existen diversas razones (factores microeconómicos) que explican por qué las exportaciones son siempre positivas: Permiten diversificar riesgos frente a mercados internos inestables y amortiguar los efectos de problemas macroeconómicos; promueven la operación con economías a escala, de tal forma que se aprovechen mejor las instalaciones existentes y se tenga un nivel de producción que implique menores costos unitarios; son una fuente de crecimiento y consolidación de cualquier empresa si es que los mercados internos son extremadamente competitivos; posibilitan obtener precios más rentables debido a la mayor apreciación del producto y de los ingresos de la población en los mercados a los cuales se exporta; alargan el ciclo de vida de un producto; mejoran la programación de la producción; permiten equilibrarse respecto a la entrada de nuevos competidores en el mercado interno y mejoran la imagen en relación con proveedores, bancos y clientes.

Clasificación: Las exportaciones se clasifican especialmente:

- ***Exportaciones Tradicionales:*** Son los productos que se exportan con frecuencia, y el país depende de ellos.

- ***Exportaciones no Tradicionales:*** Son aquellos productos que se exportan con muy poca frecuencia y el país no depende de ellos.
- ***Exportaciones Restringidas:*** Son aquellas exportaciones limitadas por el Estado por razones de seguridad.
- ***Exportaciones no Restringidas:*** Son aquellas que se realizan sin restricciones del Estado, pero deben cumplir con los debidos procesos aduaneros correspondientes.

Cómo Exportar desde Ecuador:

La decisión de exportar: La decisión de exportar de una empresa no debe ser considerada como un paliativo para hacer frente a una situación coyuntural que le presentare el mercado doméstico; si no muy por el contrario debe considerarse como un nuevo objetivo que requiere mentalizar a la dirección comercial y ejecutiva de la empresa y a todos sus integrantes de la responsabilidad que con tal decisión se deberá asumir.

Las 5 C de la Exportación

- Costo: bajo precio
- Calidad: constante
- Cantidad: ajustando la producción a la demanda externa
- Continuidad: manteniendo un stock para no producir vacíos
- Conducta: honestidad; responsabilidad empresaria

Ventajas de Exportar: En la actualidad exportar debe ser parte de las actividades prioritarias de las empresas, ya que les permitirá establecer planes de negocios más estables y de largo plazo. Habrá que estar seguros que conviene exportar. El empresario podrá convertirse en exportador vendiendo directamente sus productos en el exterior. También puede ser un exportador indirecto al vender materias primas y bienes intermedios que son necesarios en la fabricación de los productos de exportación final.

Existen muchas oportunidades, lo importante es decidirse a exportar. Al tomar la decisión, el empresario debe estar seguro que no está sólo y que junto a su esfuerzo encontrará una importante infraestructura de apoyos que han implementado entidades gubernamentales y privadas de Ecuador.

Procedimiento para Exportar:

Declaración de Exportación: Todas las exportaciones deben presentarse la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmita y tramita la exportación.

Documentos a presentar*:* Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- Documento de Transporte

Trámite: El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

Fase de Pre-embarque: 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. El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán 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 Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el

ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

Fase Post-Embarque: Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque. Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación. Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque. Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU. Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU impresa.
- Orden de Embarque impresa.

- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).
- CORPEI.

Agente Afianzado de Aduana: Es obligatorio la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos: para exportaciones efectuadas por entidades del sector público y para los regímenes especiales.

Requisitos para ser Exportador en la ADUANA

- Registrarse en la Página Web de la Corporación Aduanera (CAE).
- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:
    - Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.
    - Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.[5]

[5] www.aduana.gov.ec

Operadores de Comercio Exterior: Empresa o persona física con licencia gubernamental facultado para realizar las diferentes actividades de comercio internacional, como son: Despachadores de Aduana, conductores de recintos aduaneros autorizados, transportistas, concesionarios del servicio postal, duchos, consignatarios, y en general cualquier persona natural y/o jurídica interviniente o beneficiaria, por si o por otro, en operaciones o regímenes aduaneros previstos en la Ley, sin excepción alguna.

Aranceles: Impuesto sobre las importaciones, tasa a la que se gravan las mercancías importadas, se refiere usualmente también a una lista de productos con el impuesto que se debe pagar al gobierno para su importación.

d.1.4. PROYECTOS DE INVERSIÓN

d.1.4.1. ESTUDIO DE MERCADO

Concepto:

"Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado".[6]

[6] Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Modulo 9, Área Jurídica Social y Administrativa

Objetivos

- Conocer lo que está sucediendo y que se espera que suceda en el sector de la economía al cual se pretende incursionar con el producto.
- Establecer las fortalezas y debilidades de los competidores para aprovechar oportunidades en cuanto a la satisfacción de los clientes.
- Verificar que los clientes previstos existen realmente.
- Medir la potencialidad de esta demanda.
- Determinar el precio del producto o servicio.
- Elegir los medios más rentables para realizar la cifra de negocios, venta, comunicación, distribución, etc.

Comportamiento del mercado:

Un mercado se confluyen productos y consumidores para realizar intercambios de compra y venta. Para conocer el comportamiento del mercado, es preciso conocer todos y cada uno de los agentes que, con su actuación tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomarán al definir las estrategias comerciales. Para realizar el presente estudio se determinará cinco tipos de mercado:

- Mercado proveedor (quienes nos abastecen)
- Mercado distribuidor (intermediarios)
- Mercado consumidor (los clientes)

- Mercado competidor (la competencia)
- Mercado externo (fuentes externas de abastecimiento)

Análisis de la demanda (clientes)

Definición: "La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio y una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir. Conocer la demanda es uno de los requisitos de un estudio de mercado, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes y servicios y a qué precio"[7].

Para realizar el análisis de la demanda se debe tomar en cuenta:

- Los tipos de consumidores.
- Segmentarlos por actividad, edad, sexo, ubicación geográfica, ingresos.
- Conocer los gustos y preferencias.

Demanda Potencial: La demanda potencial es la cantidad global de las familias lojanas de la provincia que corresponden al porcentaje de la población total de la provincia, dividida par cuatro miembros por hogar, independientemente de los medios y preferencias para la adquisición del producto. Para determinar la demanda potencial se considera:

[7] Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Modulo "9", Área Jurídica, Social y Administrativa. Edición año 2008.

1. La tasa de crecimiento poblacional
2. Población urbana
3. Cuatro miembros por familia

Demanda Real: Se denomina demanda real a la demanda verdaderamente ejercida en los mercados. En sí, la demanda real es el número absoluto de familias que están dispuestas a adquirir el producto. Para obtener la demanda real tomamos en consideración lo siguiente:

1. Demanda potencial
2. Porcentaje de las familias que no consumen
3. Porcentaje de familias que no apoyan al producto
4. Porcentaje de familias que no contestan.

Análisis de la oferta (competencia)

Definición.- Es la cantidad de bienes y servicios que se pone a disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para los que adquieran. Para realizar el análisis competidor se debe tener en cuenta:

- El posicionamiento de los competidores en la mente de los clientes.
- Fortalezas y debilidades de los competidores.
- Quienes están ofreciendo ese mismo bien o servicio.
- Las características de los bienes o servicios de la competencia y el precio.

Plan de comercialización

El propósito de plan de comercialización es de prevenir a la empresa acerca de su posición actual y futura, puesto que los alcances de hoy y sus planes para el futuro depende de juicios anticipados de las condiciones del mercado. La comercialización es un instrumento de la dirección de empresas que suministra a las mismas los medios para diseñar y vender el producto aprovechando los recursos de la empresa. El plan de comercialización está elaborado en base a: Producto, Precio, Plaza, Promoción.

d.1.4.2. ESTUDIO TÉCNICO

"Determina los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considerando los datos proporcionados por el estudio de mercado. El objetivo es diseñar como se producirá aquello que se venderá. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial."[8]

En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que maquinas y procesos usar.

[8] COLOMA, F. (1991). Evaluación social de proyectos de inversión. Asociación Internacional de Fomento- Bco. La Paz. Bolivia.

- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

Tamaño y localización.

- **Tamaño:** Se relaciona a la capacidad de producir que tendrá la empresa durante un período de tiempo, a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año. El tamaño óptimo a elegir debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menos riesgo de mercado para el proyecto. Para determinar adecuadamente el tamaño se debe tomar en cuenta aspectos fundamentales:

  1. **Capacidad Instalada:** Se la determina por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el tiempo de vida de la empresa.

  2. **Capacidad Utilizada:** Es el rendimiento o nivel de producción con lo que se hace trabajar la maquinaria, está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período de tiempo.

- **Localización:** Permite ubicar geográficamente el lugar donde se implementará la nueva unidad productiva, para esto debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores están relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

  1. **Micro localización:** Se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local (planos urbanísticos).
  2. **Macro localización:** Se relaciona con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

- **Ingeniería del Proyecto:** Tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver con la construcción de una nave industrial, su equipamiento y características del producto de la empresa.

d.1.4.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

"Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada."[9]

[9] **"ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN**"; Guía de Estudio, Módulo X; Carrera de Administración de Empresas; Área Jurídica, Social y Administrativa; Editorial Universitaria; UNL Loja- Ecuador, 2004 – 2005; 114pp

- Qué régimen fiscal es el más conveniente.
- Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.
- Como organizar la empresa cuando el proyecto este en operación.

Estructura Organizativa

Base Legal: Para su libre operación toda empresa debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley entre ellos tenemos:

1. **Acta Constitutiva:** Es el documento certificatorio de la constitución legal de la empresa, en el cual se incluyen los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
2. **Razón Social o Denominación:** Es el nombre bajo el cual la empresa opera, debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.
3. **Domicilio:** Se deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona en el plano jurídico.
4. **Objeto de le Sociedad:** Se lo hace con un objeto determinado, ya sea: producir, generar y/o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
5. **Capital Social:** Se debe indicar cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como éste se ha conformado.
6. **Tiempo de Duración de la Sociedad:** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir

los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

7. **Administradores:** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quien responda por las acciones de la misma.

Estructura Empresarial: Es una parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asimilar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

1. **Niveles Jerárquicos de Autoridad:** Están definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme a lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más los que son propios de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

   Nivel Legislativo-Directivo

   Nivel Ejecutivo

   Nivel Asesor

   Nivel de Apoyo

   Nivel Operativo

2. **Organigramas:** Esquema de la organización de una entidad, de una empresa o de una tarea, entre los principales tenemos: funcional y estructural.

3. Manuales.

Manual de Funciones: Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica (relaciones de autoridad)
- Naturaleza del Trabajo
- Tareas Principales
- Tareas Secundarias
- Responsabilidades
- Requerimientos para el puesto

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo.

d.1.4.4. ESTUDIO FINANCIERO

"La función básica del estudio financiero es de determinar el monto de la inversión y la forma de cómo financiarlo, conocer los beneficios que se obtendrán al ejecutarla"[10].

[10] AYALA M. Jorge, **"TÉCNICAS FINANCIERAS PARA EVALUAR INVERSIONES.** Guayaquil- Ecuador.

Inversión y Financiamiento

Inversión: Es la aplicación que las personas dan a sus fondos tanto propios como ajenos y que se realizan con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro. La inversión se compone por los bienes materiales e inmateriales que son necesarios para el desarrollo de la empresa, entre las cuales se encuentran:

- Activo fijo
- Activo Diferido
- Activo circulante o Capital de trabajo

Financiamiento: "Es la acción por la que una persona o sociedad consigue capital para su creación o funcionamiento. El financiamiento se lo puede efectuar con capital propio o capital ajeno"[11].

a. **Capital Propio** Son los que proviene de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especies de los costos y de las utilidades y reservas de la empresa**.**
b. **Capital Ajeno** Son los que se obtienen de bancos y Financieras Privadas o de Fomento de Proveedores a través de la misión de obligaciones propias de la empresa.

Análisis de Costos: El costo son los gastos que son producen para la elaboración de un producto durante el periodo.

---

[11] LAWRENCE, J, Gitman, **"FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA"**, Editorial Harla.

Costos de Fabricación: Son los costos que se relacionan directamente con la actividad productiva de la organización, incluyendo en ellos el costo primo y los costos generales de fabricación.

a. Costo primo:

- Materia Prima Directa
- Mano de Odra Directa

b. Costos Generales de Fabricación:

- Materia de Obra Indirecta
- Mano Prima Indirecta
- Carga Fabril
- Depreciaciones

Elaboración de Presupuestos: El presupuesto recoge una previsión de ingresos y costos que se van a producir en el desarrollo de una actividad en un determinado periodo.

Presupuesto de Ingresos: Para la elaboración de este presupuesto se toma como referencia el costo unitario para el primer año de vida de proyecto, dato que se lo proyectará para el resto del año.

Presupuestos de Costos: Para la elaboración de Presupuesto de Costo se considera igualmente la tasa inflacionaria y se proyecta los costos de fabricación y operación, excepto las depreciaciones ya que su valor es constante para la vida útil del proyecto igualmente la amortización del diferido.

Estado de Pérdidas y Ganancias: Es uno de los costos financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas. El estado de pérdidas y ganancias llamando también Estado de Resultados nos muestra cual es la utilidad y la pérdida durante un periodo económico.

Ingresos: Están conformados por los resultados de las ventas u otros ingresos.

Egresos: Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Producción Gastos de Operación y Gastos Financieros

Determinación del punto de equilibrio: Es un punto de balance entre ingresos y egresos, denominado como punto muerto porque no hay pérdida ni ganancias; Cuando los ingresos y gastos son iguales se produce el Punto de Equilibrio.

- **Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada:** Permite conocer el porcentaje mínimo de la capacidad instalada que debe trabajar la empresa para producir, permite obtener sus ventas al nivel de ingresos que cubran los costos.
- **Punto de equilibrio en función de la producción:** Permite conocer el número de unidades que se debe producir y comercializar en un precio determinado para obtener ingresos en los cuales pueda cubrirse los costos.

Evaluación Financiera: Permite demostrar que la inversión propuesta se da o no económicamente rentable mediante la combinación de operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basada en valores actuales de ingresos y gastos, para proyectarlos en los criterios más utilizados como son:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Análisis de Sensibilidad
- Relación Beneficio Costo (B/C)
- Periodo de Recuperación de Capital

Para poder determinar estos indicadores primero se determina el Flujo de Caja.

Flujo de Caja: Representa el movimiento neto de caja durante cierto periodo que generalmente es de un año, permitiendo cubrir todos requerimientos de efectivo para el proyecto. Es importante recalcar que para la determinación del Flujo Neto de Caja se debe considerar solamente los ingresos reales y eficientes, es decir aquello que se producen por movimiento de dinero entre la empresa y el exterior.

Valor Actual Neto: Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos y ingresos a través de la vida útil del proyecto. En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontar una tasa de interés pagada por beneficiarse del préstamo a

obtener. Actualizando los valores se debe decidir la aceptación o rechazo del proyecto bajo los siguientes fundamentos:

a. Si el van es positivo se acepta la inversión
b. Si el VAN es igual a cero la decisión de invertir in indiferente
c. Si el van es negativo se rechaza la inversión

Tasa Interna de Retorno (TIR): Representa la tasa máxima de interés que se podría pagar por un préstamo de los ingresos provenientes del proyecto. Es también la tasa de rendimiento que ofrece el proyecto sobre la inversión a realizar. Los criterios de decisión para la TIR son los siguientes:

a) Si la TIR es mayor al costo de capital o al costo de oportunidad se acepta la inversión
b) SI la TIR es igual al costo del capital o el costo de oportunidad, la decisión resulta indiferente
c) Si la TIR es menor al costo de capital o al costo de oportunidad se rechaza la inversión.

Relación Beneficio Costo (R B/C): Este indicador se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido en el proyecto.

Periodo de Recuperación de Capital (PR/C): El periodo de recuperación de la inversión comprende el tiempo que requiere la empresa para recuperar la inversión original; es una medida de la rapidez en que el proyecto reembolsará el

desembolso original de capital. Las mejores inversiones son aquellas que tienen un periodo de recuperación más corto.

Análisis de Sensibilidad: El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar el proyecto, debido a que no se conocen las condiciones en las que se desenvolverá la empresa en el futuro.

Los criterios de decisión que considera este indicador son:

- Si el Coeficiente de Sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible
- Si el Coeficiente de Sensibilidad es igual a 1, el proyecto es indiferente
- Si el Coeficiente de Sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible

MATERIALES Y MÉTODOS

e. MATERIALES Y MÉTODOS

La realización del trabajo investigativo denominado: **"Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Empresa asesora de Comercio Exterior, en la Especialidad de Exportaciones para la Ciudad de Loja"**, se realizó con el uso de diversos métodos y técnicas para el desarrollo eficiente del tema. A continuación se describe los métodos y técnicas que se utilizaron:

e.1. MÉTODOS

e.1.1. Método Analítico-Sintético:

Se utilizó para descomponer y estudiar los principales aspectos relacionados con las importaciones - exportaciones y trámites aduaneros, analizando la factibilidad de crear una empresa que se dedique a prestar asesoría en comercio exterior en la especialidad de exportaciones, estableciendo relaciones entre estos conceptos que permitieron estructurar la propuesta planteada.

e.1.2. Método Inductivo:

Se empleó para en base a los resultados obtenidos en la investigación de campo, establecer generalizaciones que corroboren la necesidad de implementar una empresa de asesoría en comercio exterior.

e.2. TÉCNICAS

Las técnicas que se utilizaron en el presente proyecto son:

e.2.1. La Observación:

Es una técnica que se la utilizó en forma muy objetiva, la cual permitió observar las necesidades del mercado potencial, y cuál será su principal necesidad. La información obtenida fue analizada con el fin de adquirir elementos de juicio para la explicación del tema propuesto.

e.2.2. La Encuesta:

Consiste en formular un banco de preguntas que permitió recopilar datos para su posterior análisis. Aplicada a la población objetiva, en este caso a las PYMES PRODUCTORAS de la ciudad de Loja.

e.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

Según datos proporcionados por la Cámara de Industrias de Loja, para el año 2010, en la ciudad de Loja, existen 31 medianas industrias, de igual forma, en base a información proporcionada por la Cámara de la Pequeña Industria CAPIL, existen 421, pequeñas y micro industrias, lo que nos da un total de 452 industrias productoras, población que servirá de base para el cálculo de la muestra de industriass a las que se aplicará la encuesta.

Tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N}{1 + e^2 (N)}$$

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de población

1 = constante

(e) = margen de error.

$$n = \frac{452}{1 + (0.05)^2 * 452}$$

$$n = \frac{452}{2{,}13}$$

n = 212 encuestas

Esto en base a la información proporcionada por la cámara de comercio de Loja en la que constan 31 medianas industrias, y la información proporcionada por la cámara de la pequeña industria de Loja en cuyos registros se encuentran 421 pequeñas y micro industrias, dándonos un total de 452 industrias productoras a las cuales aplicando la fórmula nos da un total de 212 encuestas que es el tamaño de la muestra a estudiarse.

RESULTADOS

f. RESULTADOS

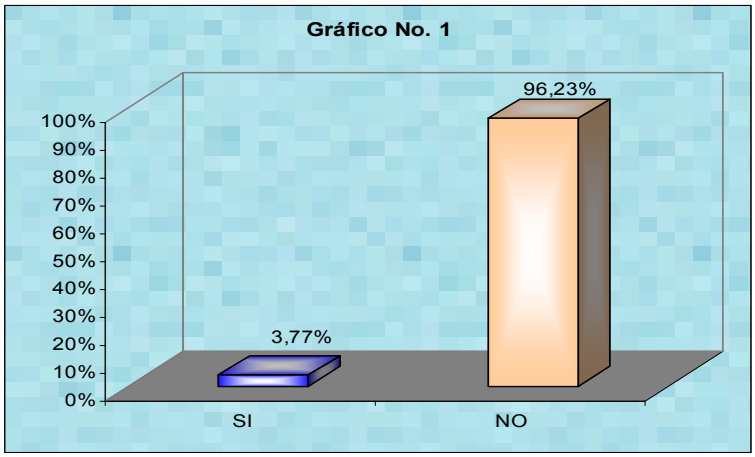
f.1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A PRODUCTORES

1. ¿Realiza Exportaciones?

Cuadro Nº 1

Descripción	Frecuencia	%
Si	8	3,77%
No	204	96,23%
TOTAL	**212**	**100,00%**

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



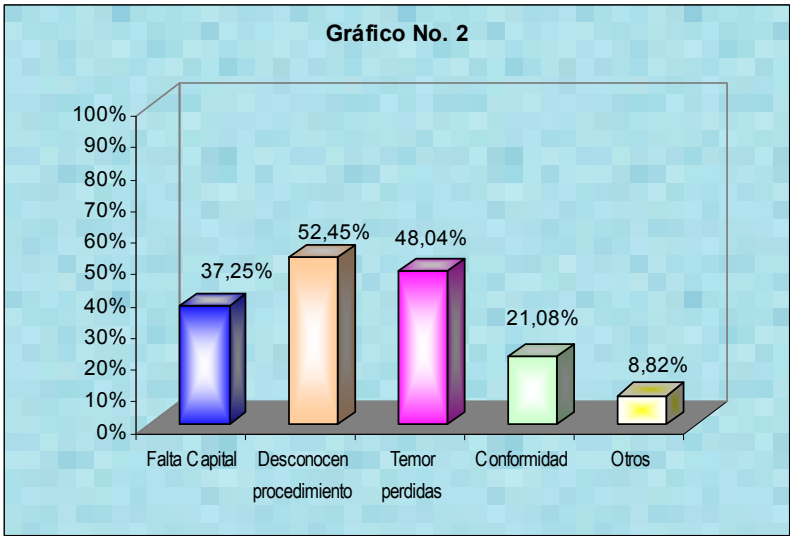
Interpretación: De las personas encuestadas, el 96,26% expresan que no realizan exportaciones de sus productos, mientras que el 3,37% han manifestado que si realizan exportaciones, especialmente a Estados Unidos y Europa, debido a la presencia de una gran cantidad de migrantes que demandan los productos locales.

2. ¿Si su respuesta es negativa, cuáles son los motivos por los que no realiza exportaciones?

Cuadro Nº 2

Descripción	Frecuencia	%
Falta de Capital	76	37,25%
Desconocen el procedimiento	107	52,45%
Temor a perdidas	98	48,04%
Conformidad	43	21,08%
Otros	18	8,82%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



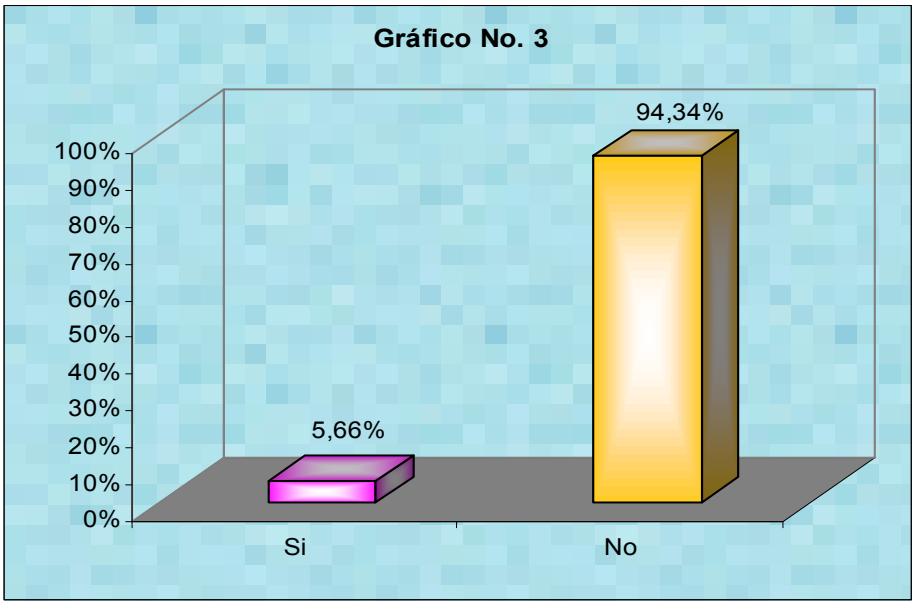
Interpretación: De las 342 respuestas obtenidas de los 204 encuestados que no realizan exportaciones, el 52,45% enfocan como causal principal el desconocimiento del procedimiento; el 48,04% señalan el temor a las pérdidas; un 37,25% atribuyen a la falta de capital; el 21,08% no realizan exportaciones por conformidad con su situación actual y un 8,82% indican otras razones para la no exportación de su producción.

3. ¿Conoce usted de una empresa que se dedique a brindar asesoría en Comercio Exterior, especialidad de exportaciones?

Cuadro Nº 3

Descripción	Frecuencia	%
Si	12	3,77%
No	200	96,23%
TOTAL	**212**	**100,00%**

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



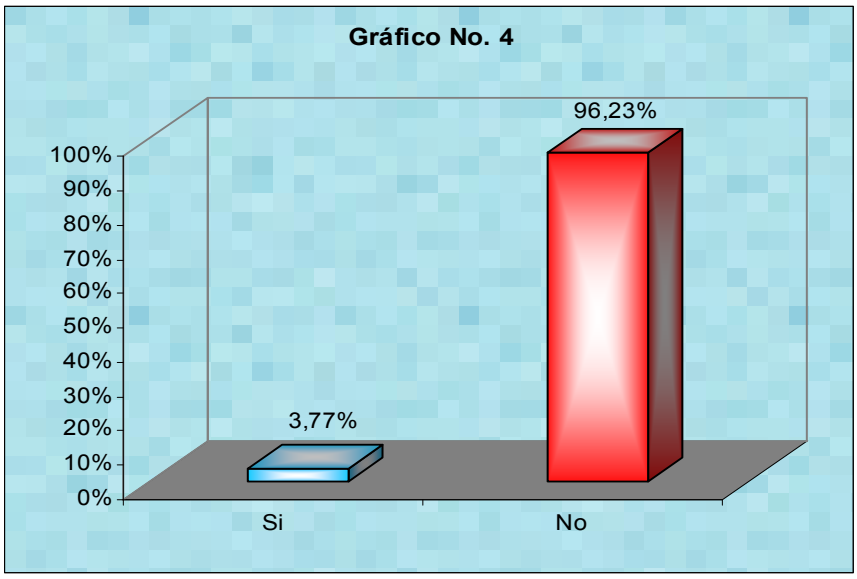
Interpretación: De las personas encuestadas, el 94,34% expresaron que desconocen sobre empresas que se dediquen a brindar asesoría en Comercio Exterior en la especialidad de exportaciones; en tanto que el 5,66% manifiestan que si tienen conocimiento acerca de empresas que se dedican a brindar este tipo de asesoría.

4. **¿Ha utilizado los servicios de una empresa asesora en exportaciones?**

Cuadro Nº 4

Descripción	Frecuencia	%
Si	8	3,77%
No	204	96,23%
TOTAL	**212**	**100,00%**

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



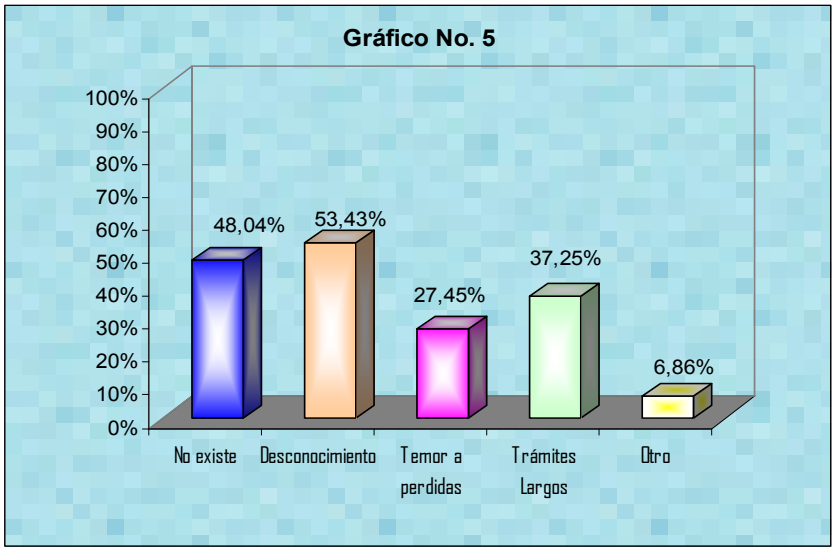
Interpretación: En relación a esta interrogante, un 96,23% señalan que no han utilizado el servicio de empresas que brindan asesoría en comercio internacional en la especialidad de exportaciones, mientras que un 3,77% señalan que si han utilizado el servicio de este tipo de empresas asesoras.

5. ¿Si su respuesta es negativa, cuáles son las razones por las que no ha utilizado el servicio?

Cuadro Nº 5

Descripción	Frecuencia	%
No existe	98	48,04%
Desconocimiento	109	53,43%
Temor a perdidas	56	27,45%
Trámites Largos	76	37,25%
Otras	14	6,86%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



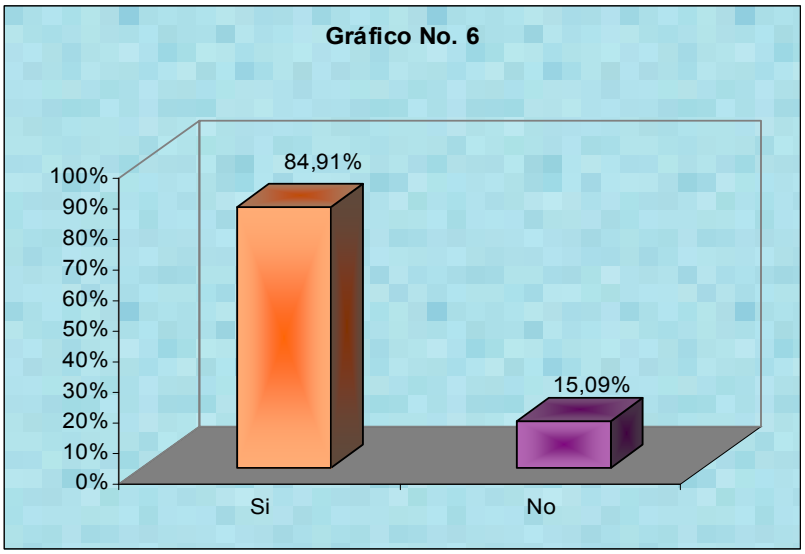
Interpretaciòn: De las 353 respuestas obtenidas de los 204 encuestados que no han utilizado los servicios de una empresa exportadora, el 53,43% coinciden en señalar que la razón es el desconocimiento del proceso de exportación; el 48,04% indican que es la falta de este tipo de empresas en la localidad; el 37,25% manifiestan que no utilizan el servicio porque los trámites son largos; el 27,45% manifiestan no utilizar el servicio por temor a perdidas; y finalmente el 6,86% indican otras razones para no utilizar el servicio.

6. ¿Considera que su producto tendrá aceptación en el mercado internacional?

Cuadro Nº 6

Descripción	Frecuencia	%
Si	180	84,91%
No	32	15,09%
TOTAL	**212**	**100,00%**

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



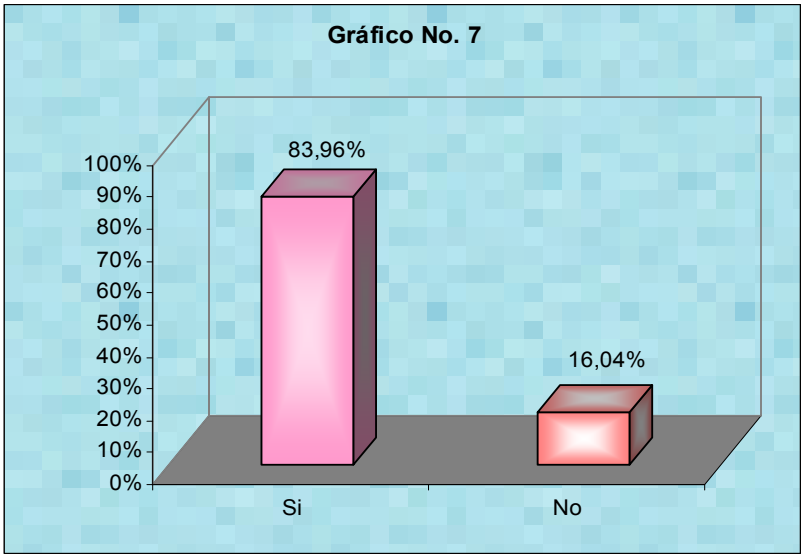
Interpretación: Ante esta interrogante los encuestados responden que el 84,91% consideran que el producto que ellos elaboran si tendría aceptación en el mercado internacional dada su calidad y buen precio; mientras que el 15,09% señalaron que su producto no tendría una adecuada aceptación requerida, dado los elevados estándares y la enorme competencia existente en el mercado internacional.

7. Si en la ciudad de Loja se creará una empresa asesora en comercio exterior en la especialidad de exportaciones. ¿Haría uso del servicio?

Cuadro Nº 7

Descripción	Frecuencia	%
Si	178	83,96%
No	34	16,04%
TOTAL	**212**	**100,00%**

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



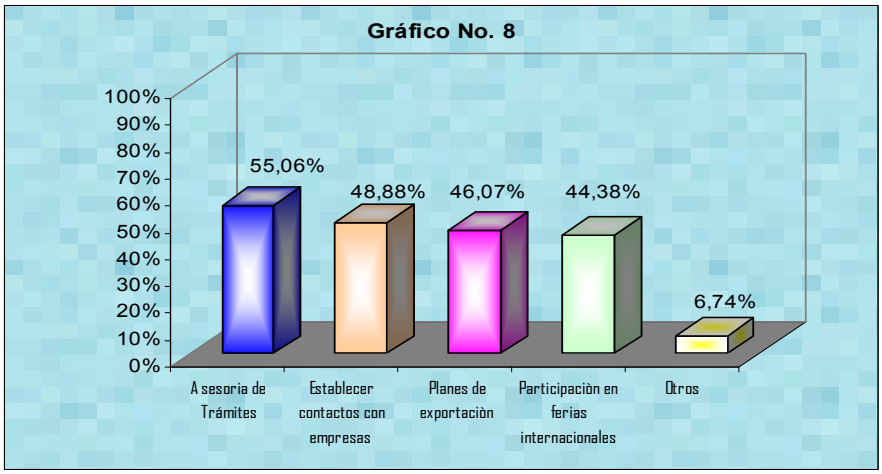
Interpretación: En relación a esta pregunta, el 83,96% señalaron que si se creara en la ciudad de Loja una empresa asesora de comercio exterior en la especialidad de exportaciones si harían uso de los servicios de la empresa dado que están interesados en exportados; en tanto que el 16,04% señalan que no utilizarían el servicio, ya que no les atrae demasiado el mercado internacional.

8. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca la nueva empresa?

Cuadro Nº 8

Descripción	Frecuencia	%
Asesoría de Trámites	98	55,06%
Establecer contactos con empresas	87	48,88%
Planes de exportación	82	46,07%
Participación ferias internacionales	79	44,38%
Otro	12	6,74%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



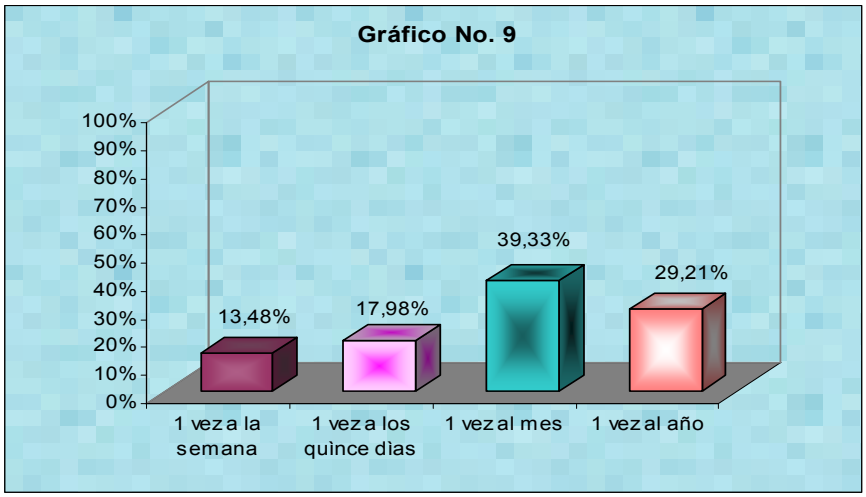
Interpretación: De las 358 respuestas obtenidas de los **178 encuestados** que si utilizarían los servicios de la empresa, el 55,06% señalan que les gustaría que la empresa ofreciera los servicios de asesoría durante todo el proceso de exportación, el 48,88% desearía que se realice los respectivos contactos con empresas nacionales e internacionales, el 46,07% indican que la empresa debería elaborar planes de exportación, un 44,38% coinciden en que se debería procurar la participación en ferias internacionales; los restantes que alcanzan el 6,74% señalan otros servicios adicionales.

9. ¿Con que frecuencia visitaría o haría uso del servicio en la nueva empresa?

Cuadro Nº 9

Descripción	Frecuencia	%
1 vez a la semana	24	13,48%
1 vez a los quince días	32	17,98%
1 vez al mes	70	39,33%
1 vez al año	52	29,21%
TOTAL	**178**	**100,00%**

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



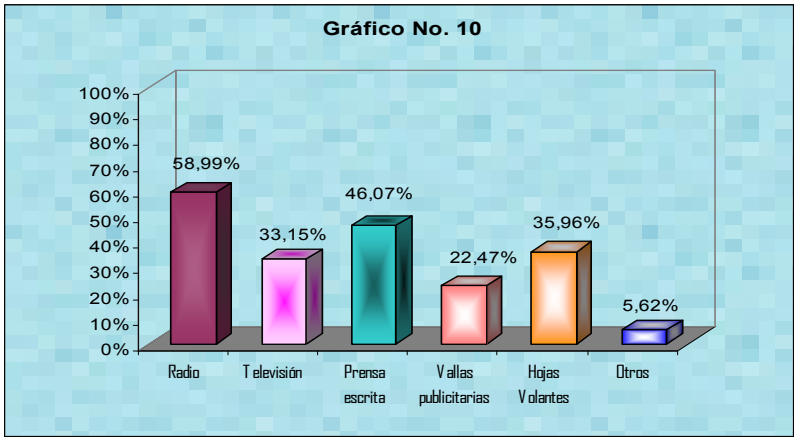
Interpretación: De las personas encuestadas que si utilizarían los servicios de la empresa, el 39,33% señalan que harían uso del servicio que presta la empresa cada mes; el 29,21% indican que usarían el servicio una vez al año, el 17,98% expresan que harían uso del servicio cada quince días; los restantes el 13,48% indican que utilizarían los servicios de la empresa una vez por semana.

10. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se diera a conocer los servicios de la nueva empresa?

Cuadro Nº 10

Descripción	Frecuencia	%
Radio	105	58,99%
Televisión	59	33,15%
Prensa escrita	82	46,07%
Vallas publicitarias	40	22,47%
Hojas Volantes	64	35,96%
Otro	10	5,62%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



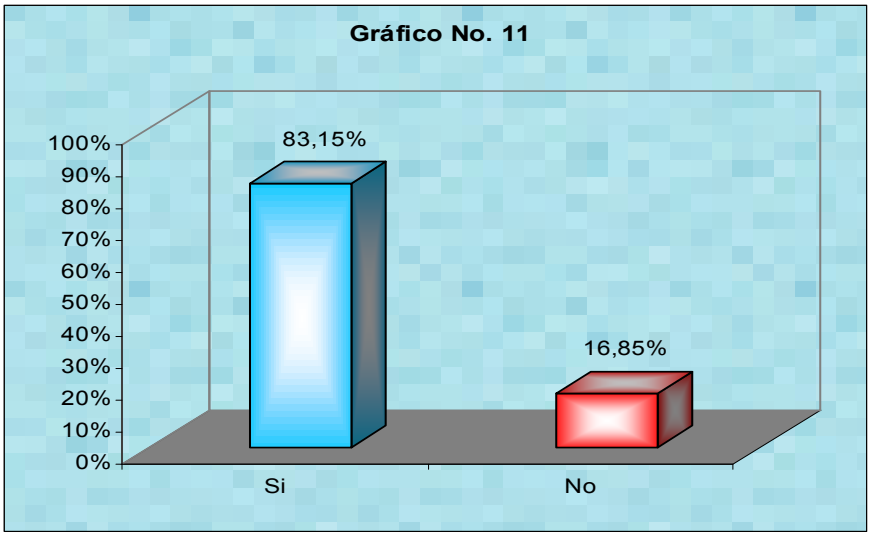
Interpretación: De las 360 respuestas obtenidas de los 178 encuestados que si utilizarían los servicios de la empresa, el 58,99% indican que prefieren que la publicidad se realice por radio; el 46,07% coinciden en que la publicidad se debe hacer por prensa escrita; un 35,96% señalan que a través de hojas volantes; el 33,15% manifiestan que se debería realizar por televisión; el 22,47% por medio vallas publicitarias; en tanto que el 5,62% señalan otros medios para realizar la publicidad de la empresa.

11. ¿Su empresa cuenta con los recursos necesarios para pagar este tipo de servicios?

Cuadro Nº 11

Descripción	Frecuencia	%
Si	148	83,15%
No	30	16,85%
TOTAL	**178**	**100%**

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



Interpretación: De los 178 productores que si utilizarían los servicios de la nueva empresa asesora, el 83,15% indican que su empresa si cuenta con los recursos para invertir en este tipo de estudios; mientras que el 16,85% manifiesta que su empresa no tiene la suficiente solvencia económica como para asumir estos gastos.

f.2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A OFERENTES

En la ciudad de Loja, en relación a instituciones o empresas dedicadas a la orientación de productores durante todo el proceso exportador, existe únicamente una oficina de la Agencia de Desarrollo Empresarial ubicada en el edificio de la Cámara de Comercio de Loja, que brinda una información general a las personas que se acercan en busca de una guía más específica de cómo realizar una exportación, pero esta en su mayoria solo indica la forma de realizar contactos con otras Camara de Comercio de ciudades de diferentes paises.

Lo que es clara evidencia de que existe un vacío en cuanto a la presencia de empresas privadas dedicadas a la asesoría, personalizada y ágil, en comercio exterior, especialmente en la especialidad de exportaciones, buscando que las micro, pequeñas y medianas empresas de la localidad, a través de este servicio ágil, honesto y eficaz, incrementen su productividad y competitividad en los mercados internacionales.

Sin embargo, en nuestra ciudad, si existen empresas o agencias dedicadas a la asesoría en proyectos de inversión, marketing, publicidad, comercialización, etc., que en un momento dado (debido al incremento de la demanda) optarían por brindar este servicio, por lo que a este tipo de empresas se las ha catalogado como potenciales ofertantes de este servicio.

Lo que permitirá además conocer la cantidad de servicios que ofrecen, precios, tiempo promedio empleado en realizar la asesoría, etc., información indispensable para el análisis del mercado.

Sin embargo de esto no representan una competencia directa, por lo que solo se utilizara de forma referencial.

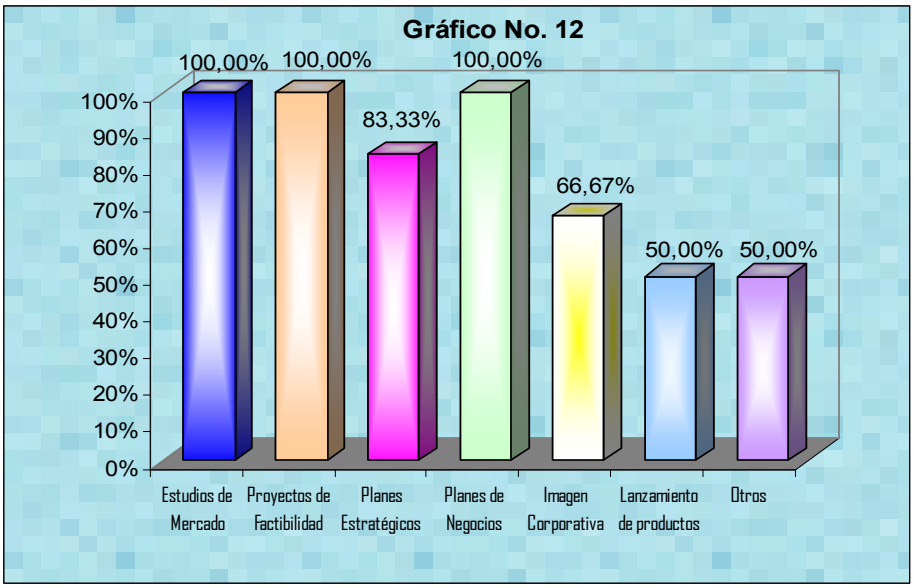
En la ciudad de Loja existen varias empresas dedicadas a la asesoría en investigaciones de mercado y marketing, estre las principales tenemos: A&M Marketing y Publicidad, Zebra, Imaginart, Punto Empresa, Fundación Crades y T Marca, a cuyos gerentes o administradores se les aplicó una encuesta para obtener una indicación directa e indirecta de sus intensiones, motivos, objetivos, estrategias actuales y sus capacidades para satisfacer las necesidades de una parte de los consumidores actuales, lo cual es de vital importancia para establecer nuevas estrategias y tácticas que nos permitirán desempeñarnos con mayor eficiencia y eficacia, logrando que la empresa logre posicionarse en el mercado por lo que se aplicaron 6 ecuestas a los posibles competidores.

1. ¿Su empresa qué tipos de servicios ofrece?

Cuadro Nº 12

Descripción	Frecuencia	%
Estudios de Mercado	6	100,00%
Proyectos de Factibilidad	6	100,00%
Planes Estratégicos	5	83,33%
Planes de Negocios	6	100,00%
Imagen Corporativa	4	66,67%
Lanzamiento de productos	3	50,00%
Otros	3	50,00%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



Interpretación: De las 33 respuestas obtenidas de los 6 encuestados, podemos indicar que todas las empresas realizan estudios de mercado, proyectos de factibilidad

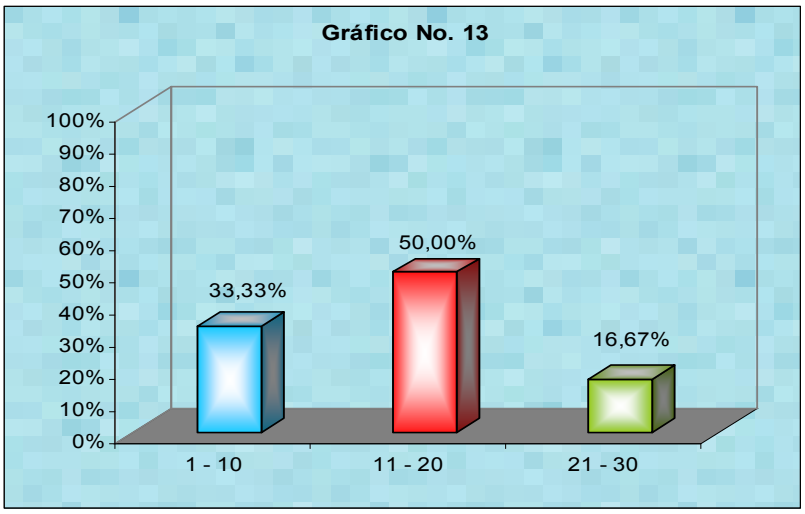
y planes de negocios (100%), el 83,33% elaboran planes estratégicos, el 66,67% realizan imagen corporativa, y finalmente, el 50% diseñan lanzamiento de productos y brindan otros servicios, especialmente publicitarios.

2. ¿Cuántos clientes en promedio utilizan sus servicios mensualmente?

Cuadro Nº 13

Descripción	Frecuencia	%
1 – 10	2	33,33%
11 – 20	3	50,00%
21 – 30	1	16,67%
TOTAL	**6**	**100,00%**

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



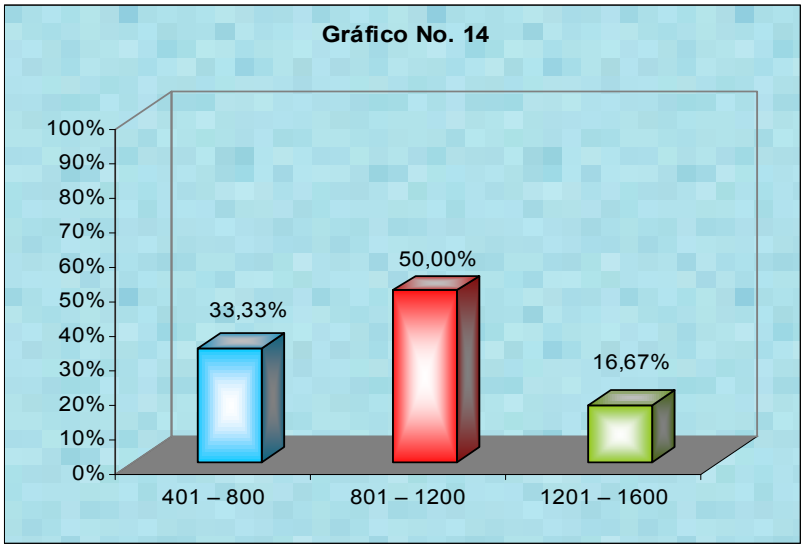
Interpretación: De los gerentes o administradores de las empresas encuestadas, el 50,00% indicaron que mensualmente la cantidad de clientes que utiliza sus servicios fluctúa entre 11 a 20 clientes, el 33,33% señalaron que la cantidad de clientes al mes oscila entre 1 a 10 al mes, finalmente el 16,67% señala que su empresa atiende mensualmente entre 21 a 30 clientes en diferentes servicios, especialmente en proyectos de inversión, marketing, publicidad y diseño gráfico

3. ¿En promedio cuánto cobra su empresa por los estudios que realiza?

Cuadro Nº 14

Descripción	Frecuencia	%
401 – 800	2	16,67%
801 – 1200	3	66,67%
1201 – 1600	1	16,67%
TOTAL	**6**	**100,00%**

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



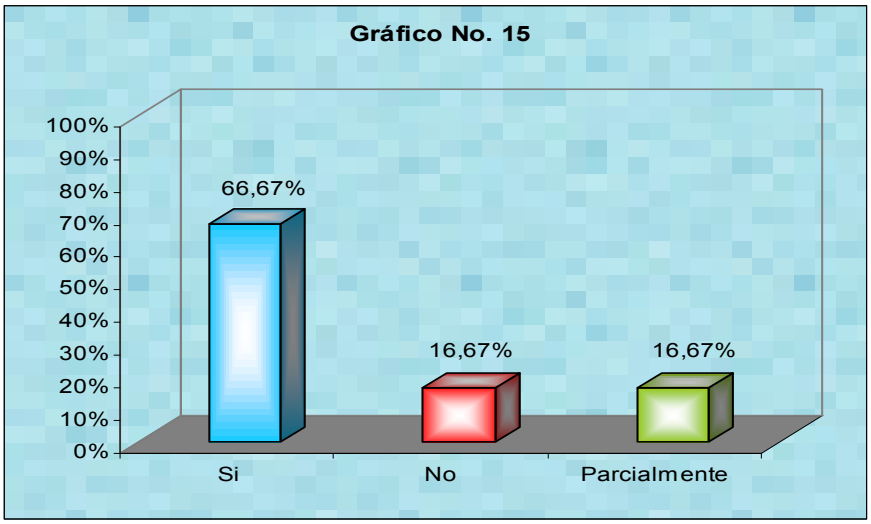
Interpretación: Respecto a los precios que las empresas han fijado por sus servicios, el 50,00% señalaron que sus precios promedios fluctúan entre 801 a 1200 dólares; el 33,33% indican que sus precios promedios están entre 401 a 800 dólares; y finalmente el 16,67% manifiesta que los precios promedios que cobran por los servicios fluctúan entre 1201 y 1600 dólares.

4. ¿Estos precios son aceptados por sus clientes?

Cuadro Nº 15

Descripción	Frecuencia	%
Si	4	66,67%
No	1	16,67%
Parcialmente	1	16,67%
TOTAL	**6**	**100,00%**

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



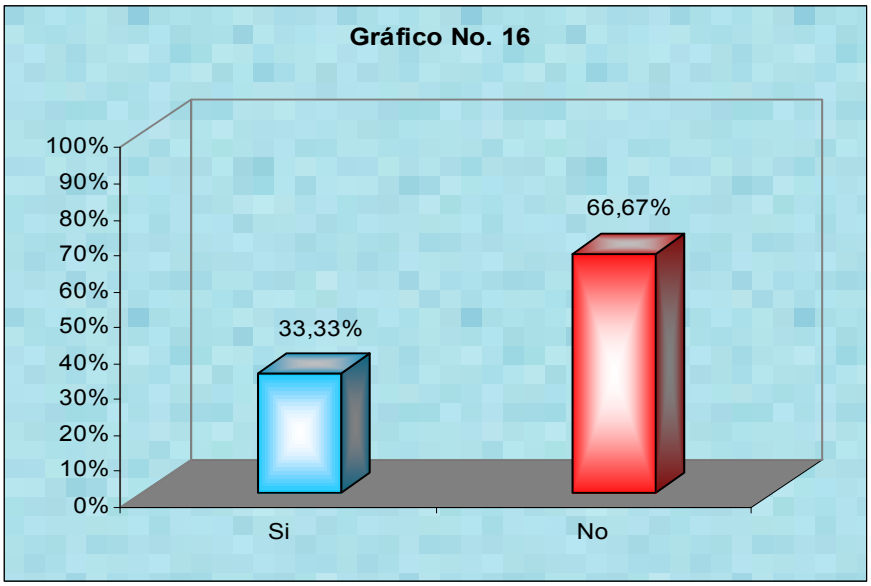
Interpretación: Respecto a la aceptación o no de los precios que las empresas fijan por parte de los clientes, el 66,67% indican que los precios son razonables y por lo tanto aceptados por los clientes; el 16,67% indica que parcialmente, dado que siempre existe un resistencia inicial al pago, dada la costumbre de pedir rebaja; finalmente el 16,67% señala que en un principio los precios no son aceptados, pero que una vez que se explica todas las actividades que se deben desarrollar para realizar el estudio, son aceptados.

5. ¿Ha realizado en alguna ocasión estudios relacionados con exportaciones?

Cuadro Nº 16

Descripción	Frecuencia	%
Si	2	16,67%
No	4	66,67%
TOTAL	**6**	**100,00%**

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



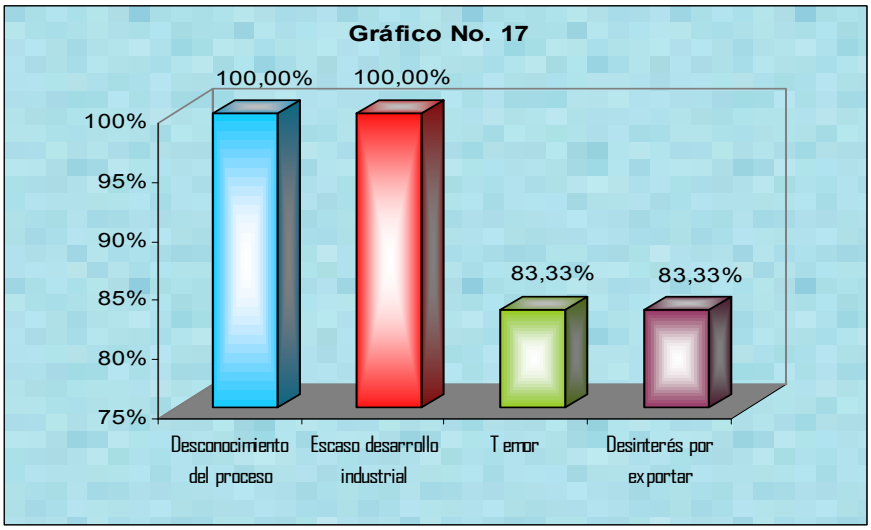
Interpretación: En relación a esta interrogante, el 66,67% indican que no han realizado este tipo de estudios, dada el escaso desarrollo del comercio internacional en la localidad; mientras que el 33,33% señalan que esporádicamente han realizado este tipo de estudios, especialmente relacionados con asesoramiento en trámites de exportación y elaboración de un plan de exportación.

6. ¿Cuáles considera son las razones para la escasa demanda de este tipo de estudios?

Cuadro Nº 17

Descripción	Frecuencia	%
Desconocimiento del proceso	6	100,00%
Escaso desarrollo industrial	6	100,00%
Temor	5	83,33%
Desinterés por exportar	5	83,33%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor



Interpretación: De los 6 encuestados, podemos indicar que todos los gerentes (100%) consideran que las principales razones para la escasa demanda de este tipo de estudio son el desconocimiento del proceso de exportación y el escaso desarrollo industrial, otras causas con menor incidencia son temor a exportar y el desinterés por exportar con porcentaje del 83,33%.(A&M Marketing y Publicidad, Zebra, Imaginart, Punto Empresa, Fundación Crades y T Marca).

DISCUSIÓN

g. DISCUSIÓN

g.1. ESTUDIO DE MERCADO

g.1.1. DETERMINACIÓN DE VISITAS ANUALES REQUERIDAS

La visita anual requerida es el número de veces que una persona adquiere un producto o utiliza un servicio en un tiempo determinado, para lo cual a través de un estudio de mercado se pudo establecer el número de veces que los productores están dispuestos a utilizar el servicio de asesoría en exportaciones que ofrecerá la nueva empresa, cuyo calculo se lo presenta a continuación:

Cuadro Nº 18
Número de veces en Servicio de Asesoría

Categorías	Frecuencia	Porcentaje %
Semanal	24	13,48%
Quincenal	32	17,98%
Mensual	70	39,33%
Anual	52	29,21%
TOTAL	**178**	**100,00%**

Fuente: Cuadro Nº 9
Elaboración: El Autor

De los datos obtenidos en la encuesta, se pudo determinar que 178 utilizarían los servicios que brinda la empresa asesora, determinándose que semanalmente visitan 24 productores lo que multiplicado por 52 semanas que tiene el año se obtiene un total de 1248 visitas; quincenalmente visitan 32 productores lo que multiplicado por 26 quincenas que tiene un año se obtiene un total de 832 visitas;

mensualmente visitan 70 productores lo que multiplicado por 12 meses se obtiene un total de 840 visitas anuales; finalmente 52 productores realizarían 52 visitas en el año. Esta información es utilizada para determinar el número de visitas que tendrá anualmente la empresa de asesoramiento en exportaciones, para lo cual se realiza el siguiente cálculo.

CÁLCULO DEL PROMEDIO DE VISITAS ANUALES REQUERIDAS

Para la obtención de las visitas anuales requeridas se efectuó las siguientes operaciones:

Periodo	**No. Visitas Xn**	**Frecuencia F**	**Visitas Promedio Xn*F**
Semana	24	52	1248
Quincena	32	26	832
Mes	70	12	840
Año	52	1	52
TOTAL	**178**		**2972**

Visitas anuales requeridas = Semanal + Quincenal + Mensual + Anual

Visitas anuales requeridas = 1248 + 832 + 840 + 52

Visitas anuales requeridas = 2972

Visitas Promedio = Sumatoria de Xn*Frecuencia/Número de Visitas

VP = 2972/178

VP = 17

g.1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda de toda empresa está conformada por la cantidad del servicio requerido por los usuarios en un momento determinado, para establecer la demanda, acudimos a fuentes estadísticas, además de acuerdo a la muestra seleccionada se aplica encuestas para luego obtener y ordenar la información y realizar el análisis e interpretación de los resultados. En este sentido, lo que interesa conocer por medio del análisis de la demanda, es la existencia de usuarios que estén en condiciones suficientes de ocasionar una demanda del servicio que justifique la ejecución del proyecto de la futura empresa.

En el presente caso el número de visitas anuales requeridas es de 2972 veces, resultado que se divide para los 178 productores que visitaran la empresa asesora, obteniendo como resultado 16,69, es decir, 17 visitas anuales. Una vez determinada la visita anual requerida por productor se procedió a realizar tres segmentaciones para obtener la demanda potencial, real y efectiva del servicio brindado por la empresa asesora en comercio exterior, en la especialidad de exportaciones, las mismas que se detallan más adelante.

g.1.2.1. DEMANDA POTENCIAL

Para la determinación de la demanda potencial tomaremos a todas las industrias productoras de la ciudad de Loja, Lo que se puede evidenciar en las respuestas presentadas en el cuadro N° 6.

Cuadro Nº 19

Determinación de Demandantes Potenciales

Empresas Productoras	Porcentaje	Demandantes Potenciales
452	100,00%	452

Fuente: Cuadro N° 6
Elaboración: El Autor

El total de empresas productoras que existen en la ciudad de Loja en el año 2010, que es de 452, las mismas que cuentan con las condiciones para que sus productos sean exportados a mercados internacionales.

g.1.2.2. DEMANDA REAL

La demanda Real se la obtuvo mediante la segmentación, donde se pudo determinar la cantidad de productores que utilizarían los servicios que brinde la nueva empresa asesora en comercio exterior, en la especialidad de exportaciones.

Para determinar la demanda real se toma la demanda potencial que es de 452 empresas productoras, y se multiplica por el 83,96% que son los productores

dispuestos a utilizar los servicios de asesoría, según el cuadro N° 7 de la encuesta aplicada a productores, obteniendo como resultado 380 empresas.

Cuadro Nº 20

Determinación de Demandantes Reales

Demanda Potencial	Porcentaje	Demandantes Reales
452	83,96%	380

Fuente: Cuadro N° 7
Elaboración: El Autor

g.1.2.3. DEMANDA EFECTIVA

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que en la práctica están dispuestos a adquirir el producto. Esta nos ayuda a conocer el número de empresas productoras dispuestas a utilizar los servicios que brinda la empresa asesora. Con el propósito de obtener la demanda efectiva, se preguntó a los productores si su empresa cuenta con los recursos económicos para solventar los gastos de este tipo de servicios, lo cual nos arrojó un segmento de mercado del 83,15% que respondieron que si cuentan con la capacidad económica, por lo que de los 380 demandantes reales, multiplicamos por el 83,15% de demandantes con capacidad económica y obtenemos 316 empresas productoras que efectivamente utilizarían el servicio.

Cuadro Nº 21

Determinación de los Demandantes Efectivos

Demanda Real	Porcentaje	Demanda Efectiva
380	83,15%	316

Fuente: Cuadro N° 11
Elaboración: El Autor

Para determinar el total de servicios utilizados por las empresas productoras de la ciudad de Loja en el año, se multiplica la demanda efectiva de 316 empresas productoras por el número de visitas promedio que es de 17, obteniendo un total de 5372 servicios utilizados.

Cuadro Nº 22

Determinación de la Demanda Efectiva en Servicios

Demanda Efectiva	Visitas Promedio	Total Anual De Servicios
316	17	5372

Fuente: Cuadros N° 19, 20, 21
Elaboración: El Autor

g.1.2.3. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO.

En el estudio para proyectar la demanda efectiva se procede a calcular la tasa de crecimiento de las empresas productoras en la ciudad de Loja, para lo cual se considera la información proporcionada tanto por la Cámara de Industrias de Loja como por la Cámara de la Pequeña Industria CAPIL.

Y se utiliza la fórmula siguiente:

$$Pn = Po(1+i)^n$$

Donde:

i = tasa de crecimiento

Pn = población del último año del periodo (2010)

Po = población del primer año del periodo (2006)

n = número de periodos

1 = operador del logaritmo natural

Reemplazando tenemos:

$$Po = (1+i)^n = Pn$$

$$(1+i)^n = \frac{Pn}{Po}$$

$$i = \sqrt[n]{\frac{Pn}{Po}} - 1$$

$$i = \sqrt[5]{\frac{452}{424}} - 1$$

$$i = \sqrt[5]{1{,}066037736} - 1$$

$$i = 1{,}012 - 1$$

$$i = 0{,}012 * 100$$

$$i = 1{,}28\%$$

Con la tasa de crecimiento de 1,28%, proyectamos la demanda para los 5 años de vida útil del proyecto.

Cuadro Nº 23

Demanda Efectiva para los 5 Años de Vida Útil

Año	Periodo	No. De Empresas	Servicios Prestados	Demanda Efectiva
2010	0	316	17	5372
2011	1	320	17	5441
2012	2	324	17	5510
2013	3	328	17	5581
2014	4	332	17	5652
2015	5	336	17	5724

Fuente: Encuesta
Elaboración: El Autor

g.1.3. ESTUDIO DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores y/o comerciantes están dispuestos a ofrecer en un mercado, en un tiempo determinado. En el caso del presente proyecto, la oferta está constituida por la cantidad de servicios que las empresas, agencias y fundaciones asesoras de proyectos de inversión, de marketing, de publicidad, etc., ofertaron en el mercado de la ciudad de Loja durante el año 2010.

g.1.3.1. Determinación de Servicios Prestados

Las prestaciones del servicio son las cantidades de servicios que las empresas asesoras han ofrecido a las empresas productoras y personas económicamente activa de la localidad. Para el este estudios se toma en cuenta que no existe oferta por lo tanto la oferta es 0.

g.1.3.2. Determinación de la Cantidad Ofertada

Para determinar la cantidad ofertada de asesorías en comercio exterior, en la especialidad de exportaciones en Loja, se procede a multiplicar la cantidad de oferentes que en la actualidad comercializan el producto por la cantidad promedio de venta al mes, en el presente caso es 0.

g.1.3.3. Proyección de la Oferta para los 5 Años de Vida Útil del Proyecto

En el presente estudio para proyectar la oferta se consideran los 5 años de vida útil del proyecto, tomando como base el año 2010 y la tasa de crecimiento de las medianas, pequeñas y micro industrias del 1,28% que se utilizó para proyectar la demanda. La oferta proyectada será de 0.

g.1.4. BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

La diferencia entre la oferta y la demanda efectiva permitirá obtener la demanda insatisfecha de servicios de asesoría en comercio exterior, en la especialidad de exportaciones, información fundamental para el cálculo de la capacidad instalada y capacidad utilizada de la empresa. En el cuadro siguiente se realizan las operaciones para determinar esta relación.

Cuadro Nº 24
Demanda Insatisfecha

Año	Periodo	Demanda Efectiva	Oferta	Demanda Insatisfecha
2010	0	5372	0	5372
2011	1	5441	0	5441
2012	2	5510	0	5510
2013	3	5581	0	5581
2014	4	5652	0	5652
2015	5	5725	0	5725

Fuente: Cuadros No. 23 y 26
Elaboración: El Autor

g.1.5. ESTRATEGIAS DE MERCADO

Esta parte del proyecto es de vital importancia previo a la efectuar la inversión e iniciación del negocio, aquí se detalla lo que se espera conseguir con este proyecto, lo que costará, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución, y un análisis detallado de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos. Para el diseño de las estrategias de mercado en la comercialización del servicio de asesoría en comercio exterior, en la especialidad de exportaciones, se tomará en cuenta los elementos de la mezcla de mercado (marketing mix) que son: servicio, precio, plaza y promoción.

Este análisis permite definir con mayor exactitud cuáles son las características de nuestros clientes potenciales, cada segmento o sector, lo que posibilita tener mejores posibilidades de ubicar los servicios correctamente, definir las políticas, precios y establecer nuestras estrategias y tácticas de promoción y comunicación.

g.1.5.1. Características del Servicio (Producto)

Frente a los cambios constantes de las sociedades en lo que se refiere a nuevas tecnologías, hábitos y comportamientos se ha creído conveniente buscar en las empresas resultados en ventas, posicionamiento, imagen, aplicando el marketing alternativo que ofrece soluciones innovadoras asociadas con los resultados esperados en las empresas emprendedoras.

Logotipo

H.E/XPORTACIONES

Lideres en Asesoría en Exportaciones

H.E/XPORTACIONES será una empresa independiente de servicio profesional, dedicada al asesoramiento en comercio exterior, en la especialidad de exportaciones. Esta empresa mantendrá un equipo creativo y profesional de profesionales especializadas en comercio exterior, especialidad exportaciones, que le permitan la creación de ideas y la solución de problemas que se presentan en las negociaciones internacionales.

Diferenciación del Servicio

Como ya hemos mencionado en la descripción del producto, nos identificaremos con una política de buen servicio al cliente, porque contaremos con personal especializado, una Estructura Organizacional Horizontal a nivel del Departamento de Operaciones, lo que nos permitirá otorgar a cada cliente un Asesor de Cuenta.

Además, contaremos con una página Web para que nuestros clientes puedan consultar sobre el estatus y/o progreso de sus trámites a través de un código de acceso asignado por la empresa, pudiendo así atender sus necesidades las 24 horas del día y no solo en horarios de oficina. Además la página ayudará a promover el acercamiento de las PYMES a programas auspiciados por la CORPEI, RED TIPS

y otros, que brindan facilidades comerciales para las PYMES, será una ventana de ayuda alimentada por servidores propios y por las instituciones gubernamentales encargadas del comercio exterior tales como: Corporación Aduanera Ecuatoriana, COMEXI y MIPRO. Actualmente, pocas compañías asesoras en Comercio Exterior, cuenta con esta modalidad y los clientes cada vez que desean saber cómo está su trámite tienen que comunicarse con diferentes asesores, lo que genera pérdida de tiempo y malestar si no se conoce el procedimiento interno con el cual se maneja la empresa. El objetivo de esta función Web, es que cada cliente esté siempre al tanto de las secuencias y procesos que conlleva un trámite de exportación encargados a "H. E. EXPORTACIONES Cía. Ltda." A continuación se muestra una tentativa de cómo será la página de presentación de la empresa:

Fuente: "H. E. EXPORTACIONES Cía. Ltda." Modelo de página Web – Página de Inicio
Elaboración: El Auto

Con nuestro sistema el cliente podrá revisar la partida arancelaria de su producto en cualquier momento, lo que lo beneficiará en cuanto a conocimiento de leyes, reglamentos y más que todo a las restricciones emitidas por el órgano regulador. Procuramos evitar que nuestros clientes se vean inmersos en problemas pre-embarque y podrán ahorrar costos por posibles multas y contravenciones aduaneras. A la vez, ésta será una herramienta para que nuestros clientes puedan capacitarse en línea y conocer los datos del proceso de exportación de su partida sugerida.

Dentro de los servicios a ofrecer por parte de la empresa, tenemos como los principales los siguientes:

- ✓ Planes de Exportación
- ✓ Asesoramiento en el Proceso de Exportación
- ✓ Asesoramiento Aduanero
- ✓ Establecimiento de relaciones comerciales, entre los principales.

Adicionalmente se brindará a los clientes asesoría complementaria de acuerdo a la necesidad del trámite a realizar; en los siguientes parámetros:

- Servicio legal
- Reclamos administrativos
- Impugnaciones
- Devoluciones condicionada de tributos
- Cumplimiento y aplicación de requisitos legales, nacionales y/o extranjeros

- Elaboración de fichas técnicas por servicios
- Selección de términos de negociación internacional (INCOTERMS)
- Logística internacional
- Clasificación de partidas arancelarias e interpretación de leyes y disposiciones por parte de nuestros técnicos profesionales.
- Registro de nuevos importadores y exportadores en el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE)
- Registro de Firmas Autorizadas para la Declaración Andina de Valor (DAV).

Mecanismos de atención al cliente

La empresa de asesoramiento en exportaciones contará con dos mecanismos de atención al cliente:

Asesor de Cuenta: La empresa tendrá el compromiso de brindarle al cliente un servicio completo en materia de exportaciones y con las especificaciones de calidad, mediante los ejecutivos que realizarán el asesoramiento en forma personalizada, con lo que se quiere que los clientes queden satisfechos con el servicio brindado.

Página de Internet de la compañía: Como se mencionó en diferenciación del servicio, los clientes puedan consultar sobre el estatus y/o progreso de sus trámites

a través de un código de acceso asignado por la empresa, pudiendo así atender sus necesidades las 24 horas del día y no solo en horarios de oficina.

Política de cobro de los servicios: Para el desarrollo de una correcta administración de la función de cobro en "H.E. EXPORTACIONES Cía. Ltda.", es necesario contar con una estrategia clara y bien definida que nos permita hacer frente a las posibles causas de un retraso en pago, pero también a tomar acciones concretas cuando se presentan a fin de que estas no se repitan.

El análisis de crédito.- Para establecer nuestra política de cobro del servicio, realizaremos un análisis estricto y a fondo de los posibles clientes, ya que antes de otorgar un crédito (de máximo 30 días) a un nuevo cliente, se debe filtrar previamente a todos los solicitantes de crédito y descartar los morosos en potencia. Para lo cual consideraremos los siguientes aspectos:

- Solvencia
- Resultados
- Nivel de endeudamiento
- Puntualidad en el pago
- Perfil e historial de los socios y administradores

Una vez determinados los clientes que podrán acceder al crédito, hemos fijado un máximo de 25% a crédito por el servicio a recuperar en un plazo máximo de 30 días y la diferencia al contado, es decir el 75%.

También provisionaremos el 5% del total de las cuentas por cobrar para cubrir un posible escenario en el caso de que nuestros clientes incumplieran con el pago.

g.1.5.2. Estrategia de Precios

La definición del precio debe conciliar diversas variables que influyen sobre el comportamiento del mercado. En primer lugar está la demanda asociada a distintos niveles de precio; luego los precios de la competencia para productos similares y sustitutos y, por último los costos.

Políticas de precio de la competencia

Al verificar los precios de la competencia (contactos telefónicos y correos electrónicos) especialmente de la ciudad de Guayaquil, se pudo constatar que están en un rango superior al que pretende establecer la nueva empresa, debido especialmente a un elevado porcentaje su utilidad.

Política de Precio "H.E. EXPORTACIONES Cía. Ltda."

Nuestra política de precios, estará orientada a beneficiar al pequeño y mediano empresario, por lo que establecerá un precio que pueda cubrir los costos y además permita obtener utilidad, cabe recalcar que el precio será muy competitivo en el mercado en el que vamos a incursionar.

La forma más simple de calcular un precio es incrementando un porcentaje a los costos unitarios totales. Para ello, se calcula un porcentaje sobre el precio de venta, de la siguiente forma:

$$\boldsymbol{PV = Cu + Mu}$$

Donde PV es el precio del servicio, Cu es el costo unitario del servicio, Mu es el margen de utilidad sobre el costo unitario. Por otra parte Cu, se calculará de la siguiente manera:

$$\boldsymbol{Cu = \frac{CF + CV}{Q}}$$

Donde CV es el costo variable mensual, CF representa los costos fijos mensuales, la suma de estos dos costos nos dan los costos totales. Al dividir los costos totales para Q que es la cantidad de servicios que se darán en el mes, obtendremos los Costos Unitarios.

Para determinar el Costo consideramos todos aquellos desembolsos de dinero en que incurriremos aunque no realicemos ningún trámite.

Margen de utilidad unitario

Establecimos un margen de utilidad del 25%, es decir, recuperamos 25 centavos de cada dólar de la Inversión al brindar el Servicio de Asesoría. Esta utilidad la hemos establecido basándonos en un margen conservador en comparación con la competencia, tomando en cuenta la realidad socioeconómica de la ciudad de Loja.

g.1.5.3. Estrategia de Ventas (Plaza)

Clientes Iníciales

Nuestros clientes potenciales inicialmente serían las 452 PYMES productoras de la ciudad de Loja, como se definió en la metodología del proyecto, a los que habrá que dirigir los esfuerzos de publicidad y promoción del servicio.

Estrategias de Posicionamiento

- Crear una buena imagen frente al mercado
- Brindar un servicio de calidad que compita con el que existe en la actualidad.
- Trabajar con un promotor que será el encargado de hacer conocer el servicio de asesoría por medio de catálogos.

g.1.5.4. Publicidad y Promoción

Son tácticas que conllevan el estudio de las posibles opciones extraordinarias que puede emprender la agencia para ofrecer servicios adicionales por un tiempo corto y con un objetivo específico dentro de un estudio de mercado. Para incursionar en el mercado de exportaciones y a la vez elevar nuestra marca "H.E EXPORTACIONES Cía. Ltda.", en la ciudad de Loja y a futuro a nivel nacional, se propone como parte importante establecer una buena estrategia promocional que nos permita conocer si realmente se cumplirán los objetivos de la organización y que cubriremos a través de una campaña publicitaria, a todos nuestros posibles clientes.

Internet.- Es un medio de última generación por eso se invertirá en una Web de la compañía, donde el usuario podrá enterarse de todas las actividades de la empresa. Aprovecharemos las ventajas que nos brinda el Internet en un mundo globalizado, donde el acceso al mismo es libre, de esta manera llegaremos a un mayor número de posibles usuarios. La elaboración de la página costará aproximadamente $ 1,200.00 USD, lo que incluirá los requerimientos que establecerá en la diferenciación del servicio.

Marketing Directo (One to one).- Implica una "respuesta directa" de un consumidor, es una técnica que se utiliza para dirigir mensajes comerciales hacia los consumidores individuales, difiere de la publicidad regular en que no se pone

sus mensajes en medios masivos de comunicación tales como, periódicos o televisión, en lugar de ello, el mensaje comercial del servicio se dirige directamente al consumidor, utiliza los materiales promocionales como prospectos, folletos, catálogos o anuncios de la impresión que se entreguen individualmente a los clientes.

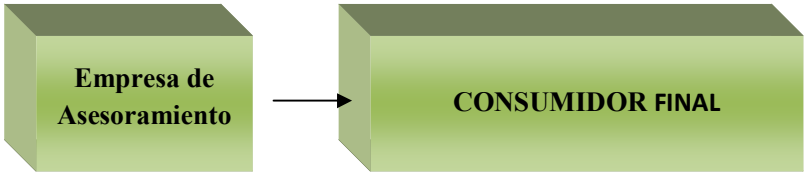
La misma empresa diseñará programas de publicidad en base al estudio de mercado realizado y acorde con las características de la empresa, para captar la atención y satisfacer los gustos y preferencias del consumidor. La publicidad estará dirigida hacia las empresas productoras, en diferentes medios de comunicación como son radio, periódico y televisión. Entre las principales formas de comunicación tenemos:

- ✓ Hacer spots publicitarios en la televisión en horarios de la mañana y la noche que serán transmitidos por el canal local Ecotel TV.
- ✓ Realizar cuñas publicitarias por las radios Super Lasser y Radio Poder
- ✓ Elaborar trípticos con el fin de hacer conocer las características y los servicios que ofrece nuestra agencia.

Canal de Distribución

El canal de distribución está conformado por un sistema de especialistas en asesoramiento en comercio exterior, especialidad exportaciones, que de forma colectiva desempeña las tareas esenciales de trasladar los servicios desde la

agencia hasta el usuario, en la medida que las posibilidades permitan realizar la cobertura en todo el mercado, siempre buscando que el servicio esté al alcance del usuario para su compra. Flujograma de Comercialización



g.2. ESTUDIO TÉCNICO

El objeto de este estudio técnico, es definir un tamaño óptimo de servicios, obedeciendo las necesidades del mercado entrando así a un nuevo campo competitivo.

El estudio técnico define los aspectos fundamentales de la ingeniería del proyecto:

- ✓ El tamaño del Proyecto
- ✓ La localización del proyecto
- ✓ La distribución de la planta
- ✓ El proceso de servicio
- ✓ La organización administrativa

g.2.1. ENTORNO SITUACIONAL

Conociendo la importancia económica y el desarrollo que en los últimos años ha experimentado el comercio exterior, especialmente en la especialidad de exportaciones, se ha tomado como mercado objetivo a los productores de la ciudad de Loja, que según datos proporcionados por la Cámara de Industrias de Loja, para el año 2010 existen 31 medianas industrias, así como 421 pequeñas y micro industrias, según información proporcionada por la Cámara de la Pequeña Industria CAPIL, lo que nos da un total de 452 empresas productoras.

En lo que se refiere al contorno competitivo encontramos que en el mercado lojano no existen empresas que brinden asesoría en la especialidad de exportaciones, existiendo únicamente una oficina de la Agencia de Desarrollo Empresarial ubicada en el edificio de la Cámara de Comercio de Loja, que brinda una información general a las personas que se acercan en busca de una guía más específica de cómo realizar una exportación.

Sin embargo, en nuestra ciudad, si existen empresas, agencias o fundaciones dedicadas a la asesoría en proyectos de inversión, marketing, publicidad, comercialización, etc., que en un momento dado contarían con el personal y la logística para brindar este servicio, por lo que a este tipo de empresas se las ha catalogado como potenciales consumidoras.

g.2.2. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

g.2.2.1. Tamaño de la Empresa

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.

Para determinar el tamaño de una empresa se requiere de los siguientes factores: Financiamiento, Recursos Humanos y Tecnología (equipos), lo cual ayudara para el buen desarrollo de la organización.

- **Demanda:** La demanda es muy importante para la determinación del tamaño del proyecto.
- **Recursos Económicos:** La empresa para su funcionamiento contara con un crédito bancario en el Banco de Loja y el aporte de inversionistas.
- **Tecnología y Equipos:** Es la inversión a realizar, se utilizarán equipos de computación como ordenadores personales y equipos portátiles. de última tecnología para brindar un servicio de excelente calidad.

En este caso, el tamaño del proyecto está relacionado con la demanda insatisfecha que es de 3.548 servicios de asesoría en exportaciones.

De este total de demanda insatisfecha de 3.548 servicios anuales, el presente proyecto pretende satisfacer una mínima fracción para disminuir posibles riegos, estableciendo el 6.76% de la misma, es decir, brindar un total de 20 servicios mensuales, 240 al año, siendo el servicio de mayor demanda.

Este porcentaje se ha establecido en base a la información proporcionada por agencias ya creadas en la localidad, que indicaron el tiempo promedio que tardan en realizar los diferentes servicios y el personal necesario para realizarlos. A continuación se detalla esta información:

Cuadro Nº 25

Servicios	Nº Servicios Mensuales	Personal Requerido
Planes de Exportación **1.200**	2	1 Ing. en Negocios Internacionales y 1 asistente – 1 Portátil – DELL INSPIRION
Asesoramiento en procesos de exportaciones **500,00**	4	1 Ing. en Negocios Internacionales Comercial y 1 asistente – 1 Portátil
Asesoramiento aduanero **150 - 200**	6	2 Agente aduanero – Computadores Personales COREL DOS DUO 2,2 Ghz
Establecimiento relaciones internacionales **150 – 200**	2	1 Agente aduanas y 1 asistente*
Servicios complementarios **50**	6	1 Ing. Comercial y agente aduanero* 1 Computador Personal
Total de Servicios	**20**	**7 profesionales**

2 Computadoras personales para administrativos

1 Copiadora RICOH – 1.900

- ⇨ Pagina WEB, Seguridades, Claves de acceso, registros de clientes, consultas de trámites, Precio 3.000 dólares

Fuente: Agentes Aduaneros de Guayaquil – Empresas asesoras en exportaciones (F. B. Comercio exterior, AIEXA Cia. Ltda.)

* De los profesionales que conformaran la empresa, todos realizarán diferentes tareas dentro de su especialización.

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada de la empresa para la prestación de los servicios está en función de la demanda a cubrir durante un periodo de vida útil de la empresa y está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico y humano en un periodo de tiempo determinado. La capacidad instalada de la empresa tiene relación con la demanda insatisfecha que es de 3.548 servicios de asesoría en exportaciones, de la cual se cubrirá el 6,76%, es decir, 240 servicios anuales, 20 mensuales, para lo cual se requiere un área física de 56 m^2, para oficinas en donde se ubicarán los computadores y el personal que brindará el servicio de asesoría en exportaciones.

Así mismo para cumplir con esta cantidad de servicios, se considera un personal compuesto por 7 personas efectuar los servicios de asesoría en exportaciones, quienes laborarán de lunes a viernes, de 08H00 a 12H00 y de 14H00 a 18H00 y los sábados 08H00 a 12H00. En relación a los equipos para el cumplimiento de los 20 servicios mensuales, se necesitan de 3 computadoras personales, 2 computadoras portátiles, 4 impresoras.

CAPACIDAD UTILIZADA

La capacidad utilizada para el presente proyecto de inversión, se programa de acuerdo a la capacidad instalada, y considerando que en toda empresa siempre

existe un periodo de adaptación (para alcanzar un óptimo nivel para la coordinación entre el personal y para el manejo de los equipos y maquinaria), que impide la utilización eficiente de los recursos que posee la empresa, se ha establecido para el primer año de vida útil de la agencia un 90%, para el segundo y tercer año un 95% y para el cuarto y quinto año el 100% tal como se detalla a continuación:

Cuadro Nº 26

Capacidad Instalada y Utilizada

Servicios a ofrecer	**Capacidad Instalada**	**Capacidad Utilizada**				
		Año 1	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
		90%	**95%**	**95%**	**100%**	**100%**
Asesoramiento en Exportaciones	20	18	19	19	20	20
Servicios Mensuales		**18**	**19**	**19**	**20**	**20**
Servicios Anuales		**216**	**228**	**228**	**240**	**240**

Elaboración: El Autor

g.2.2.2. Localización del Proyecto

Antes de proceder a evaluar y analizar posibles sitios para instalar el proyecto fue necesario analizar informes técnicos, económicos y comerciales del mismo, que aportaron elementos de evaluación en la consideración de las zonas de interés. La

localización de la empresa obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos e incluso de preferencias emocionales que maximicen la rentabilidad del proyecto. Además para la localización del proyecto se considerará algunos factores como: disponibilidad de materia prima, mano de obra, servicios básicos, aspectos legales, entre otros.

Factores de Localización

Sistema Legal: En este punto se establecerá todo lo concerniente al permiso de funcionamiento para la empresa en asesoramiento en comercio exterior, especialidad y ordenanzas municipales.

Sistema Vial: La localización de la oficina de ***H. E. Exportaciones Cía. Ltda***., será dentro de la zona céntrica de la ciudad de Loja, ya que es ahí donde se encuentra la mayoría de empresas tanto públicas como privadas y cuenta con vías de acceso hacia cualquier sitio de la ciudad y salida hacia la provincia.

Sistema Comercial: En este punto se considera todas las diferentes etapas de difusión y los movimientos del flujo del servicio, hasta llegar al cliente tratando de organizar de tal manera que sea mínimo el transporte para que llegue al usuario final, como la ubicación es en la zona céntrica de la ciudad y aquí se encuentran concentrada la mayor parte de empresas (mercado meta) en lo que se refiere a las empresas que se encuentran en los diferentes cantones donde existe la necesidad de contratar los servicios de la empresa se enviara agente(s) de ventas especializados en asesoría en exportaciones para que realice un estudio especializado de la situación actual y brindarle alternativas para vender sus

productos en el exterior. Los factores que influyen para establecer el sitio exacto en donde se instalará la empresa de asesoría en exportaciones son:

- ***Mano de Obra.-*** Al analizar esta variable se considera el costo conveniente y la existencia de la misma para utilizarla, concerniente a la disponibilidad de mano de obra calificada; necesaria para la empresa, la encontramos disponible y con mucha facilidad. En este aspecto podemos manifestar que la empresa necesitara mano de obra especializada en oportunidades de negocio y manejo del internet. El presente proyecto no tendrá ningún tipo de problemas, en cuanto a la movilización de los recursos humanos ya que donde va estar localizada existe facilidad de transporte.

Sistemas de Servicios Básicos

Como la empresa se ubica en la zona céntrica de la ciudad no existe inconveniente con los servicios básicos ya que cuenta con todos ellos que son indispensables para el desenvolvimiento de las actividades a realizarse.

Entre los servicios básicos tenemos:

- ✓ Agua potable que satisfaga las necesidades del personal de la empresa, además será utilizada para el mantenimiento de la maquinaria y el aseo de la misma, será proporcionada por la (UMAPAL) de la ciudad de Loja
- ✓ Energía eléctrica (EERSSA), indispensable para el funcionamiento de los equipos y maquinaria de la empresa.

- ✓ Teléfono (CNT), medio necesario para poder mantener la comunicación con los clientes.
- ✓ Redes (TELCONET).

Impacto Ambiental

Tiene por objeto identificar, cuantificar y valorar los impactos de un proyecto sobre el entorno y los posibles efectos del entorno sobre el proyecto, la instalación de la empresa de asesora en exportaciones AC Exportaciones Cia. Ltda. estará ubicada en el sector de San Sebastián por ser una empresa que no elimina desechos tóxicos y no contamina el medio ambiente. Para tal efecto se requiere hacer una macrolocalización y una microlocalización donde identificaremos el sitio específico donde se instalará la empresa.

Factores determinantes de la microlocalización

a) Tipo de edificio.
b) Área requerida
c) Necesidades de líneas férreas, carreteras y otros medios.
d) Consumo de agua, luz y energía.
e) Volúmenes y residuos de agua.
f) Otros contaminantes.
g) Instalación y cimentación para equipo y maquinaria.
h) Flujo y transporte de materias primas dentro de la planta.

Técnicas de análisis para macro y microlocalización

- ✓ Método de ponderación
- ✓ Punto de equilibrio.
- ✓ Costos y beneficios
- ✓ Asignación y transporte[12]

Macrolocalización

Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, se indica con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto.

La empresa asesora en exportaciones H.E. Exportaciones Cia. Ltda., estará ubicada en Ecuador, región sur, provincia de Loja y cantón Loja.

[12] www.gestiopolis/proyectos_inversion/localizacion.htm

Macrolocalización de la empresa

Grafico Nº 18

Gráfico Nº 19

Microlocalización

Una vez que la región ha sido escogida (macrolocalización), se comienza el proceso de elegir la zona y dentro de esta la localidad, para finalmente determinar el sitio preciso (a nivel de factibilidad). Cabe anotar que cuando el estudio se adelanta a nivel de perfil con identificar la zona es suficiente para efectos de localización. Analizando los factores como son: entidades públicas y privadas, centros educativos, autoservicios, microempresas etc., se puede determinar que la mayoría de actividades comerciales se encuentran en el centro de la ciudad es por ello que la localización óptima de la empresa estará en San Sebastián, la misma que deberá cumplir con ciertos requerimientos de acuerdo a la ley para satisfacer las necesidades del servicio. La empresa tendrá su oficina en las calles Bolívar entre Mercadillo y Lourdes específicamente en el centro comercial los Rosales frente a la plaza de San Sebastián, debido a la afluencia de personas a ese sector céntrico de la ciudad, por ser un lugar que cumple con todos los requerimientos necesarios para su implementación, tales como vías de comunicación, cercanía a los proveedores, servicios básicos, facilidad de transporte, infraestructura física, etc.

La ubicación de la empresa asesora en exportaciones H. E. Exportaciones Cía. Ltda., tendrá su ubicación en:

PROVINCIA: *Loja*

CANTÓN: *Loja*

PARROQUIA: *San Sebastián*

CALLES: *Bolívar entre las calles Mercadillo y Lourdes*

Grafico Nº 20

Mapa Turístico de la Ciudad de Loja

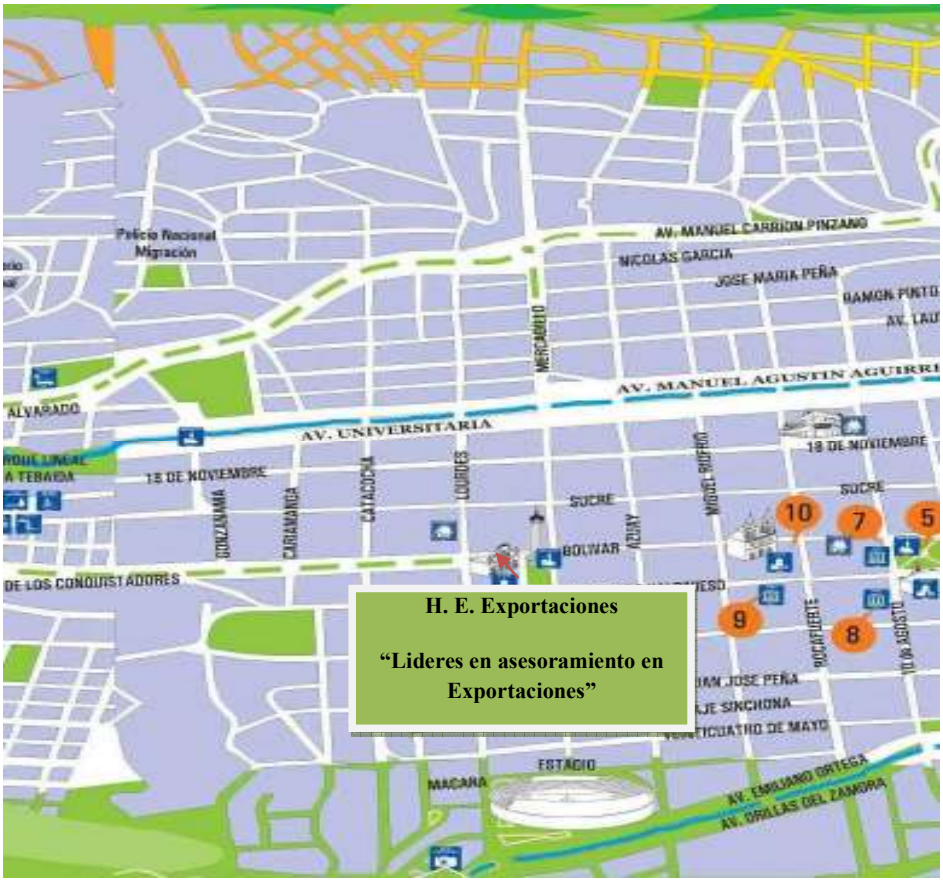
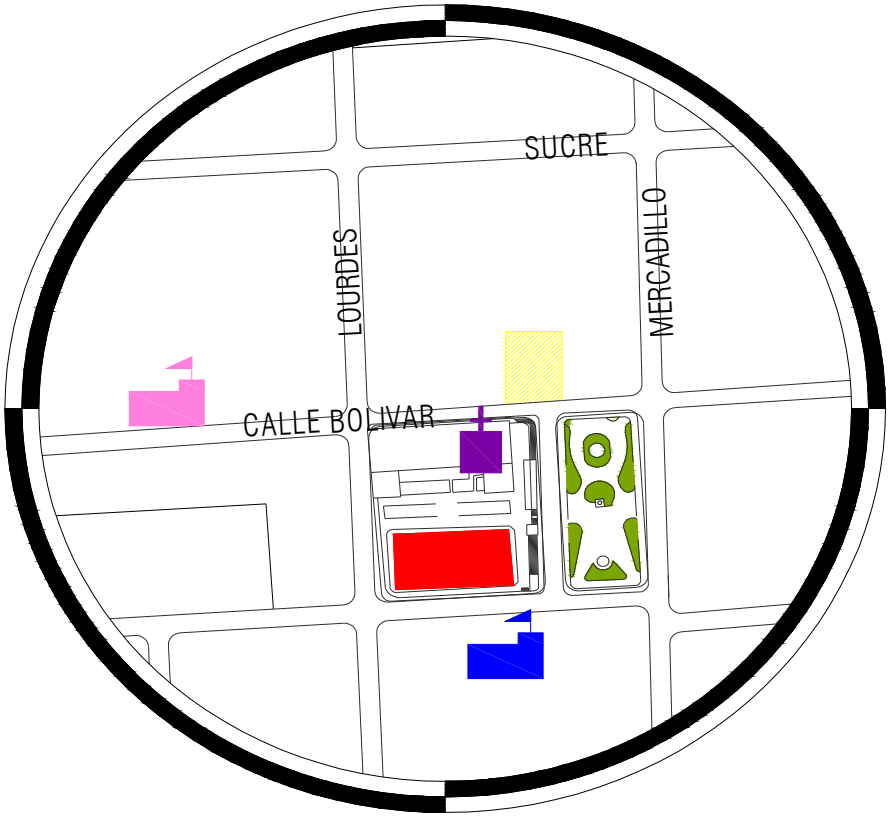


Grafico Nº 21



Microlocalización

	ESCUELA ZOILA PACIFICO
	COLEGIO PIO JARAMILLO
	IGLESIA SAN SEBASTIAN
	H. E. Exportaciones Cía. Ltda.
	MERCADO SAN SEBASTIAN
	PLAZA SAN SEBASTIAN

g.2.2.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

Este estudio comprende conocimientos de carácter científico-técnicos, mediante los cuales se determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos destinados a la producción de servicios. La ingeniería del proyecto permite resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, su adecuada distribución, la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria y utilización de recursos.

Para ello se va a analizar e identificar a través de la cuantificación y proyección del monto de inversión, costos e ingresos que asocian a cada una de las alternativas para la prestación del servicio de asesoría en comercio exterior, en la especialidad de exportaciones. Del establecimiento de la distribución de la oficina y el estudio de los requerimientos de personal, podrán definirse las necesidades de espacio y de obras físicas adicionales. El cálculo de los costos, mano de obra, materiales, reparaciones y mantenimiento se obtendrá directamente del estudio del proceso para la prestación del servicio.

g.2.2.3.1. DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA OFICINA

Para realizar la distribución se considerar arrendar una oficina de 56 m^2 ubicada en el Centro Comercial “Los Rosales” en las cercanías de la plaza de San Sebastián, cuyo por arriendo será de $ 400.00 dólares mensuales.

Para el mejor aprovechamiento del espacio físico de 56 m^2, se adecuará la oficina ubicada en la planta baja del edificio, distribuyéndola en varias secciones, que serán ocupadas por el personal de la empresa.

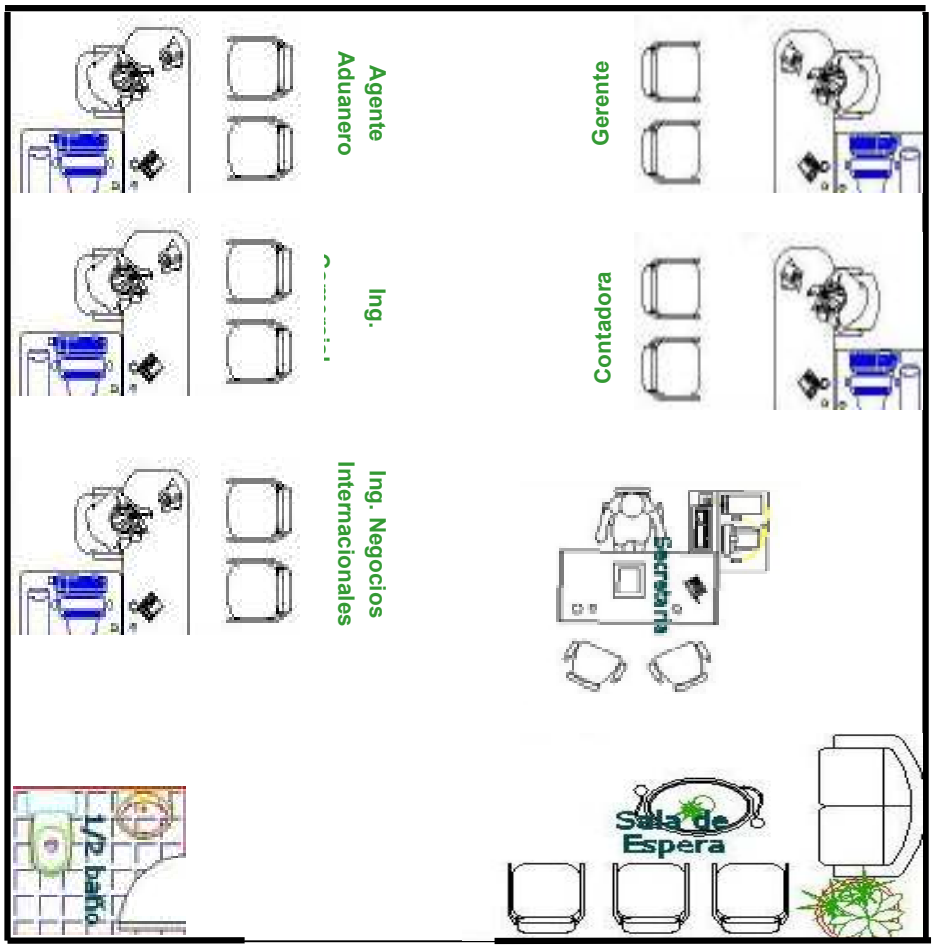
El área administrativa operativa tiene un ingreso, con un pequeño espacio de espera para el público, a continuación se tiene las dependencias de la secretaria; a continuación y al lado izquierdo se encuentran las dependencias del ingeniero en negocios internacionales, seguido del agente aduanero y del ingeniero comercial, es decir, que en este sector se ubicará la sección operativa que se encargará de realizar el servicio de asesoría en comercio exterior, en la especialidad de exportaciones y serán los que se mantengan en contacto directo con el cliente para conocer sus preferencias y expectativas que se deben satisfacer; mientras que al lado derecho, se ubicarán las instalaciones de la contadora y el gerente, quienes constituyen la sección administrativa.

Las baterías higiénicas están ubicadas de manera que satisfagan las necesidades de todo el personal de la empresa.

En el siguiente grafico se especifica las áreas de trabajo, así como las secuencias ordenadas que requieren la empresa para laborar, tomando en consideración que se necesita un área de 56 m^2 que está distribuida, entre sección operativa y sección administrativa de la siguiente manera:

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA Y APROVECHAMIENTO DEL ESPACIO

Gráfico Nº 22



g.2.2.3.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

El servicio de asesoría en comercio exterior, en la especialidad de exportaciones será realizado por pedido y de acuerdo a los requerimientos, características,

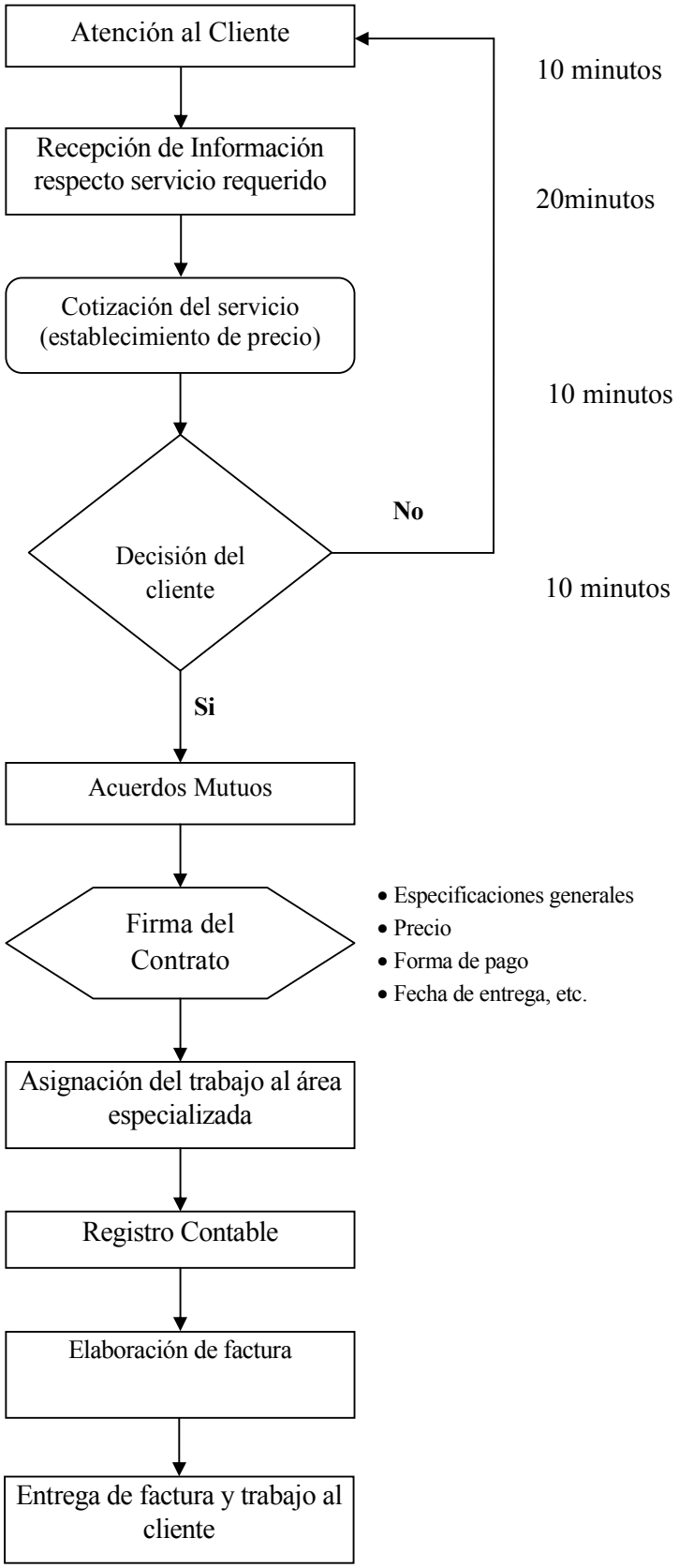
necesidades y presupuesto de cada empresa productora, de manera que cada asesoría sea exclusiva de cada organización, la misma que permita diferenciarse a una empresa de otra.

DESCRIPCIÓN DEL FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ASESORÍA EN COMERCIO EXTERIOR EN LA ESPECIALIDAD DE EXPORTACIONES

1. **Atención del Cliente:** Es la atención personalizada al cliente, para conocer sus necesidades gustos y preferencias, esto permite que la empresa asesora oriente al cliente (empresa productora) en la búsqueda de potenciales mercados externos para su producto así como también, en todos los trámites y procesos que debe seguir para exportar su producto, tiempo 10 minutos.
2. **Recepción de Información respecto al Servicio Requerido:** En esta fase se requerirá la información específica que es necesaria para realizar la asesoría en el campo que el cliente requiere, tiempo 20 minutos.
3. **Cotización del Servicio:** En base a los requerimientos del cliente y de acuerdo con el tiempo, personal utilizado, tamaño y volumen de exportación de la empresa productora y más servicios adicionales (Internet, etc.), se realiza una cotización y se establece el precio del servicio, tiempo 10 minutos.
4. **Decisión del Cliente:** El Cliente toma una decisión en base al precio establecido, es importante, destacar que existirá flexibilidad en el precio, para que el cliente tome la decisión de contratar los servicios de la empresa, tiempo 10 minutos.

5. **Acuerdos Mutuos:** Se establecerán acuerdos entre las partes en relación a precios, formas de pago, fechas de entrega, con el propósito de brindar un servicio a entera satisfacción del cliente.
6. **Firma del Contrato:** Se elaborará el contrato escrito con las cláusulas establecidas de común acuerdo: Especificaciones generales, precio, forma de pago, fecha de entrega, entre otras y se procederá a la firma por parte de los representantes legales de ambas partes.
7. **Asignación del Trabajo al Área Especializada:** En base al servicio requerido por el cliente, se establece el personal encargado de realizar el trabajo, por ejemplo, si se trata de elaborar un plan de exportaciones se encargará al ingeniero en negocios internacionales, en cambio si se trata de trámites aduaneros para exportación se recurrirá al agente aduanero. Se debe destacar que la mayoría de asesoramientos necesitan de la contribución de todos los profesionales que laboren en la empresa.
8. **Registro Contable:** De igual forma se procede al registro y contabilización de la transacción en el libro diario de la empresa para su posterior mayorización y elaboración de los estados financieros.
9. **Elaboración de la Factura:** En base a las especificaciones que contenga el contrato firmado por la empresa y el cliente, se procederá a la elaboración de la factura, que será entregada, en original, al momento de la entrega del trabajo. Una copia será archivada por la empresa.
10. **Entrega del Trabajo al Cliente:** Una vez concluido el trabajo y elaborado el informe final se procede a llamar al cliente para entrega recepción del trabajo.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS DEL SERVICIO DE ASESORÍA



PORCENTAJE DE COMPOSICIÓN DEL SERVICIO

Componentes del Servicio	**% del Servicio**
Asesorías • Planes de Exportación • Asesoramiento en el Proceso de Exportación • Asesoramiento Aduanero • Establecimiento de relaciones comerciales	***70%***
Otros Servicios • Servicio legal • Impugnaciones • Devoluciones condicionada de tributos • Cumplimiento y aplicación de requisitos legales, nacionales y/o extranjeros • Elaboración de fichas técnicas por servicios • Logística internacional • Clasificación de partidas arancelarias e interpretación de leyes y disposiciones por parte de nuestros técnicos profesionales. • Registro de nuevos importadores y exportadores en el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE) • Registro de Firmas Autorizadas para la Declaración Andina de Valor (DAV)	***30%***
TOTAL	***100%***

TALENTO HUMANO REQUERIDO

Operativo

- ✓ 1 Ingeniero Comercial
- ✓ 1 Ingeniero en Negocios Internacionales
- ✓ 1 Agente Aduanero

Administrativo

- ✓ 1 Gerente
- ✓ 1 Contador
- ✓ 1 Secretaria

SOFTWARE Y HARDWARE REQUERIDO

- ✓ Internet Inalámbrico con ancho de banda de mínimo 256 kbps
- ✓ Red de Comunicaciones Interna (Intranet)
- ✓ Microsoft Windows Vista, Microsoft Office, Internet Explorer

DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO A UTILIZAR

El equipo apropiado es aquel que permite brindar un servicio de calidad con la mayor eficiencia económica y de tiempo. Luego de haber investigado diferentes equipos se ha llegado a concluir que los más recomendables por costo y eficiencia son las siguientes:

Computador Portátil

Ordenador Personal

Equipo de Computación:

- 2 computadoras portátiles HP DV4 1280
- 5 Ordenadores Personales Core 2 Duo E2220 2.4
- 5 Impresoras HP

Equipo de Oficina:

- 2 Telefax Panasonic KXF981
- 1 Copiadora RICOH - AFICIO 550
- 4 sumadoras Casio MJ-100TW
- 4 teléfonos
- 1 perforadora y 1 engrampadora

Muebles y Enseres:

- 6 escritorios ejecutivos
- 6 sillas ejecutivas
- Sillas bi y tripersonales,

- Sillas unipersonales
- Mesas
- Archivadores
- Basureros

g.2.2.3.3. ESTUDIO DE LAS INSTALACIONES

Es el estudio y selección del proceso en conjunto con la capacidad o tamaño proyectado determinan las instalaciones requeridas y el diseño.

Se relaciona con la parte física de la empresa, donde se determina las secciones requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades operativas y administrativas, es decir, tiene como objetivo principal localizar las instalaciones empresa de manera que se haga posible cumplir con lo establecido en el diagrama del proceso de producción.

La empresa distribuirá adecuadamente sus secciones para facilitar mejores condiciones de trabajo que permitan minimizar económicamente sus operaciones, manteniendo un adecuado sistema de seguridad y bienestar de sus trabajadores y el ordenamiento de los equipos que facilite la actividad laboral.

El área del local tendrá un espacio de 56 m^2, los mismos que serán distribuidos de la siguiente forma:

Sección Administrativa

- Gerencia 4 m^2
- Contadora 4 m^2
- Secretaria 4 m^2
- **Total** **16 m^2**

Sección Operativa

- Ingeniero Comercial 4 m^2
- Ingeniero Negocios Internacionales 4 m^2
- Agente Aduanero 4 m^2
- **Total** **16 m^2**

Otra Sección

- Sección de Espera 10 m^2
- Sanitarios 4 m^2
- Espacio para circulación 10 m^2
- **Total** **24 m^2**

Área Total **56 m^2**

g.2.2.4. ORGANIZACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA.

Organizar es una actividad humana básica que permite a los individuos trabajar en conjunto para alcanzar objetivos individuales y colectivos. Es la forma legal que adquirirá la empresa al momento de constituirse de acuerdo a lo que dispone la Constitución de la República, la Ley de Compañías y las demás Leyes y Reglamentos respectivos.

Para efectos del presente estudio, y luego de un análisis de los tipos de compañías, se ha llegado a la conclusión que para obtener una mayor eficiencia organizativa de la empresa, esta será una ***"Compañía de Responsabilidad Limitada".*** Para que una empresa se constituya legalmente la Superintendencia de Compañías exige el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- **Razón Social:** Esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será ***"H & E Cía. Ltda."***
- **Objeto:** El objeto principal de la compañía será ***Asesoría de Comercio Exterior*** en la ***Especialidad de Exportaciones*** para la ciudad de Loja.
- **Domicilio:** El domicilio principal de la empresa denominada ***"H & E Cía. Ltda.",*** será en la Ciudad de Loja.
- **Nacionalidad:** La compañía será de nacionalidad ecuatoriana, por tanto está sujeta a las leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que se elaboren.
- **Duración:** El Plazo de duración para esta empresa es de cinco años a partir de la fecha de su inscripción en el registro mercantil.

- **Capital:** La empresa estará conformada por tres socios, los cuales en base a la necesidad de inversión del proyecto, establecerán el monto individual de sus aportaciones, y con ello, el capital social.

g.2.2.4.1. ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Parte fundamental en la etapa de operaciones de la empresa es, la estructura organizativa con que está cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible que los recursos especialmente el talento humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los niveles jerárquicos de autoridad, además se establece los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones.

g.2.2.4.1.1. NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme a lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, la empresa asesora en comercio exterior en la especialidades de exportaciones ***"H & E Cía. Ltda."*** tendrá los siguientes niveles.

a) **Nivel Legislativo:** Representa el primer nivel jerárquico, lo constituye la Junta General de Socios, cuya función es la de legislar sobre la política que debe

seguir la organización, normar procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones, etc. y decidir aspectos de mayor importancia.

b) **Nivel Ejecutivo:** Lo constituye el gerente este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento. Además planifica, orienta y dirige la vida administrativa de la empresa.

c) **Nivel Asesor:** Lo conforma el asesor jurídico cuya función es aconsejar e informar en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable y más áreas que tengan que ver con la empresa, este nivel no tiene autoridad de mando sino funcional, por lo tanto no toma decisiones, no ordena, requieren necesariamente la decisión de un jefe con mando directivo, este es un nivel que en el caso presente será temporal. Esta asesoría estará representada por un abogado.

d) **Nivel Auxiliar o De Apoyo:** Es el encargado de brindar ayuda a los otros niveles administrativos, mediante la prestación de servicios en forma eficiente y oportuna, lo integra la secretaría, este nivel ayuda a los otros niveles administrativos a la presentación de servicios con oportunidad y eficiencia. Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas asesoras y operacionales. Su grado de autoridad es mínimo, se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivo y operacional o ejecutar actividades administrativas de rutina

e) **Nivel Operativo:** Conformado por las personas que ejecutan directamente las funciones de la empresa, este nivel se da se da la responsabilidad directa de ser ejecutor material de las órdenes enmendadas por los niveles superiores

(legislativo y ejecutivo), está representado por el departamento de contabilidad y de servicios.

g.2.2.4.1.2. ORGANIGRAMAS

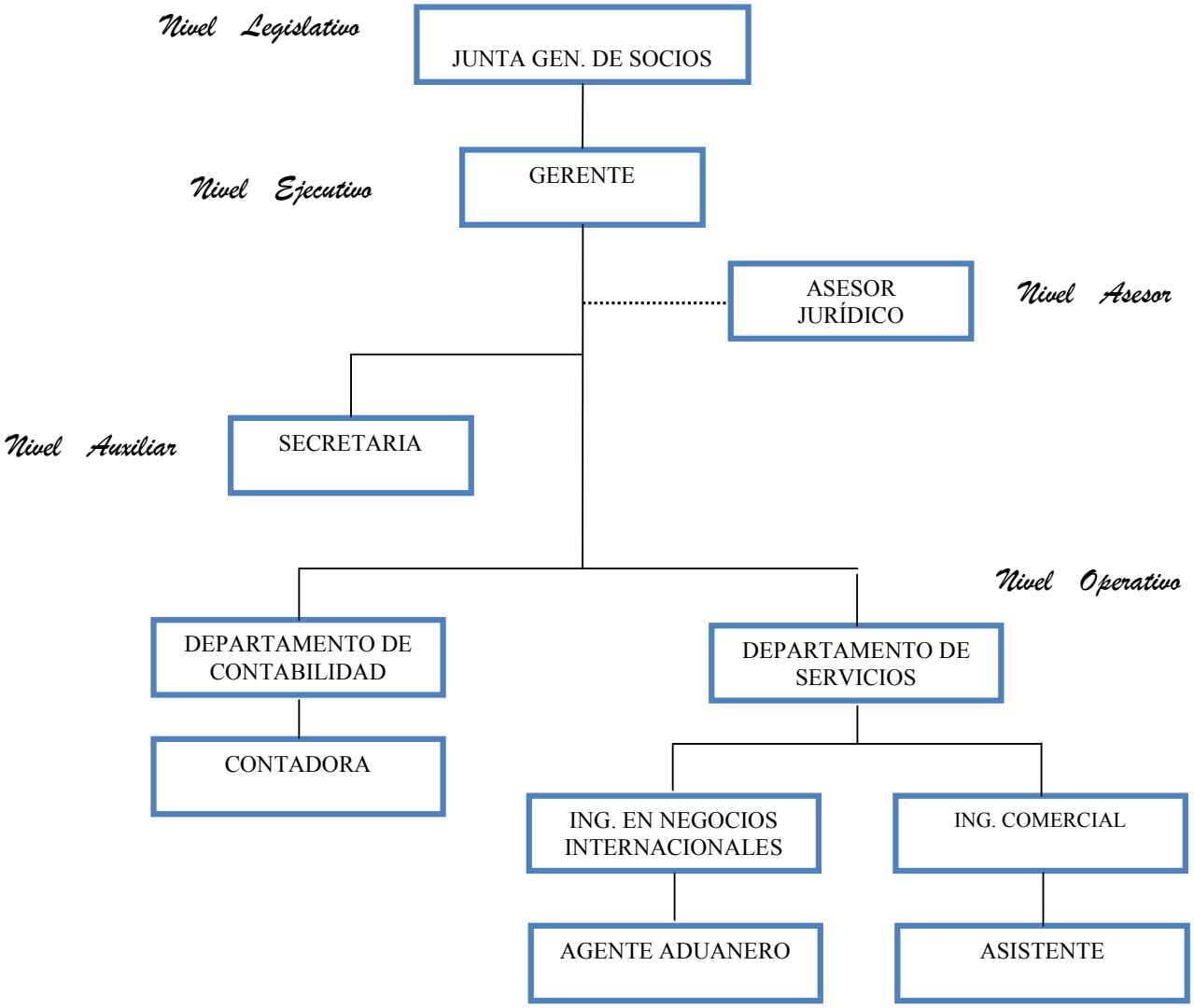
Un organigrama es un gráfico o dicho de otra manera es un conjunto de líneas y símbolos que muestran la estructura organizativa de una empresa. Entre ellos existen:

- **Organigrama Estructural:** Para esta empresa, se ha utilizado un modelo vertical y por tanto la estructura está representada en forma de pirámide, en donde la máxima autoridad o nivel legislativo se encuentra en la parte más alta y de la misma forma como descienden los niveles jerárquicos, en idéntico sentido fluirán las ordenes.
- **Organigrama Funcional:** Consiste en representar gráficamente todas las unidades administrativas, detallando las funciones básicas de cada una de ellas. Para describir las funciones se inicia por las más importantes y seguidamente se consideran las de menos importancia.[13]

[13] www.gestiopolis.com/estructuraorganizacional.htm

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

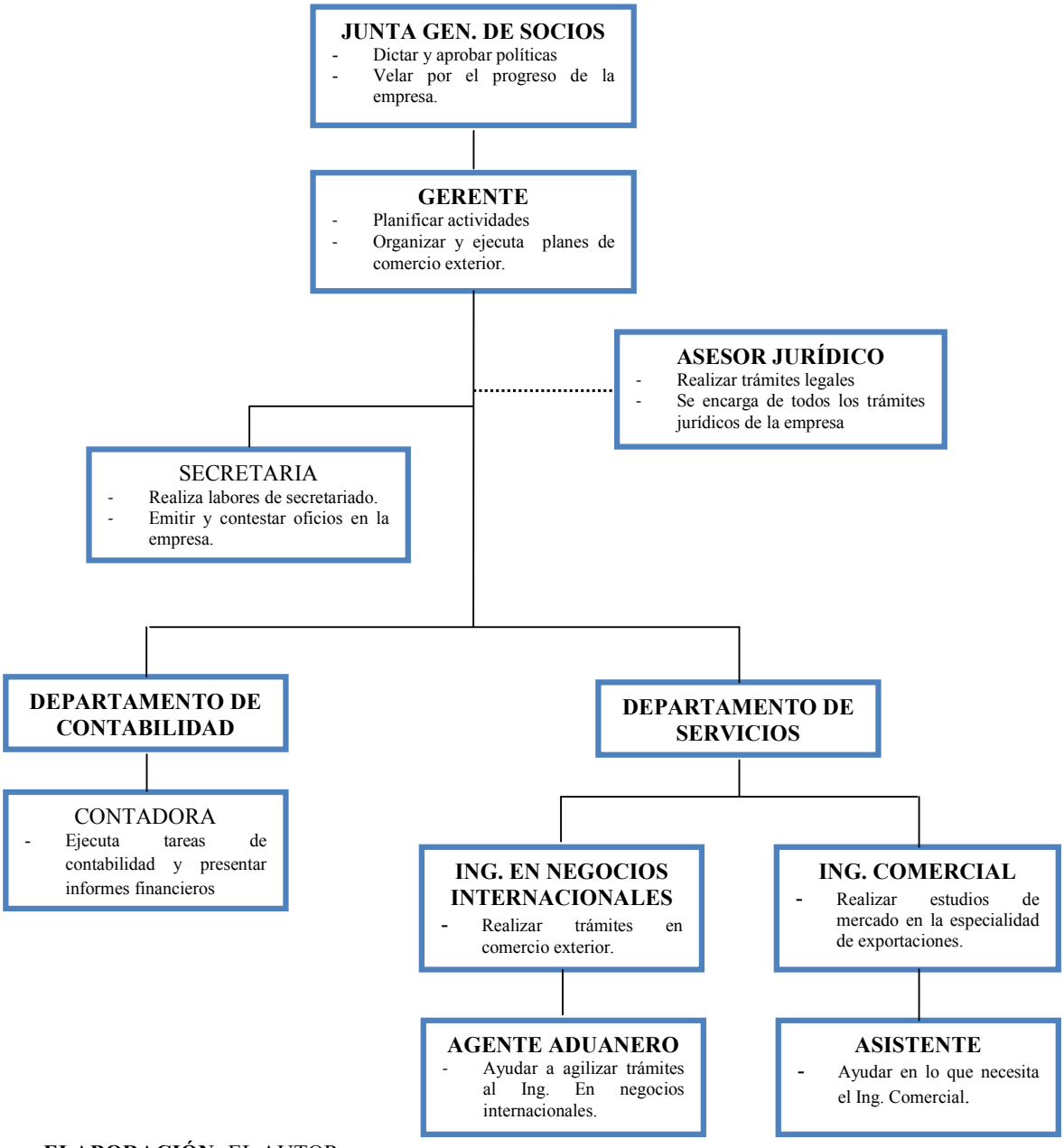
EMPRESA ASESORA EN COMERCIO EXTERIOR "H & E" CÍA. LTDA.



ELABORACIÓN: EL AUTOR

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

EMPRESA ASESORA EN COMERCIO EXTERIOR "H & E" CÍA. LTDA.



ELABORACIÓN: EL AUTOR

g.2.2.4.1.3. MANUAL DE FUNCIONES

Consiste en la descripción detallada de todos los puestos de trabajo que existirán en la empresa y las funciones específicas que cada trabajador va a cumplir. Este manual está elaborado con la finalidad de que la empresa cuente con un documento que muestre como está creada la empresa.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN	**GERENTE**
CÓDIGO	**001**
NIVEL	**EJECUTIVO**
JEFE INMEDIATO	**JUNTA GENERAL DE SOCIOS**
SUBALTERNOS	**TODO EL PERSONAL**

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que realiza la empresa.

FUNCIONES PRINCIPALES:

- Planear, organizar, dirigir, controlar, supervisar, todas las actividades y operaciones de la empresa.
- Representar legal, judicial y extrajudicial a la empresa.
- Cumplir con las disposiciones dadas por la Junta General de Socios e informar sobre la marcha de las mismas.
- Ejecutar los diferentes planes de acción trazados y las disposiciones de la Junta General de Socios.
- Elaborar programas de trabajo y controlar que estos se cumplan.
- Planificar y capacitar permanentemente al personal de la empresa.
- Controlar la ejecución de los planes para realizar los ajustes correspondientes.

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO: El puesto requiere de un profesional dinámico con habilidades para planificar, programar, organizar, dirigir y controlar las actividades que se realicen en la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Educación:** Ingeniero Comercial, conocimientos en administración de Empresas
- **Experiencia:** Dos años en funciones análogas

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN	**ASESOR JURÍDICO**
CÓDIGO	**002**
NIVEL	**ASESOR**
JEFE INMEDIATO	**GERENTE**
SUBALTERNOS	**NINGUNO**

NATURALEZA DEL TRABAJO: Asesorar, informar, encausar y defender en asuntos legales y trámites judiciales a la empresa.

FUNCIONES PRINCIPALES:

- Elaborar contratos de trabajo
- Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico.
- Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.
- Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Participar en sesiones de Junta de Socios y Jefes.

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO: El puesto requiere de un profesional en jurisprudencia con iniciativa y capacidad para resolver problemáticas de tipo legal. Además su participación en la empresa será eventual.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Educación:** Doctor en Jurisprudencia o Abogado.
- **Experiencia:** Un año en funciones afines.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN	**SECRETARIA**
CÓDIGO	**003**
NIVEL	**AUXILIAR**
JEFE INMEDIATO	**GERENTE**
SUBALTERNOS	**NINGUNO**

NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar las labores de secretariado, estar en contacto directo con el Gerente para el desarrollo en las labores administrativas, y recaudar el dinero de la venta de las tarjetas postales.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Atender en recepción y asignar turnos a los empleados según dispone Gerencia.
- Atender al público y concretar entrevistas con el Gerente.
- Mantener el archivo de documentación recibida y entregada
- Organizar citas y reuniones
- Controlar la asistencia del personal
- Enviar la correspondencia

CARACTERÍSTICAS DE CLASE: Requiere iniciativa permanente, relaciones interpersonales con el público y personal de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Tener Título de Secretaria Ejecutiva
- Tener conocimientos completos en computación y secretariado

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN	**CONTADORA**
CÓDIGO	**004**
NIVEL	**OPERATIVO**
JEFE INMEDIATO	**GERENTE**
SUBALTERNOS	**NINGUNO**

NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecuta las tereas de contabilidad y presentar los informes financieros, cuando la empresa lo requiera.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Llevar y controlar la contabilidad de la empresa, así como de los registros contables.
- Realiza un correcto manejo del dinero en efectivo y documentos de la empresa
- Realiza los pagos legales contraídos por la empresa.
- Elabora roles de pago al personal
- Presenta estados y análisis financiero de la empresa

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Requiere iniciativa propia.
- Trabajo bajo presión.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Tener título académico en contabilidad y auditoría (CPA)
- Conocimientos en contabilidad comercial y financiera
- Experiencia un año en labores similares.
- Tener conocimiento en contabilidad computarizada.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN	**INGENIERO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**
CÓDIGO	**005**
NIVEL	**OPERATIVO**
JEFE INMEDIATO	**GERENTE**
SUBALTERNOS	**AGENTE ADUANERO**

NATURALEZA DEL TRABAJO: Formular y aplicar las políticas, reglas y normas para el logro del planeamiento estratégico para el Comercio Internacional.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Desarrollar procedimientos y programas de acción.
- Elegir métodos eficaces para el logro de los planes.
- Diagnosticar la situación real de los Mercados Internacionales.
- Captar recursos para el cumplimiento de los planes y ejecutar proyectos en ámbito Nacional y/o Internacional.
- Formular y ejecutar proyecciones de crecimiento de la organización hacia el Comercio Exterior
- Formular y ejecutar Presupuestos.
- Formular, ejecutar y evaluar planes y programas operativos.
- Organizar y sistematizar la data para la planificación.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Es un profesional capacitado para generar y promover su propia empresa.
- Es un profesional con mentalidad estratégica para el cambio planificado.
- Es un profesional creativo e innovador dotado de una visión futurista.
- Es un profesional analítico y proclive al autoaprendizaje a la luz de los avances Científicos y tecnológicos.
- Es un profesional capacitado para estudiar y evaluar las variables del entorno y desarrollar estrategias competitivas en un mercado globalizado.
- Es un profesional capacitado para diseñar estrategias de negociación en los ámbitos de ejercicio de la profesión.
- Es un profesional familiarizado con el uso y la aplicación de las tecnologías de la información.
- Es un profesional capacitado para desarrollar investigación científica y tecnológica.
- Es un profesional dotado de actitudes hacia el liderazgo en grupos organizacionales.
- Es un profesional con vocación para la comunicación interpersonal, la capacitación empresarial.
- Es un profesional capacitado para realizar diagnósticos y prognósis administrativas.
- Es un profesional autocrítico y flexible capaz de adaptarse a los cambios organizacionales y adoptar los cambios tecnológicos.
- Es un profesional que practica la ética y asume los valores de la calidad.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Tener título académico en negocios internacionales
- Experiencia un año en labores similares.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN	**AGENTE ADUANERO**
CÓDIGO	**006**
NIVEL	**OPERATIVO**
JEFE INMEDIATO	**INGENIERO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**
SUBALTERNOS	**NINGUNO**

NATURALEZA DEL TRABAJO: El Agente de Aduanas realizará los trámites de desaduanamiento de las mercancías con los documentos comerciales o de embarque. Los documentos que a continuación se indican permiten al Agente de Aduanas verificar la mercancía y proceder a confeccionar la declaración de importación y el giro comprobante de pago, en el formulario declaración de ingreso.

- Informe de Importación (copia Aduana)
- Conocimiento de Embarque o documento que haga sus veces en original y debidamente endosado para los efectos de realizar el despacho.
- Factura comercial en original o copia.
- Nota de gastos (si corresponde)
- Póliza o Certificado de Seguro.
- Certificados de Origen u otro documento que sea necesario.
- Declaración jurada del precio de las mercancías.
- Otros documentos o antecedente que sean necesarios.
- **FUNCIONES TÍPICAS:** Es la persona fisica autorizada por la CAE para promover por cuenta ajena el despacho de las mercancías, en los diferentes regímenes aduaneros previstos en la Ley.
- Representar a los clientes frente a las autoridades aduaneras
- Tramitar el paso de las mercancías por las aduanas (tramitación y pago de los derechos aduaneros)
- Realizar los despachos de importación y exportación de mercancías
- Tramitar y presentar certificados y solicitudes relacionadas con el paso de la mercancía por la aduana
- Presentar ante la aduana los documentos correspondientes
- Abonar en nombre del importador la deuda aduanera: aranceles, IVA, impuestos especiales e incluso sanciones
- Coordinar y estar presente en el nombre del importador en las inspecciones fisicas de la mercancía
- Gestionar los documentos de tránsito de las mercancías y garantizar el pago de los impuestos correspondientes

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Requiere de trabajo bajo presión
- Iniciativa propia.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Tener título académico en comercio exterior
- Experiencia un año en labores similares.

IDENTIFICADIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN	**INGENIERO COMERCIAL**
CÓDIGO	**007**
NIVEL	**OPERATIVO**
JEFE INMEDIATO	**GERENTE**
SUBALTERNOS	**ASISTENTE**

NATURALEZA DEL TRABAJO: Es el encargado de realizar los estudios de mercado, las planificaciones estratégicas, los planes de negocios, etc., que permitan exportar los diferentes productos a otros países.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Elaborar estudios de mercado que permita conocer la demanda de los productos a exportar.
- Establecer políticas de precios que permitan ser competitivos en el mercado.
- Asesorar al cliente con estrategias adecuadas que ayuden de alguna u otra manera a introducir los productos en el mercado internacional.
-

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

El puesto requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir con las labores de la empresa, solicita personas de alta movilidad y responsabilidad.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Tener título académico Administración de Empresas
- No requiere de experiencia

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN	**ASISTENTE**
CÓDIGO	**008**
NIVEL	**OPERATIVO**
JEFE INMEDIATO	**INGENIERO COMECIAL**
SUBALTERNOS	**NINGUNO**

NATURALEZA DEL TRABAJO: Es el encargado de ayudar al Ingeniero Comercial en todo lo concerniente a los estudios de mercado.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Ayudar al Ingeniero Comercial en lo que requiera.
- Realizar actividades de digitación.
- Lleva el registro de todas las actividades realizas en la empresa.
- Realizar investigaciones concernientes a estudios de mercado, planes estratégicos, planes de negocios, etc.
- Mantener una buena comunicación con los directivos de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Requiere iniciativa permanente, relaciones interpersonales con el público y personal de la empresa

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Tener título académico Administración de Empresas
- Experiencia un año en labores similares.

g.3. ESTUDIO FINANCIERO

g.3.1. INVERSIONES

La inversión está considerada como los desembolsos de dinero que se deben efectuar para la implementación, funcionamiento y puesta en marcha de una unidad económica. En donde constan los activos: fijos, diferidos; y, corrientes o circulantes. Los que constituyen las inversiones necesarias para llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto.

g.3.1.1. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido, comprenden bienes tangibles que están sujetos a depreciación, los mismos que se distribuyen de la siguiente manera:

MUEBLES Y ENSERES

Constituye el costo al que se deberá incurrir para adquirir los bienes que serán utilizados por el personal administrativo en la oficina los mismos que se detallan a

continuación, y que serán adquiridos en el almacén Novimueble con un costo de $2.502,00 dólares americanos.

CUADRO No. 27

INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Sillón Gerente	$ 125,00	$ 250,00
4	Sillón Secretaría	$ 95,00	$ 380,00
2	Silla Bipersonal	$ 90,00	$ 180,00
1	Silla Tripersonal	$ 125,00	$ 125,00
8	Sillas unipersonal	$ 80,00	$ 640,00
2	Escritorios tipo gerente	$ 105,00	$ 210,00
4	Escritorios tipo secretaria	$ 98,00	$ 392,00
1	Mesa metálica	$ 90,00	$ 90,00
1	Mesa de centro	$ 70,00	$ 70,00
3	Basureros metálicos	$ 15,00	$ 45,00
2	Archivadores de mesa	$ 20,00	$ 40,00
2	Archivadores	$ 40,00	$ 80,00
TOTAL			**$ 2.502,00**

Elaboración: El Autor
Fuente: Almacén Mobiliario "Novimueble"

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

Costo	2.502,00
Vida útil	10 años
Valor residual (10%)	250,20
Valor a depreciar	2.251,80
Valor anual a depreciar	225,18

CUADRO No. 28

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

Años	Valor actual	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	2.502,00	-	-	2.502,00
1		225,18	225,18	2.276,82
2		225,18	450,36	2.051,64
3		225,18	675,54	1.826,46
4		225,18	900,72	1.601,28
5		225,18	1.125,90	1.376,10
6		225,18	1.351,08	1.150,92
7		225,18	1.576,26	925,74
8		225,18	1.801,44	700,56
9		225,18	2.026,62	475,38
10		225,18	2.251,80	250,20

Elaboración: El Autor
Fuente: Cuadro No. 30

EQUIPOS DE OFICINA

Comprende los componentes necesarios para el funcionamiento de la toda la empresa que serán utilizados por el personal administrativo, las cotizaciones se las realizo en la ciudad de Loja por un monto de $ 1.734,99 dólares.

La empresa al momento de iniciar sus actividades comenzará con los siguientes equipos de oficina:

CUADRO No. 29
INVERSIÓN EN EQUIPO DE OFICINA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Telé-fax Panasonic KXF981	$ 225,00	$ 450,00
4	Teléfonos	$ 60,00	$ 240,00
4	Grapadora Maped	$ 3,00	$ 12,00
4	Sumadora Casio MJ-100TW	$ 10,00	$ 40,00
1	Copiadora RICOH - AFICIO 550	$ 980,99	$ 980,99
4	Perforadora E&GLE	$ 3,00	$ 12,00
TOTAL			**$ 1.734,99**

Elaboración: El Autor
Fuente: Almacenes de la localidad

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

Costo	1.734,99
Vida útil	10 años
Valor residual (10%)	173,50
Valor a depreciar	1.561,49
Valor anual a depreciar	156,15

CUADRO No. 30
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

Años	Valor actual	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	1.734,99	-	-	1.734,99
1		156,15	156,15	1.578,84
2		156,15	312,30	1.422,69
3		156,15	468,45	1.266,54
4		156,15	624,60	1.110,39
5		156,15	780,75	954,24
6		156,15	936,89	798,10
7		156,15	1.093,04	641,95
8		156,15	1.249,19	485,80
9		156,15	1.405,34	329,65
10		156,15	1.561,49	173,50

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

La empresa para poder instalar su oficina necesita cinco computadoras marca Core 2 Duo E2220 2.0 con disco duro 320 GB y DDR2 4GB memoria, es importante indicar que cada computadora contará con una impresa HP; también necesitará de 2 computadoras portátiles Intel Dual E2220 2.4 disco duro de 500 GB, cuyo rubro total es de $ 6.125,00 dólares como se explica a continuación:

CUADRO No. 31

INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
5	Computadora Core 2 Duo E2220 2.4 con impresora HP	$ 825,00	$ 4.125,00
2	Computadoras portátil HP DV4 1280	$ 1.000,00	$ 2.000,00
TOTAL			**$ 6.125,00**

Elaboración: El Autor
Fuente: Master PC

DEPRECIACIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Costo	6.125,00
Vida útil	3 años
Valor residual (33.33%)	2.041,46
Valor a depreciar	4.083,54
Valor anual a depreciar	1.361,18

CUADRO No. 32

DEPRECIACIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Años	Valor actual	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	6.125,00	-	-	6.125,00
1		1.361,18	1.361,18	4.763,82
2		1.361,18	2.722,36	3.402,64
3		1.361,18	4.083,54	2.041,46

Elaboración: El Autor
Fuente: Cuadro No. 34

REINVERSIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Considerando que la vida útil del equipo de computación es de 3 años, se pretende realizar una reinversión en este equipo para el cuarto año, cuyo valor se presente en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 33

REINVERSIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
5	Computadora Core 2 Duo E2220 2.4 con impresora HP	$ 830,00	$ 4.150,00
2	Computadoras portátil HP DV4 1280	$ 1.100,00	$ 2.200,00
TOTAL			**$ 6.350,00**

Elaboración: El Autor
Fuente: Master PC

DEPRECIACIÓN REINVERSIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Costo	6.350,00
Vida útil	3 años
Valor residual (33,33%)	2.116,46
Valor a depreciar	4.233,55
Valor anual a depreciar	1.411,18

CUADRO No. 34
DEPRECIACIÓN REINVERSIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Años	Valor actual	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	6.350,00	-	-	6.350,00
1		1.411,18	1.411,18	4.938,82
2		1.411,18	2.822,36	3.527,64
3		1.411,18	4.233,55	2.116,46

Elaboración: El Autor
Fuente: Cuadro No. 36

VALOR TOTAL DE ACTIVOS FIJOS

El rubro total en activos fijos que la empresa necesita para su normal funcionamiento es de $ 8.845,19 dólares americanos.

CUADRO No. 35
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Muebles y enseres	$ 2.502,00
Equipo de Computación	$ 6.125,00
Equipo de oficina	$ 1.734,99
TOTAL	**$ 10.361,99**

Elaboración: El Autor
Fuente: Activos Fijos

g.3.1.2. INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

"Son todos aquellos que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto[14].

En este rubro se agrupan los valores correspondientes a los costos ocasionados para la formulación e implementación del proyecto previo a su operación, con un total de activos diferidos de $ 1.080,25.

CUADRO No. 36

TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Adecuación del local	$ 380,25
Estudio y elaboración del proyecto	$ 250,00
Constitución Legal de la empresa	$ 200,00
Gastos de organización	$ 150,00
Permiso de funcionamiento y patente	$ 100,00
TOTAL	**$ 1.080,25**

g.3.1.3. INVERSIONES EN ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

El activo corriente o capital de trabajo corresponde a las inversiones que la empresa debe hacer para atender aquellos elementos necesarios para su operación, constituyen valores incurridos en gastos que se requieren al iniciar el funcionamiento de la empresa, hasta que alcance un nivel adecuado para que

14 SAPAG CHAIN, Reinaldo. y Nassier. PREPARACION Y EVALUACION DE PROUECTOS .Cuarta edición Pág. 126

comience a generar sus propios ingresos. En el presente proyecto, el capital de operación corresponderá a la adquisición de mano de obra directa ya que la empresa dependerá necesariamente de este recurso para poder prestar sus servicios de comercio exterior en la especialidad de exportaciones, es importante indicar que la empresa no tendrá materia prima directa ya que se necesita necesariamente del talento intelectual de los empleados para poder prestar sus servicio; y demás gastos administrativos, estos rubros son calculados para el lapso de un mes, con lo que se determinará la inversión inicial puesto que luego transcurrido este periodo, se empezará a generar ingresos propios por el servicio.

A continuación se detallan las cuentas que componen este rubro y cuyos valores se muestran de la siguiente manera:

MANO DE OBRA DIRECTA

Es aquella que se utiliza para prestar el servicio de asesoría de comercio exterior, en la especialidad de exportaciones para la ciudad de Loja, se necesita el trabajo del ser humano al cual la empresa debe pagar una remuneración. Su remuneración debe estar acorde con las leyes laborales que rigen en nuestro país. El monto para la mano de obra directa asciende a $ 3.437,99 mensuales y multiplicado para 12 meses se tiene un valor de $ 41.255,84 dólares americanos.

CUADRO No. 37

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL (11.15%)	APORTE IESS-SECAP (1%)	VALOR MENSUAL	VALOR DE NÓMINA MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Ing. en Negocios Internacionales	$ 600,00	$ 50,00	$ 20,00	$ 50,00	$ 25,00	$ 66,90	$ 6,00	$ 817,90	$ 817,90	$ 9.814,80
1	Ing. Comercial	$ 500,00	$ 41,67	$ 20,00	$ 41,67	$ 20,83	$ 55,75	$ 5,00	$ 684,92	$ 684,92	$ 8.219,00
2	Agente Aduanero	$ 300,00	$ 25,00	$ 20,00	$ 25,00	$ 12,50	$ 33,45	$ 3,00	$ 418,95	$ 837,90	$ 10.054,80
3	Asistente	$ 260,00	$ 21,67	$ 20,00	$ 21,67	$ 10,83	$ 28,99	$ 2,60	$ 365,76	$ 1.097,27	$ 13.167,24
TOTALES			$ 138,33	$ 80,00	$ 138,33	$ 69,17	$ 185,09		$ 2.287,52	**$ 3.437,99**	**$ 41.255,84**

INVERSIÓN EN MANO DE OBRA DIRECTA

Elaboración: El Autor
Fuente: Ministerio de Trabajo

CUADRO No. 38

PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL
1	$ 41.255,84
2	$ 43.029,84
3	$ 44.880,12
4	$ 46.809,97
5	$ 48.822,80

Elaboración: El Autor
Fuente: Tasa de inflación de 4.3% en el 2010 (Revista Lideres)

MATERIALES DE ASEO

En toda empresa se hace necesario la compra de materiales de aseo y limpieza que ayuden a mantener las instalaciones físicas impecables para una mejor atención al cliente y a las personas que visiten la empresa.

Dentro de los materiales de aseo se consideran los siguientes:

CUADRO No. 39

INVERSIÓN EN MATERIALES DE ASEO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Escobas	Unidad	4	$ 2,50	$ 10,00
Trapeador	Unidad	4	$ 2,00	$ 8,00
Papel Higiénico	Paquete	6	$ 3,95	$ 23,70
Desinfectante	Galón	4	$ 5,00	$ 20,00
Detergente	Kilos	6	$ 2,71	$ 16,26
Jaboncillos	Unidad	6	$ 0,75	$ 4,50
Guantes	Unidad (par)	3	$ 1,00	$ 3,00
Lavador de baño	Unidad	3	$ 3,15	$ 9,45
Franelas	Metro	6	$ 1,50	$ 9,00
Fundas de basura	Paquete	2	$ 1,00	$ 2,00
Recogedor de basura	Unidad	2	$ 1,50	$ 3,00
Balde escurridor	Unidad	2	$ 3,95	$ 7,90
Basurero	Unidad	2	$ 4,50	$ 9,00
Toalla	Unidad	6	$ 4,25	$ 25,50
Total Anual				**$ 151,31**
Total Mensual				**$ 12,61**

Elaboración: El Autor
Fuente: ROMAR, TIA.

CUADRO No. 40

PROYECCIÓN DE MATERIALES DE ASEO

AÑOS	PROYECCIÓN	VALOR TOTAL
1	4.3 %	$ 151,31
2	4.3 %	$ 157,82
3	4.3 %	$ 164,60
4	4.3 %	$ 171,68
5	4.3 %	$ 179,06

Elaboración: El Autor
Fuente: Inversión en Materiales de Aseo Tasa de inflación de 4.3% en el 2010 (Revista Lideres)

SERVICIOS BÁSICOS

Son los servicios indispensables para el funcionamiento de la empresa, lo conforma la energía eléctrica, agua potable, teléfono e internet que serán utilizados en el área administrativa. Dando un total de $ 661,08 en servicios básicos anuales.

CUADRO No. 41

INVERSIÓN EN SERVICIOS BÁSICOS

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
240	Teléfono (minutos)	$ 0,06	$ 14,40	$ 172,80
30	Agua (metros cúbicos)	$ 0,19	$ 5,70	$ 68,40
	Internet		$ 19,99	$ 239,88
125	Luz (Kilovátios)	$ 0,12	$ 15,00	$ 180,00
TOTAL			**$ 55,09**	**$ 661,08**

Elaboración: El Autor
Fuente: UMAPAL, EERSSA, CNT

CUADRO No. 42

PROYECCIÓN EN SERVICIOS BÁSICOS

AÑOS	PROYECCIÓN	VALOR TOTAL
1	4.3 %	$ 661,08
2	4.3 %	$ 689,51
3	4.3 %	$ 719,16
4	4.3 %	$ 750,08
5	4.3 %	$ 782,33

Elaboración: El Autor
Fuente: Inversiones en Servicios Básicos Tasa de inflación de 4.3% en el 2010 (Revista Lideres)

ARRIENDO DEL LOCAL

Se arrendará una oficina ubicada en San Sebastián en el Centro Comercial "Los Rosales". El costo mensual por arriendo será de $ 400.00 que multiplicado por 12 meses del año tenemos un costo de $ 4.800,00 dólares.

CUADRO No. 43

INVERSIÓN EN ARRIENDO DE LOCAL

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Arriendo del Local	$ 400,00	$ 400,00	$ 4.800,00
TOTAL			**$ 400,00**	**$ 4.800,00**

Elaboración: El Autor
Fuente: Centro Comercial los "Los Rosales"

CUADRO No. 44

PROYECCIÓN DE ARRIENDO DE LOCAL

AÑOS	PROYECCIÓN	VALOR TOTAL
1	4.3 %	$ 4.800,00
2	4.3 %	$ 5.006,40
3	4.3 %	$ 5.221,68
4	4.3 %	$ 5.446,21
5	4.3 %	$ 5.680,39

Elaboración: El Autor
Fuente: Inversiones en Arriendo de Local Tasa de inflación de 4.3% en el 2010 (Revista Lideres)

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Constituyen todos los desembolsos que la empresa realiza para el pago de los sueldos del personal administrativo como gerente, secretaria, contadora, y asesor jurídico.

CUADRO No. 45

INVERSIÓN EN SUELDOS ADMINISTRATIVOS

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	APORTE IESS-SECAP (1%)	VALOR MENSUAL	VALOR DE NÓMINA MENSUAL	VALOR ANUAL
1	GERENTE	$ 800,00	$ 66,67	$ 20,00	$ 66,67	$ 33,33	$ 89,20	$ 8,00	$ 1.075,87	$ 1.075,87	$ 12.910,40
1	SECRETARIA	$ 240,00	$ 20,00	$ 20,00	$ 20,00	$ 10,00	$ 29,16	$ 2,40	$ 339,16	$ 339,16	$ 4.069,92
1	CONTADORA	$ 387,60	$ 32,30	$ 20,00	$ 32,30	$ 16,15	$ 47,09	$ 3,88	$ 535,44	$ 535,44	$ 6.425,32
TOTALES			$ 118,97	$ 60,00	$ 118,97	$ 59,48	$ 165,45		$ 1.950,47	**$ 1.950,47**	**$ 23.405,64**

Elaboración: El Autor
Fuente: Ministerio de Trabajo

CUADRO No. 46

PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

AÑOS	PROYECCIÓN	VALOR TOTAL
1	4.3 %	$ 23.405,64
2	4.3 %	$ 24.412,08
3	4.3 %	$ 25.461,80
4	4.3 %	$ 26.556,66
5	4.3 %	$ 27.698,60

Elaboración: El Autor
Fuente: Inversiones en Sueldos Administrativos Tasa de inflación de 4.3% en el 2010 (Revista Lideres)

SUMINISTROS DE OFICINA

Son aquellos bienes tangibles y de uso exclusivo para las labores administrativas de la empresa. El valor asciende a $ 1.389,00 dólares anuales.

CUADRO No. 47
INVERSIÓN EN SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
2	Resma de papel bond	$ 3,00	$ 6,00	$ 72,00
1	Caja de esferos color negro Bic 24 unidades	$ 4,00	$ 4,00	$ 48,00
1	Caja de lápiz Mongol 24 unidades	$ 3,00	$ 3,00	$ 36,00
3	Borradores	$ 0,10	$ 0,30	$ 3,60
1	Cuaderno espiral grande de 100 hojas a cuadro	$ 1,20	$ 1,20	$ 14,40
4	Carpetas (archivadores)	$ 2,08	$ 8,32	$ 99,84
1	Cuaderno para apuntes contables	$ 2,08	$ 2,08	$ 24,96
3	Carpetas Folder	$ 0,20	$ 0,60	$ 7,20
2	Correctores	$ 2,00	$ 1,80	$ 21,60
2	Sellos	$ 5,00	$ 10,00	$ 120,00
4	Tinta de impresión	$ 18,50	$ 74,00	$ 888,00
15	Cd	$ 0,25	$ 3,75	$ 45,00
1	Clips(Caja)	$ 0,20	$ 0,20	$ 2,40
1	Grapas(Caja)	$ 0,50	$ 0,50	$ 6,00
TOTAL			**$ 115,75**	**$ 1.389,00**

Elaboración: El Autor
Fuente: "La Reforma"

CUADRO No. 48
PROYECCIÓN EN SUMINISTROS DE OFICINA

AÑOS	PROYECCIÓN	VALOR TOTAL
1	4.3 %	$ 1.389,00
2	4.3 %	$ 1.448,73
3	4.3 %	$ 1.511,02
4	4.3 %	$ 1.576,00
5	4.3 %	$ 1.643,76

Elaboración: El Autor
Fuente: Inversiones en Suministros de Oficina Tasa de inflación de 4.3% en el 2010 (Revista Lideres)

PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Dentro de este rubro están inmersos los gastos de publicidad y propaganda que serán realizados a través de los diferentes medios de comunicación. Cuyo rubro total asciende a $ 3.258,76 dólares mensuales.

CUADRO No. 49

INVERSIÓN DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Paquete publicitario en Ecotel TV	$ 167,00	$ 167,00	$ 2.004,00
1	Pagina WEB			$ 1.000,00
1	Cuñas radiales 2 diarias lunes a viernes (mes)	$ 21,23	$ 21,23	$ 254,76
TOTAL			**$ 188,23**	**$ 3.258,76**

Elaboración: El Autor
Fuente: Radio Poder, Ecotel TV.

CUADRO No. 50

PROYECCIÓN EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

AÑOS	PROYECCIÓN	VALOR TOTAL
1	4.3 %	$ 3.258,76
2	4.3 %	$ 3.398,89
3	4.3 %	$ 3.545,04
4	4.3 %	$ 3.697,48
5	4.3 %	$ 3.856,47

Elaboración: El Autor
Fuente: Inversiones en Publicidad y Propaganda Tasa de inflación de 4.3% en el 2010 (Revista Lideres)

CUADRO No. 51

TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

ESPECIFICACIÓN	TOTAL
Mano de obra directa	$ 3.437,99
Sueldo personal administrativo	$ 1.950,47
Suministros de oficina	$ 115,75
Materiales de aseo	$ 12,61
Arriendo del local	$ 400,00
Servicios Básicos	$ 55,09
Publicidad y Propaganda	$ 188,23
TOTAL	**6.160,13**

Elaboración: El Autor
Fuente: Inversiones en Activo Corriente o Capital de Trabajo

Para el presente proyecto se tendrá una inversión total de 6.160,13 dólares americanos, es importante indicar que esta inversión está calculada para el mes.

CUADRO No. 52

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS	
Muebles y enceres	$ 2.502,00
Equipo de Computación	$ 6.125,00
Equipo de oficina	$ 1.734,99
Subtotal	**$ 10.361,99**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Adecuación del local	$ 380,25
Estudio y elaboración del proyecto	$ 250,00
Constitución Legal de la empresa	$ 200,00
Gastos de organización	$ 150,00
Permiso de funcionamiento y patente	$ 100,00
Subtotal	**$ 1.080,25**
ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO	
Mano de obra directa	$ 3.437,99
Sueldo personal administrativo	$ 1.950,47
Suministros de oficina	$ 115,75
Materiales de aseo	$ 12,61
Arriendo del local	$ 400,00
Servicios Básicos	$ 55,09
Publicidad y Propaganda	$ 188,23
Subtotal	**$ 6.160,14**
TOTAL	**$ 17.602,38**

Elaboración: El Autor
Fuente: Inversiones en Activos Fijos, Diferidos, y Corriente o Capital de Trabajo.

g.3.2. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Una vez determinados los montos correspondientes a las inversiones fijas y el capital de trabajo y, en consecuencia el costo total del proyecto, se requerirá analizar la manera de financiamiento. La esencia, el estudio del financiamiento del proyecto debe indicar las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento, describir los mecanismos mediante los cuales se

canalizaran estos recursos hacia los usos específicos del proyecto. De acuerdo con su origen existen dos formas básicas de clasificar los recursos para el proyecto:

g.3.2.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Fuente interna - capital propio: Es el capital que aportan los socios y que se utiliza con el fin de obtener utilidades, este capital propio puede considerarse aquel que aportan los propietarios, como también aquellos fondos que son producto de las ganancias retenidas. El monto del capital propio de la empresa será $ 7.602,38 dólares.

Fuente externa- capital ajeno: Es un capital pedido a una tasa de interés establecida y que se rembolsará a una fecha específica. Es una obligación a largo plazo que generalmente incurre un riesgo. Para poder adquirir el financiamiento externo, se requerirá acceder a los créditos de entidades financieras particulares, en este caso se utilizará a la institución financiera Banco de Loja, ya que las condiciones en las cuales proporciona el respectivo préstamo es sin duda la más conveniente, debido a que la tasa de interés del 13.50% es baja, por tanto se accede al préstamo bancario por el monto de 10,000.oo dólares americanos.

CUADRO No. 53

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN TOTAL DE PROYECTO

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Fuente interna	$ 7.602,38	43,19%
Fuente externa	$ 10.000,00	56,81%
TOTAL	**$ 17.602,38**	**100,00%**

Elaboración: El Autor
Fuente: Inversión Total

AMORTIZACIÓN

La amortización es un procedimiento utilizado para distribuir los costos de los activos fijos e intangibles durante el tiempo en el cual van a derivarse los beneficios.

CRÉDITO BANCARIO (BANCO DE LOJA)

Monto: 10000.00, **Interés:** 13.50%, **Plazo:** 5 años, **Amortización:** Semestral, **Número de pagos:** 10, **Pagos anuales:** 2, **Porcentaje mensual:** 0.1350 / 2 = 0.0675

FORMULA

$$D = C \frac{i(1+i)^n}{(i+1)^n - 1}$$

SIMBOLOGÍA

C = Capital

I = Interés

D = Dividendo

N = Periodo

$$D = 10000 \frac{0.0675\,(1+0.0675)^{10}}{(1+0.0675)^{10}-1}$$

D = 1407.37

CUADRO No. 54

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

MESES	SALDO ANTERIOR	DIVIDENDOS	INTERÉS	AMORTIZ.	SALDO FINAL
0	10000,00				10000,00
1	10000,00	1407,37	675,00	732,37	9267,63
2	9267,63	1407,37	625,57	781,80	8485,83
3	8485,83	1407,37	572,79	834,58	7651,25
4	7651,25	1407,37	516,46	890,91	6760,34
5	6760,34	1407,37	456,32	951,05	5809,29
6	5809,29	1407,37	392,13	1015,24	4794,05
7	4794,05	1407,37	323,60	1083,77	3710,28
8	3710,28	1407,37	250,44	1156,93	2553,35
9	2553,35	1407,37	172,35	1235,02	1318,33
10	1318,33	1407,37	88,99	1318,33	0,00
TOTAL			4073,65	**10000,00**	

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Amortización de los activos diferidos, la misma que se ha obtenido realizando la división del monto total de éstos activos para el número de años de vida útil del proyecto, siendo así ésta de $ 216,05 dólares.

CUADRO No. 55

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

DENOMINACIÓN	VIDA ÚTIL	MONTO AMORTIZAR	VALOR ANUAL
Activos Intangibles	5	$ 1.080,25	$ 216,05
TOTAL			**$ 216,05**

Elaboración: El Autor
Fuente: Inversión en Activos Diferidos

g.3.3. PRESUPUESTO DE COSTO

La determinación de los costos es uno de los aspectos importantes para definir la rentabilidad del proyecto como por su trascendencia en la variedad de elementos sujetos a valoración y los desembolsos que debe incurrir tanto en ingresos como egresos que permitirá proyectar la situación contable. Para calcular y presentar los costos de producción y operación del proyecto, se empieza desglosando en rubros parciales agrupándolos en función de su evaluación, la técnica a utilizarse es trabajar a lo largo de la vida útil del proyecto. En todo proyecto es fundamental conocer cuánto va a costar prestar el servicio deseado y que ingreso se tendrá lo que es clave para la implementación de una empresa.

La estimación de los costos para los cinco años del proyecto constituye aspectos básicos para la realización del mismo; aquí se determina la rentabilidad del proyecto así como la valoración de los desembolsos del mismo. Al iniciar el funcionamiento de la empresa se incurre en algunos gastos, los mismos que están

basados en los precios del mercado y también están dados por la inflación, que para este proyecto se ha considerado el 4,3% anual (Fuente Revista Lideres).

CUADRO No. 56
COSTOS PARA LOS CINCO AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE SERVICIO	**$ 43.810,74**	**$ 45.623,88**	**$ 47.515,17**	**$ 49.487,97**	**$ 51.545,80**
COSTO PRIMO					
Mano de Obra Directa	$ 41.255,84	$ 43.033,97	$ 44.888,73	$ 46.823,43	$ 48.841,53
Total de costos primos	**$ 41.255,84**	**$ 43.033,97**	**$ 44.888,73**	**$ 46.823,43**	**$ 48.841,53**
GASTOS DE FABRICACIÓN					
Depreciaciones	$ 1.742,51	$ 1.742,51	$ 1.742,51	$ 1.742,51	$ 1.742,51
Servicios básicos	$ 661,08	$ 689,57	$ 719,29	$ 750,29	$ 782,63
Materiales de aseo	$ 151,31	$ 157,83	$ 164,63	$ 171,73	$ 179,13
Total de gastos de fabricación	**$ 2.554,90**	**$ 2.589,91**	**$ 2.626,44**	**$ 2.664,53**	**$ 2.704,27**
COSTOS DE OPERACIÓN	**$ 34.370,02**	**$ 35.574,68**	**$ 36.810,89**	**$ 44.427,15**	**$ 39.371,52**
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos	$ 23.405,64	$ 24.414,42	$ 25.466,69	$ 26.564,30	$ 27.709,22
Suministros de Oficina	$ 1.389,00	$ 1.448,87	$ 1.511,31	$ 1.576,45	$ 1.644,39
Arriendo del Local	$ 4.800,00	$ 5.006,88	$ 5.222,68	$ 5.447,77	$ 5.682,57
Total Gastos Administrativos	**$ 29.594,64**	**$ 30.870,17**	**$ 32.200,67**	**$ 33.588,52**	**$ 35.036,19**
GASTOS DE VENTA					
Publicidad	$ 3.258,76	$ 3.399,21	$ 3.545,72	$ 3.698,54	$ 3.857,95
Total Gasto de Venta	**$ 3.258,76**	**$ 3.399,21**	**$ 3.545,72**	**$ 3.698,54**	**$ 3.857,95**
GASTO FINANCIERO					
Amortizaciones de activo diferido	$ 216,05	$ 216,05	$ 216,05	$ 216,05	$ 216,05
Interés de préstamo	$ 1.300,57	$ 1.089,25	$ 848,45	$ 574,04	$ 261,34
Total Gasto Financiero	**$ 1.516,62**	**$ 1.305,30**	**$ 1.064,50**	**$ 790,09**	**$ 477,39**
Reinversión de equipo de computación				**$ 6.350,00**	
COSTO TOTAL	**$ 78.180,75**	**$ 81.198,56**	**$ 84.326,06**	**$ 93.915,12**	**$ 90.917,32**

g.3.4. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

Los costos se clasifican en costos fijos y variables como se demuestra a continuación:

COSTOS FIJOS

Está representado por los gastos que incurre la empresa por el solo hecho de existir. Es un gasto que se incurre así no produzca la empresa y normalmente dentro de estos gastos están los administrativos entre otros que generalmente sirven para realizar las operaciones no productivas.

COSTOS VARIABLES

Los costos variables por su parte están representados por todos los componentes del costo total a excepción del costo fijo, es decir, los costos que están íntimamente relacionados con la capacidad del servicio.

CUADRO No. 57

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA LOS CINCO AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

RUBROS	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
COSTO DE SERVICIO						
COSTO PRIMO						
Mano de Obra Directa		$ 41.255,84		$ 44.888,73		$ 48.841,53
GASTOS DE FABRICACIÓN						
Depreciaciones	$ 1.742,51		$ 1.742,51		$ 1.742,51	
Servicios básicos		$ 661,08		$ 719,29		$ 782,63
Materiales de aseo	$ 151,31		$ 164,63		$ 179,13	
COSTOS DE OPERACIÓN						
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos	$ 23.405,64		$ 25.466,69		$ 27.709,22	
Suministros de Oficina	$ 1.389,00		$ 1.511,31		$ 1.644,39	
Arriendo de local	$ 4.800,00		$ 5.222,68		$ 5.682,57	
GASTOS DE VENTA						
Publicidad	$ 3.258,76		$ 3.545,72		$ 3.857,95	
GASTO FINANCIERO						
Amortizaciones de activo diferido	$ 216,05		$ 216,05		$ 216,05	
Interés de préstamo	$ 1.300,57		$ 848,45		$ 261,34	
	$ 36.263,83	**$ 41.916,92**	**$ 38.718,03**	**$ 45.608,02**	**$ 41.293,16**	**$ 49.624,16**
TOTAL DE COSTOS	**$ 78.180,75**		**$ 84.326,06**		**$ 90.917,32**	

g.3.5. PRESUPUESTO DE INGRESOS

La empresa prestará sus servicios de asesoría en comercio exterior en la especialidad de exportaciones mediante la puesta en marcha de sus instalaciones en la parroquia de San Sebastián del cantón y ciudad de Loja. Se pondrá a disposición de usuario varios servicios como son; planes de exportación, asesoramiento en procesos de exportación, asesoramiento aduanero, establecimiento de relaciones internacionales, y servicios complementarios. Los ingresos que genera el proyecto corresponden básicamente a la venta de los servicios, en el siguiente cuadro se puede observar el detalle de los ingresos. Es importante destacar que como estrategia de la empresa para mantenerse como líder en el mercado y obstaculizar la entrada de nuevos competidores, se mantendrá constante el precio y se tendrá un 25% de margen de utilidad para los 5 años de vida útil del proyecto.

- **INGRESOS PARA LOS CINCO AÑOS DE VIDA ÚTIL DE PROYECTO**

Para el primer año de vida útil se cubrirá el 90% del mercado según la capacidad utilizada determinada en el estudio técnico, cuya cantidad es de 18 servicios mensuales que ofrecerá la empresa, estos servicios multiplicados por los 12 meses del año nos dan un total anual de 216, para la determinación del precio se ha establecido un margen de utilidad del 25% el mismo que ya está incluido en el

valor total del servicio. Para el segundo, tercero, cuarto y quinto año se estima el valor de la misma forma, entre los principales servicios a ofertar tenemos:

CUADRO No. 58

INGRESOS PARA LOS CINCO AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	VALOR	MARGEN DE UTILIDAD 25%	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	NÚMERO DE SERVICIOS MENSUAL	INGRESOS MENSUAL EL 1 AÑO	NÚMERO DE SERVICIOS MENSUAL PARA EL 2 Y 3 AÑO	INGRESOS MENSUAL PARA EL 2 Y 3 AÑO	NÚMERO DE SERVICIOS MENSUAL PARA EL 4 Y 5 AÑO	INGRESOS MENSUAL PARA EL 4 Y 5 AÑO
Planes de Exportación	$ 1.200,00	$ 300,00	$ 1.500,00	2	$ 3.000,00	2	$ 3.000,00	2	$ 3.000,00
Asesoramiento en procesos de exportaciones	$ 500,00	$ 125,00	$ 625,00	4	$ 2.500,00	4	$ 2.500,00	4	$ 2.500,00
Asesoramiento aduanero	$ 250,00	$ 62,50	$ 312,50	5	$ 1.562,50	5	$ 1.562,50	6	$ 1.875,00
Establecimiento relaciones internacionales	$ 200,00	$ 50,00	$ 250,00	2	$ 500,00	2	$ 500,00	2	$ 500,00
Servicios complementarios	$ 50,00	$ 12,50	$ 62,50	5	$ 312,50	6	$ 375,00	6	$ 375,00
INGRESOS MENSUALES				**18**	**$ 7.875,00**	**19**	**$ 7.937,50**	**20**	**$ 8.250,00**
INGRESOS ANUALES				**216**	**$ 94.500,00**	**228**	**$ 95.250,00**	**240**	**$ 99.000,00**

Elaboración: El Autor
Fuente: Estudio Técnico (Capacidad Utilizada)

g.3.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio (PE), corresponde a la situación productiva o generación de servicios, en que la empresa no obtiene ganancia, ni incurre en pérdida, cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el Punto de Equilibrio, es decir, mediante el punto de nivelación económica (PE) se obtiene los niveles de generación de servicios críticos del proyecto, a través de relacionar el comportamiento de las variables, ingresos totales y costos totales; para ellos el costo total se divide en costos fijos, que es aquel que no varía cuando aumenta o disminuye el nivel de generación de los servicios; y el costo variable, cuyo valor se modifica para los distintos niveles de producción.

En toda empresa es importante anticiparse a los resultados y sobre esa base tomar decisiones que le permitan acercarse a conseguir los resultados esperados, uno de esos métodos es el punto de equilibrio.

Este método permite cambiar los diferentes factores determinantes de las posibles utilidades o pérdidas a diferentes niveles de operación, por lo cual se constituye en una herramienta importante para la toma de decisiones.

Para este cálculo se utiliza la fórmula en función de las ventas.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{CT}}$$

En donde:
PE= Punto de Equilibrio
CF= Costos Fijos
CV= Costos Variables
VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{36.263,81}{1 - \frac{41.916,92}{94.500,00}}$$

$$PE = 65.171,73$$

El Punto de Equilibrio también se lo calcula en función de la capacidad productiva, permitiendo así poder relacionar las dos variables para contrastar con el método gráfico para su determinación. Para ello se emplea la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{C.F}{V.T - C.V} * 100$$

En donde:
PE= Punto de Equilibrio
CF= Costos Fijos
CV= Costos Variables
VT= Ventas Totales (Ingresos)

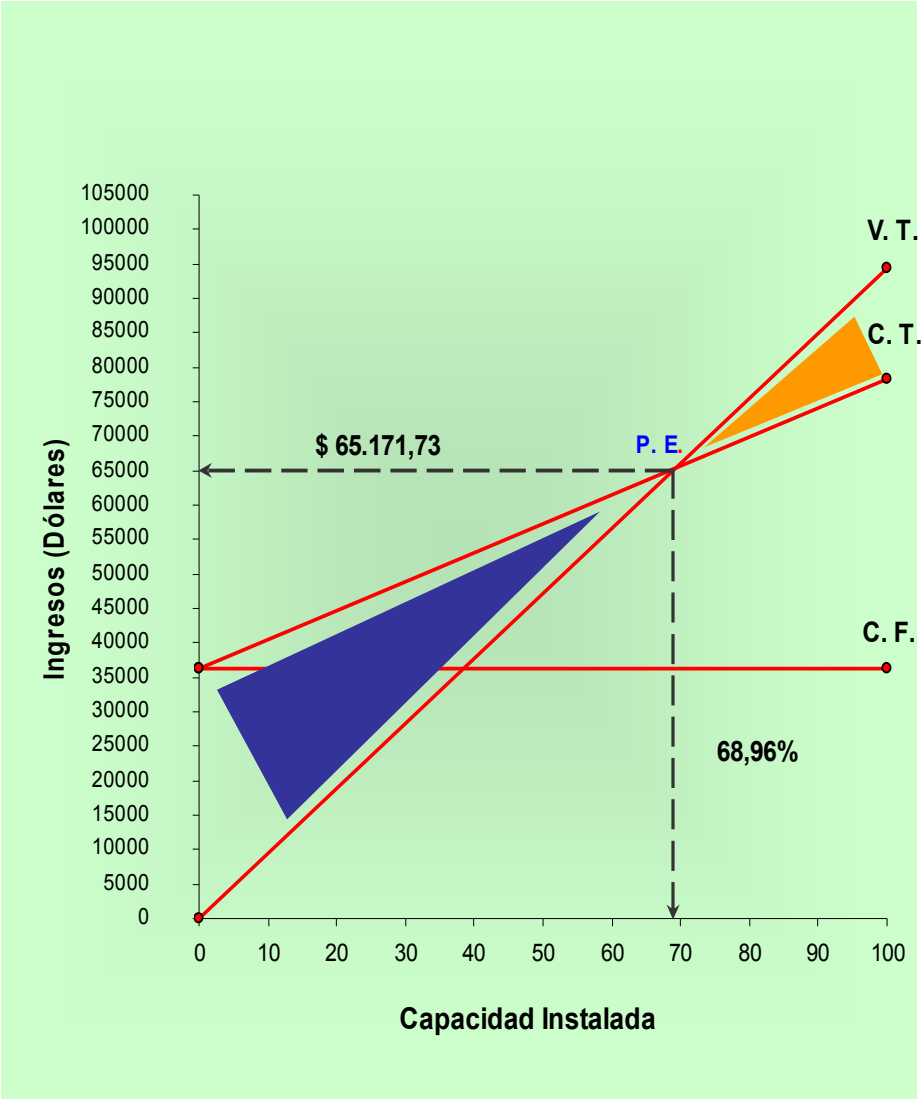
$$PE = \frac{36.263,81}{94.500,00 - 41.916,92} * 100$$

$$PE = 68.96\%$$

Método grafico.- Es la representación grafica en el que se especifica el punto de equilibrio mediante el plano cartesiano.

GRAFICO No. 22

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÒN DE LA CAPACIDAD INSTALADA Y LAS VENTAS



Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 68.96% y con un ingreso en las ventas de 65.171,73 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

g.3.7. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

De los datos obtenidos en los presupuesto tanto de ingresos como de costos y luego de establecer su diferencia se obtiene la utilidad neta para completar el estado de resultados, se toma en cuenta el 15% de distribución de utilidades entre los servidores de la empresa posteriormente se aplica el 25% de impuestos a la renta de las sociedades; y, el 10% de reserva legal. El estado de pérdidas y ganancias se lo proyecta durante la vida útil del proyecto y los resultados representan la utilidad líquida para ser distribuidos.; y, para proyectarlos en los cinco años estipulados para la empresa.

CUADRO No. 59

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS PROYECTADO					
AÑOS	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
INGRESOS					
Ventas	$ 94.500,00	$ 95.250,00	$ 95.250,00	$ 99.000,00	$ 99.000,00
Valor Residual			$ 2.041,46	$ 705,49	$ 705,49
Total ingresos	**$ 94.500,00**	**$ 95.250,00**	**$ 97.291,46**	**$ 99.705,49**	**$ 99.705,49**
EGRESOS					
Costo de Producción	$ 43.810,74	$ 45.623,88	$ 47.515,17	$ 49.487,97	$ 51.545,80
Costos de Operación	$ 34.370,02	$ 35.574,68	$ 36.810,89	$ 44.427,15	$ 39.371,52
Total Egresos	**$ 78.180,75**	**$ 81.198,56**	**$ 84.326,06**	**$ 93.915,12**	**$ 90.917,32**
Utilidad Gravable	**$ 16.319,25**	**$ 14.051,44**	**$ 12.965,40**	**$ 5.790,36**	**$ 8.788,17**
15% Para Trabajadores	$ 2.447,89	$ 2.107,72	$ 1.944,81	$ 868,55	$ 1.318,22
Utilidad Antes de Impuestos (UAI)	$ 13.871,36	$ 11.943,72	$ 11.020,59	$ 4.921,81	$ 7.469,94
25% Impuesto a la Renta	$ 3.467,84	$ 2.985,93	$ 2.755,15	$ 1.230,45	$ 1.867,49
Utilidad Antes de Reserva Legal	$ 10.403,52	$ 8.957,79	$ 8.265,44	$ 3.691,36	$ 5.602,46
10% Reserva Legal	$ 1.040,35	$ 895,78	$ 826,54	$ 369,14	$ 560,25
UTILIDAD NETA	**$ 9.363,17**	**$ 8.062,01**	**$ 7.438,90**	**$ 3.322,22**	**$ 5.042,21**

g.3.8. FLUJO DE CAJA

Es una herramienta financiera que permite reconocer la verdadera liquidez que tiene la empresa. El flujo de caja nos permite enfrentar las decisiones sobre la compra de activos o el pago de pasivos., En el flujo de caja se consideran los valores correspondiente a depreciaciones y amortizaciones del activo diferido como valores que incrementan la liquidez empresaria, toda vez que sellos no signifiquen egresos durante el ejercicio económico. En él campo Financiero el flujo de caja permite calcular los indicadores del valor actual neto y tasa interna de retorno que son los que permiten tomar una decisión a cerca de la inversión a realizar

Los flujos netos de caja se obtienen de la diferencia entre los ingresos totales y los egresos totales de cada uno de los años de vida útil del proyecto. Los flujos que se obtengan demostrarán el grado de liquidez que existirá en el proyecto durante los cinco años de vida útil que tenga el mismo. Los ingresos del proyecto están representados por la venta de los servicios en asesoría en comercio exterior, especialidad exportaciones y el valor residual que se obtendrá por la venta de los activos que serán reemplazados, luego de haber cumplido su ciclo de vida útil en el proyecto, los egresos del proyecto serán el costo total, el reparto de utilidades a los trabajadores y el pago de impuestos.

El flujo neto encontrado para el primer año es de $ 20.302,74 dólares, en el quinto año será de $11.996,68 dólares.

CUADRO No. 60

FLUJO DE CAJA

DENOMINACION	**PERIODOS**					
	Año 0	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
IGRESOS						
Ingreso por ventas		$ 94.500,00	$ 95.250,00	$ 95.250,00	$ 99.000,00	$ 99.000,00
Capital propio	$ 7.602,38					
Crédito	$ 10.000,00					
Valor residual		$ 0,00	$ 0,00	$ 2.041,46	$ 705,49	$ 705,49
TOTALINGRESOS	**$ 17.602,38**	**$ 94.500,00**	**$ 95.250,00**	**$ 97.291,46**	**$ 99.705,49**	**$ 99.705,49**
EGRESOS						
Activo fijo	$ 10.361,99					
Activo diferido	$ 1.080,25					
Activo circulante	$ 6.160,14					
Costos totales del servicio	$ 0,00	$ 78.180,75	$ 81.198,56	$ 84.326,06	$ 93.915,12	$ 90.917,32
TOTAL EGRESOS	**$ 17.602,38**	**$ 78.180,75**	**$ 81.198,56**	**$ 84.326,06**	**$ 93.915,12**	**$ 90.917,32**
Utilidad Gravable		$ 16.319,25	$ 14.051,44	$ 12.965,40	$ 5.790,36	$ 8.788,17
Depreciaciones		$ 1.742,51	$ 1.742,51	$ 1.742,51	$ 1.742,51	$ 1.742,51
Amortizaciones diferidas		$ 216,05	$ 216,05	$ 286,86	$ 286,86	$ 286,86
FLUJO NETO	**$ 0,00**	**$ 18.277,80**	**$ 16.009,99**	**$ 14.994,77**	**$ 7.819,73**	**$ 10.817,53**

g.3.9. EVALUACIÓN FINANCIERA.

Es el proceso de medición de su valor, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere, desde un punto de vista determinado. Se basa normalmente en el análisis de los ingresos y gastos relacionados con el proyecto, teniendo en cuenta cuando son efectivamente recibidos y entregados (en los flujos de caja que se obtiene en dicho proyecto), con el fin de determinar si son suficientes para soportar el servicio de la deuda anual (principal + interés) y de retribuir adecuadamente el capital aportado por los socios. Para evaluar la vialidad de un proyecto de inversión los indicadores más utilizados por los expertos son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Coeficiente Beneficio Costo, Periodo de Recuperación, entre otros. La evaluación financiera de un proyecto da la oportunidad de cuantificar los costos y beneficios que se podrán obtener como rentabilidad en períodos determinados de actividades. Para obtener la rentabilidad se estructuró el flujo de caja y el estado de pérdidas y ganancias, para lo cual se aplicó indicadores financieros y económicos para conocer los beneficios económicos que obtendrán los futuros inversionistas.

g.3.9.1. VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto, se utiliza para determinar el saldo actualizado, luego de la vida útil del proyecto, bajo este concepto es factible de realizarlo cuando el valor

actual neto es positivo, siempre y cuando la tasa de actualización utilizada sea un porcentaje que corresponda al costo de oportunidad en el mercado financiero.

En el presente análisis se utilizará la tasa del 13.50% en razón de que se paga el crédito bancario a este interés, además se incluye el valor de rescate al final del proyecto y no se toman en cuenta los valores por amortizaciones, intereses y depreciaciones en el flujo de fondos, obteniéndose un valor actual neto positivo de $ 31.639,93 dólares, por lo tanto el proyecto es factible de ejecutarlo.

CUADRO No. 61

VALOR ACTUAL NETO

Años	Flujo Neto	Fact. Actul. 13.50%	Flujo descontado
0	-17.602,38		
1	18.277,80	0,881057269	16.103,79
2	16.009,99	0,776261911	12.427,95
3	14.994,77	0,683931199	10.255,39
4	7.819,73	0,602582554	4.712,03
5	10.817,53	0,530909739	5.743,13
		Total	49.242,30
		Inversión	-17.602,38
		VAN	**31.639,93**

Factor de Actualización

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$

VAN = ∑VAN (1 a 5 años) – Inversión

VAN = **49.242,30 – 17.602,37**

VAN = 31.639,93

El VAN positivo de 31.639,93 dólares es el valor presente de los valores futuros calculados en el flujo de caja, lo que significa que la empresa aumentará su valor durante la etapa de operación, por lo tanto es conveniente ejecutar el proyecto.

g.3.9.2. TASA INTERNA DE RETORNO

En los cálculos de factibilidad de un proyecto es necesario buscar un indicador que permita la certeza del valor de la moneda en el futuro, el mismo que debe estar con relación a la cantidad de dinero que dispondrá una vez concluida la vida útil, en este caso cinco años, para ello es conveniente calcular la tasa interna de retorno a la cual estará sujeta el proyecto. La tasa interna de retorno calculada es de 87,96% lo cual indica que si es factible realizarlo al proyecto.

CUADRO No. 62

TASA INTERNA DE RETORNO

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		87,00%	Tm	88,00%	TM
0	-17.602,38		-17.602,38		-17.602,38
1	18.277,80	0,53475936	9.774,23	0,5319148936	9.722,24
2	16.009,99	0,28596757	4.578,34	0,2829334541	4.529,76
3	14.994,77	0,15292383	2.293,06	0,1504965181	2.256,66
4	7.819,73	0,08177745	639,48	0,0800513394	625,98
5	10.817,53	0,04373126	473,06	0,0425804997	460,62
VAN Tm			155,79	VAN TM	-7,12
				TIR	87,96%

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor}\right)$$

$$TIR = 87 + 1\left(\frac{155,79}{155,79 - (-7,12)}\right)$$

$$TIR = 87,96\%$$

g.3.9.3. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

"Para la determinación de la relación beneficio costo B/C se relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirán durante el periodo del proyecto"[15]:

- ✓ RB/C es mayor a uno el proyecto se desarrolla.
- ✓ RB/C es menor a uno el proyecto se rechaza.
- ✓ RB/C es igual a uno es indiferente realizar el proyecto

En la toma de decisiones sobre la implementación de un proyecto de inversión generalmente se espera una rentabilidad adecuada, esta relación la demuestra el beneficio costo, que nos indica el número de veces que es rentable la inversión, en este estudio se toma la información del cálculo del valor actual neto y se establece que la relación es de 1.15 que significa, que por cada dólar invertido el empresario recibirá 0.15 centavos de utilidad.

---

15 UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. Administración Financiera, Módulo VI. Loja-Ecuador. 2008.

CUADRO No. 63

RELACION BENEFICIO COSTO						
Año	**Actualización del Costo Total**			**Actualización de Ingresos**		
	Costo Total Original	**Factor de Actualización 13,50%**	**Costo Actualizado**	**Ingreso Original**	**Factor de Actualización 13,50%**	**Ingreso Actualizado**
0						
1	78.180,75	0,88105727	68.881,72	94.500,00	0,88105727	83.259,91
2	81.198,56	0,77626191	63.031,35	95.250,00	0,77626191	73.938,95
3	84.326,06	0,68393120	57.673,22	95.250,00	0,68393120	65.144,45
4	93.915,12	0,60258255	56.591,61	99.000,00	0,60258255	59.655,67
5	90.917,32	0,53090974	48.268,89	99.000,00	0,53090974	52.560,06
			294.446,80			**334.559,04**
					RBC	**1,14**

$$\text{R B/C} = \frac{IngresosActualizados}{EgresosActualizados} = \frac{334.559,04}{294.446,80} = 1.14$$

Este valor significa que por cada dólar invertido en la ejecución del proyecto se obtendrá un beneficio de 14 centavos de dólar, lo que ratifica la conveniencia de realizar el proyecto.

g.3.9.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

El periodo de recuperación del capital, nos sirve para darnos cuenta en que tiempo se espera recuperar el capital invertido en el proyecto y en este caso se espera recuperar en 1 año, 1 mes y 13 días.

CUADRO No. 64

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Años	Flujo Neto	Factor de Actualización 13,50%	Valor actualizado
0	-17.602,38		
1	18.277,80	0,881057269	16103,79
2	16.009,99	0,776261911	12427,95
3	14.994,77	0,683931199	10255,39
4	7.819,73	0,602582554	4712,03
5	10.817,53	0,530909739	5743,13

PRC = Año anterior a cubrir la Inversión + $\frac{Inversión - \sum \Pr imerosFlujos}{FlujoAñoSuperaInversión}$

PRC = $2 + \frac{17.602,37 - 28.531,74}{12.427,97}$ = **1.12**

Años = 1 año

Meses = 0,12 x 12 = 1,44 = 1 mes

Días = 0,44 x 30 = 13 días

g.3.9.5. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que se refiere a la posibilidad de efectuar un proyecto debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro, por ello se toman las variables que representan mayor desconfianza como son los egresos y los ingresos del proyecto.

Para decidir sobre la implementación de un proyecto de inversión se considera lo siguiente:

- ✓ Si el coeficiente de sensibilidad es igual a la unidad, el proyecto es indiferente.
- ✓ Si el coeficiente de sensibilidad es mayor ala odiad, el proyecto es sensible; y,
- ✓ Si el coeficiente de sensibilidad es menor a la unidad, el proyecto no es sensible por lo tanto soporta el incremento o decremento analizado.

Incremento en los Egresos: Las condiciones del Ecuador económicamente hablando hace que los proyectos se evalúen, a más de las variaciones en los presupuestos, considerando hasta cuanto puede soportar los incrementos en los costos, determinados ya sea por factores internos y/o externos de la empresa y para que el empresario tome decisiones sobre la selección de proveedores y personal que permita optimizar los recursos. El proyecto soporta hasta un 3,8% de incremento en los egresos por lo que es factible implementarlo.

Disminuyendo los Ingresos: La variación en los ingresos permite dar información a los inversionistas hasta qué punto se pueden tomar políticas de precios frente al a competencia. En el presente caso la sensibilidad del proyecto soporta una disminución hasta un 3,3%.

CUADRO No. 65

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 3,8% EN LOS COSTOS								
Años	Costo T. Original	Costo T. original aumentado 3,8%	Ingreso Original	Actualización				
				Flujo Neto	Factor de Actualización 46,0%	Valor Actual	Factor de Actualización 47,0%	Valor Actual
0				-17.602,38				
1	78.180,75	81.151,62	94.500,00	13.348,38	0,68493151	9.142,72	0,6802721	9.080,53
2	81.198,56	84.284,11	95.250,00	10.965,89	0,46913117	5.144,44	0,4627701	5.074,69
3	84.326,06	87.530,45	95.250,00	7.719,55	0,32132272	2.480,47	0,3148096	2.430,19
4	93.915,12	97.483,90	99.000,00	1.516,10	0,22008405	333,67	0,2141562	324,68
5	90.917,32	94.372,18	99.000,00	4.627,82	0,15074250	697,61	0,1456845	674,20
					Total	17.798,91	**Total**	17.584,29
					Inversión	-17.602,38	**Inversión**	-17.602,38
					VAN Tm	196,54	**VAN TM**	-18,09
							NTIR	**46,91%**

TIR del Proyecto	0,8796		
1) Diferencia de TIR =	0,4104	Tasa mayor	0,47
2) % de Variación =	0,4666	Tasa menor	0,46
3)Sensibilidad	**0,9946**	Diferencia de Tasa	0,01
		VAN Tasa menor	196,54
		VAN Tasa mayor	-18,09
		NTIR	**0,4692**

CUADRO No. 66

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 3,3% EN LOS INGRESOS								
Años	**Ingreso Original**	**Ingreso original disminuido 3,3%**	**Costo Original**	**Actualización**				
				Flujo Neto	**Factor de Actualización 46,0%**	**Valor Actual Tm**	**Factor de Actualización 47,0%**	**Valor Actual TM**
0				-17.602,38				
1	94.500,00	91.381,50	78.180,75	13.200,75	0,68493151	9.041,61	0,6802721	8.980,10
2	95.250,00	92.106,75	81.198,56	10.908,19	0,46913117	5.117,37	0,4627701	5.047,98
3	95.250,00	92.106,75	84.326,06	7.780,69	0,32132272	2.500,11	0,3148096	2.449,44
4	99.000,00	95.733,00	93.915,12	1.817,88	0,22008405	400,09	0,2141562	389,31
5	99.000,00	95.733,00	90.917,32	4.815,68	0,15074250	725,93	0,1456845	701,57
					Total	17.785,10	**Total**	17.568,40
					Inversión	-17.602,38	**Inversión**	-17.602,38
					VAN	182,73	**VAN**	-33,98
							NTIR	**46,84%**

TIR del Proyecto	0,8796		
1) Diferencia de TIR =	0,41	Tasa mayor	0,4700
2) % de Variación =	0,47	Tasa menor	0,4600
3)Sensibilidad	**0,9979**	Diferencia de Tasa	0,0100
		VAN Tasa menor	182,7276
		VAN Tasa mayor	-33,9775
		NTIR	**0,4684**

CONCLUSIONES

h. CONCLUSIONES

Luego de concluir con el proceso de elaboración del proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa asesora de comercio exterior en la especialidad de exportaciones para la ciudad de Loja, se plantean las siguientes conclusiones:

- Es factible la implementación de una empresa asesora de comercio exterior en la especialidad de exportaciones para la ciudad de Loja, así lo establecen los estudios de mercado, técnico y financiero, permitiendo una recuperación de la inversión con aceptables márgenes de utilidad.
- La implementación y puesta en marcha del presente proyecto contribuirá a que los productores de la ciudad alcancen nuevos mercados e incrementen sus volúmenes de ventas, por lo que se constituyen en una esperanza de generación de empleo, determinado por la capacidad que posee este sector para fomentar innumerables oportunidades de negocios, además de un inmejorable escenario de crecimiento para sectores productivos no tradicionales como lo son las medianas, pequeñas y microempresas dedicadas al comercio exterior.
- Existe una demanda insatisfecha que puede ser cubierta con la implementación de este proyecto, dado que con la globalización y la apertura de los mercados es casi imposible para los productores, abstenerse de realizar negociaciones a nivel internacional.
- La inversión que se necesita para implementar y poner en marcha el proyecto asciende a $ 17.602,38 dólares, de los que $ 10.000 dólares que representan el 56,81% se obtendrá

mediante un crédito bancario solicitado al Banco de Loja, mientras que los restantes $ 7.602,38 que alcanzan el 43,19% es aportado por los inversionistas.

- El presupuesto de Operaciones para el primer año es de $ 78.180,75 para un total de 216 servicios anuales, lo que permite determinar el punto de equilibrio para el primer año de vida útil, que se logra con una utilización de 68,96% de la capacidad instalada o con ventas que alcancen los $ 65.171,73 dólares.
- La utilidad neta que se obtendrá del proyecto para el primer año de vida útil será de $ 9.363,17 dólares y el flujo de caja neto será de $ 18.277,80.
- En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de 31.639,93; Tasa Interna de Retorno de 87,96%; Relación Beneficio Costo es de 1,14; Periodo de Recuperación de Capital es de 1 año, 1 mes y 13 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 3,80% y una disminución en los ingresos del 3,30%.
- La empresa se constituirá legalmente como una compañía de responsabilidad limitada "**H & E." CÍA. LTDA"**
- Analizando estos indicadores para la toma de decisiones, se concluye que el proyecto es factible de implementar.

RECOMENDACIONES

i. RECOMENDACIONES

Una vez culminado el presente estudio de factibilidad se presenta las siguientes sugerencias:

- Al establecerse que el proyecto es factible de ejecutarse se recomienda ponerlo en ejecución, dada su alta rentabilidad para los inversionistas y su importante aporte al desarrollo empresarial de la provincia de Loja, porque permite brindar a los productores locales una asesoría técnica en el proceso de exportación de sus productos.

- La asesoría y gestión son cada vez más complejas, a la vez que surgen nuevas oportunidades dentro de una región que lucha por modernizar rápidamente su economía, las empresas afines a este negocio necesitan estar en capacidad de poseer una excelente competitividad y tener poder de comunicación en cualquier tipo de cambio relacionado al comercio exterior, debido a que en nuestro país es muy inestable en cuestión de normas y reglamentos.

- Las empresas deben tomar conciencia del rol que pueden llegar a tomar dentro la economía, lo que les abre un abanico de oportunidades comerciales, por ello, no pueden dejar de actualizarse constantemente e innovar dentro del mundo empresarial internacional.

- Resulta de vital importancia la implementación de la empresa, dado que además de satisfacer la demanda asesoría en exportaciones, se estaría contribuyendo a la generación de fuentes de trabajo.

- Los inversionistas y empresarios deberían apoyarse en este tipo de estudios de factibilidad antes de implementar una empresa, para que de esta manera disminuir los riesgos y evitar los fracasos.

- El gobierno a través de las diferentes organizaciones de apoyo a las empresas deberían ser más flexible en cuanto a los requerimientos, plazos de pago y tasas de interés de los créditos proporcionados, para que los emprendedores puedan tener acceso al capital necesario para crear las empresas.

BIBLIOGRAFÍA

j. BIBLIORAFÍA

- AGUILAR MONTEVERDE, Alonso. Globalización y Capitalismo. México: Plaza & Janés, 2002, ISBN.
- BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, 2da Edic. 1994. ACCIÓN SOCIAL Y PATRONAL "Relaciones Humanas en la Empresa.
- BAUMAN, Zygmunt. La globalización: consecuencias humanas. Segunda edición en español. México: Fondo de Cultura Económica, 2002, ISBN-X. BOLTEN, Steven**,** Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México 1981.
- COHEN, E. (1992). Evaluación de Proyectos Sociales. Siglo Veintiuno. México
- CIRCULO DE LECTORES. (1991).Curso Básico De Administración. Editorial Norma.
- COLOMA, F. (1991). Evaluación social de proyectos de inversión. Asociación Internacional de Fomento- Bco. La Paz. Bolivia.
- INEC, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. "Fascículo Población, Censo Loja, año 2001"
- LEDESMA MARTÍNEZ, ZULEIMA. (1997). Análisis Económico Social de un Proyecto de Inversión.
- SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN Reinaldo. "Fundamentos de la Preparación y Evaluación de Proyectos" Editorial Presencia, Bogota Colombia, 1998.
- VARIOS, "ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN"; Guía de Estudio, Módulo X; Carrera de Administración de Empresas; Área Jurídica, Social y Administrativa; Editorial Universitaria; UNL Loja- Ecuador, 2004 – 2005; 114pp.

- Microsoft ® Encarta ® 2009. © 1993-2009 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.
- www.google.com
- www.monografias.com
- www.gestiopolis.com
- www.wikipedia.com

ANEXOS

ANEXO N° 1

FICHA RESUMEN

TITULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ASESORA DE COMERCIO EXTERIOR, EN LA ESPECIALIDAD DE EXPORTACIONES PARA LA CIUDAD DE LOJA"

PROBLEMÁTICA:

En el mundo empresarial y comercial actual, el avance científico y tecnológico exigen mejora continua, calidad y competitividad, especialmente en lo que se refiere a comercio internacional, pero lamentablemente en provincias y ciudades fronterizas como Loja, los empresarios y productores no cuentan con entidades que brinden asesoría y orientación en comercio exterior, específicamente en la especialidad de exportaciones, actividad fundamental para el desarrollo económico y que se constituyen en una de las principales debilidades para nuestra región.

La provincia de Loja, según información estadística proporcionada por la CAE[16], ocupa los últimos lugares en exportaciones, ya que solamente Industria Lojana de Especerías ILE, exporta mensualmente sus productos hacia los mercados de España y Estados Unidos, mientras que otras empresas como Inapesa, Cafrilosa y Novimueble lo hacen con menor

[16] www.cae.gov.ec

frecuencia, una o dos veces por año, lo que evidencia el escaso crecimiento de las exportaciones lojanas, que se constituye en un limitante no solo para las empresas sino para la región, dado que la exportación es una de las especialidades del comercio exterior que mayores beneficios genera, pues posibilita la creación de nuevos empleos, de mayor producción y productividad, y consecuentemente, de mayores ingresos públicos por concepto de impuestos.

Entre algunas de los causales que han incidido en el escaso desarrollo del comercio exterior, especialmente de las exportaciones se encuentran el alejamiento de los polos de desarrollo industrial y comercial (Quito, Guayaquil, Cuenca), vías de comunicación en pésimo estado, limitado desarrollo industrial, temor a las pérdidas, etc., pero sobretodo la falta de una entidad que se dedique exclusivamente a la asesoría en todo el proceso de exportación, que incluya no solamente los trámites aduaneros sino proporcionar información de potenciales mercados y consumidores, redes de comercialización y distribución, requisitos de ingreso de la mercadería, etc.

Esta falta de asesoría se hace evidente, cuando pese a que Loja cuenta con diferentes productos que pueden ser promocionados en el mercado exterior a través de la participación en las diferentes ferias internacionales y la búsqueda de un canal de comercialización externos, sin embargo, son contadas las empresas que exportan sus productos, esto debido fundamentalmente al desconocimiento de los procesos para exportar, a la creencia que solamente las grandes empresas pueden hacerlo y el temor de ingresar a los mercados internacionales, lo que obviamente es una falacia, dado que en la actualidad cualquier empresa, por muy pequeña que sea puede buscar mecanismos para exportar sus productos.

En cierto modo es lógico que nuestros empresarios se hayan convertido en pequeños productores satisfechos con realizar sus ventas a nivel local, porque lamentablemente en la ciudad de Loja no existen empresas que asesoren en las prácticas de comercio exterior, especialmente en "exportaciones, conocimiento de regímenes aduaneros, legislación aduanera, convenios internacionales, nomenclatura arancelaria, declaración aduanera, pago de tributos, zonas aduaneras, infracciones aduaneras, logística para importaciones, investigación de mercados, comercio justo, técnicas aduaneras, valoración aduanera, comercio electrónico, procedimientos electrónicos aduaneros, entre otros".[17]

Por lo tanto, es de trascendental importancia que en la ciudad de Loja se invierta en la creación de una empresa de comercio exterior que brinde el servicio de asesoría en los diversos aspectos relacionados con la negociación internacional, específicamente en lo que se refiere a exportaciones, que permitan un crecimiento y desarrollo del sector empresarial de la ciudad de Loja.

En base a lo expuesto se plantea como problema de investigación:

¿Cómo la falta de una empresa asesora en comercio exterior, en la especialidad de exportaciones han incido en la escasa participación de las empresas lojanas en negocios a nivel internacional?

---

[17] Estudio sobre Indicadores Socioeconómicos y Estrategias para Combatir la Pobreza en el Cantón Loja, Agencia de Desarrollo Empresarial (ADE), 2009.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la implementación de una empresa de asesoría en comercio exterior, en la especialidad de exportaciones para la ciudad de Loja.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para establecer los demandantes potenciales, reales y efectivos de la nueva empresa de asesoría en comercio exterior, referente a la especialidad de exportaciones.
- Ejecutar un estudio técnico para determinar la localización, el tamaño, y la ingeniería del proyecto.
- Diseñar un estudio administrativo, que determine la estructura organizacional y tipo de empresa a constituir.
- Realizar un estudio financiero, para establecer la inversión total del proyecto.
- Realizar la evaluación financiera para determinar con los indicadores financieros la rentabilidad o no de proyecto en estudio.

METODOLOGÍA

La realización del presente trabajo investigativo: **"Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Empresa Asesora de Comercio Exterior, en la Especialidad de Exportaciones para la Ciudad de Loja"**, exige el manejo de diversos métodos y técnicas para el desarrollo eficiente del tema.

A continuación se describe los métodos y técnicas a utilizarse:

MÉTODOS

Método Analítico-Sintético: Se utilizará para descomponer y estudiar los principales aspectos relacionados con las importaciones – exportaciones y trámites aduaneros, y la factibilidad de crear una empresa de asesoría de comercio exterior, estableciendo relaciones entre estos conceptos que permitan estructurar la propuesta planteada.

Método Inductivo: Se empleará para en base a los resultados obtenidos en la investigación de campo, establecer generalizaciones que corroboren la necesidad de implementar una empresa de asesoría en comercio exterior.

TÉCNICAS

Las técnicas a utilizarse en el presente proyecto son:

La Observación: Es una técnica que se la utilizará en forma muy objetiva, la cual nos permite observar las necesidades del mercado potencial, y cuál será su principal necesidad.

La información obtenida será analizada con el fin de adquirir elementos de juicio para la explicación del tema propuesto.

La Encuesta: Consiste en formular un banco de preguntas que permitirá recopilar datos para su posterior análisis. Aplicada a la población objetiva, en este caso a las empresas y comercios de la ciudad de Loja.

Población y Muestra

Según datos proporcionados por la Cámara de Industrias de Loja, para el año 2009, en la ciudad de Loja, existen 31 medianas industrias, de igual forma, en base a información proporcionada por la Cámara de la Pequeña Industria CAPIL, existen 421, pequeñas y micro industrias, lo que nos da un total de 452 empresas productoras, población que servirá de base para el cálculo de la muestra de empresas a las que se aplicará la encuesta.

Tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N}{1 + e^2(N)}$$

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de población

1 = constante

(e) = margen de error.

$$n = \frac{452}{1 + (0.05)^2 * 452}$$

$$n = \frac{452}{2{,}13}$$

n = 212 encuestas

Se aplicarán 212 encuestas a las empresas productoras de la ciudad de Loja.

ANEXO N° 2

FORMATO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñado en elaborar un "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ASESORA DE COMERCIO EXTERIOR, EN LA ESPECIALIDAD DE EXPORTACIONES PARA LA CIUDAD DE LOJA**", para lo cual le solicitamos muy comedidamente colaborar con la siguiente encuesta:

1. ¿Realiza Exportaciones?
Si ( )
No ( )

2. ¿Si su respuesta es negativa, cuáles son los motivos por los que no realiza exportaciones?
Falta de Capital ( )
Desconocen el procedimiento ( )
Temor a pérdidas ( )
Conformidad ( )
Otros ( )
Especifique _____

3. ¿Conoce usted de una empresa que se dedique a brindar asesoría en Comercio Exterior, especialidad de exportaciones?
Si ( )
No ( )

4. ¿Ha utilizado los servicios de una empresa asesora en exportaciones?
Si ( )
No ( )

5. ¿Si su respuesta es negativa, cuáles son las razones por las que no ha utilizado el servicio?
No existe ( )
Desconocimiento ( )
Temor a pérdidas ( )
Trámites Largos ( )

Otras ( )
Especifique _____

6. ¿Considera que su producto tendrá aceptación en el mercado internacional?
Si ( )
No ( )

7. Si en la ciudad de Loja se creará una empresa asesora en comercio exterior en la especialidad de exportaciones. ¿Haría uso del servicio?
Si ( )
No ( )

8. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca la nueva empresa?
Asesoría de Trámites ( )
Establecer contactos con empresas ( )
Planes de exportación ( )
Participación ferias internacionales ( )
Otro ( )
Especifique _____

9. ¿Con que frecuencia visitaría o haría uso del servicio en la nueva empresa?
1 vez a la semana ( )
1 vez a los quince días ( )
1 vez al mes ( )
1 vez al año ( )

10. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se diera a conocer los servicios de la nueva empresa?
Radio ( )
Televisión ( )
Prensa escrita ( )
Vallas publicitarias ( )
Hojas Volantes ( )
Otro ( )
Especifique _____

11. ¿Su empresa cuenta con los recursos necesarios para pagar este tipo de servicios?
Si ( )
No ( )

Gracias por su colaboración

ANEXO N° 3

FORMATO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS OFERENTES

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñado en elaborar un "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ASESORA DE COMERCIO EXTERIOR, EN LA ESPECIALIDAD DE EXPORTACIONES PARA LA CIUDAD DE LOJA**", para lo cual le solicitamos muy comedidamente colaborar con la siguiente encuesta:

1. ¿Su empresa qué tipos de servicios ofrece?

Estudios de Mercado ( )
Proyectos de Factibilidad ( )
Planes Estratégicos ( )
Planes de Negocios ( )
Imagen Corporativa ( )
Lanzamiento de productos ( )
Otros ( )
Especifique _____

2. ¿Cuántos clientes en promedio utilizan sus servicios mensualmente?

1 – 10 ( )
11 – 20 ( )
21 – 30 ( )
Otros ( )
Especifique _____

3. ¿En promedio cuánto cobra su empresa por los estudios que realiza?

401 – 800 ( )
801 – 1200 ( )
1201 – 1600 ( )
Otros ( )

Especifique _____

4. ¿Estos precios son aceptados por sus clientes?

Si ( )
No ( )
Parcialmente ( )

5. ¿Ha realizado en alguna ocasión estudios relacionados con exportaciones?

Si ( )
No ( )

6. ¿Cuáles considera son las razones para la escasa demanda de este tipo de estudios?

Desconocimiento del proceso ( )
Escaso desarrollo industrial ( )
Temor ( )
Desinterés por exportar ( )
Otros ( )
Especifique _____

Gracias por su colaboración

ÍNDICE

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN II
AUDITORIA III
AGRADECIMIENTO IV
DEDICATORIA V
a. TEMA 2
b. RESUMEN 4
c. INTRODUCCIÓN 14
d. REVISIÓN LITERARIA 17
e. MATERIALES Y MÉTODOS 47
f. RESULTADOS 51
g. DISCUCIÓN 71
ESTUDIO DE MERCADO 71
ANÁLISIS DE LA DEMANDA 73
ESTUDIO DE LA OFERTA 79
BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA 80
ESTRATEGIAS DE MERCADO 81
ESTUDIO TÉCNICO 93
TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN 94
INGENIERIA DE LA EMPRESA 107
ESTUDIO ORGANIZACIONAL 118
ESTRUCTURA EMPRESARIAL 119
NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD 119
ORGANIGRAMAS 121
MANUAL DE FUNCIONES 124
ESTUDIO FINANCIERO 132
INVERSIONES 132

PRESUPUESTO DE COSTOS 154
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS 157
PRESUPUESTO DE INGRESOS 159
PUNTO DE EQUILIBRIO 162
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS 165
FLUJO DE CAJA 166
EVALUACIÓN FINANCIERA 169
VALOR ACTUAL NETO 169
TASA INTERNA DE RETORNO 171
RELACIÓN BENEFICIO COSTO 172
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL 174
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD 175
h. CONCLUSIONES 180
i. RECOMENDACIONES 183
j. BIBLIOGAFIA 186
k. ANEXOS 189
l. INDICE 201