

## **UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO**

### **ESCUELA DE NEGOCIOS**

# **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA LOGÍSTICA Y TRASPORTE DE COMERCIO EXTERIOR**

Plan de Trabajo de Conclusión de Curso (TCC) presentado como requisito parcial para la obtención del grado en Ingeniería Comercial de la facultad de Negocios con especialización mayo en Negocios Internacionales y especialización menor Finanzas.


**LUIS ALBERTO CAMPAÑA CASTILLO**

**DIRECTOR: ING. FELIPE TOBAR**

**QUITO 2012**

## **Declaración**

Yo, Luis Alberto Campaña Castillo, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, calificado profesional, o proyecto público ni privado; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en el documento.

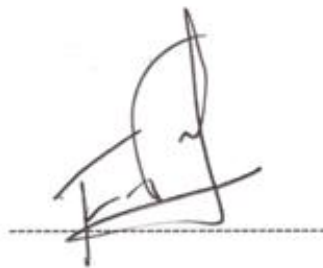


.....  
171169567-4

**Luis Alberto Campaña Castillo**

## **Certificación**

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Luis Alberto Campaña Castillo, bajo mi supervisión.

A handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, overlapping strokes, positioned above a horizontal dashed line.

Ing. Felipe Tobar

**DIRECTOR DE TESIS**

## Documento de Confidencialidad

Al presentar esta tesis como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Ingeniero Comercial de la Universidad del Pacífico, autorizo a la Biblioteca de la Universidad para que haga de esta Tesis un documento disponible para su lectura.

Estoy de acuerdo en que se realice cualquier copia de esta Tesis dentro de las regulaciones de la universidad según como la dictamina la L.O.E.S 2010 Art. 144.

Cuatro copias digitales, de esta Tesis de grado quedan en custodia de la Universidad del Pacífico, las mismas que podrán ser utilizadas para fines académicos y de investigación.

Para constancia de este compromiso suscribe,

  
Econ. Gastón Sandoval  
Quito, 20 de Febrero del 2013



Elaborado por: Luis Alberto Campaña Castillo

## **Ficha Catalográfica**

CAMPAÑA, Luis A., Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la logística y transporte de comercio exterior. Quito: UPACIFICO, 2013, 241p. Director Ing. Felipe Tobar, Ingeniería Comercial (Trabajo de Conclusión de Carrera TCC presentado a la Facultad de Negocios de la Universidad del Pacífico.

Resumen: La creación de la compañía ARCH Cargo, un operador logístico de importaciones, especializado en el transporte de equipos de tecnología, cuyo servicio especializado en personalización y representación del cliente con el fin de ser parte de la cadena de distribución del mismo para el transporte de mercancía.

Palabras Clave: Coordinación, Logística, preocupación, ser parte de,

## Tabla de contenido

Tabla de contenido .....	1
CAPITULO I .....	5
I.B Justificación .....	6
I.C Introducción .....	7
I.D Objetivos.....	11
I.D.1 Objetivo General. ....	11
I.D.2 Objetivos específicos.....	11
I.E Descripción del Servicio .....	12
I.E.1 Alianza Estratégica .....	15
CAPITULO II.....	19
Estudio de mercado.....	19
II.A Metodología de la investigación.....	19
II.A.1 Tipo de investigación. ....	19
II.A.2 Método .....	20
II.A.3 Técnica .....	20
II.A.3 Hipótesis.....	22
II.B Variables del Mercado .....	22
II.B.1 Perfil del cliente .....	22
Geográficas: .....	22
Demográficas .....	22
II.B.2 Variables de Conducta.....	23
Por situación de uso .....	23
II.C Diseño de la Entrevista.....	23
II.C.2 Tabulación e interpretación de resultados .....	25
II.D Análisis de la demanda .....	35
II.D.1 Comportamiento histórico de la demanda.....	35
II.D.2 Proyección de la Demanda .....	37
II.D.3 Definición del Market Share .....	41

II.E Análisis de la oferta.....	44
II.E.1 Competencia .....	45
II.E.1.a Competencia Directa.....	46
II.E.1.b Competencia Indirecta.....	46
II.E.1.c Análisis de la competencia.....	47
II.E.2 Cinco fuerzas Porter .....	48
II.F Definición del servicio.....	51
II.F.2 Estrategias de Mercado.....	52
II.G. Análisis de los Precios .....	56
II.G.1 Determinación del precio promedio.....	56
II.G.1.a Proyección de precios.....	59
CAPITULO III .....	61
ESTUDIO TECNICO .....	61
III.A Tamaño .....	61
III.A.1 Factores que determinan el tamaño del proyecto .....	61
III.A.1.a Definición del tamaño .....	62
III.A.2 Localización .....	62
III.A.2.a Factores que determinan la localización .....	62
III.A.2.b Definición de la localización.....	63
III.B Ingeniería del proceso .....	66
III.B.1 Cadena de valor .....	67
Logística de.....	67
III.B.2 Importaciones .....	67
III.B.2.a Flujo de proceso de importación.....	68
III.B.3 Organigrama de personal .....	69
III.B.3.a Balance de personal.....	70
IV.A Organismos .....	80
IV.B Procedimientos .....	81
IV.B.1 Importación .....	81
IV.B.2 Regímenes de Importación.....	81

IV.B.3 Quienes pueden importar .....	82
IV.C Desaduanización de la mercadería .....	82
IV.D Tipos de Aforo .....	83
IV.E Tributos aduaneros.....	84
IV.D Naturaleza Jurídica de la Compañía .....	85
CAPITULO V.....	87
Estudio Financiero .....	87
V.A Objetivos: .....	87
V.B Inversión.....	87
V.C Capital de trabajo .....	88
IV.D Análisis Flujo de Caja .....	89
V.E Análisis del Estado de Resultados .....	91
V.F Balance General .....	92
V.G Cálculo de la Tasa de Descuento.....	93
V.G.1 WACC.....	93
V.H Análisis VAN y TIR .....	94
V.H.1 VAN.....	94
V.H.2 TIR.....	94
V.I Financiamiento.....	96
V.J Índices Financieros .....	97
V.J.1 Punto de Equilibrio .....	97
IV.J.2 Razones Financieras .....	98
CAPITULO VI .....	100
Conclusiones y Recomendaciones.....	100
VI.A Conclusiones .....	100
VI.B Recomendaciones .....	101
LIBROS:.....	102
Anexos.....	105
ANEXO 1 .....	105
ANEXO 2 .....	107

ANEXO 3 .....	111
ANEXO 4 .....	115
GLOSARIO DE TERMINOS .....	117

## CAPITULO I

### I.A Problema

En el país existen aproximadamente 25 compañías que se dedican a la importación directa de los equipos de computación, al menor y al por mayor. La mayoría se ubican en las principales ciudades: Quito, Guayaquil y Cuenca. Las empresas más grandes sólo distribuyen los aparatos al por mayor, en el caso de las medianas poseen locales propios y el producto llega directamente al consumidor final. También existen compañías que se dedican a la importación bajo pedido.

El tiempo estimado que se demoran en transportar los aparatos desde el destino de origen (Estados Unidos; China y Japón) hasta el distribuidor final bordea los 8 y 15 días respectivamente, y 15 y 32 días en embarque marítimos. Sin embargo, los tiempos complicados y los trámites engorrosos provocan que aquellas compañías que trabajan para el Estado tengan constantes multas por incumplimiento de los contratos.

Por otro lado, el retraso en la importación provoca la falta de stock de algunos productos y con ello, la inversión no se recupera según lo previsto. Entre los factores que provocan este retraso en la importación están. En el punto de origen: el agente no realiza el 'pick up' a tiempo; retraso en el empaque y embalaje y en los trámites de salida de la mercadería. Al llegar la mercadería al país, el no tener los documentos completos altera los tiempos de ingreso del producto hacia la Aduana; ahí la falta de supervisión y planificación para la nacionalización de la mercadería, también retrasa el proceso.

## **I.B Justificación**

El actual servicio de importación es regular en cuanto a tiempos y al estado en el que llega la mercadería. Las grandes compañías, multinacionales, tienen una gran cantidad de trámites por lo cual el servicio que brindan se despersonaliza. En este marco, existe un nicho de mercado constituido por medianas y grandes empresas que necesitan que algún proveedor de servicios se personalice con sus trámites, para de esta manera cumplir con los tiempos establecidos en los contratos iniciales.

Dentro de este escenario, ARCH CARGO, al presentar sus servicios enfocado exclusivamente en las empresas que traen equipos de tecnología, ofrecerá un servicio integral, especializado en transporte de equipos de cómputo con un seguimiento detenido del recorrido de la mercancía en las distintas etapas de la importación. Otro plus de la empresa será un canal directo de comunicación entre el cliente y la empresa con el objetivo de mantener informados a los usuarios sobre el estado de su mercadería.

Además, la empresa contará con alianzas estratégicas que permitirán tener cupos disponibles en las aerolíneas, navieros para mejorar la calidad del servicio.

## **I.C Introducción**

La constante innovación tecnológica, tanto en equipos como en servicios de telecomunicaciones, ha permitido a las empresas nacionales y transnacionales interrelacionarse con mayor precisión, además que ha procurado un mejor control sobre los términos de negociación a la hora de realizar un intercambio comercial.

Estos avances facilitan el tráfico internacional de carga, toda vez que la coordinación de operaciones para transacción de mercancías revisten de funcionalidad a todo el proceso, consecuentemente vivimos una era de comercio exterior dinámico y sobre todo exigente en el tiempo y en la satisfacción del cliente.

La demanda actual de bienes y servicios entre países, conduce la evolución de aquellas empresas o individuos que brindan servicios de logística y transporte de mercancía internacional, no obstante del progreso que en la materia podemos constatar, siempre es posible atender aquella demanda enfocándonos en un servicio que vaya a la par del aumento vertiginoso de las transacciones internacionales.

Para lograr esta paridad, el mercado de servicios de logística se ha instrumentado de diversas estrategias que generan un valor agregado al servicio que brindan, permitiendo que las empresas crezcan y se posicionen en la preferencia del usuario. La movilidad de mercancías supone la injerencia de dos actores en el ciclo comercial: el comprador y el vendedor, quienes requieren de un mediador que facilite su adquisición en términos de transporte y de otras cuestiones operativas, refiriéndose a operaciones internacionales que

siempre tienen una mayor complejidad y que en las particularidades que presenta, los intervinientes no siempre se presentan autosuficientes para satisfacer su necesidad.

Esta es la justificación de la existencia de las empresas especializadas en el tráfico de mercancías, las cuales de rutina ofrecen servicios de transporte, bodegaje, custodia y trámites en torno a las importaciones, para que el consumidor o usuario de un producto no tenga que lidiar con cuestiones accesorias al giro de su negocio, las cuales puede perfectamente suplir mediante la contratación de un agente experto conocido como freightforwarders.

El freightforwarder o agente de carga es un experto conocedor de las regulaciones existentes en torno a las importaciones y exportaciones, que además domina los métodos de envío y la documentación inherente al comercio exterior. Es así, que se constituye en un eliminador de obstáculos artificiales a la hora de entregar las mercancías a tiempo y disminuye costos para el cliente. Su labor no se reduce a la de un mero transportista toda vez que brinda asesoría al cliente durante la cadena de transporte, de tal forma que dinamiza el intercambio comercial cooperando inevitablemente con la economía.

Actualmente, el agente de carga es considerado el actuario por cuenta de sus clientes, por tanto la cualidad más importante que detenta es la idoneidad en la planeación, coordinación de operaciones y dirección del traslado nacional e internacional de la carga.

Este proyecto de conclusión de carrera tiene como enfoque la innovación de la empresa de carga tradicional y su objetivo general es generar valor agregado al servicio de transporte internacional de mercadería, para que no se agote en la mediación del producto desde la

fábrica o el distribuidor, hasta el cliente o consumidor, sino que se convierta en un facilitador imprescindible del comercio y que domine las situaciones visibles así como las eventualidades que puedan surgir en torno a las importaciones.

La propuesta medular es convertir al agente de carga en un arquitecto de logística y el manejo de la mercadería, lo cual supone un reto en el sentido de que es nuestro interés la satisfacción del cliente, al mismo tiempo que ofertando un servicio diferenciado y de calidad elevaremos los márgenes de rentabilidad.

La compañía ARCH Cargo es una empresa que brindara servicios de operación logística de outsourcing para importadores en el Ecuador. El punto de partida es su dominio en el funcionamiento de la cadena de suministros tanto en transporte aéreo, marítimo y transporte multimodal, pretendiendo identificar necesidades implícitas del importador con el ánimo de implementar soluciones que se manifiesten principalmente en reducción de costos para el cliente, así como también, de los tiempos de llegada de la mercadería a su puerta.

El elemento diferenciador de ésta propuesta radica en la oferta de un servicio que cubra todas las necesidades del importador y del exportador, para lo cual aprovechará la infraestructura que la compañía ARCH ha logrado establecer, a esto se le suma los contactos y la red a la que pertenece por ser parte de la alianza estratégica lo cual puede operar en diferentes partes del mundo. Puntualmente el target de clientes a los cuales brinda asesoría preferencial son aquellos que importan y exportan equipos de tecnología y procesadores de datos quienes presentan dificultades específicas con sus adquisiciones que se describirán en el transcurso del presente trabajo.

El agente de carga de ésta propuesta, pretende ampliar su campo de acción hasta la representación del cliente durante el ciclo de transporte y custodia de su mercadería, lo cual demanda de un nivel gestión superior al que requería la simple intermediación de la mercadería. Este servicio debe asegurar la continuidad de la mercancía a través de los distintos medios de transporte, sin embargo, la representación implica garantizar del estado íntegro del producto así como también, el patrocinio para gestionar toda la documentación legal; es decir una ampliación de la responsabilidad en la prestación del servicio.

El término arquitectos de la logística de transporte, es la idea que se intenta transmitir de un servicio bien elaborado de principio a fin, con ello se quiere generar confianza en los clientes, para que no tengan la necesidad de estructurar e invertir en departamentos internos de logística, pues tendrán la certeza que la compañía tiene la solvencia profesional no solo para la movilidad oportuna de la mercadería sino para solucionar eventualidades relacionadas al transporte y papeleo que siempre amenazan el proceso logístico que la desconsolidación de carga puede presentar.

Así es como el servicio pretende abarcar temas tales como: términos de negociación con el productor, documentación y requisitos de la aduana del país de destino , información actualizada sobre movimiento de mercadería en tiempo real, embalaje, almacenaje, contrato de seguro, consolidación, transporte físico de la mercadería, trámites aduaneros ,agente aduanero y gestión financiera.

ARCH Cargo con sus alianzas estratégicas ofrecerá un servicio propio de warehouse en Miami Florida, lo cual ayudara a tener un respaldo fuerte para nuestros clientes que necesitan ser representados en Estado Unidos, y por contar con un volumen considerable

de clientes sumado al trabajo de coordinación óptima de transporte e itinerarios, se puede ofertar la mejores tarifas con aerolíneas o navieras inclusive llegando al cliente en el menor tiempo posible.

Según el tipo de negociación que se realice con los clientes ARCH Cargo ofrece seguridad máxima a la mercadería como candados satelitales en los contenedores cuando se trate de embarques marítimos para tener un rastreo actualizado de la mercadería en todo momento, además de ofrecer custodia para el traslado de la misma cuanto sea de punta a punta es decir que llegue las bodegas del cliente sin accidentes.

## **I.D Objetivos**

### **I.D.1 Objetivo General.**

Elaborar un estudio de factibilidad para la constitución de una empresa, dirigida la logística, transporte y desconsolidación de carga de comercio exterior.

### **I.D.2 Objetivos específicos**

- Mejorar la calidad de servicios prestados, y a su vez medir el nivel de satisfacción del cliente.
- Perfeccionar el proceso de nacionalización de mercadería en el Ecuador de acuerdo a sus leyes y reglamentos.
- Definir las funciones específicas, para el correcto desenvolvimiento de la empresa.
- Analizar las mejores y eficientes tarifas para el transporte y la logística.
- Realizar un estudio técnico y organizacional, con el fin de optimizar tiempo para visitas a clientes y tramites.

- Realizar un estudio financiero para conocer si la empresa poseerá un auto sustento.

## **I.E Descripción del Servicio**

En esta parte del proyecto se detallara los procesos a seguir para cumplir los compromisos, acciones y decisiones necesarias para satisfacer el requerimiento del cliente.

La representación es un traslado del poder de decisión que tiene el cliente en torno a un servicio que requiere, tomando en cuenta que conoce poco o desconoce detalles del procedimiento de transporte de carga. No obstante, de su necesidad lo que busca en una asesoría es la certeza de contratar la mejor opción; desde esa perspectiva la representación es una ampliación de la responsabilidad del proveedor del servicio, toda vez que queda facultado por el cliente para realizar tareas que superan el servicio tradicional de transporte de carga.

Refiriéndose a la toma de decisiones por parte de los clientes, se debe especificar que estas se circunscriben a aspectos que son de nuestro dominio en base a la experiencia. Ciertamente existen un sinnúmero de situaciones que no están sujetas a control y se toma como ejemplo al hecho que toda aerolínea o naviera presenta fluctuaciones en disponibilidad de espacios y tiempos de salida toda vez que presentan cambios sin previo aviso.

La asesoría tiene su punto de partida en la verificación de los permisos de importación, en caso de ser primera vez se gestionara los permisos requeridos para que pueda realizar su importación sin novedad, y en caso que ya sea importador frecuente, se verifica que tenga sus datos actualizados en el SICE (Sistema Interactivo de Comercio Exterior), y el nuevo

sistema aduanero ecuatoriano que permitirá a los operadores de comercio exterior realizar sus trámites electrónicamente (ECUAPASS). Remítase (ANEXO 3).

Cuando ha concluido la revisión inicial se espera a que el cliente informe que el pedido de la mercadería al proveedor esté listo, siempre sugiriendo alternativas que se ajusten a la necesidad del cliente, luego de lo cual se procede a la revisión de la mercadería adquirida, en la bodega del proveedor.

Al ofrecer un servicio, calificándolo de representantes de los clientes en el exterior, se continuara con las actividades operativas tales como verificar que la mercadería sea la correcta tanto en número de unidades como en la constatación del estado antes del empaque para proceder con el pick up, el cual consiste llevar la mercadería a nuestras bodegas, conocido como servicio de (warehouse), esto se lograra gracias a la alianzas estratégicas que posee como empresa forwarder con las agencias del exterior principalmente en Miami.

Una vez que la mercadería se encuentre en el warehouse se realizará una segunda a verificación del número de unidades ingresadas, el peso bruto y el volumen mediante la elaboración de un inventario, para continuar con el paleteo y reempaque de las mercancías, todo esto con minucioso cuidado para que la mercadería no sufra daños, siempre utilizando plástico de embalaje de color negro, azul, y rojo para distinguir a la adquisición y su propietario.

El tamaño de la mercadería determinará el transporte al que se va a recurrir, de igual forma que se hacen consideraciones en torno a factores como frecuencias al país de destino y el tiempo de llegada y los costos. Una vez que la mercadería se embarca hacia el país de

destino se contara con monitoreo constante de la misma vía internet gracias al servicio de tracking, así como también se mantendrá una constante comunicación con las aerolíneas vía telefónica para poder anticipar el arribo.

Como se mencionó antes, no se desea que el cliente intervenga en el proceso tedioso de desaduanización, ahí radica parte de la asesoría y representación brindada, el principal interés es generar confianza en el servicio que contrato y que no distraiga sus recursos o malgaste su tiempo ocupándose de asuntos no principales al giro de su negocio. Una vez arribada la mercadería el servicio de aduanas que brinda la empresa incluye retiro de documentación de la aerolínea o naviera, mensajería y contratación de seguro necesarios para la emisión de DAV (Declaración Andina de Valor) emitido el mismo se llevara al cliente para que revise el documento y que la persona encargada para firmar lo haga.

Después que todos estos procedimientos se cumplan el agente aduanero procederá con el ingreso a la aduana para la verificación de la misma. Dependiendo de la mercadería de la resolución de la SENAE (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador) se realizara un aforo físico o documental de la mercadería la cual consiste en que no haya inconsistencias con la declaración que realizó. Revisar (Capítulo IV)

Cuando este proceso termine se verificara en el ECUAPASS si la mercadería está o no liquidada para realizar el pago de impuestos que dependiendo la partida arancelaria de la mercadería, cuando este pago este realizado se procederá con el embarque hacia la bodega del cliente tal como se menciona, la idea es brindar un servicio end to end.

El cliente decidirá, dependiendo del valor de la mercadería un custodio armada hasta la bodega. También se ayudará con el desembarque de la misma y para control de calidad.

Es así como el proceso de transporte de mercadería llega a su fin siempre manteniendo al cliente informado de todos los procedimientos que lleva su mercadería para que esté tranquilo y pueda seguir confiando en la empresa.

### **I.E.1 Alianza Estratégica**

Según datos del Banco Central del Ecuador, durante el año 2011 el 71%<sup>1</sup> de las importaciones de equipos de tecnología y unidades de almacenamiento, provinieron de Estado Unidos de Norteamérica, y tomando en cuenta que los importadores de productos tecnológicos que conforman el portafolio de clientes que la empresa busca llegar, causan un importante tráfico de mercadería de dicho país, es viable y necesario, para el correcto funcionamiento de las operaciones, ser parte de una alianza estratégica fundamental con la finalidad que la empresa pueda cumplir con todo lo establecido al momento de brindar el servicio, y poder desarrollar de mejor manera con todos los procesos.

La alianza estratégica es la base que permitirá operar fuera del país, sin incurrir en los costos que implica establecer una oficina en territorio extranjero, toda vez que dicho proceso está colmado de requisitos casi imposibles de cumplir. Empezar una hazaña de tal magnitud es totalmente innecesario, pues debido a contactos se presentó la oportunidad de pactar con una empresa líder en servicios de freightforwarder en Miami, que es el principal puerto de embarque hacia nuestro país. En virtud de esta oportunidad se

---

<sup>1</sup>[bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201202.pdf](http://bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201202.pdf); Acceso: 5 de septiembre de 2012, hora: 21:32

conformará la alianza específicamente para warehouse, verificación de la mercadería, pick ups, embalaje y trámites de exportación a cambio de trato personalizado a sus clientes en el Ecuador, servicios aduaneros, cobros, etc.

Cumpliendo a cabalidad los parámetros establecidos en el pacto, los estándares del servicio de cada empresa se potenciarán de tal forma que se maximizara el beneficio mutuo, y del cliente de cada empresa.

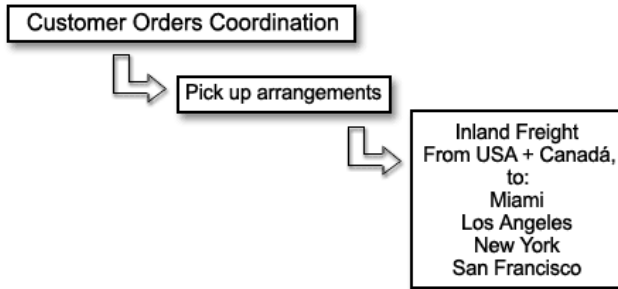
Los principales servicios con los que cuenta la empresa aliada son:

### **Warehouse**

La empresa aliada en sus instalaciones cuenta con una gran infraestructura y seguridad en bodegaje temporal de mercadería, lo cual sigue siendo un plus para nuestros clientes.



### Inland Freight



El servicio de pick up es el que se encarga de recoger la mercadería comprada por el cliente, en las bodegas de origen del proveedor desde cualquier parte de los EEUU, hasta las bodegas de Miami.

### Air Freight

#### Air Freight



Para embarques aéreos la compañía cuenta con bodegaje, revisión de la mercadería, empaque, etiquetado diferenciado y trámites de exportación.

**Ocean freight.**

- ▣ Directs + Consolidations
- ▣ Loading 20,40,40H
- ▣ Hawl B/L
- ▣ B/L Directo
- ▣ Manifest. Loading Guide

**CONTAINERS**

Container Type	Interior Dimension	Door Opening	Max Gross Weight	Tare Weight	Payload	Cubic Capacity
20' Dry Freight Container 20' x 8' x 8'6"	19' 4" 7' 8"	7' 8" 7' 5"	43.140 Lbs	5.140 Lbs	38.000 Lbs	1.168 cft
20' Open Top Container 20' x 8' x 8'6"	19' 4" 7' 7"	7' 7" 7' 8"	42.850 Lbs	4.850 Lbs	38.000 Lbs	1.149 cft
20' Flat Rack Container 20' x 8' x 8'6"	19' 5" 7' 10"	N/A	43.166 Lbs	6.516 Lbs	36.600 Lbs	N/A
20' Reefer Container 20' x 8' x 8'6" Insulated	17' 10" 7' 6"	7' 6" 7' 5"	38.410 Lbs	4.410 Lbs	34.000 Lbs	941 cft
40' Dry Freight Container 40' x 8' x 8'6"	39' 6" 7' 9"	7' 8" 7' 5"	54.020 Lbs	8.820 Lbs	45.200 Lbs	2.395 cft

Para embarques marítimos, al igual que en aéreos cuenta con bodegaje, revisión de mercadería, empaque, etiquetado, además de los documentos necesarios para realizar este tipo de embarques. Dependiendo del volumen de mercadería se elegirá el contenedor más apropiado de los mencionados en el cuadro de contendores.

Los servicios que presento la compañía con la cual se va a pactar una alianza estratégica, se ajusta perfectamente a los requerimientos necesarios que la empresa ARCH CARGO busca para brindar un servicio integral de logística de transporte de mercadería personalizado.

## **CAPITULO II**

### **Estudio de mercado**

El estudio de mercado es el soporte para determinar si el servicio que se va a ofrecer tiene un valor agregado para diferenciarse de empresas que ofertan servicios similares. De igual forma, facilita la mediación de la capacidad de los consumidores a pagar por un servicio de calidad. Todo lo anterior se realizará mediante el análisis del comportamiento del potencial cliente lo cual arrojará una proyección en ventas, tomando en cuenta el mercado cautivo así como la posibilidad de nuevas captaciones.

Para el proyecto de implantación de una empresa de servicios integrales de logística, cuyo objeto es el transporte de carga internacional, el estudio de mercado es muy importante por los elementos que aporta en cuanto a la recopilación de la información adecuada para conocer gustos y preferencias del cliente, y determinar la oferta y la demanda que existen en el mercado fundamentales para la toma de decisiones.

#### **II.A Metodología de la investigación**

##### **II.A.1 Tipo de investigación.**

La investigación es mixta ya que se obtuvieron datos cualitativos y cuantitativos. Se considera esta investigación adecuada pues la meta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales.

Así, los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican además de la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, su integración y discusión conjunta para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

En ese sentido, la investigación cuantitativa será utilizada para establecer datos duros, numéricos. La técnica cualitativa se utilizará para describir las condiciones del cliente, sus expectativas y lo que esperan de una empresa.

### **II.A.2 Método**

Para la investigación se utilizará un método de doble vía, es decir inducción y deducción. La inducción es un modo de razonar que nos lleva de lo particular a lo general, para ver cómo los hechos particulares están conectados a un todo.<sup>2</sup> Es decir la generalización de los eventos como un proceso que sirve de estructurar un problema y una hipótesis a ser resuelta. Pero para consolidar la investigación es necesaria la deducción que va desde lo general a lo particular y sirve para ver cómo un principio general, descansa en un grupo de hechos que son los que lo constituyen como un todo.

### **II.A.3 Técnica**

La principal técnica que se utilizará en esta investigación es la entrevista a profundidad, la cual brinda un panorama específico y general de la actual situación del sistema de

---

<sup>2</sup> Delgado, JM, y Gutiérrez. Método y Técnicas Cuantitativas de Investigación de Ciencias Sociales. Madrid: Editorial Síntesis Psicológica, 1994.

importaciones en el país, mediante las cuales se identificarán las fortalezas y las debilidades de los actuales competidores en el mercado así como una visión de qué necesitan las empresas. De tal forma, aportarán al presente proyecto de las herramientas básicas sobre las cuales se debe enfatizar brindando un diagnóstico integral.

**Fuentes Primarias:**

*...”La entrevista en profundidad es el tipo más habitual de estudios de mercado cualitativos, consiste en una entrevista extensa con un experto en el tema de estudio, se trata de conseguir información de calidad sobre el sector en el que llevamos a cabo el estudio de mercado; como se trabaja dentro del sector, las amenazas y oportunidades del mercado... con el fin de tener la visión de personas clave, obteniendo así una conocimiento completo y profundo del mercado en estudio.”<sup>3</sup>*

**Las fuentes secundarias de información serán:**

- Internet
- Revistas especializadas
- Información pública documentada
- Registros de aduana
- Estudios comparativo de mercado

La entrevista permitirá conocer información clave de carácter práctico que se requiere para diseñar el proyecto, sin embargo serán de fuentes seleccionadas, expertos en la materia de importaciones y exportaciones, para no generar un tráfico innecesario de información, que

---

<sup>3</sup>[http://www.microresearch.es/microresearch\\_cualitativos\\_entrevista\\_profundidad.html](http://www.microresearch.es/microresearch_cualitativos_entrevista_profundidad.html), MICRO RESERACH investigación de mercado. Acceso: 9 de septiembre de 2012: 22h30

seguramente distorsionaría la muestra que se pretende obtener. Posteriormente se procederá al análisis de resultados, en base a parámetros generales y específicos para finalmente plasmar la realidad del proyecto en el contexto espacial, temporal y de costos.

### **II.A.3 Hipótesis**

La oferta de una empresa de importaciones especializada en tecnología y con atención personalizada tendrá una buena acogida entre las empresas que requieren este servicio.

## **II.B Variables del Mercado**

### **II.B.1 Perfil del cliente**

#### **Geográficas:**

- Región: Costa y Sierra Ecuatoriana
- Tamaño ciudad: Quito, Guayaquil.
- Densidad del Área: Urbana.

#### **Demográficas**

- Tamaño: Empresas dedicadas a la distribución de productos tecnológicos

## **II.B.2 Variables de Conducta**

### **Por situación de uso**

- Tasa de utilización del producto: compras frecuentes al exterior y tener un inventario al día
- Objetivo: Logística de traslado de mercadería a propias bodegas para compras desde el exterior
- Búsqueda del benéfico: sentir confianza en el agente para el traslado de mercadería

## **II.C Diseño de la Entrevista**

Realizando un análisis previo, consultando con revistas, experiencias de compras, y referencias de terceros, se obtuvo nombres de empresas las cuales están dedicadas a la distribución de equipos de tecnología.

Para la entrevista a profundidad que se va a realizar en esta investigación, se tomo como muestra cinco empresas las cuales accedieron cordialmente a una cita, y las cuales tienen similitudes y ciertas diferencias en las variables que se muestra en el cuadro a continuación.

**Cuadro No 1**

## Variables / Empresas

Variables/Compañías	AKROS	INTCOMEX	D.O.S	GRYA	World Computer
<b>Naturaleza de la empresa</b>	Nacional	Multinacional	Nacional	Nacional	Nacional
<b>Actividad</b>	por mayor / Estado Ecuatoriano	Distribuidor al por mayor	Ecuatoriano / al por mayor / cliente final	Ventas Cooperativas / cliente Final	Cliente Final
<b>Tamaño</b>	Edificios y Bodegas propias en UIO y GYE	2 edificios uno en UIO y otro en GYE	Instalaciones Y bodegas propias	2 Locales en CC / Edificio Propio	Oficinas propias / 2 Locales de ventas
<b>Frecuencia de importaciones</b>	semanal	semanal	semanal	semanal	quincenal

**Elaborado por:** El Autor

Como se observa en el cuadro que analiza las variables, se ve que las empresas, que se dedican a la venta de equipos de tecnología tienen ciertas similitudes tales como: ser empresas nacionales, una frecuencia de importación semanal, que poseen instalaciones propias y se venden al estado Ecuatoriano.

Mientras que las diferencias que existen entre las empresas son: dos de ellas se dedican únicamente a distribuir al por mayor, hay una mixta que distribuye al por mayor y vende al consumidor final, y las otras dos tienen sus puntos de venta propios en centros comerciales, y locales propios para el cliente final.

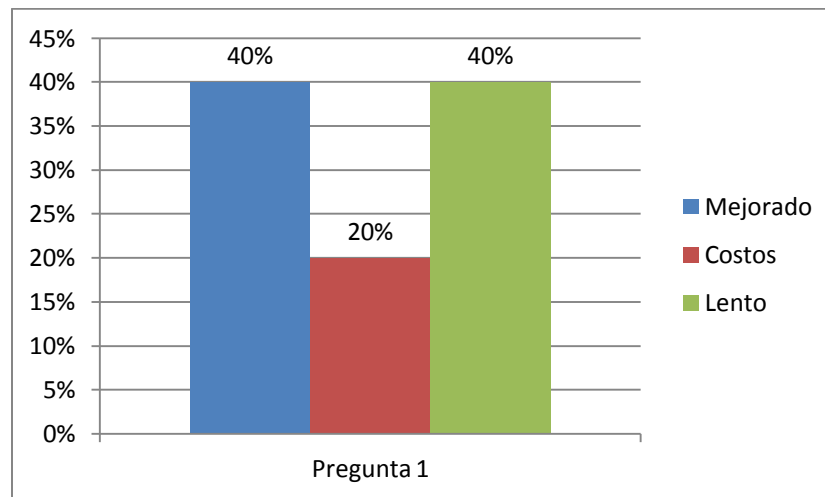
Al tener empresas que realizan una misma actividad, que a su vez tienen un sistema de comercialización diferente, al momento de la entrevista se va obtener una gran variedad de información ya que cada una bien definido su manejo en la cadena de distribución.

## II.C.2 Tabulación e interpretación de resultados

1.- ¿Cómo mira el actual sistema de importaciones en el país?

**Gráfico No 1**

Valor significado	Frecuencia	%
Mejorado	2	40%
Costos	1	20%
Lento	2	40%
Total frecuencias	5	100%



**Elaborado por:** El Autor

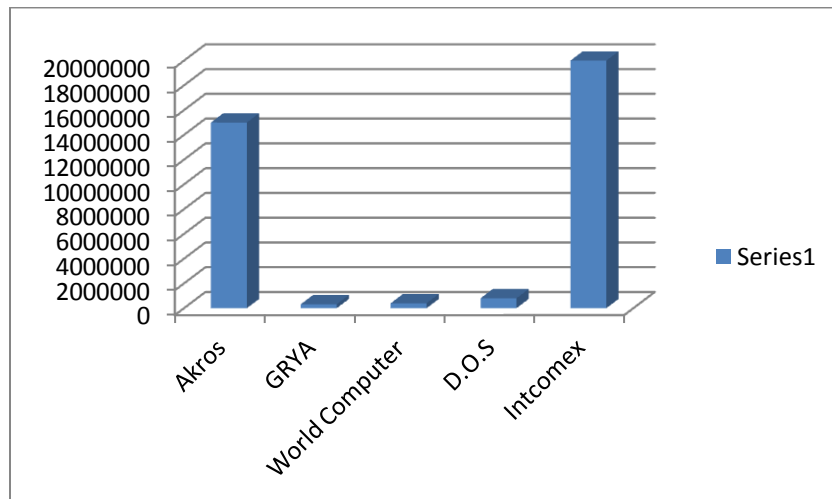
### Conclusión

Existe una polarización en los criterios del sistema de importaciones. Unas empresas lo consideran ágil mientras otras critican la lentitud, entre los principales factores por la parte burocrática.

2.- ¿Cuál es el promedio de importaciones que su empresa realiza mensualmente en kilos o unidades O costos fob?

**Gráfico No 2**

Valor Significado	Valor
Akros	15000000
GRYA	320000
World Computer	400000
D.O.S	800000
Intcomex	20000000



**Elaborado por:** El Autor

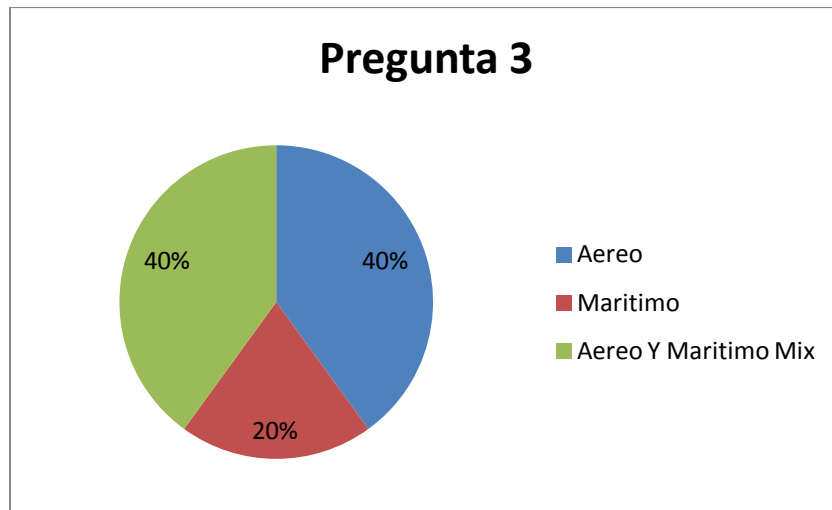
### Conclusión

En promedio las empresas importan mensualmente de millón de dólares, se diferencian ya que algunas son grandes distribuidores y otras comercializan al consumidor final.

3.- Durante el año pasado qué método de transporte utilizó más su empresa para el traslado de los productos: marítimo o aéreo ¿Por qué?

**Gráfico No 3**

Valor Significado	Frecuencia	%
Aéreo	2	40%
Marítimo	1	20%
<b>Aéreo Y Marítimo Mix</b>	<b>2</b>	<b>40%</b>
<b>Total frecuencias</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>



**Elaborado por:** El Autor

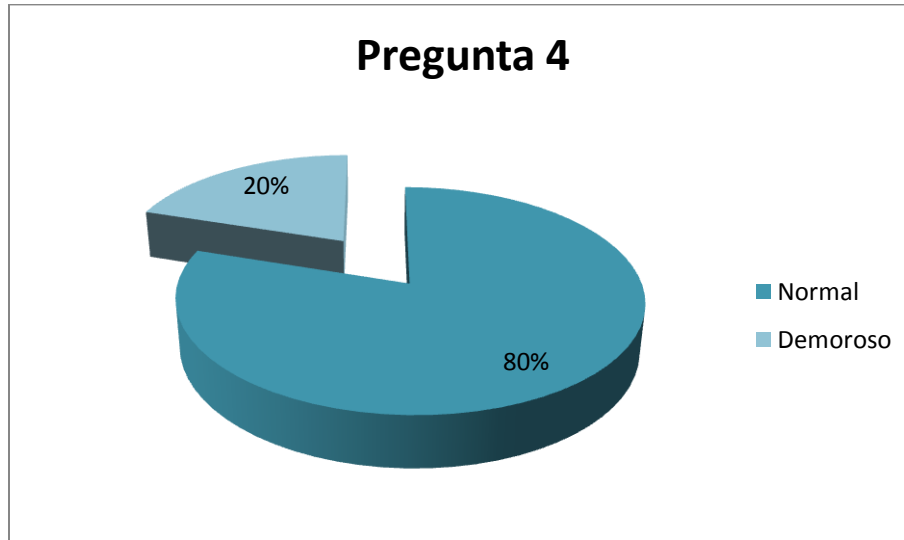
### Conclusión

La mayoría de empresas prefiere el transporte aéreo debido a que los productos llegan en menor tiempo. El transporte marítimo es utilizado para productos que no son urgentes.

4.- ¿Considera que los tiempos de entrega de la mercadería son los adecuados así como el trato que reciben los productos durante su traslado?

**Gráfico No 4**

Valor Significado	Frecuencia	%
Normal	4	80%
Demoroso	1	20%
Total Frecuencias	5	100%



**Elaborado por:** El Autor

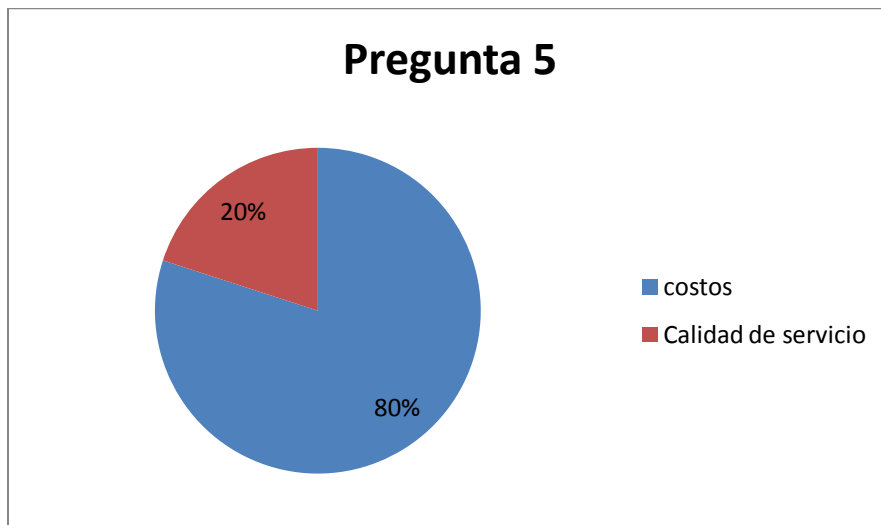
### Conclusión

La mayoría de empresas consideran que los tiempos de entrega de la mercadería no son los adecuados. En especial por las demoras en la Aduana. Además existe un malestar por el estado en el que llegan los productos.

5.- ¿Teniendo en cuenta las exigencias de su empresa, al momento de realizar una cotización para importar prefieren un servicio de mayor costo con mejor calidad u opta por economizar?

**Gráfico No 5**

Valor Significado	Frecuencia	%
costos	4	80%
Calidad de servicio	1	20%
Total Frecuencias	5	100%



**Elaborado por:** El Autor

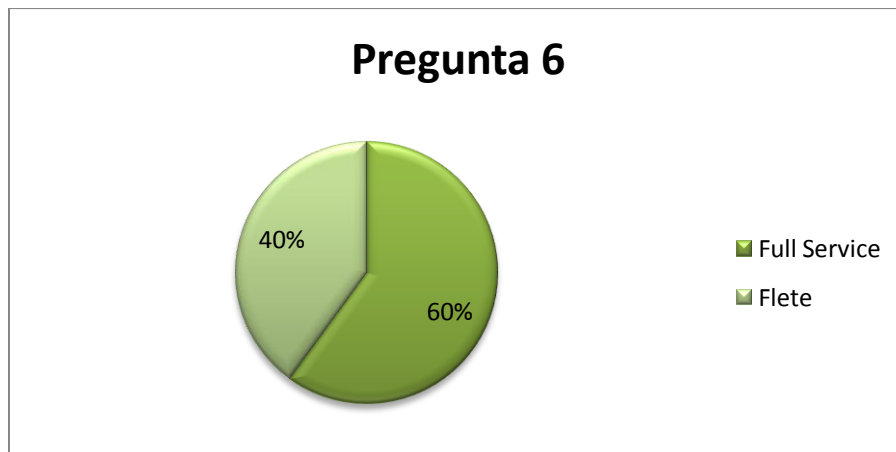
**Conclusión**

Las empresas buscan economizar pero a la vez un servicio de calidad.

6- ¿Al momento de contactar un forwarder lo utiliza para transporte y aduanas?

**Gráfico No 6**

Valor Significado	Frecuencia	%
Full Service	3	60%
Flete	2	40%
Total Frecuencias	5	100%



**Elaborado por:** El Autor

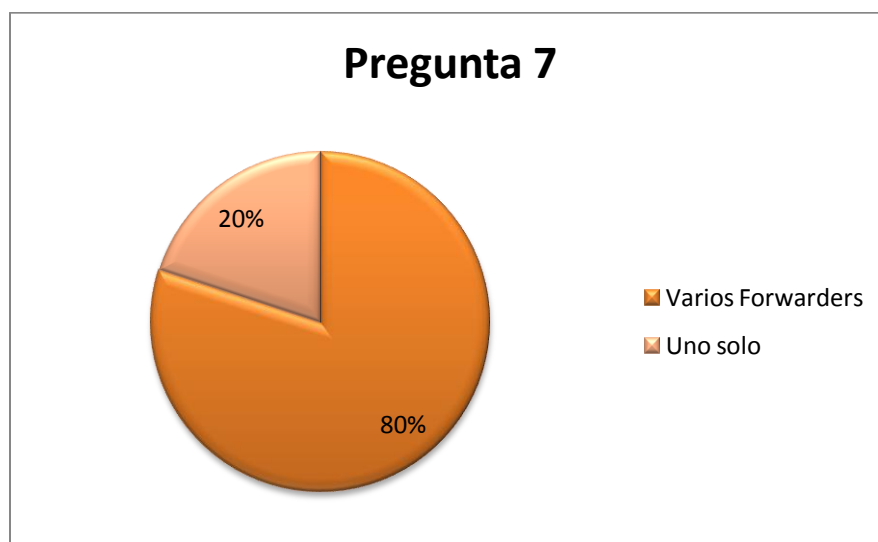
### Conclusión

La mayoría de empresas coinciden en dejar a manos del forwarder todo el proceso, pero existen otras que consideran Agentes Afianzados de su total confianza que ya trabajan por años.

7.- ¿Su empresa trabaja con uno o con varios forwarders al momento de realizar sus importaciones?

**Gráfico No 7**

Valor Significado	Frecuencia	%
Varios Forwarders	4	80%
Uno solo	1	20%
Total Frecuencias	5	100%



**Elaborado por:** El Autor

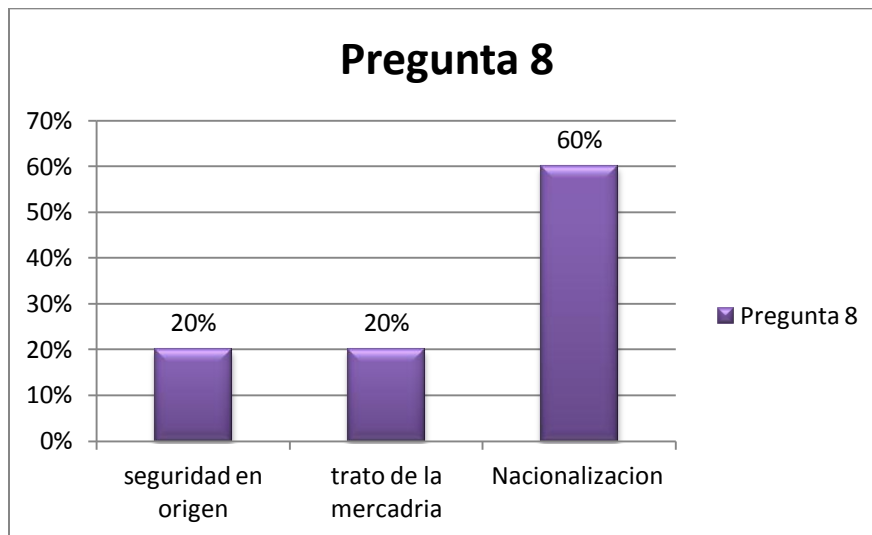
### Conclusión

Las empresas coinciden en que trabajan con varios forwarders, aunque también hay una empresa que trabaja con uno de su total confianza.

8.- ¿Alguna vez ha tenido inconvenientes en alguna de las etapas del proceso de importación de sus productos?

**Gráfico No 8**

Valor Significado	Frecuencia	%
seguridad en origen	1	20%
trato de la mercadería	1	20%
Nacionalización	3	60%
Total frecuencias	5	100%



Elaborado por: El Autor

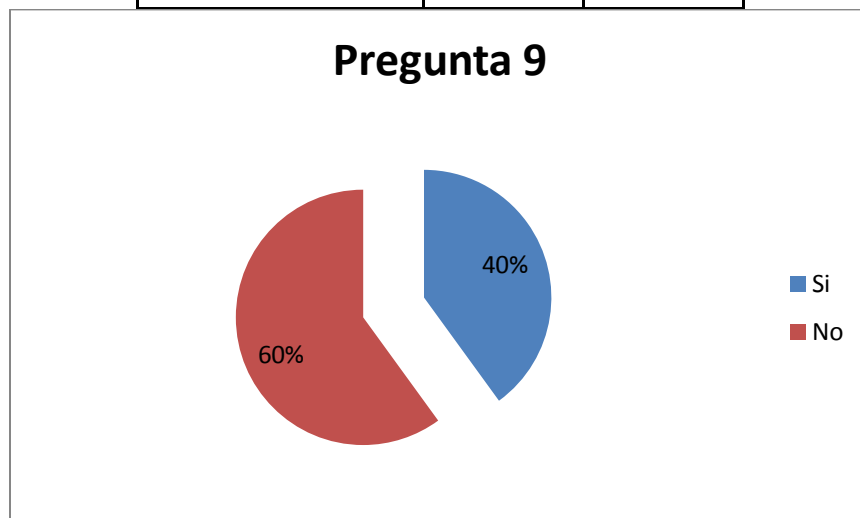
### Conclusión

La mayoría de empresa coinciden en que la nacionalización de los productos es el punto de quiebre donde se tienen mayores inconvenientes. Siendo la Aduana el sitio de mayor conflicto.

9.- ¿Una vez nacionalizado su embarque cuenta con su propio transporte para el manejo interno o prefiere del servicio puerta a puerta?

**Gráfico No 9**

Valor Significado	Frecuencia	%
Si	2	40%
No	3	60%
Total Frecuencias	5	100%



**Elaborado por:** El Autor

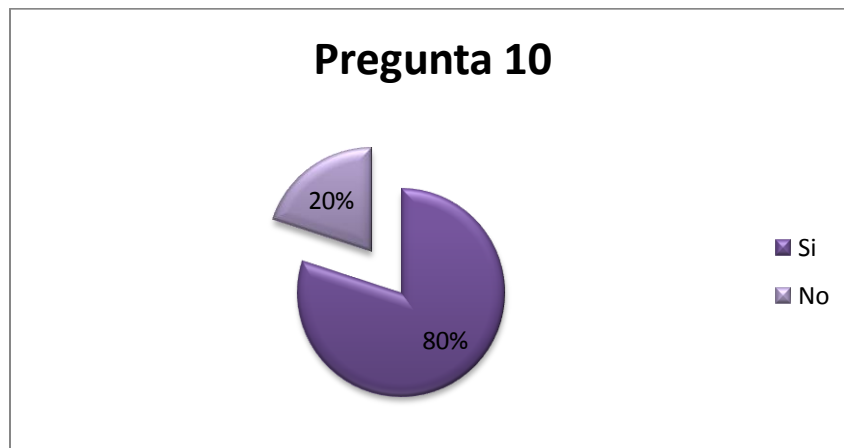
### Conclusión

Las grandes empresas poseen su transporte propio interno debido a que realizan varias importaciones al año, pero otras que son mayoría prefieren el puerta a puerta.

10.- ¿Estaría dispuesto a trabajar con una compañía nueva que ofrece un valor agregado al transporte común de carga?

**Gráfico No 10**

Valor Significado	Frecuencia	%
Si	4	80%
No	1	20%
Total Frecuencias	5	100%



**Elaborado por:** El Autor

### Conclusión

Todas las empresas están dispuestas a trabajar con una compañía nueva, que a su vez ofrece valor agregado al transporte común de carga.

## **II.D Análisis de la demanda**

En este paso de análisis de la demanda se va a enfocar en la cantidad de equipos de tecnología que han ingresado y un cálculo de proyección de los aparatos que están por ingresar al país, lo cual permitirá acercarse a datos reales, para el posible mercado objetivo que la empresa, mediante estrategias intentara cubrir. A su vez estos datos servirán para realizar la proyecciones financieras necesarias y conocer si la empresa es rentable o no.

### **II.D.1 Comportamiento histórico de la demanda**

El comportamiento histórico de la demanda es una información difícil de estimar toda vez que en el Ecuador no existe un registro de cuantas computadoras o equipos de tecnología se vendan cada año. Sin embargo, no es el objeto determinar la adquisición de los equipos de computación pues el interés se enfoca en traer los equipos y satisfacer la demanda de los importadores.

Para cuantificar comportamiento histórico de la demanda, tomando como punto de partida la movilidad del mercado de equipos de tecnología y computadores, se tendrá en cuenta los datos históricos de la subpartida arancelaria andina que aplica para esta clase de productos ver (ANEXO 1).

Las subpartidas, en este caso el código numérico de productos de tecnología que se va analizar es el siguiente:

**8471000000** que se refiere a máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos por ejemplo:

- Computadores desktop

- Computadores portátiles
- Servidores
- Etc.

**8523500000** que se refiere a dispositivos del almacenamiento permanente de datos a base de semiconductores por ejemplo:

- Tarjetas inteligentes
- Etiquetas de activación por proximidad
- Memorias flash
- Dispositivos USB
- Etc.

### Cuadro 2

Demanda en toneladas y FOB - DOLAR

Datos históricos

Partida arancelaria: 8471000000

AÑOS	TONELADAS	FOB-DÓLAR
2003	6487,50	143030,73
2004	7458,85	160233,65
2005	9138,58	203691,48
2006	9049,07	203510,16
2007	6641,96	224736,42
2008	3953,34	228063,61
2009	3707,85	236514,85
2010	4088,19	307036,90
2011	4301,61	346397,55

Fuente: Banco Central del Ecuador

### Cuadro 3

## Demanda en toneladas y FOB - DOLAR

## Datos históricos

Partida arancelaria: 8523500000

AÑOS	TONELADAS	FOB-DÓLAR
2007	97,97	6944,10
2008	369,89	27322,97
2009	308,88	27480,08
2010	354,14	30512,34
2011	397,24	36534,57

Fuente: Banco Central del Ecuador

**II.D.2 Proyección de la Demanda**

Los datos del cuadro No2 y No3 anterior sirven de guía para proyectar datos futuros de la demanda.

Para el cálculo de la demanda existen varios métodos y cada uno de ellos depende del tipo de datos que se puedan obtener de las fuentes directas.

La estimación se basa en datos anuales de producción, exportación e importación y para fines de cálculo del presente proyecto se lo realizará partiendo de la información obtenida de las importaciones, puesto que en el Ecuador no existe producción ni exportación de estos productos, ya que el país aún carece de desarrollo tecnológico para la elaboración de dichos artículos.

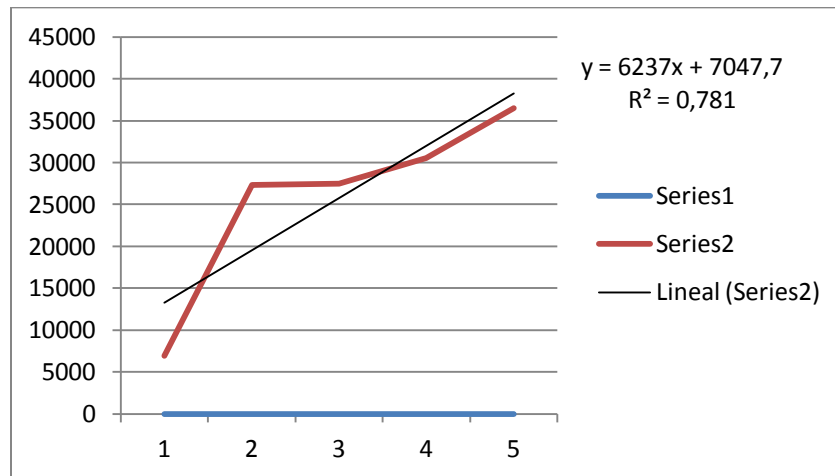
El método que se va a utilizar para la cuantificación de la demanda de cada uno de los productos seleccionados es la técnica de regresión lineal, esta técnica de tipo cuantitativa

nos va a permitir conocer los datos futuros que se necesitamos conocer para el cálculo financiero del proyecto.

...” Esta técnica se trata de sacar el total de las desviaciones elevadas al cuadrado a un valor mínimo, ya que su objetivo es determinar los coeficiente a y b, que son conocidos como coeficientes de regresión, donde X es la variable independiente (tiempo), Y es la dependiente (pronóstico de la demanda).”<sup>4</sup>

### Grafico No 11

Ecuación Regresión Lineal Partida 85235



Elaborado por: El Autor

<sup>4</sup> Pétega Díaz, [http://www.fisterra.com/mbe/investiga/regre\\_lineal\\_simple/regre\\_lineal\\_simple.asp](http://www.fisterra.com/mbe/investiga/regre_lineal_simple/regre_lineal_simple.asp) Técnica de Regresión Lineal Simple

**Cuadro No 4**

## Proyección Demanda

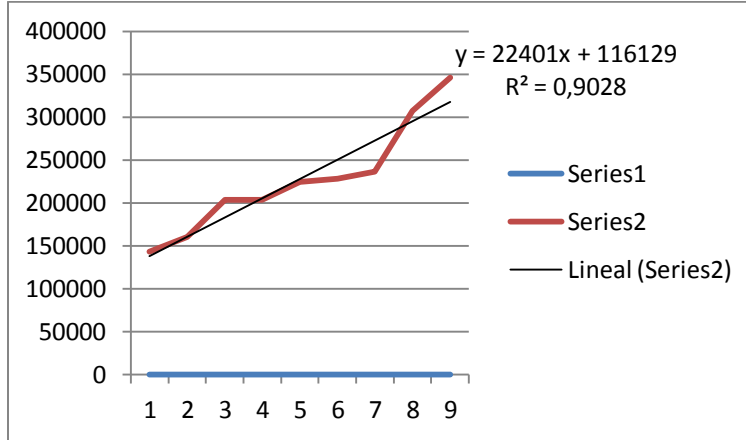
Partida Arancelaria 85235		
Años	Periodos	FOB-DOLAR
2007	1	6944,10
2008	2	27322,97
2009	3	27480,08
2010	4	30512,34
2011	5	36534,57
2012	6	44469,70
2013	7	50706,70
2014	8	56943,70
2015	9	63180,70
2016	10	69417,70

**Elaborado por:** El Autor

En el grafico No 1 se reemplazó los datos de años anteriores y como resultado nos dio una ecuación para poder realizar los cálculos en la tabla de Excel, y al reemplazar los datos en la ecuación obtenida, se pudo conocer los datos futuros que en el cuadro No 4 están resaltados de amarillo.

**Grafico No 12**

Ecuación de Regresión lineal partida 8471



Elaborado por: El Autor

**Cuadro No 5**

Proyección demanda

Partida Arancelaria 8471		
Años	Periodos	FOB-DOLAR
2003	1	143030,73
2004	2	160233,65
2005	3	203691,48
2006	4	203510,16
2007	5	224736,42
2008	6	228063,61
2009	7	236514,85
2010	8	307036,9
2011	9	346397,55
2012	10	340139,00
2013	11	362540,00
2014	12	384941,00
2015	13	407342,00
2016	14	429743,00

Elaborado por: El Autor

Para la siguiente subpartida se realizó el mismo proceso.

Luego de analizar los datos se observa que a partir del periodo 2012 las importaciones tienen un crecimiento paulatino lo cual es beneficioso para la línea de negocio ya que más productos tecnológicos de este tipo se seguirán importando hacia el país, y se puede tomar como una oportunidad para tratar de tomar una porción del pastel.

### Cuadro No 6

Proyección de la demanda en KG

Años	Partida 8471 KG	Partida 85235 KG	TOTAL KG
2012	4.623.727	498.793	<b>5.122.520</b>
2013	4.928.238	568.751	<b>5.496.989</b>
2014	5.232.749	638.708	<b>5.871.457</b>
2015	5.537.260	708.665	<b>6.245.925</b>
2016	5.841.771	778.622	<b>6.620.394</b>

Elaborado por: El autor

En el cuadro No 6 se observa la proyección de la demanda convertidas en KG, las cuales no facilitarían para los cálculos en el capítulo financiero.

### II.D.3 Definición del Market Share

La vida útil de estos productos tecnológicos en los cuales la empresa se va a enfocar, es cada vez menor ya que las grandes compañías fabricantes de computadoras están innovando todo el tiempo, lo cual obliga al usuario a renovar su máquina cada 3años<sup>5</sup> en

<sup>5</sup> Ing. Danny Avalos experto informático

promedio, y eso se ve reflejado en los datos obtenidos en los cuadros anteriores que el crecimiento en las importaciones es ascendente.

El mercado está formado por numerosos clientes con necesidades diferentes, y a su vez por numerosos competidores, al momento realizar la entrevista a profundidad se obtuvo datos relevantes que ayudó a identificar diferentes oportunidades. El objetivo como empresa es estar en el top of mind del clientes al momento de realizar una importación.

Después de analizar varios filtros se obtuvo lo siguiente:

### Cuadro No 7

#### Mercado Objetivo

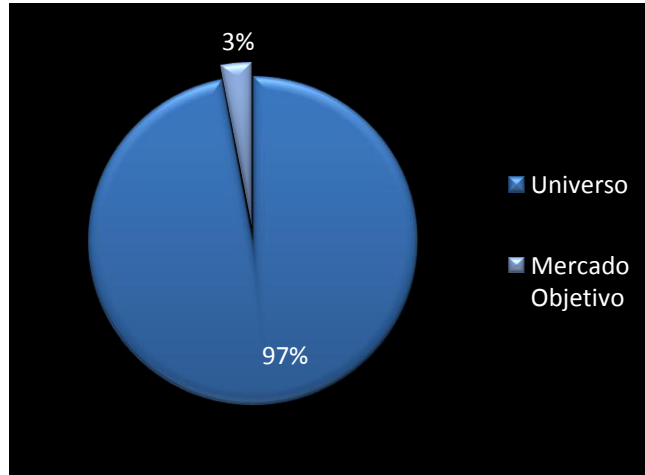
Filtros	Variables	Año 2012
total importaciones 2012 (KG)		5.122.520,00
priorizan costos	20%	1.024.504,00
full service	40%	409.801,60
puerta a puerta	60%	245.880,96
varios forwarder	80%	196.704,77
aceptan propuestas	80%	157.363,81

**Fuente:** Entrevista a profundidad / Cuadro No3 / Cuadro No 4

El total de importaciones de equipos de tecnología en KG del 2012, se tomo como universo para ir calculando los diferentes filtros, los mismos que salieron del estudio de mercado realizado, de acuerdo a los parámetros que busca la empresa.

**Gráfico No 13**

## Participación de mercado esperada



Elaborado por: El Autor

Como se observa en el gráfico la participación de mercado que se espera es del 3%, lo cual es cifra viable que se puede dar o inclusive superar, pero tomando el camino adecuado, basándose en las estrategias que se lleve a cabo.

**Cuadro No 8**

## Proyección del Mercado Objetivo

Años	Partida 8471 KG	Partida 85235 KG	TOTAL KG	Market Share Anual	TOTAL kg
2012	4.623.727	498.793	<b>5.122.520</b>	3%	<b>157.364</b>
2013	4.928.238	568.751	<b>5.496.989</b>	3%	<b>157.364</b>
2014	5.232.749	638.708	<b>5.871.457</b>	3%	<b>177.364</b>
2015	5.537.260	708.665	<b>6.245.925</b>	4%	<b>207.364</b>
2016	5.841.771	778.622	<b>6.620.394</b>	5%	<b>237.364</b>

Elaborado por: El Autor

En este cuadro se puede observar las cifras calculadas en proyección de la demanda de los artículos de equipos de tecnología que se pretende importar y a su vez se observa el total de

KG que la empresa está dispuesto a mover, el 3% que se calculo de market share se mantendrá durante los 3 primeros años de vida de la empresa, con el fin de perfeccionar el servicio y poder cubrir lo que está al alcance sin descuidar la personalización del mismo.

Para el año 2015 y 2016 se pretende cubrir un 4% y 5% de participación de mercado, es el objetivo propuesto poniendo en acción diferentes estrategias de mercado.

## **II.E Análisis de la oferta**

La empresa desea ofertar al cliente un servicio seguro y confiable para el transporte de mercadería desde el país de origen hasta el país de destino, para satisfacer las necesidades del usuario del servicio de forma que el contratante no tenga que preocuparse por la distribución o consumo directo, en definitiva, que concentre sus esfuerzos en el giro de su negocio, a sabiendas que tiene un respaldo idóneo en temas de logística y transporte de carga.

Al ofrecer diferenciación, se refiere a que mediante el estudio de mercado, se descubrirá necesidades insatisfechas con el servicio de carga tradicional, las cuales se constituyen en un campo de acción, sobre todo si el objeto es solucionar las limitaciones de la oferta actual.

Parte de la estrategia, para publicar los servicios adicionales que se ofrece, y que sean conocidos tanto por la cartera de clientes, como por aquellos potenciales usuarios, es el uso del recurso de visita personal a los encargados del área de comercio exterior de las empresas importadoras, exportadoras y contratistas.

Esta labor inicial, de promoción siempre estará respaldada, por un amplio conocimiento de las necesidades del cliente y de la factibilidad de entregarle un servicio completo y no más costoso, es así que siempre se intentara ofrecer el mejor precio y sobre todo una atención personaliza propiciando una asesoría puntual a cada caso particular; en torno a las necesidades individuales se conformara paquetes de servicios que se ajusten a cada usuario.

Sin escatimar en la parte promocional, es preciso mencionar que la cartera de clientes hará una parte significativa de este segmento del proyecto, ya que pueden favorecer con buenas referencias, ya que el boca a boca es parte fundamental para nuevas captaciones.

### **II.E.1 Competencia**

Al momento de analizar la oferta, conocer que ofrece y como opera la competencia es importante ya que se puede tomar como pauta para saber en se puede diferenciar y a su vez mejorar.

En el Ecuador existen varias empresas dedicadas al transporte de carga internacional, varias de ellas transnacionales que por nombre, infraestructura y experiencia tienen un importante market share en varios ámbitos del comercio exterior.

A su vez también existen empresas las cuales no poseen grandes capitales del extranjero, pero que saben manejarse dentro del ámbito del Comercio Exterior Nacional, y de acuerdo a lo que se investigo, algunas de estas se dedican al traslado de equipos de tecnología.

### II.E.1.a Competencia Directa

En el cuadro a continuación se detalla los principales servicio:

**Cuadro No 9**

Características de la Competencia

PLUSCARGO	SIATI GROUP	LIDER CARGO	ALFA LOGISTICS
Aéreo	Aéreo	Aéreo	Aéreo
Marítimo	Marítimo	Marítimo	Marítimo
Logística	Aduanas Bodega propia Miami Puerta a puerta	logística	Logística

**Elaborado por:** El Autor **Fuente:** Trípticos Aduana / páginas web / Expertos comercio exterior / contactos

En el cuadro se puede observar los servicios que ofrece las empresas que vendrían a ser la competencia directa, por similitud de infraestructura, servicio el cual se quiere brindar, capacidad de traslado y más que todo también están el ámbito de equipo de tecnología.

### II.E.1.b Competencia Indirecta

En el cuadro a continuación veremos que ofrecen algunas de ellas:

**Cuadro No 10**

## Características de la Competencia

PANALPINA	MUNDITRASNPORT	PANATLANTIC
Aéreo	Aéreo	Aéreo
Marítimo	Marítimo FCL/LCL	Marítimo
Servicios logísticos	consolidación	Transporte multimodal
Supplychainservice	servicio puerta a puerta	Perecederos
Tolos	asesoría aduanera	Proyectos
	transporte terrestre	Logística

**Elaborado por:** El Autor **Fuente:** Trípticos Aduana / páginas web / Expertos comercio exterior / contactos

En el cuadro podemos observar los servicios en general que ofrecen las principales empresas, en si a esto se le aumenta diferentes cosas que tiene cada una de ellas como bodegas propias, transporte interno etc.

**II.E.1.c Análisis de la competencia**

Los servicios que ofrece la competencia directa, son similares a los que ofrecerá ARCH CARGO, pero donde se obtiene una ventaja competitiva es en el servicio de warehouse en Miami, ya que solo una en este caso Siatixprees posee, las demás no y se habla de ventaja ya que la empresa con la cual se pacto la alianza estratégica tiene una bodega de gran magnitud y con todas las seguridades necesarias.

En tanto la competencia indirecta que son las compañías filiales establecidas en nuestro país, a lo cual poseen grandes capitales en infraestructura y experiencia lo cual les permite mover todo tipo de mercadería en grandes cantidades a diferencia de ARCH cargo que quiere personalizar el servicio de transporte internacional a lo que refieren una parte del área de tecnología que son ordenadores y aparatos de almacenamiento lo cual observamos

en cuadros anteriores tiene crecimiento anual. La ventaja competitiva que se tendrá con respecto a estas grandes empresas, es la personalización del servicio y de la preocupación con la que se maneje el embarque, ya que no será uno más del montón sino una meta por cumplir por parte de la empresa ARCH CARGO.

## **II.E.2 Cinco fuerzas Porter**

### **Barreras de entrada**

- Acceso a personal capacitado(-)
- Imagen de marca (+)
- Número de competidores(+)
- Inversión inicial(-)
- Curva de aprendizaje(+)
- Leyes y patentes (-)

### **Poder de negociación de los proveedores**

- Integración vertical adelante(+)
- volumen de compra(+)
- Costos cambiantes (+)
- Número de proveedores(-)

### **Poder de negociación de los clientes**

- Número de clientes(-)
- Volumen de compra (+)

- Imagen de marcas (+)
- Genérico (-)
- Impacto costos(+)
- Costo cambiante(+/-)

**Sustituto**

- Desempeño relativo de precios
- Capacidad de sustitución(-)

**Rivalidad de la industria**

- Número de competidores(+)
- Tamaño de mercado (+)
- Mercado fragmentado(+)
- Alianzas (+)
- Imagen de líder de marca(+)

Después de analizar el mercado se pudo concluir que:

La barrera de entrada es media alta ya que al ser una empresa nueva no cuenta con una imagen fuerte de marca, el número de competidores es alto, con empresas que llevan años brindando este servicio, los cuales serán los principales obstáculos que tendrá que enfrentar. Por otro lado la inversión inicial no es tan significativa como en otro tipo de proyectos, el acceso a personal capacitado tampoco es un problema y la curva de

aprendizaje se va dando de acuerdo a la experiencia que se pueda obtener, sin no desviarse de los procesos establecidos.

En referencia al poder de negociación de los proveedores se puede definir como medio alto, ya que con la integración vertical hacia adelante se forma una red de distribución y que la alianza estratégica coyuntural es con Miami de cierta forma se depende de su trabajo y la eficiencia que puedan brindar al servicio ofrecido. En el caso de mercancía proveniente de cualquier otra parte del mundo vamos se sujeta a lo que agentes parte de la red de alianza coordinen en base a su experiencia, y confiar en ellos ya que la empresa es responsable del acuerdo inicial con el cliente, en cuanto a costos hay que sumar que las aerolíneas o navieras tiene costos cambiantes de acuerdo a las temporadas que presentan mayor y menos flujo de tráfico de carga, no obstante de estas variaciones, pueden ser manejadas de forma indirecta una vez que se conoce el comportamiento de estas fluctuaciones en meses claves del año calendario.

En cuanto al poder de negociación de los clientes se puede decir que es medio bajo ya que al ofrecer un servicio diferenciado queriendo ser parte de la cadena de distribución y dejar que el cliente ponga en todo el trabajo en nuestras manos nosotros tenemos el poder de negociación. En el caso del volumen de compra se necesita que el cliente tenga una capacidad frecuente de importaciones, lo cual será muy útil para el manejo de cuentas clave que serán los principales clientes. El impacto en costos es alto ya que algunas empresas que prefieren importar al menor costo posible para obtener mayor utilidad, pero otras prefieren la seguridad y la garantía del producto a lo cual están dispuestas a pagar un poco más por un mejor servicio.

En este tipo de servicio el poder de sustitución no es una amenaza ya que pocas empresas tienen la capacidad de tener su propia aérea de importaciones y las que tienen igual necesitan de un forwarder para agilizar los procesos.

La rivalidad de la industria es sumamente alta, la fragmentación del mercado, la imagen líder de marca y el gran número de competidores no beneficia ya que existen grandes nombres con gran trayectoria que ya están posicionados en el mercado.

## **II.F Definición del servicio**

Después que se realizó la investigación de mercado y analizado los datos, se llegó a la conclusión que no todas las compañías desean el servicio que se quiere brindar tal y como está detallado en el Capítulo I en la descripción del mismo. La investigación ayudó a tener un panorama más claro y saber qué es lo que busca el mercado de los freight forwarders, ya que el cliente es el que decide “Los Clientes tienen el poder en sus manos y necesitan ser escuchados”<sup>6</sup>, a qué precio y con cual servicio que se adapte a su filosofía contratar.

Por lo tanto la investigación ayudó a definir que el servicio que va ofrecer ARCH CARGO está dirigida a 2 tipos de consumidores es decir se divide en dos, obviamente cumpliendo con la misma seriedad, la misma calidad y la misma personalización que es lo que distingue a esta compañía de sus competidores.

Los cuales estarán divididos de la siguiente manera detallada a continuación:

**Solo Fletes.-** son el tipo de clientes que busca que su mercadería llegue al país, obviamente detrás de esto tal como se explica en descripción del servicio, está una serie de detalles

---

<sup>6</sup> HARVIS JEFF, Y Google ¿ Como lo haría? Pag 15

como pick ups, verificación de mercadería, servicio de warehouse, empaque distintivo y embarque.

**Full Service.-** son el tipo de clientes que busca que su mercadería llegue a la puerta de sus bodegas, a diferencia del otro tipo de clientes, a ellos se le suma el servicio de nacionalización de mercadería (aduanas) y el transporte interno a lo cual todo está bajo nuestra responsabilidad.

## **II.F.2 Estrategias de Mercado**

Una vez bien definido el segmento en el cual se va a involucrar y su vez teniendo claro lo que se va a ofrecer. Se empieza con ciertas etapas las cuales nos van ayudar a ganar mercado, posicionamiento, y subsistencia en el tiempo.

Cuando se lanza un servicio o una empresa nueva al mercado tienen un ciclo de vida, mediante el cual la empresa ira evolucionando mediante estrategias para sobrevivir y conllevar todas las etapas del ciclo de vida, las cuales se muestran a continuación:

**Introducción.-** normalmente este es un periodo lento, ya que como es la etapa inicial la empresa hace su lanzamiento al mercado, en este caso los gastos de introducción son fuertes.

Estrategia:

En esta etapa de introducción de la empresa al mercado, uno de los factores clave es el posicionamiento que pueda tener la empresa para darse a conocer, es necesario ofrecer algo que pueda distinguir de los demás competidores, la idea estar siempre presente en la cabeza

del consumidor al momento que requiera escoger un freight forwarder para sus embarques, y si es posible en el Top Of Mind.

Se invertirá en algunos detalles los cuales ayudaran a cumplir los objetivos de posicionamiento lo cuales son:

- Marketing Digital estar presente en la principales redes sociales.
- Agendas Ecológicas personalizadas.
- Visitas personalizadas para presentar la empresa.
- Tarjetas de presentación.

**El crecimiento.-** en este periodo, cuando ya se tiene aceptación del mercado siempre priorizando la calidad y personalización del servicio, es cuando se comienza a buscar la expansión de la empresa atrayendo la mayor cantidad posible de clientes mejorando lo que está haciendo la competencia.

Estrategia:

Para lograr atraer la mayor captación de clientes posibles se llevara a cabo lo siguiente:

- Anuncios masivos de épocas en que los precios de embarques bajan.
- Promociones a partir de 5to embarque con la empresa.
- Asesoría gratuita para nuevos importadores.
- Mejoramiento continuo del servicio prestado.
- Cotizaciones inmediatas.

**La madurez.-** este periodo es el que ya no tiene crecimiento continuo, pues posiblemente ya se alcanzo la aceptación necesaria. Aquí es donde se intenta mantener los clientes ya captados.

Estrategia:

La principal estrategia que se utilizara es la fidelización de clientes, con esto se quiere mantener al cliente activo y si es posible aumentar la cifra de negocio, para lo cual se requerirá:

- Comunicación permanente con el cliente.
- Tratar de mantener mismos precios por 2 años.
- Innovación en el servicio.
- Variedad de opciones en el servicio.

**La decadencia.-** esta es la etapa en donde el servicio no está cumpliendo las expectativas de los clientes y corre el riesgo de desaparecer del mercado.

Estrategia:

Esta es la etapa en la cual ninguna empresa desea llegar, pero nadie está exento de ello.

Para que esto no suceda la empresa contara con las acciones necesarias que pueden ser:

- Diversificación del servicio.
- Nuevos mercados
- Inversiones de capital.
- Expansión.

**Cuadro No 11**

## Inversión en Estrategias

Concepto	Inversión Anual
Marketing Digital	300
Agendas personalizadas	500
Tarjetas de presentación	100
Publicidad	400
<b>TOTAL</b>	<b>1300</b>

Elaborado por: El Autor

En el cuadro se observa los principales rubros de inversión que tendrá la empresa ARCH CARGO con el fin de poner en marcha todas las estrategias explicadas para la captación, fidelización, crecimiento, y diversificación.

Como se menciona anteriormente en lo que es Market Share en el año 4to y 5to estas estrategias se intensificarán con el fin de alcanzar el objetivo propuesto, ya teniendo la suficiente experiencia y casi perfeccionado el servicio, para lo cual ese rubro anual será el doble 2600\$ de presupuesto.

Poner en marcha las estrategias propuestas, tiene otro tipo de costos no detallados en este cuadro, sino constan en el pago de sueldos y salarios ya que es parte de las funciones de cada uno de los trabajadores de la empresa que serán detallados más adelante.

## **II.G. Análisis de los Precios**

Es muy importante la determinación de los precios por el servicio que vamos a prestar, puesto que servirá de base para el cálculo de los ingresos probables de la empresa.

### **II.G.1 Determinación del precio promedio**

La fuente de ingreso de los agentes de carga va de acuerdo a las características que tenga el producto a importarse una de las más importantes es el peso en KG, a esto se le suma las diferentes rutas y procesos a tomarse durante la consolidación de carga, los cargos y tarifas que tiene los diferentes medios de transporte.

Los freightforwarders no manejan cifras estándar pero gracias a la alianza estratégica que tenemos con Miami, se puede hacer un mejor uso del espacio reservado ya que ellos poseen espacios de carga al por mayor o para carga mínima y ciertas ventajas en tarifas lo cual es un beneficio que otorga la alianza estratégica. ARCH CARGO al brindar un servicio diferenciado ofrece una sola estructura de precios, con responsabilidad desde el origen del producto hasta el destino final en las bodegas del cliente no solo un simple servicio puerta a puerta.

La determinación del precio promedio que se va a presentar a continuación en el cuadro, es un ejemplo de un embarque aéreo de 315kg desde Miami a Quito que será nuestra ruta de mayor flujo de tráfico obteniendo los siguientes resultados:

**Cuadro No 12****Aéreo Miami – Quito 315kg**

Análisis de precio (mercado)

Concepto	Tarifa / Agente	Tarifa Cliente	total Agente	total cliente
Flete aéreo	1.20 \$ x KG (min 150 \$)	1.80 \$	378	567
Fuel	0.3 \$x KG(min 40 \$)	0.6 \$	94,5	189
Security	0.15 \$ x KG (min 30 %)	0.25\$	47,25	78,75
fobcosts/pick ups	100\$	180\$	100	180
Handling	30 \$	50\$	30	50
Total euros			649,75	1064,75
<b>COSTOS LOCALES</b>	lo que nos cuesta			
Guía Área	30usd	45\$	30	45
Manejo	40usd	50\$	40	50
Aduanas	80\$	140\$	80	140
Transporte	25usd	55\$	25	55
Total dólares			175	290
<b>TOTAL COTIZACION</b>			824,75	1354,75
Total x KG			2,62	4,30

Elaborado por: El Autor

Fuente: Agentes internacionales / agentes locales/ Ing.: Eduardo Jácome (experto importaciones)

El cuadro No 12 indica las cifras de las tarifas de un embarque aéreo, muestra el criterio de cómo se va a manejar la empresa en cuanto a la tarifa final que se ofrece al cliente y de cuanto nos cuesta armar la logística de un embarque para que el producto este en el tiempo y el lugar preciso. Las tarifas que se manejan con los clientes, no es estándar sino dependiendo de la mercadería y el peso final se analiza antes de presentarla. Consultando con expertos de comercio exterior y con tarifas de la competencia se realizó el cuadro y

pese a que el servicio que se va a prestar es diferenciado y más personalizado el incremento que se da por el mismo no equidista mucho del promedio del mismo en el mercado.

### Cuadro No 13

Marítimo Miami – Quito 15 Toneladas Métricas 15000 kg

Concepto	Tarifa / Agente	Tarifa Cliente	total Agente	total cliente
Flete Marítimo	0,07 \$ x kg (min 150 \$)	0,14\$ x kg (min 150 \$)	1050	2100
handlingorigin	40\$	50\$	40	60
SED x proveedor	20\$	25\$	20	30
			1110	2190
<b>COSTOS LOCALES</b>	lo que nos cuesta			
Documentación	30\$	50usd	30	50
Aduanas	0,01 x KG(min 60\$)	0,012\$ x KG(min 60\$)	150	180
Gastos portuarios	0,01 x KG(min 55\$)	0,012\$ x KG (min 55\$)	150	180
THC	40\$	55\$	40	60
Transporte	300	400	300	400
Total dólares			670	870
<b>TOTAL COTIZACION</b>			1780	3060
Total x KG			<b>0,12</b>	<b>0,20</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Agentes internacionales / agentes locales/ Ing.: Eduardo Jácome (experto importaciones)

El cuadro No 13 muestra las cifras que se dan en un embarque marítimo de Miami – Quito, esto se da para carga de mayor envergadura y de mayor peso, la cotización detallada esta en KG para comparar con el cuadro anterior pero normalmente va en T/m3.

A continuación se detallara que significa cada rubro en las cotizaciones:

Flete.- es el que cada aerolínea o naviera cobra por el transporte de mercancía.

Fuel.- es un recargo por el combustible del avión.

Security.- es un recargo de seguridad.

Pick Up.- es el valor que cubre el transporte desde las bodegas del proveedor hasta nuestras bodegas.

Handling.- es un valor el cual se cancela por el servicio brindado de manejo de papeleo y trámites de exportación hacia el país de destino.

SED.- es un documento requerido por EEUU en el que se detalla todo la mercancía con el fin de control y estadística.

THC.- corresponde al manipuleo de contenedores que se aplican en los puertos de embarque.

Para más detalles y significado de cada sigla revisara en el glosario de términos.

### II.G.1.a Proyección de precios

A continuación se observara el precio promedio proyectado para los años de vida que tiene el proyecto tanto como para embarques aéreos y embarques marítimos.

#### Cuadro No 14

##### Proyección de Costos / Precios Aéreos

Años	Inflación	Costo Aéreo	Precio Aéreo
2012		2,62	4,30
2013		2,62	4,30
2014	5%	2,75	4,52
2015	5%	2,89	4,74
2016	5%	3,03	4,98

Elaborado por: El Autor

**Cuadro No 15**

## Proyección de Costos / Precios Marítimos

Años	Inflación	Costo Marítimo	Precio Marítimo
2012		0,12	0,20
2013		0,12	0,20
2014	5%	0,13	0,21
2015	5%	0,13	0,22
2016	5%	0,14	0,23

Elaborado por: El Autor

En los cuadros de proyección se observa los precios que se utilizara cada año, en el 2012 y el 2013 se mantendrán ya que como se menciona en la estrategias, este es un camino para la captación y fidelización de lo clientes que posea ARCH CARGO.

## CAPITULO III

### ESTUDIO TECNICO

El objetivo del estudio técnico consiste en definir la función de comercialización óptima que permita el uso eficiente y eficaz de los recursos necesarios.

De éste estudio podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.<sup>7</sup>

#### III.A Tamaño

##### III.A.1 Factores que determinan el tamaño del proyecto

Dimensión del mercado: el objetivo del proyecto es la creación de una empresa de servicios de logística en transporte internacional, la cual intentara ser parte de la cadena de distribución de sus clientes, según los resultados de la investigación de mercado realizada en el capítulo anterior para el primer año de funcionamiento de la empresa se espera mover 157,3ton de equipos de tecnología los mismos que vendrán en cargas aéreas y marítimas dependiendo del volumen y necesidad del cliente, hay que llegar a este mercado con oficinas en Quito y Guayaquil para satisfacer sus necesidades y brindar el servicio de la mejor calidad posible.

**Disponibilidad de redes y equipos:** la disponibilidad de redes de contacto, corresponsales y equipos necesarios, es importante al momento de realizar toda la logística desde las

---

<sup>7</sup>SAPAG, Nassir: *Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición 1994, Editorial McGraw Hill Pág. 21.*

oficinas para que no se pierda ningún detalle sobre un embarque en trámite, la disponibilidad de equipos necesarios es fundamental para nunca perder el hilo del embarque, ni el punto de contacto de información constante al cliente de su mercadería sobre todo hablando de un servicio de diferenciación en cual quiere ser parte de empresa.

**Capacidad Administrativa:** para que el establecimiento logre su correcto funcionamiento para mover la cantidad de toneladas previstas para su inicio es importante contar con el número adecuado de personas y que a su vez tenga las capacidad necesaria para cumplir con los parámetros que ofrece la empresa a su cliente y la empresa tome el rumbo deseado a su crecimiento.

**Capacidad Financiera:** el capital propio por parte de los socios para la iniciación de la empresa será del 60%, por la cual para suplir el 40% restante se requerirá del financiamiento de entidades privadas mediante un crédito.

### **III.A.1.a Definición del tamaño**

El tamaño óptimo que requiere la empresa para poder desarrollar sus actividades netamente logísticas será de 2 oficinas, una matriz en la ciudad de Quito y otra operativa en la Ciudad de Guayaquil, las mismas que tendrán la suficiente capacidad instalada que permitirá el correcto funcionamiento de todos los procesos de logística y su comercialización.

### **III.A.2 Localización**

#### **III.A.2.a Factores que determinan la localización**

Factor Geográfico.- como se mencionó en la definición del tamaño del proyecto, se requiere de 2 oficinas para poder operar la una estará en la región sierra específicamente

Quito donde se recibirán los embarques marítimos, la otra en la región costa específicamente Guayaquil por su cercanía con el puerto en el cual llegan los embarques marítimos.

Ubicación de clientes.- es importante contar con una oficina adecuada que aparte de tener la capacidad instalada suficiente para cumplir objetivos, sea un lugar cercano con los clientes lo cual es esencial para la coordinación y además un lugar en los cuales puedan llegar a nuestras oficinas sin tener que pasar por ningún inconveniente.

Medios de transporte.- Una parte de la logística se realiza desde oficinas, al momento de llegar la carga al país los procesos se realizan fuera de ella, sea para adquirir permisos necesarios, firmas correspondientes, aduanas y entrega de mercadería en bodegas, sumado a la visita a cada cliente para la captación o acuerdos para la comercialización del servicio, lo cual tiene que ser un lugar en un punto óptimo en la ciudad que este entre las aduanas y el centro financiero de Quito donde se encuentren la mayoría de clientes.

En el caso de Guayaquil tiene que ser un lugar cercano al puerto para poder realizar las operaciones necesarias.

### **III.A.2.b Definición de la localización**

El estudio de localización no es una evaluación de factores tecnológicos. Su objetivo es más general que la ubicación por sí misma, es elegir aquella que permita las mayores ganancias entre las alternativas que se consideran factibles.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup>SAPAG, Nassir: *Preparación y evaluación de proyectos, Cuarta Edición 1994, Editorial McGraw Hill, Pág. 190*

En el caso de la ciudad de Quito donde se va ubicar la matriz de ARCH Cargo, ya que por ser un proyecto que involucra brindar un servicio de logística de calidad, es conveniente estar cerca de todos los escenarios de inconvenientes posibles que se pueda suscitar.

Como se observa en el Mapa No1 en círculo la ubicación la para colocación de la oficina matriz esta tanto cerca del aeropuerto de Quito como del centro financiero por lo tanto es ubicación estratégica ya que cuando el aeropuerto nuevo de la ciudad se traslade a las periferias, las principales vías de acceso como el túnel Guayasamín y la Av. Simón Bolívar estén cerca de las misma. Por comodidad e imagen deberá ser en un edificio que preste todas la necesidades requeridas para acomodar al personal de trabajo.

**Mapa No 1**



**Fuente:** Google maps

Para la localización de la oficina en la ciudad de Guayaquil la cercanía con el puerto ya que allí llegaran los contenedores de mercadería los mismos que tendrán que pasar por su

inspección correspondiente y a la vez su nacionalización. Como se observa en el Mapa No2 en el círculo la ubicación será cerca del puerto, además esta oficina es netamente operativa ya que como se mencionó anteriormente la oficina matriz esta en Quito, pero a su vez no dejara de tener los mismos requerimientos para el correcto desempeño.

**Mapa No2**



**Fuente:** Google maps

Tanto las oficinas en Quito como en Guayaquil deberá contar con todos los servicios básicos así como los operativos tales como:

- Electricidad
- Agua
- Luz

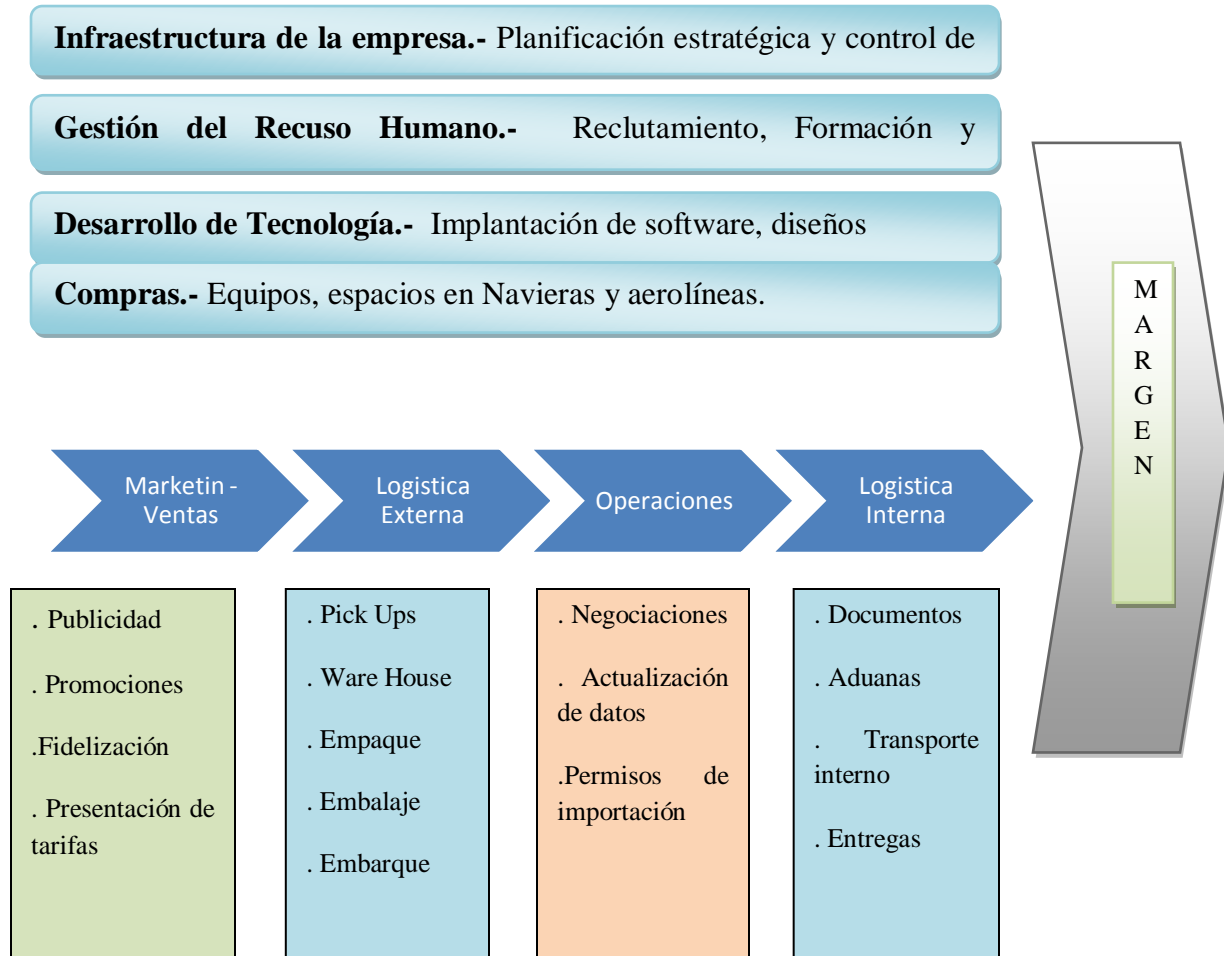
- Internet de alta velocidad
- Computadores
- Scanner
- Central Telefónica
- Bodega
- Parqueadero

### **III.B Ingeniería del proceso**

Una vez definido el tamaño y la localización para el proyecto se va a definir de forma detallada como se realizara el proceso de producción que se llevara a cabo, es decir se detallara los métodos de funcionamiento de cómo se va manejar la empresa.

Es esta etapa se analizara las características de la empresa mediante la cadena de valor, los flujos de procesos de importación que se llevara a cabo para el transporte de mercadería a destino y la cantidad y calidad de mano de obra requerida para el mismo.

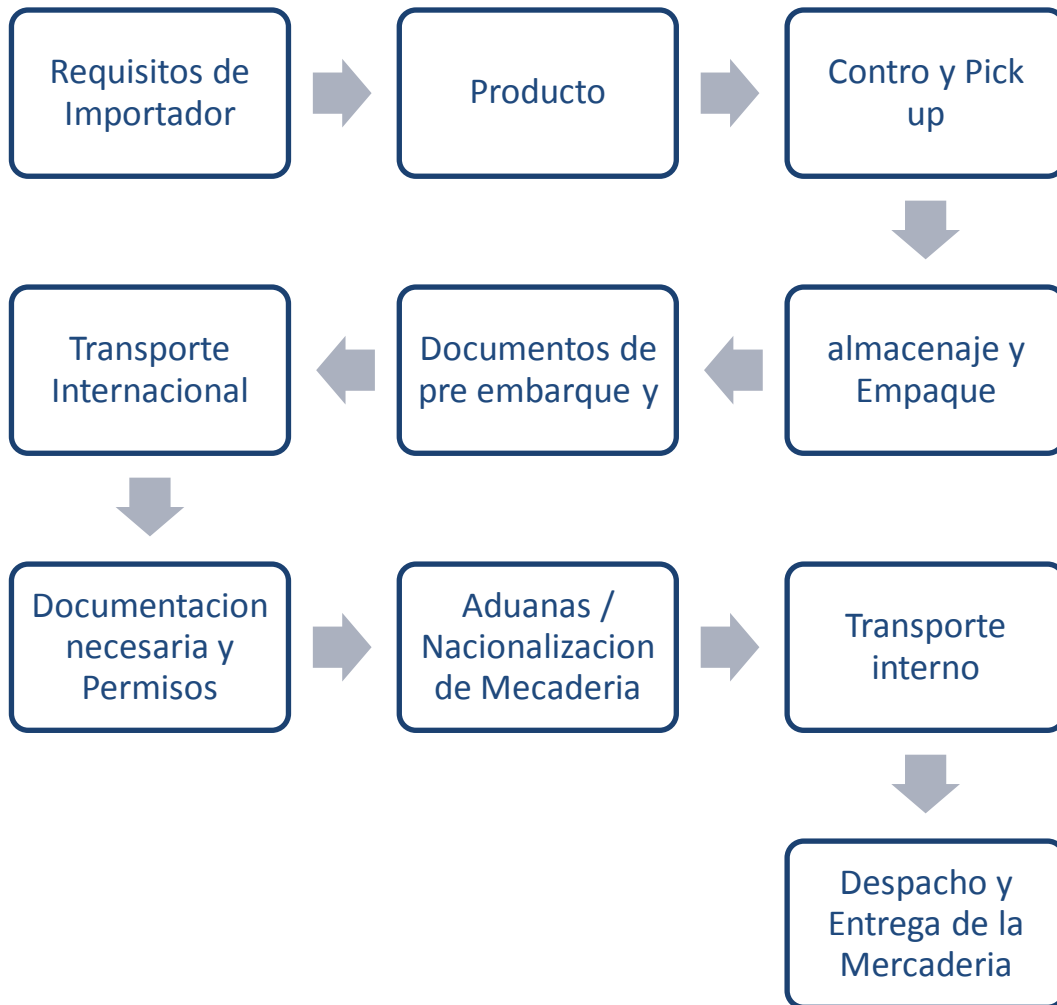
### III.B.1 Cadena de valor



### III.B.2 Importaciones

Es de vital importancia conocer si la mercancía que se va a importar requiere de autorizaciones previas, permisos, licencias o cupos o si a su vez si existe algún tipo de restricción, por lo tanto es necesario recurrir al arancel de importaciones y a las nuevas resoluciones establecidas por el COMEX

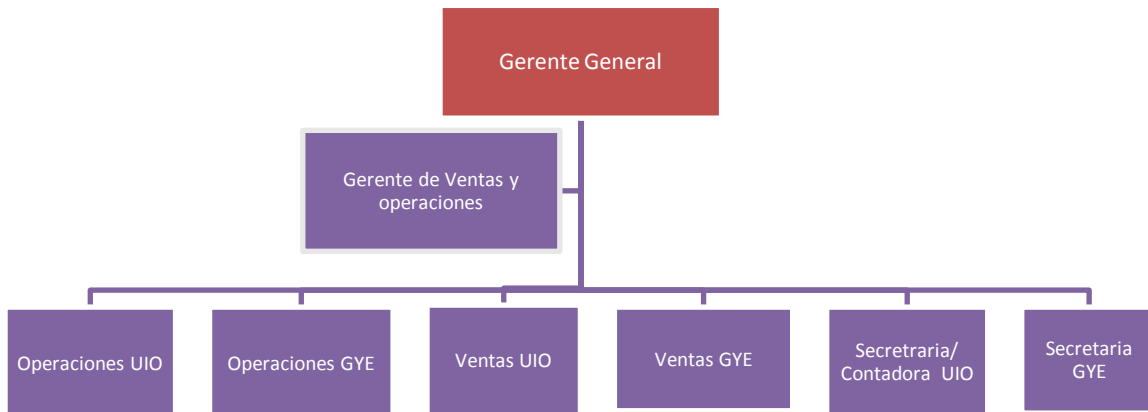
A continuación se detallará los pasos que se deben cumplir para realizar la importación, su nacionalización y comercializar. También véase (Capítulo IV).

**III.B.2.a Flujo de proceso de importación**

### III.B.3 Organigrama de personal

Cuando la cadena de valor y los procesos de funcionamiento y desarrollo están definidos se requiere del personal adecuado para poder ejecutarlos de la mejor y eficaz manera para el correcto funcionamiento de la empresa que es lo que se busca.

La estructura que se escogió para el desarrollo del organigrama es Funcional es decir organizada funcionalmente, donde cada proceso esta designado a diferentes personas, en el cual a cada una se le asigna una actividad y responsabilidad para llegar al resultado final.<sup>9</sup>



Este es el organigrama con el cual la empresa empezará a realizar sus funciones tanto en UIO como en GYE.

<sup>9</sup><http://www.gestiopolis.com/recursos4/docs/ger/estrorgorg.htm>, *Estructuras organizativas y tipos de organigramas* Autor: Lic. Adafrancys Salazar – Richard Maggiorani. Acceso: 12 de octubre 2012; 15h30

Como se describió en la parte de Mercado Objetivo para el 4to y 5to año de funcionamiento de la empresa se espera un crecimiento en el volumen de ventas y por lo tanto de operaciones, será necesario contar con 4 personas más, 2 para UIO que serian un vendedor y un operador más, y el mismo para GYE. Los cuales serán detallados en el estudio financiero en cuanto a incremento de sueldos y salarios.

### **III.B.3.a Balance de personal**

**Nombre del cargo:** Gerente General

**Área:** Administrativa

**Reporta a:** -----

**Supervisa a:** Gerente de ventas y operaciones

#### **Misión del cargo**

Es el que tiene la responsabilidad máxima del correcto funcionamiento de la empresa y del cumplimiento de los objetivos establecidos para la obtención de resultados, también tendrá el poder de decisión sobre las actividades desarrolladas o a desarrollarse dentro de la empresa. También coordinara las actividades de planificación, organización, dirección y control de cada departamento.

#### **Competencias Técnicas**

- Estudios superiores en Ing. Comercial y afines
- Experiencia mínima de 4 años en posiciones similares
- Ingles avanzado escrito y hablado

- Estar actualizado en temas de comercio exterior Nacional e Internacional
- Experto en análisis de mercado.

### **Competencias Psicológicas**

- Liderazgo
- Manejo de grupos
- Trabajo a presión
- Responsabilidad
- Habilidades de análisis
- Intuición

### **Competencia de Gestión**

- Obtención de resultados
- Comunicación adecuada
- Autoridad

### **Descripción de las funciones**

- Coordinar obligaciones diarias de cada funcionario.
- Negociación en cuantas claves.
- Toma de decisiones en planeación estratégica.
- Análisis mensual sobre la situación de la empresa.
- Estudiar al mercado y la competencia.

**Nombre del cargo:** Gerente de ventas y operaciones

**Aérea:** Departamento de ventas y operaciones.

**Reporta a:** Gerente General.

**Supervisa a:** vendedores, operativos, secretarias.

### **Misión del cargo**

Tiene la responsabilidad máxima del área de marketing y ventas para cumplir o si es posible supera la meta de participación de mercado que se fijó ARCH Cargo. Otra de las actividades es encargarse de la promoción, distribución y el buen funcionamiento de la red comercial, debe influir en el comportamiento de los vendedores con la finalidad de que sean productivos y que se obtenga los resultados esperados. También estará a cargo controlar las funciones de la aérea operativa dando seguimiento y control dentro del ciclo establecido.

### **Competencias técnicas**

- Estudios superiores en Marketing
- Experiencia mínima de 3 años en puestos similares
- Ingles avanzado escrito y hablado
- Manejo de grupos
- Manejo de estrategias de ventas
- Conocimiento de mercado

### **Competencias psicológicas**

- Trabajo en equipo
- Capacidad creativa

- Motivador
- Liderazgo
- Trabajo a presión
- Manejo de problemas

### **Competencias de gestión**

- Capacidad de constante comunicación
- Obtención de resultados

### **Descripción de las funciones**

- Estar en constante motivación y reunión con vendedores.
- Proyectar planes de de ventas mensualmente.
- Estrategias comerciales para captar mercado.
- Dirigir constantemente con planos trazados para los operativos, que estén en seguimiento constante de los embarques.
- Medir el desempeño de la gente a cargo.
- Análisis mensual de resultados de ventas.

**Nombre del cargo:** vendedor

**Área:** ventas

**Reporta a:** gerente general y gerente de ventas/operaciones

**Supervisa a:** -----

**Misión del cargo**

Es el encargado de realizar visitas personalizadas a clientes o futuros clientes, para hacer una presentación formal de la empresa y ofrecer el servicio de logística y comercio exterior que ofrecerá la empresa ARCH CARGO, siempre resaltando la calidad, personalización y responsabilidad de cumplimiento con cada embarque.

**Competencias técnicas**

- Egresados o cursando estudios superiores en marketing o afines
- Experiencia mínima 1 años en cargos similares
- Manejo de técnicas de ventas
- Conocimiento básico sobre el servicio de logística.

**Competencias psicológicas**

- Productividad
- Responsabilidad con los objetivos
- Trabajo en equipo
- Iniciativa
- Honestidad
- Trabajo a presión
- Orden

**Competencias de gestión**

- Obtención de resultados

- Manejo adecuado del tiempo en visitas

**Descripción de las funciones**

- Visitas personalizadas a clientes
- Elaborar un plan semanal
- Seguimiento constante durante la puja
- Informar a tiempo sobre resultados obtenidos
- Captar las estrategias de venta que tiene la empresa
- No conformarse con poco
- Resaltar siempre la calidad y personalización que brinda el servicio durante la venta.
- Seguimiento constante sobre futuros embarques.
- Manejo de cotizaciones.

**Nombre del cargo:** operaciones

**Área:** operativa

**Reporta a:** Gerente General y Gerente de ventas y operaciones.

**Supervisa a:** -----

**Misión del cargo**

Son los encargados de realizar todo los trámites de permisos necesarios para la nacionalización de la mercadería, estar siempre pendiente del seguimiento de los embarques desde el punto de partida hasta el punto de llegada un vez que el vendedor cierre la venta, cuando arriba la carga al país y durante el trámite aduanero estar presente en aforos en caso

de ser necesario. Otra de sus funciones será la logística del traslado de carga hacia la bodega del cliente y que todo esté en perfecta condiciones.

**Competencias técnicas**

- Egresados o cursando últimos años de estudio en Ing. Comercio exterior y aduanas.
- Experiencia no requerida
- Conocimiento avanzado sobre el funcionamiento aduanero del país.
- Alto nivel de coordinación de logística.

**Competencias psicológicas**

- Trabajo en equipo
- Responsabilidad
- Capacidad de dirección
- Iniciativa
- Capacidad para el manejo de problemas

**Competencias de gestión**

- Comunicación oral y escrita
- Obtención de resultados

**Descripción de las funciones**

- Realizar un status semanal de carga y actualizarlo
- Supervisar cada embarque de principio a fin
- Coordinación de logística con el equipo de trabajo
- Responsabilidad del buen manejo de los embarques.
- Inspección constante de los papeles necesarios para cada trámite.

**Nombre del cargo:** Secretaria-Contadora

**Área:** administrativa

**Reporta a:** gerente general y gerente de ventas y operaciones

**Supervisa a:** -----

**Misión del cargo**

Tiene como máxima responsabilidad llevar en orden las cuentas de la empresa, papeleo necesario de la empresa, atención al cliente, en la funciones de contabilidad ingresos, egresos, facturar, manejo de personal, sueldos y salarios.

**Competencias técnicas**

- Egresados en Contabilidad o afines
- Experiencia mínima de 1 año en puestos similares
- Sexo femenino
- Conocimiento avanzado en manejo de office y programas contables

**Competencias psicológicas**

- Trabajo en equipo
- Buena memoria
- Responsabilidad
- Honestidad

**Competencias de gestión**

- Comunicación constante de ingresos y egresos
- Resultados al día

**Descripción de las funciones**

- Describir cada egreso que realice la empresa
- Informar diariamente de los ingresos
- Facturar a tiempo cada embarque que llegue al país
- Pago de sueldos y salarios
- Atención al cliente

En el cuadro que se mostrará a continuación, esta detallado sueldos y salarios que recibirá cada empleado de la empresa.

**Cuadro No 16****Sueldos por Trabajador**

AÑO 2012	Numero Empleados	Salario Basico	Total SBU	13 Sueldo Sub/12	14 SUELDO 292	Aporte Patronal	Reserva	Costo/Mes Empleados	Costo Anual
<b>DETALLE</b>		UNIFICADO		TOTAL	TOTAL	IESS (12,15%)	SBU/12	USD	Empleados
<b>Gerente General</b>	1	2000,00	2000	166,666667	24,333	243	-	2434	29208
<b>Gerente Comercial</b>	1	1.500,00	1500	125	24,333	182,25	-	1831,583333	21979
<b>Operaciones</b>	2	700,00	1400	116,666667	24,333	170,1	-	1711,100	20533,2
<b>Ventas</b>	2	600,00	1200	100	24,333	145,8	-	1470,133333	17641,6
<b>Secre / Contadora</b>	2	600,00	1200	100	24,333	145,8	-	1470,133333	17641,6
			0	0	24,333	0			0
			0	0	24,333	0			0
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>5.400,00</b>	<b>7300</b>	<b>608,333333</b>	<b>170,333</b>	<b>886,95</b>	<b>#¡VALOR!</b>	<b>8916,95</b>	<b>\$ 107.003,40</b>
<b>nuevos vendedores</b>	2		1400	116,666667	24,33	170,1		1711,096667	20533,16
<b>nuevos operativos</b>	2		1200	100	24,33	150		1474,33	17691,96
<b>Sub Total</b>									38225,12
<b>TOTAL año 2015-2016</b>									<b>\$ 145.228,52</b>

**Elaborado por:** El Autor

En la parte de abajo del cuadro, esta detallado los valores que corresponderá a cada empleado nuevo que se va a necesitar en el año 2015 y 2016, donde la empresa mediante sus estrategias alcanzara una mayor participación de mercado y para cubrir ese aumento se requiere de más personal para que no decaiga el servicio.

## CAPITULO IV

### BASE LEGAL

#### IV.A Organismos

El organismo encargado de crear aprobar políticas públicas de política comercial es el Comité de Comercio Exterior (COMEX). Este organismo es parte del Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, el cual es el encargado del manejo.

Como principal función de este organismo es el fomentar políticas de desarrollo productivo, sustitución estratégica de importaciones y de fomento de exportaciones.<sup>10</sup>

El comercio exterior en el país está basado en:

- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones R. O. 351 del 29 de diciembre 2010
- Reglamento al título de la Facilitación aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI R.O. 452 19 de mayo de 2011
- Resoluciones del Comité de Comercio Exterior.

Otro de los organismos importantes que forma parte del Comercio Exterior en el país, es el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) la cual es una empresa estatal, autónoma y moderna, encargada del control eficiente de los procesos automatizados e integrados de los servicios aduaneros.

---

<sup>10</sup> Decreto No 671 Rafael Correa Presidente Constitucional de la República

## **IV.B Procedimientos**

### **IV.B.1 Importación**

Según la pagina web de la SENA E una importación es "la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del RÉGIMEN DE IMPORTACION al que se haya sido declarado."<sup>11</sup>

### **IV.B.2 Regímenes de Importación**

Los regímenes de importación que existe en el COPCI son los siguientes:

- Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI)
- Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI)
- Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Art. 149 COPCI)
- Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria (Art. 150 COPCI)
- Transformación bajo control Aduanero (Art. 151 COPCI)
- Depósito Aduanero (Art. 152 COPCI)
- Reimportación en el mismo estado (Art. 152 COPCI)

La importación a consumo es el régimen en el cual la empresa ARCH CARGO va a realizar sus importaciones la cual describiremos a continuación:

*... "Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de*

---

<sup>11</sup> [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec)

*los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras.”<sup>12</sup>*

### **IV.B.3 Quienes pueden importar**

Pueden realizar importaciones las personas Naturales, Jurídicas, extranjeros residentes en el país que se hayan registrado como importadores en el sistema ECUAPASS ver (ANEXO 3)

#### **Restricciones**

Para conocer si un producto está habilitado, para poder importar al país, es necesario revisar las resoluciones emitidas por el COMEX.

Para los equipos de tecnología en los cuales la empresa enfoca su portafolio de clientes, no tiene restricción alguna.

### **IV.C Desaduanización de la mercadería**

Una vez que se cumple con los requisitos, ya su vez el producto no tiene restricciones se procede, la tramite de nacionalización de la mercadería.

Todos los trámites de nacionalización de mercadería, se lo hace a través de un agente afianzado de aduanas. La SENAE dispone de los siguientes pasos:

*...”La declaración aduanera de Importación (DAI) será presentada de manera electrónica, y física en los casos en que determine la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En los casos de que a la declaración aduanera se le asigne aforo físico o documental, esta deberá completarse el mismo día con la transmisión digital de los documentos de acompañamiento y de soporte, que no se puedan presentar en formato electrónico. Cuando no se cumpliere con el envío de los documentos indicados en el presente artículo dentro del término de los treinta días calendario, contados a partir de la fecha de arribo de la mercancía, acarreará su abandono tácito según lo establecido en el*

---

<sup>12</sup> Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones Art.- 147

*art. 142 del COPCI sin perjuicio de la imposición de la respectiva multa por falta reglamentaria de acuerdo a lo establecido en el literal d) del art. 193 del COPCI. (Art. 67 Reg. COPCI).*

*Los documentos digitales que acompañan a la DAI a través del ECUAPASS son:*

#### ***Documentos de acompañamiento***

*Se constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos. (Art. 72 Reg. COPCI)*

#### ***Documentos de soporte***

*Constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Art. 73 Reg. COPCI)*

*Factura Comercial*

*Certificado de Origen (cuando proceda)*

*Documentos que el SENA E o el Organismo regulador de Comercio Exterior consideren necesarios.*

*Transmitida la Declaración Aduanera, el Sistema le otorgará un número de validación (Refrendo) y el **CANAL DE AFORO** que corresponda. <sup>13</sup>*

#### **IV.D Tipos de Aforo**

*El aforo es: ...”el acto de determinación tributaria a cargo de la Administración Aduanera y se realiza mediante la verificación electrónica, física o documental del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercancía.”<sup>14</sup>*

<sup>13</sup> [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec)

Durante el proceso existen 4 tipos de aforo:

- **Aforo físico.-** es el cual se realiza una inspección física por parte de un funcionario de la aduana, de la mercadería declarada, con el fin de comprobar que sea la cantidad exacta y el pago de tributos sea el adecuado.
- **Aforo Documental.-** es el que consiste en la revisión de documentos originales de soporte con el fin de que sean el mismo que están en la declaración aduanera.
- **Aforo Electrónico.-** es el cual se verifica los documentos de soporte en el sistema de la aduana con el fin que el valor de los impuestos corresponda a cada artículo.
- **Aforo automático.-** este tipo de aforo se maneja con un perfil de riesgo por parte de la aduana, ya que prácticamente no se inspeccionada nada solo se procede al pago de tributos y automática liquidación.

#### **IV.E Tributos aduaneros**

Los tributos que se paga por la mercadería ingresada al país, se da la clasificación arancelaria para cada producto, en el (ANEXO 1) se puede observar los impuestos correspondientes a los equipos de tecnología.

Los distintos aranceles son:

**AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)** Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador. Porcentaje variable según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la Importación).

---

<sup>14</sup> Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones Art.- 140

**FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)** Impuesto que administra el INFA. 0.5% se aplica sobre la base imponible de la Importación.

**ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)** Administrado por el SRI. Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen.

**IVA (Impuesto al Valor Agregado)** Administrado por el SRI. Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE.

#### **IV.D Naturaleza Jurídica de la Compañía**

Toda empresa que pretende ejercer su actividad económica en el Ecuador, está sujeta a la legislación aplicable tanto al tipo de actividad que realiza como la forma jurídica que tendrá. En este caso, la empresa que se propone en el presente trabajo será una persona jurídica de derecho privado, como lo es una sociedad anónima que existirá bajo el control de la Superintendencia de Compañías y que se creará conforme lo prescribe el código civil, código de comercio y ley de compañías así como las demás normas previstas para las sociedades mercantiles.

La ley de compañías, en su artículo 143, describe a la compañía anónima como *“una sociedad, cuyo capital dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones”*<sup>15</sup>. ARCH Cargo iniciará su actividad rentable con la aportación inicial de tres accionistas, personas naturales, y tendrá un capital de constitución de USD. \$ 800 (Ochocientos dólares 00/100

---

<sup>15</sup> Ley de Compañías, Artículo 143

de los Estados Unidos de América) que es el monto mínimo legal requerido para las compañías anónimas.

Los accionistas de ARCH cargo son personas plenamente capaces sin impedimentos legales para contratar y obligarse. El capital, que es de procedencia nacional, se pagará en numerario y en su totalidad al momento de constitución de la compañía. El contrato de compañía anónima, que contiene el Estatuto, será discutido por sus accionistas antes de ser elevado a escritura pública y presentado a la aprobación de la Superintendencia de Compañías, para su posterior inscripción en el Registro Mercantil y obtención del Registro Único de Contribuyentes, con lo cual se finaliza el proceso de formación y aprobación de la compañía para que ejerza las actividades que están descritas en el objeto social del Estatuto.

Todo el trámite de constitución será patrocinado por un abogado como lo manda la ley y tendrá una duración aproximada de un mes.

## CAPITULO V

### Estudio Financiero

El Estudio Financiero es la etapa de conclusión del proyecto, luego de haber analizado los estudios anteriores como el Estudio de Mercado que defina el volumen de participación y la relación entre producto y cliente así como el Estudio Técnico Organizacional que define los recursos técnicos, el tamaño y procesos específicos, el Estudio Financiero permitirá verificar los resultados monetariamente que genere el proyecto.

#### V.A Objetivos:

- Determinaran el monto de los recursos necesarios para la realización del proyecto.
- Elaborar una estructura financiera la cual nos ayudara a determinar la viabilidad de mismo.

#### V.B Inversión

Es el empleo de un capital en un tipo de actividad o negocio con el fin de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual a cambio de obtener beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.<sup>16</sup>

En el Cuadro No17 se observa toda la inversión que se va a realizar para poner en marcha la empresa.

---

<sup>16</sup>: James C. Van Horne, *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA*; Editorian Prentice / Hall Internacional.

Cuadro No 17

RUBROS	TOTAL INVERSIÓN
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	
Equipos de Computación	10.000,00
Vehiculos	25.000,00
Muebles y Enseres	2.500,00
Equipos de Oficina	1.200,00
<b>Subtotal</b>	<b>38.700,00</b>
<b>ACTIVOS NOMINALES</b>	
Gastos de Constitución	2.500,00
Publicidad preoperatoria	0,00
<b>Subtotal</b>	<b>2.500,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Efectivo	29.975,85
<b>Subtotal</b>	<b>29.975,85</b>
<b>TOTAL</b>	<b>71.175,85</b>

Elaborado por: El Autor

### V.C Capital de trabajo

El Capital de Trabajo también denominado capital de rotación es el monto para medir la capacidad que tiene la empresa para el desarrollo normal de las actividades a corto plazo y no tengo problemas de liquidez.<sup>17</sup>

En el Cuadro No18 que se ve a continuación se calculó el capital de trabajo proyectado para los 3 primeros meses de funcionamiento.

<sup>17</sup>[http://es.mimi.hu/economia/capital\\_de\\_trabajo.html](http://es.mimi.hu/economia/capital_de_trabajo.html) Acceso: 20 de octubre 2012; 21h00

**Cuadro No 18**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Sueldos y salario	26.750,85
Arriendo	2.100,00
Servicios basicos	675,00
	-
Movilizacion	450,00
<b>TOTAL</b>	<b>29.975,85</b>

**Elaborado por:** El Autor

#### **IV.D Análisis Flujo de Caja**

El cálculo del flujo se realizó de las ventas y costo de ventas anual, para lo cual como se mencionó en el capítulo de Estudio de Mercado se incrementara 1% y 2% respectivamente para el 4to y 5to año de la participación de mercado obtenida.

El precio que se incrementa 5% a partir del 3 año de funcionamiento, tomado en cuenta la inflación del país, así como los egresos que son parte del funcionamiento de la empresa.

Cuadro No 19

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS DE EFECTIVO</b>					
Servicio de importacion	418.587,73	418.588,24	495.377,65	608.126,03	730.910,81
<b>TOTAL INGRESOS DE EFECTIVO</b>	<b>418.587,73</b>	<b>418.588,24</b>	<b>495.377,65</b>	<b>608.126,03</b>	<b>730.910,81</b>
<b>Costos Variables</b>					
<b>Egresos de Importacion</b>					
Servicio de importacion	254.929,37	254.929,68	301.696,16	370.362,47	445.141,17
<b>Costos Fijos</b>					
Sueldos y Salarios	107.003,40	107.003,40	107.003,40	145.228,52	145.228,52
Arriendos	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00
Servicios Basicos	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00
Suministros	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Publicidad	1.300,00	1.300,00	1.300,00	2.600,00	2.600,00
Movilización	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Egresos Impuestos</b>					
Otros Gastos (imprevistos)	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
Impuestos	0	5.230,97	5.402,07	11.986,93	13.909,19
Amortizacion de Crédito	4.191,78	5.011,77	5.992,16	7.164,34	8.565,81
Intereses de Crédito	5.231,98	4.411,99	3.431,60	2.259,42	857,95
15% participación de Trabajadores		3.692,45	3.813,23	8.461,36	9.818,25
Dividendos		15.692,90	16.206,21	35.960,78	41.727,56
<b>TOTAL EGRESOS EFECTIVO</b>	<b>388.256,53</b>	<b>412.888,15</b>	<b>460.475,57</b>	<b>599.671,11</b>	<b>683.513,10</b>
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>30.331,20</b>	<b>5.700,09</b>	<b>34.902,08</b>	<b>8.454,92</b>	<b>47.397,71</b>
<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>29.975,85</b>	<b>60.307,05</b>	<b>66.007,14</b>	<b>100.909,22</b>	<b>109.364,14</b>
<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>	<b>60.307,05</b>	<b>66.007,14</b>	<b>100.909,22</b>	<b>109.364,14</b>	<b>156.761,85</b>

Elaborado por: El Autor

En el cuadro No19 el cual es el flujo de caja observamos los dólares recibidos por las ventas realizadas año a año y el desembolso que se da para realizar todas la operaciones este el resultado de las transacciones entre la empresa y terceros.

## V.E Análisis del Estado de Resultados

La tabla que se presenta a continuación es en referencia al PyG que a su vez ya consta con el financiamiento se ve afectado por la amortización y los intereses del crédito y aun así nos genera utilidad lo cual es bueno para que la empresa pueda seguir con vida.

**Cuadro No 20**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VENTAS</b>					
Servicio de importacion	418.587,73	418.588,24	495.377,65	608.126,03	730.910,81
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>418.587,73</b>	<b>418.588,24</b>	<b>495.377,65</b>	<b>608.126,03</b>	<b>730.910,81</b>
<b>COSTO DE VENTAS</b>					
<b>COSTO DE IMPORTACION</b>					
Servicio de importacion	254.929,37	254.929,68	301.696,16	370.362,47	445.141,17
<b>TOTAL COSTOS DE VENTAS</b>	<b>254.929,37</b>	<b>254.929,68</b>	<b>301.696,16</b>	<b>370.362,47</b>	<b>445.141,17</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>163.658,36</b>	<b>163.658,56</b>	<b>193.681,49</b>	<b>237.763,56</b>	<b>285.769,64</b>
<b>COSTOS OPERATIVOS</b>	<b>133.510,07</b>	<b>133.510,07</b>	<b>133.510,07</b>	<b>169.701,85</b>	<b>169.701,85</b>
Sueldos	107.003,40	107.003,40	107.003,40	145.228,52	145.228,52
Arriendos	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00
Servicios Basicos	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00
Suministros	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
	1.300,00	1.300,00	1.300,00	2.600,00	2.600,00
Movilización	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones	9.406,67	9.406,67	9.406,67	6.073,33	6.073,33
Amortizaciones gastos constitución	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
<b>GASTO DE VENTAS</b>	<b>300,00</b>	<b>315,00</b>	<b>330,75</b>	<b>347,29</b>	<b>364,65</b>
Gastos de Marketing Directo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros Gastos	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>5.231,98</b>	<b>4.411,99</b>	<b>3.431,60</b>	<b>2.259,42</b>	<b>857,95</b>
Intereses de Crédito	5.231,98	4.411,99	3.431,60	2.259,42	857,95
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>139.042,05</b>	<b>138.237,06</b>	<b>137.272,42</b>	<b>172.308,57</b>	<b>170.924,46</b>
<b>UTILIDAD antes IMP. Y P.T.</b>	<b>24.616,31</b>	<b>25.421,50</b>	<b>56.409,07</b>	<b>65.455,00</b>	<b>114.845,18</b>
15% Partic. de Trabajad.	3.692,45	3.813,23	8.461,36	9.818,25	17.226,78
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>	<b>20.923,87</b>	<b>21.608,28</b>	<b>47.947,71</b>	<b>55.636,75</b>	<b>97.618,41</b>
Impuestos 25% a la renta	5.230,97	5.402,07	11.986,93	13.909,19	24.404,60
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>15.692,90</b>	<b>16.206,21</b>	<b>35.960,78</b>	<b>41.727,56</b>	<b>73.213,81</b>

Elaborado por: El Autor

En el cuadro No20 en el Estado de Resultados observamos cómo opera la empresa año a año y de cómo se obtuvieron los ingresos por servicio prestado, además de los costos y los gastos para mantener la administración que a su vez al final de cada periodo genera una utilidad lo cual es muy bueno para que la empresa siga operando.

## V.F Balance General

**Cuadro No 21**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
Caja	29.975,85	60.307,05	66.007,14	100.909,22	109.364,14	156.761,85
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL DE ACT. CORRIENTES</b>	<b>29.975,85</b>	<b>60.307,05</b>	<b>66.007,14</b>	<b>100.909,22</b>	<b>109.364,14</b>	<b>156.761,85</b>
<b>ACTIVO FIJO NETO</b>						
Equipos de Computación	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Maquinaria	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
Muebles y Enseres	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
Equipos de Oficina	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Depreciación Acumulada		-9.406,67	-18.813,33	-28.220,00	-34.293,33	-40.366,67
<b>TOTAL ACT. FIJOS</b>	<b>38.700,00</b>	<b>29.293,33</b>	<b>19.886,67</b>	<b>10.480,00</b>	<b>4.406,67</b>	<b>-1.666,67</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO NETO</b>						
Gastos de Constitución	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortización gastos de Constitución		-500,00	-1.000,00	-1.500,00	-2.000,00	-2.500,00
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2.500,00</b>	<b>2.000,00</b>	<b>1.500,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>500,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>71.175,85</b>	<b>91.600,39</b>	<b>87.393,80</b>	<b>112.389,22</b>	<b>114.270,81</b>	<b>155.095,18</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Utilid. Empleados por pagar		3.692,45	3.813,23	8.461,36	9.818,25	17.226,78
Impuestos por pagar		5.230,97	5.402,07	11.986,93	13.909,19	24.404,60
<b>TOTAL DE PASIV. CORRIENTES</b>	<b>0,00</b>	<b>8.923,41</b>	<b>9.215,29</b>	<b>20.448,29</b>	<b>23.727,44</b>	<b>41.631,38</b>
<b>PASIVO DE LARGO PLAZO</b>						
Préstamos Bancarios	30.925,85	26.734,07	21.722,30	15.730,14	8.565,81	0,00
<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>30.925,85</b>	<b>26.734,07</b>	<b>21.722,30</b>	<b>15.730,14</b>	<b>8.565,81</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>30.925,85</b>	<b>35.657,49</b>	<b>30.937,60</b>	<b>36.178,43</b>	<b>32.293,25</b>	<b>41.631,38</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital social	40.250,00	40.250,00	40.250,00	40.250,00	40.250,00	40.250,00
Utilidad/Pérdida retenida		15.692,90	16.206,21	35.960,78	41.727,56	73.213,81
<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>	<b>40.250,00</b>	<b>55.942,90</b>	<b>56.456,21</b>	<b>76.210,78</b>	<b>81.977,56</b>	<b>113.463,81</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>71.175,85</b>	<b>91.600,39</b>	<b>87.393,80</b>	<b>112.389,22</b>	<b>114.270,81</b>	<b>155.095,18</b>

Elaborado por: El Autor

El Balance General es una foto de un momento específico, en este cuadro podemos observar que la mayoría de recursos con los cuales cuenta la empresa para funcionar como tal son propios, en los activos como empresa que presta un servicio la mayoría de nuestro dinero se encuentra en caja bancos. En el caso de los pasivos observamos cual es el medio para financiar la empresa entre socios y un préstamo bancario como se mencionó la empresa más se maneja con recursos propios por lo cual tiene un poco apalancamiento lo cual es bueno ya que la empresa no se debe a terceros.

## **V.G Cálculo de la Tasa de Descuento**

### **V.G.1 WACC**

...”es el costo promedio de las fuentes de financiación que un proyecto o empresa utiliza”<sup>18</sup>

La fórmula WACC es un método que se utiliza para el cálculo de la tasa de descuento la que va a descontar los flujos de fondos.

Formula:

$$WACC = TE * E/A + K * P/A$$

TE= Patrimonio como accionista

E= capital

K= Deuda

A= Activos

---

<sup>18</sup> Ricardo Calderon M. WACC <http://www.slideshare.net/bemaguali/calculo-de-costode-capital>

$$\text{WACC} = 10\% * 60/100 + 18\% * 40/100$$

$$\text{WACC} = 13,2\%$$

En esta fórmula el 10% representa al valor que se va ofrecer a los accionistas que es un valor atractivo ya que una póliza acumulación simple en el Banco del Pichincha paga un 4,5% a 365 días<sup>19</sup>, el 60 representa a que la empresa va a financiar el 60% con capital propio y socios.

El 18% representa el valor de la tasa de interés que va a cobrar el banco por el préstamo que se va a realizar para financiar el 40% restante de la empresa.

## **V.H Análisis VAN y TIR**

### **V.H.1 VAN**

El método del Valor Presente Neto es muy utilizado por dos razones: la primera porque es de muy fácil aplicación y la segunda porque todos los ingresos y egresos futuros se transforman a dólares de hoy y así puede verse, fácilmente, si los ingresos son mayores que los egresos. Cuando el VPN es menor que cero implica que hay una pérdida a una cierta tasa de descuento o por el contrario si el VPN es mayor que cero se presenta una ganancia. Cuando el VPN es igual a cero se dice que el proyecto es indiferente.<sup>20</sup>

### **V.H.2 TIR**

La Tasa Interna de Retorno es aquella que está ganando un interés sobre saldo no recuperado de la inversión es decir por medio de la cual se recupera la inversión.

---

<sup>19</sup> Ab. Andrea Garcia Diaz Asesora legal Bco. Pichincha

<sup>20</sup> Gallagher, Timothy J, *Administración financiera 2001 Finanzas a largo plazo*

...”Si la TIR es mayor que la tasa de descuento el proyecto es viable pues se estima un rendimiento mayor al mínimo requerido.”<sup>21</sup>

Cuadro No 22

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	-71.175,85					
Utilidad		15.692,90	16.206,21	35.960,78	41.727,56	73.213,81
Depreciación		9.406,67	9.406,67	9.406,67	6.073,33	6.073,33
Amortización gastos		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Valor de Desecho						-1.666,67
Capital de trabajo						29.975,85
Préstamo	30.925,85	-4.191,78	-5.011,77	-5.992,16	-7.164,34	-8.565,81
<b>Total</b>	<b>-40.250,00</b>	<b>21.407,79</b>	<b>21.101,11</b>	<b>39.875,29</b>	<b>41.136,56</b>	<b>99.530,51</b>
<b>Flujo de Efec.Descontado</b>		<b>18.911,47</b>	<b>16.466,92</b>	<b>27.489,36</b>	<b>25.051,99</b>	<b>53.545,64</b>
<b>Tasa de Descuento</b>	<b>13,20%</b>					

<b>VAN PROYECTO</b>	<b>101.215,38</b>
<b>VAN PRESTAMO</b>	<b>13.381,65</b>
<b>VAN TOTAL</b>	<b>114.597,03</b>
<b>TIR</b>	<b>69,52%</b>

Elaborado por: El Autor

Una forma de comprobación para verificar si nuestros índices están correctos es la técnica para proyectos de aceptación – rechazo:

VPN  $\geq$  0 Aceptación

VPN  $<$  0 Rechazo

TIR  $\geq$  WACC Aceptación

TIR  $<$  WAAC Rechazo

Como podemos observar en el cuadro No22 en el VAN del proyecto nos da un resultado positivo lo cual es bueno para la empresa porque después de los 5 años de vida proyectados

<sup>21</sup><http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>, JoseBaquiro TIR. Acceso: 20 de octubre 2012; 21h10

que tiene el proyecto ya que genera una ganancia más allá del capital invertido y de los fondos financiados por terceros.

En caso del TIR es la tasa la cual nos ayuda a medir la eficiencia de una inversión, en nuestro caso es una tasa alta la cual supera a la tasa de descuento quiere decir que demuestra la posibilidad de ganar dinero con este proyecto o volver a reinvertirlo.

## V.I Financiamiento

El proyecto se va a financiar a través de aporte de socios y un préstamo bancario que se detallará a continuación. La tasa de interés que se utilizó fue la que usualmente se usa para proyectos de la Corporación Financiera Nacional (CFN). En una consulta en el Banco del Pichincha a un Gerente de crédito, dijo que para proyectos usualmente se analiza el tipo de proyecto la viabilidad y la duración para estimar una tasa en la cual el banco pueda asegurar su préstamo y que para este tipo de proyectos universitarios se usa la de la CFN y se encuentra en 18%.

**Cuadro No 23**

FINANCIAMIENTO		
TOTAL FINANCIAMIENTO	26.227,00	39,5%
TOTAL APORTE SOCIOS	40.250,00	60,5%
<b>TOTAL</b>	<b>66.477,00</b>	<b>100,0%</b>

Elaborado por: El Autor

## V.J Índices Financieros

### V.J.1 Punto de Equilibrio

El siguiente cuadro a continuación nos mostrara el número de KG anuales que debemos mover para que este en equilibrio, es decir que la empresa no genere pérdida o ganancia.

**Cuadro No 24**

AÑO	COSTOS FIJOS	PRECIO VENTA	Costo del Servicio	EQUILIBRIO	EQUILIBRIO DOLARES
1	139.042,05	2,66	1,62	133.694,28	355.626,78
2	138.237,06	2,66	1,62	132.920,25	353.567,86
3	137.272,42	2,79	1,70	125.707,34	351.100,60
4	172.308,57	2,93	1,79	150.277,84	440.712,29
5	170.924,46	3,08	1,88	141.972,09	437.172,17

**Elaborado por:** El Autor

Después de haber estimado el punto de equilibrio, la empresa contara con una referencia al inicio de sus operaciones, del nivel de ventas que se necesita para cubrir sus costos fijos y variables y no generar perdida.

## IV.J.2 Razones Financieras

**Cuadro No 25**

INDICES		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Razón Circulante</b>	Activo Corriente	6,76	7,16	4,93	4,61	3,77
	Pasivo Corriente					
<b>Razón</b>	Pasivo Total	38,93%	35,40%	32,19%	28,26%	26,84%
<b>Endeudamiento</b>	Activo Total					
<b>Rentabilidad Neta</b>	Utilidad Neta	3,75%	3,87%	7,26%	6,86%	10,02%
	Ventas					
<b>Rendimiento del Patrimonio</b>	Utilidad Neta	28,05%	28,71%	47,19%	50,90%	64,53%
	Patrimonio					
<b>Rendimiento Activo Total</b>	Utilidad Neta	17,13%	18,54%	32,00%	36,52%	47,21%
	Activo Total					

**Elaborado por:** El Autor

Las razones financieras son herramientas que se utilizan en la toma de decisiones según los objetivos que tenga la empresa.

En la razón circulante podemos observar que la empresa tiene la liquidez suficiente para solventar sus deudas a corto plazo, a excepción del primer año donde se obtiene un resultado negativo, en el cual se podría interpretar como normal porque es el primer año de funcionamiento.

La razón de endeudamiento nos muestra el porcentaje que los acreedores financiaron los activos de la empresa, es decir que en los 5 años de vida del proyecto entre un 28% y 32% es la cantidad de activos que están financiados por ellos.

La rentabilidad neta nos muestra el porcentaje de ganancias que va a tener la empresa con respecto a las ventas netas, que a pesar del incremento en los costos de ventas y en los gastos se refleja una utilidad ascendente cada año ya que se incrementa la participación y la empresa gana en experiencia.

El rendimiento del patrimonio nos muestra el porcentaje que obtiene los propietarios con respecto a la inversión realizada en la empresa, en el primer año podemos observar en el cuadro que no existe utilidad debido a la inversión fuerte que se realiza para iniciar operaciones, pero desde el segundo año, se da un aumento significativo en la actualidad ya que cada año aumenta la participación de mercado y a su vez el nivel de ventas, lo cual ya genera utilidades.

El rendimiento del activo total nos dirá que tan eficaz es la administración para generar ganancias con los activos que se tiene en la empresa, y saber si están bien dirigidas las inversiones que se tiene.

## CAPITULO VI

### Conclusiones y Recomendaciones

#### VI.A Conclusiones

- Luego de la investigación se comprobó que el ingreso al mercado de una empresa especializada en tecnología y con atención personalizada sí tendrá una buena acogida entre las empresas que requieren este servicio.
- Al determinar diferentes puntos tanto como el mercado existente, el funcionamiento, el personal adecuado y las proyecciones financieras, el proyecto es viable y rentable por cuanto es oportuno para emprenderlo.
- Para brindar un servicio diferenciado y lograr la calidad óptima en el mismo, al aspirar casi una mínima participación de mercado ayudara a supervisar y personalizar cada uno de los embarques de importaciones de equipos de tecnología, y con esto no quiere decir que no genere utilidades.
- Desde el 2008, En Ecuador se han impuesto varias barreras a las importaciones con el fin de equilibrar la balanza comercial, sin embargo de estas medidas restrictivas, las importaciones de productos tecnológicos son constantes ya que los mismos tienen una vida útil relativamente corta y están en constante innovación, a esto los consumidores demandan siempre productos lo más nuevos posibles.
- Ser competitivo no significa que se deba reducir costos y tarifas a lo mínimo sino crear estándares de logística en los cuales se pueda generar rendimiento óptimo, en

razón de la preferencia del usuario del servicio que no tomo en cuenta únicamente el precio, sino también la características del servicio y de la empresa que lo presta.

- Todas las compañías distribuidoras de equipo de de tecnología se basan en importaciones de sus productos ya que nuestro país no es productor de estos equipos, por lo tanto mediante estrategias coherentes y buenas decisiones, es factible obtener una participación más alta de mercado.

## **VI.B Recomendaciones**

- La SENA E debería difundir mayor información sobre ingresos al sistema, ya que uno de los proceso que más tiempo toma en la nacionalización de mercadería es el ingreso al sistema de aduanas SICE y el nuevo sistema Ecuapass, por lo que se debe estar preparado con todos los requisitos necesarios de cada ítem en caso de que surja un inconveniente resolverlo inmediatamente.
- Las empresas dedicadas a ofrecer este tipo de servicios deberían tomar en cuenta a otras ciudades importantes como Cuenca, Manta e Ibarra ya que existe un gran número de importadores directos de equipos de tecnología.
- Los operadores logísticos deben brindar capacitación constante al personal con el fin de incrementar el know how para los cambios constantes en los proceso de aduanas del país, así también la legislación inherente a importaciones y poder cumplir con la misma eficiencia y solvencia profesional.
- El gobierno debería dar más apertura a las importaciones de productos tecnológicos, ya que con estos se puede educar y mejorar los servicios de comunicación de la población.

## Bibliografía

### LIBROS:

- Amaya, Jairo. Planeación & Estrategia. Bucaramanga: Editorial Hill, 2007
- Baca, Urbina. Evaluación de Proyectos. México: Editorial Mc. Graw Hill, 1992.
- Chiavenato, Idalberto,. Administración de Recursos Humanos. Bogotá: Editorial Mc. Graw Hill, 2002.
- Delgado, JM, y Gutiérrez. Método y Técnicas Cuantitativas de Investigación de Ciencias Sociales. Madrid: Editorial Síntesis Psicológica, 1994.
- Gallagher, Timothy J, Administración financiera: Finanzas a largo plazo, Bogotá: Editorial Prentice Hall 2001.
- Hernández, Fernández y Baptista. Metodología de la Investigación. México: Editorial Mc Grawhill, 1999
- Kotler, Philip. Fundamentos de Mercadotecnia. México: Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, 2007.
- Meneses, Edilberto. Preparación y Evaluación de Proyectos. México: Editorial Hill, 2002
- Milkovich, Boreau. Dirección y Administración de Recursos Humanos, Brasil: Editorial Mc Graw Hill, 2002
- Sapag, Nassir y Reinaldo: Preparación y Evaluación de Proyectos. México: Editorial Mc Graw Hill, 2002
- Van Horne, James C. Fundamentos de Administración Financiera. México: Editorial Prentice / Hall Internacional.

- Zapata, Pedro. Contabilidad General. Ecuador: 1996.

**TESIS:**

- Valarezo, Marissa Ivonne. “Implementación de un departamento de recursos humanos bajo un modelo de gestión por competencias en importadora nagib”. Tesis de Pregrado. Universidad del Pacífico, Ingeniería Comercial 2004

**LEGISLACIÓN:**

- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones
- Ley de Compañías
- Decreto No 671. Registro Oficial No. 404, 13 de Marzo de 2011

**PÁGINAS WEB:**

- Salazar, Adafrancys y Maggiorani, Richard. Estructuras organizativas y tipos de organigramas <http://www.gestiopolis.com/recursos4/docs/ger/estrongorg.htm>, Acceso: 12 de octubre 2012; 15h30
- MICRO RESERACH investigación de mercado. [http://www.microresearch.es/microresearch\\_cualitativos\\_entrevista\\_profundidad.html](http://www.microresearch.es/microresearch_cualitativos_entrevista_profundidad.html), Acceso: 9 de septiembre de 2012: 22h30

- Baquiro, Jose. TIR <http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>. Acceso: 20 de octubre 2012; 21h10
  
- <http://amie.educacion.gov.ec/index.php>. Acceso: 10 de septiembre de 2012; 13h30
- <http://www.promonegocios.net>. Acceso: 10 de septiembre de 2012; 15h30
- [www.inen.gov.ec](http://www.inen.gov.ec). Acceso: 12 de septiembre de 2012; 13h30
- [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec). Acceso: 15 de septiembre de 2012; 22h00
- [www.corpei.org.ec](http://www.corpei.org.ec). Acceso: 16 de septiembre de 2012; 12h00
- [www.infoplan.com](http://www.infoplan.com). Acceso: 16 de septiembre de 2012; 13h30
- [www.educacion.gov.ec/pages/index.php](http://www.educacion.gov.ec/pages/index.php). Acceso: 20 de septiembre de 2012; 23h30
- [http://www.microresearch.es/microresearch\\_cualitativos\\_entrevista\\_profundidad.html](http://www.microresearch.es/microresearch_cualitativos_entrevista_profundidad.html). Acceso: 2 de octubre de 2012; 14h00
- <http://www.gestiopolis.com/recursos4/docs/ger/estrongorg.htm>. Acceso: 06 de Octubre de 2012; 13h30
- [http://es.mimi.hu/economia/capital\\_de\\_trabajo.html](http://es.mimi.hu/economia/capital_de_trabajo.html). Acceso: 16 de octubre de 2012; 15h40
- <http://www.slideshare.net/bemagualli/calculo-de-costo-de-capital>. Acceso: 16 de octubre de 2012; 15h40
- <http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>. Acceso: 16 de octubre de 2012; 17h40
- [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec). Acceso: 18 de octubre de 2012; 15h40
  
- [http://es.mimi.hu/economia/capital\\_de\\_trabajo.html](http://es.mimi.hu/economia/capital_de_trabajo.html) Acceso: 20 de octubre 2012; 21h00

## Anexos

### ANEXO 1

Descripción de las partidas arancelarias usadas para el análisis de la demanda de Equipos de Tecnología.

<b>Sección XVI :</b>	MAQUINAS Y APARATOS, MATERIAL ELECTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACION O REPRODUCCION DE SONIDO, APARATOS DE GRABACIONO REPRODUCCION DE IMAGEN Y SONIDO EN TELEVISION, Y LAS PARTES Y ACCESORIOS DE ESTOS APARATOS
<b>Capítulo 84 :</b>	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos
<b>Partida Sist. Armonizado 8471 :</b>	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos y sus unidades; lectores magnéticos u ópticos, máquinas para registro de datos sobre soporte en forma codificada y máquinas para tratamiento o procesamiento de estos datos, no expresados
<b>SubPartida Sist. Armoniz. :</b>	
<b>SubPartida Regional 84713000 :</b>	- Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de d
<b>SubPartida Nacional 8471300000 :</b>	MAQUINAS AUTOMATICAS PARA TRATAMIENTO O PROCESAMIENTO DE DATOS, DIGITALES, PORTATILES, DE PESO INFERIOR O IGUAL A 10 KG, QUE ESTEN CONSTITUIDAS, AL MENOS, POR UNA UNIDAD CENTRAL DE PROCESO, UN TECLADO Y UN VISUALIZADOR
<b>Codigo Producto Comunitario (ARIAN) 8471300000-0000 :</b>	
<b>Codigo Producto Nacional (TNAN) 8471300000-0000-0000 :</b>	

<b>Código de Producto (TNAN)</b>	0000
<b>Antidumping</b>	0 %
<b>Advalorem</b>	0 %
<b>FDI</b>	0.5 %
<b>ICE</b>	0 %
<b>IVA</b>	12 %
<b>Salvaguardia por Porcentaje</b>	0 %
<b>Salvaguardia por Valor</b>	
<b>Aplicación Salvaguardia por Valor</b>	
<b>Techo Consolidado</b>	0 %
<b>Incremento ICE</b>	0 %
<b>Afecto a Derecho Específico</b>	
<b>Unidad de Medida</b>	Unidades (UN)
<b>Observaciones</b>	
<b>Es Producto Percible</b>	NO
<b>Valor Fijo Adicional Arancel</b>	
<b>Aplicación Valor Fijo Adicional Arancel</b>	

<b>Sección XVI :</b>	MAQUINAS Y APARATOS, MATERIAL ELECTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACION O REPRODUCCION DE SONIDO, APARATOS DE GRABACIONO REPRODUCCION DE IMAGEN Y SONIDO EN TELEVISION, Y LAS PARTES Y ACCESORIOS DE ESTOS APARATOS
<b>Capítulo 85 :</b>	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos
<b>Partida Sist. Armonizado 8523 :</b>	Soportes preparados para grabar sonido o grabaciones análogas, sin grabar, excepto los productos de Capítulo 37
<b>SubPartida Sist. Armoniz. :</b>	
<b>SubPartida Regional :</b>	
<b>SubPartida Nacional 8523510000 :</b>	Dispositivos de almacenamiento permanente de datos a base de semiconductores
<b>Codigo Producto Comunitario (ARIAN) 8523510000-0000 :</b>	
<b>Codigo Producto Nacional (TNAN) 8523510000-0000-0000 :</b>	

<b>Código de Producto (TNAN)</b>	0000
<b>Antidumping</b>	0 %
<b>Advalorem</b>	0 %
<b>FDI</b>	0.5 %
<b>ICE</b>	0 %
<b>IVA</b>	12 %
<b>Salvaguardia por Porcentaje</b>	0 %
<b>Salvaguardia por Valor</b>	
<b>Aplicación Salvaguardia por Valor</b>	
<b>Techo Consolidado</b>	0 %
<b>Incremento ICE</b>	0 %
<b>Afecto a Derecho Específico</b>	
<b>Unidad de Medida</b>	Unidades (UN)
<b>Observaciones</b>	
<b>Es Producto Percible</b>	NO
<b>Valor Fijo Adicional Arancel</b>	
<b>Aplicación Valor Fijo Adicional Arancel</b>	

**ANEXO 2****Estudio Financiero**

## Rentabilidad anual del negocio

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	71.175,85					
Utilidad		15.692,90	16.206,21	35.960,78	41.727,56	73.213,81
Depreciación		9.406,67	9.406,67	9.406,67	6.073,33	6.073,33
Amortización gastos		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Valor de Desecho						-1.666,67
Capital de trabajo						29.975,85
<b>Total</b>	<b>-71.175,85</b>	<b>25.599,57</b>	<b>26.112,87</b>	<b>45.867,45</b>	<b>48.300,89</b>	<b>108.096,32</b>
<b>Flujo de Efec.Descontado</b>		<b>22.614,46</b>	<b>20.378,01</b>	<b>31.620,25</b>	<b>29.415,04</b>	<b>58.153,89</b>
<b>Tasa de Descuento</b>	<b>13,20%</b>					

<b>VAN PROYECTO</b>	<b>91.005,80</b>
<b>TIR</b>	<b>46,19%</b>
<b>IR</b>	<b>0,78</b>

## Costos servicios básicos

COSTOS SERVICIOS BASICOS		
ITEM	MENSUAL	ANUAL
Servicios Basicos	225,00	2.700,00
Suministros	200,00	2.400,00
Arriendo	700,00	8.400,00
Publicidad		1.300,00
Movilizacion	150,00	1.800,00
		0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.275,00</b>	<b>16.600,00</b>

## Gastos Constitución

<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>	
Elaboracion de estudio tecnico legal	1.500,00
Gastos preoperacionales	1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.500,00</b>

## Equipos de Computación

<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL</b>
8	Desktops	1.000,00	8.000,00
2	Scanners y cables	1.000,00	2.000,00
	<b>TOTAL</b>		<b>10.000,00</b>

## Ingresos y costos variables

<b>AÑO 1</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>VENTA ANUAL EN UNIDADES</b>	<b>PRECIO UNITARIO (*)</b>	<b>INGRESO TOTAL</b>	<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	<b>COSTO VARIABLE TOTAL</b>
Servicio de importacion	157.363,81		418.587,73		254.929,37
Maritimo	62.945,52	0,20	12.589,10	0,12	7.553,46
Aereo	94.418,29	4,30	405.998,63	2,62	247.375,91
<b>TOTAL</b>	<b>157.363,81</b>	<b>2,660</b>	<b>418.587,73</b>	<b>1,62</b>	<b>254.929,37</b>

<b>AÑO 2</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>VENTA ANUAL EN UNIDADES</b>	<b>PRECIO UNITARIO (*)</b>	<b>INGRESO TOTAL</b>	<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	<b>COSTO VARIABLE TOTAL</b>
Servicio de importacion	157.364,00		418.588,24		254.929,68
Maritimo	62.945,60	0,20	12.589,12	0,12	7.553,47
Aereo	94.418,40	4,30	405.999,12	2,62	247.376,21
<b>TOTAL</b>	<b>157.364,00</b>	<b>2,660</b>	<b>418.588,24</b>	<b>1,62</b>	<b>254.929,68</b>

AÑO 3					
DETALLE	VENTA ANUAL EN UNIDADES	PRECIO UNITARIO (*)	INGRESO TOTAL	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL
Servicio de importacion	177.364,00		495.377,65		301.696,16
Martimo	70.945,60	0,21	14.898,58	0,13	8.939,15
Aereo	106.418,40	4,52	480.479,08	2,75	292.757,02
<b>TOTAL</b>	<b>177.364,00</b>	<b>2,793</b>	<b>495.377,65</b>	<b>1,70</b>	<b>301.696,16</b>

AÑO 4					
DETALLE	VENTA ANUAL EN UNIDADES	PRECIO UNITARIO (*)	INGRESO TOTAL	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL
Servicio de Importacion	207.364,00		608.126,03		370.362,47
Maritimo	82.945,60	0,22	18.289,50	0,13	10.973,70
Aereo	124.418,40	4,74	589.836,53	2,89	359.388,77
<b>TOTAL</b>	<b>207.364,00</b>	<b>2,933</b>	<b>608.126,03</b>	<b>1,79</b>	<b>370.362,47</b>

AÑO 5					
DETALLE	VENTA ANUAL EN UNIDADES	PRECIO UNITARIO (*)	INGRESO TOTAL	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL
Servicio de importacion	237.364		730.910,81		445.141,17
Maritimo	94.946	0,23	21.982,28	0,14	13.189,37
Aereo	142.418	4,98	708.928,53	3,03	431.951,80
<b>TOTAL</b>	<b>237.364,00</b>	<b>3,079</b>	<b>730.910,81</b>	<b>1,88</b>	<b>445.141,17</b>

## Resumen de Ingresos Operacionales

PRODUCTOS Y SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio de importacion	418.587,73	418.588,24	495.377,65	608.126,03	730.910,81
<b>Total</b>	<b>418.587,73</b>	<b>418.588,24</b>	<b>495.377,65</b>	<b>608.126,03</b>	<b>730.910,81</b>
<b>INGRESO ACTUALIZADO</b>	<b>365.036,83</b>	<b>318.337,20</b>	<b>328.539,03</b>	<b>351.717,80</b>	<b>368.650,92</b>
<b>RELACION COSTO BENEFICIO</b>					
<b>INGRESO ACTUALIZADO</b>	365.036,83	318.337,20	328.539,03	351.717,80	368.650,92
<b>EGRESO ACTUALIZADO</b>	343.569,74	299.004,10	291.128,01	313.861,03	310.726,23
<b>RELACION COSTO BENEFICIO</b>	<b>1.732.281,79</b>	<b>1,11</b>			
	<b>1.558.289,11</b>				

## Resumen de Costos Operacionales

<b>CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS TOTALES</b>					
COSTOS PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio de importacion	254.929,37	254.929,68	301.696,16	370.362,47	445.141,17
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>254.929,37</b>	<b>254.929,68</b>	<b>301.696,16</b>	<b>370.362,47</b>	<b>445.141,17</b>
<b>COSTOS OPERATIVOS FINANCIEROS Y VENTAS</b>	139.042,05	138.237,06	137.272,42	172.308,57	170.924,46
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>393.971,42</b>	<b>393.166,74</b>	<b>438.968,58</b>	<b>542.671,04</b>	<b>616.065,63</b>
<b>EGRESO ACTUALIZADO</b>	<b>343.569,74</b>	<b>299.004,10</b>	<b>291.128,01</b>	<b>313.861,03</b>	<b>310.726,23</b>

## ANEXO 3



### PREGUNTAS FRECUENTES

#### ¿Qué es el ECUAPASS?

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

#### ¿Cuáles son los objetivos del ECUAPASS?

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

#### ¿Cuáles son los módulos que conforman el ECUAPASS?

#### Los módulos que conforman el ECUAPASS son los siguientes:

- Portal de Comercio Exterior y Ventanilla Única Ecuatoriana

- Procesos de Importaciones y Exportaciones (Despacho y Carga)
- Control Posterior
- Gestión de Litigios Aduaneros
- Data Warehouse
- Devolución Condicionada de Tributos
- Sistema de Alerta Temprana
- Gestión de Riesgos (Incluye la Gestión Avanzada)
- Gestión del Conocimiento
- Sistema de Manejo de Pistas de Auditoria

**¿Cuándo se implementará el ECUAPASS y que módulos se implementarán?**

Los módulos de Portal de Comercio Exterior y Ventanilla Única Ecuatoriana se implementarán el 26 de enero de 2012.

Los módulos de Carga, Despacho (procesos de Importaciones y Exportaciones) y Devolución

Condicionada de Tributos se implementarán en el mes de abril del 2012



### **¿Cuándo inicia el Plan Piloto del ECUAPASS?**

Los módulos de Portal de Comercio Exterior y Ventanilla Única Ecuatoriana inician su Plan

Piloto el 22 de diciembre de 2011.

Los módulos de Carga, Despacho (procesos de Importaciones y Exportaciones) y Devolución

Condicionada de Tributos se implementarán en el mes de febrero del 2012

### **¿Cómo podré enviar la información al ECUAPASS?**

Podrá realizarlo de tres formas:

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

### **¿Qué requerimientos tecnológicos requiero para poder usar el ECUAPASS?**

Requerirán lo siguiente:

**Descripción Especificación**

**Computador o Laptop** □□CPU: Superior a 1GHz de Pentium

□□MEMORIA RAM : Superior a 1 Gbyte

**Monitor** Resolución mínima de 1024 x 768

**Sistema Operativo** Mínimo Windows XP

**Red de Comunicación** Ambiente de comunicación superior a ADSL

(Superior a 2Mbps)

**Web Browser** Explorer (Superior 6.0); Mozilla, Safari,

Opera, Google Chrome

**Certificado Electrónico** Firma electrónica de Persona Natural,

Persona Jurídica, Representante Legal o

Miembro de Empresa. Depende del tipo de

OCE

**ANEXO 4****Entrevista a profundidad**

- 1.- ¿Cómo mira el actual sistema de importaciones en el país?
- 2.- ¿Cuál es el promedio de importaciones que su empresa realiza mensualmente en kilos o unidades o costos fob?
- 3.- Durante el año pasado qué método de transporte utilizó más su empresa para el traslado de los productos: marítimo o aéreo ¿Por qué?
- 4.- ¿Considera que los tiempos de entrega de la mercadería son los adecuados así como el trato que reciben los productos durante su traslado?
- 5.- ¿Teniendo en cuenta las exigencias de su empresa, al momento de realizar una cotización para importar prefieren un servicio de mayor costo con mejor calidad u opta por economizar?
- 6.- ¿Al momento de contactar un forwarder, lo utiliza para transporte y aduanas?
- 7.- ¿Su empresa trabaja con uno o con varios forwarders o agentes de carga para realizar sus importaciones?
- 8.- ¿Alguna vez ha tenido inconvenientes en alguna de las etapas del proceso de importación de sus productos?
- 9.- ¿Una vez nacionalizado su embarque cuenta con su propio transporte para el manejo interno o prefiere del servicio puerta a puerta?

10.- ¿Estaría dispuesto a trabajar con una compañía nueva que ofrece un valor agregado al transporte común de carga?

## GLOSARIO DE TERMINOS

**AbsoluteLiability (Responsabilidad Absoluta):** Condición en la cual la entidad transportadora la carga es completamente responsable y no está protegida por las excepciones normales que aparecen en el Conocimiento de Embarque o en la ley común de responsabilidad.

**Advice of Shipment (Aviso de Embarque)** Notificación de que un embarque ha ocurrido con detalles de empaque, ruta de transporte, etc. (una copia de factura u otro documento puede ser incluida).

**Certificate of Insurance (Certificado de Seguro):** Emitido por una empresa aseguradora, a través de un exportador, despachador de carga u otra empresa reconocida, en el cuál se detalla el embarque a ser asegurado, debe contener los términos y condiciones del seguro, la cantidad a asegurar, y otros datos pertinentes al embarque.

**All-RiskInsurance (Seguro Contra Todo Riesgo):** Nombre dado a una póliza de seguros que cubre contra pérdidas causadas por todas los peligros o riesgos con excepción de aquellos que específicamente se excluyen en los términos de la póliza. Como regla general, las pólizas especifican los riesgos cubiertos y/o exceptos.

**Claim (Reclamo):** Demanda de pago a compañía transportadora debida a pérdidas o daños a la carga o mercancía ocurridos durante el tránsito de la misma, por diferencias en cantidades de flete o, en el caso de despachos o embarques asegurados, a compañías de seguro en caso de pérdidas o daños.

**ArrivalNotice (Aviso de Llegada):** Notificación de la entidad transportadora al consignatario una vez que un embarque ha llegado.

**Bill of Lading (Conocimiento de Embarque):** Documento principal de transporte marítimo mediante el cuál la entidad transportadora acusa recibo de carga, describe la misma y detalla los términos contractuales para el movimiento de la carga. Los términos, condiciones y responsabilidades varían de acuerdo a la política establecida de la entidad transportadora. Los Conocimientos de Embarque pueden ser negociables o no-negociables. El contenido del Conocimiento de Embarque fue confeccionado originalmente en 1917. Cada Conocimiento de Embarque debe contener al menos lo siguiente: 1) Fecha de expedición, 2) Nombre del Exportador, 3) Lugar de origen, 4) Lugar de entrega, 5) Nombre del Consignatario, 6) Descripción de la mercadería y número de bultos, 7) Firma de la entidad transportadora.

**Air Waybill (Guia Aérea):** Documento principal de transporte aéreo con particulares muy similares al Conocimiento de Embarque.

**BondedWarehouse (Almacén/Depósito de Fianza Aduanal):** Depósito para mercancías aprobado por la Aduana de EE.UU. (U. S. Customs) que ha obtenido fianza para almacenar mercancía hasta tanto los derechos aduanales se hayan liquidado o la carga sea despachada de acuerdo a las leyes pertinentes.

**Carrier (Transportadora):** Individuo o empresa que tiene como negocio principal el transporte de carga o pasajeros.

**Carrier's Liability (Responsabilidad del Transportador):** Responsabilidad que comienza cuando la mercancía o carga es entregada en el lugar correcto y que cesa una vez que la mercancía o carga ha sido descargada y entregada al consignatario debidamente y de acuerdo a los términos del Conocimiento de Embarque.

**Certificate of Origin (Certificado de Origen):** Requerido en algunos países como regulación de Aduanas, también se utiliza indistintamente para despacho o embarques cuando el consignatario lo solicita.

**CHEMTREC:** Organización disponible 24 horas diarias para proveer información de respuesta inmediata a cualquiera que necesite asistencia con embarques o despachos de químicos o carga peligrosa.

**Collect Shipment (Flete al Cobro):** Embarque en el cuál los gastos de flete son pagaderos en el destino al momento de llegada de la carga.

**Consignee (Consignatario):** Persona o entidad que recibe mercancía o carga enviada o embarcada por otros.

**Consolidation (Consolidación):** La combinación de carga o mercancías.

**Demurrage (Demora de Estadía):** Penalidad aplicable por exceder el término o período de gracia permitido para la carga/descarga de mercancías en contenedores.

**Density (Densidad):** Peso por pie cúbico, o kilogramo por metro cúbico, ocupado por la carga. También se conoce como peso dimensional.

**Dock Receipt (Recibo de Muelle):** Documento emitido por la empresa naviera evidenciando recepción de la carga o mercancía en el muelle o puerto. Este documento controla la propiedad de la mercancía hasta que el Conocimiento de Embarque es emitido.

**Door-to-Door (Puerta a Puerta):** Transporte que incluye todas las rutas desde depósito o almacén de origen del exportador o suministrador hasta el depósito o almacén de recepción del consignatario.

**Drayage (Acarreo):** Transporte de flete en camiones o contenedores, usualmente en viajes locales.

**Duty (Derechos de Aduana):** Impuestos gubernamentalmente regulados para mercancías de importación.

**ETA:** Tiempo estimado de llegada.

**ETD:** Tiempo estimado de zarpe de vapores o salida de aviones.

**EX:** Prefijo que significa "desde", utilizado en combinación con nombre de localidades y que significa que todos los cargos por transporte y los riesgos que pueda correr la carga van por cuenta del comprador una vez que la mercancía es entregada a un transportadora mostrando los términos "EX" en la factura comercial o proforma.

**Federal Maritime Commission:** Agencia gubernamental reguladora que controla los servicios, prácticas y contratos internacionales para embarques marítimos. Regula y otorga licencias a empresas que cumplan los requisitos establecidos.

**Flatbed:** Equipo "trailer" sin paredes algunas, sólomente con plataforma.

**Flat-Rack:** Contenedor sin paredes laterales, sólomente tiene paredes en la parte anterior y posterior.

**FreightForwarder (Despachador de Carga):** Empresa especializada en todos los aspectos de embarques, tanto aéreos como marítimos, como por ejemplo, el manejo de la carga, la preparación de documentación necesaria de acuerdo a las necesidades del país de origen y destino, seguros, etc.

**HarzardousMaterials (Materiales Peligrosos):** Aquellas substancias o materiales que, de acuerdo a determinación y diseñadas por el Ministerio de Transporte de EE. UU., son capaces de causar riesgos a la salud, seguridad y propiedades externas cuando son transportadas en comercio.

**In Bond:** Almacenamiento de mercancía o carga en custodia del gobierno o empresas debidamente autorizadas.

**Intermodal Transportation (Transporte Intermodal):** El uso de más de una forma de transporte para entregar una carga.

**PackingList (Lista de Empaque):** Documento enumera la mercancía empacada y todos sus particulares, normalmente preparada por el exportador para enviar al consignatario y asistirlo, de esa manera, a verificar el embarque recibido.

**Paletization (Paletizacion):** Sistema utilizado para empacar carga de forma que permita hacer una sola pieza de varias recibidas.

**Pier-to-House (Puerto a Puerta):** Describe el movimiento de carga para un embarque que es recibido en el puerto de carga y el cual va en transito hasta los almacenes o depósitos del consignatario.

**Pier-to-Pier (Puerto a Puerto):** Describe el movimiento de carga para un embarque que es recibido en el puerto de carga y el cuál tiene como destino final el puerto de descarga del vapor.

**Point of Origin (Punto de Origen):** Lugar donde el transportador terrestre recibe la carga de manos del exportador.

**Port Charges (Cargos de Puerto):** Cargos generados por servicios prestados en el puerto, incluyendo manejo, gastos de muellaje, atracó, sobrecargo por combustible, etc.

**Pro Forma Invoice (Factura Proforma):** Documento utilizado generalmente para propósitos bancarios. Factura abreviada que se envía antes de efectuar el despacho o embarque usualmente para facilitar al comprador la obtención de permisos de importación, adelantos bancarios, etc.

**CommercialInvoice (Factura Comercial):** Documento que se genera para cubrir el valor de una mercancía, debe incluir, entre otras cosas, la cantidad embarcada, descripción, valores unitarios y totales y certificaciones pertinentes a la veracidad de los detalles que aparecen en la misma.

**PurchaseOrder (Orden de Compra):** Forma utilizada por el comprador cuando coloca una orden por mercancía o suministros.

**Shipper'sExportDeclaration (SED):** Forma requerida por el Departamento del Tesoro de EE. UU. y completada por el exportador o embarcador autorizado en la cual se muestran detalles del despacho con fines de estadística y control.

**Short Shipment:** Carga faltante de un embarque o despacho cuando la carga recibida es menos que la estipulada en los documentos de embarque.

**Terminos de Pago** Volver al principio de la página

**Bank Draft (Giro Bancario):** Documento de cambio presentado de un banco a otro para cobranza.

**Letter of Credit (Carta de Credito):** Documento bancario, o método de pago que define términos y condiciones para el pago de mercancía, gastos de embarque, fletes, seguros, etc. Cuando un importador hace arreglos con un banco para la emisión de una Carta de Crédito, con el propósito de financiar una compra, aplica para la emisión de la carta de Crédito para cubrir el contrato de compra en el que ha entrado. Las Cartas de Crédito pueden ser revocables o irrevocables, confirmadas o sin confirmar. Siempre que una transacción esté amparada por una Carta de Crédito, es importante revisar el documento íntegro antes de proceder al embarque para asegurarse que todos los términos y condiciones descritas se cumplen.

**SightDraft (Giro a la Vista):** Documento bancario que requiere el pago completo de la cantidad reflejada en la factura comercial y la liberación de documentos originales una vez el banco al cuál se le presenta ha efectuado dicho pago.

**Time Draft (Giro a Tiempo/Maduración):** Documento bancario que especifica la fecha en que el pago completo de la cantidad reflejada en la factura comercial debe de hacerse, o sea, el giro tiene fecha de maduración (Ej.: A 30 días fecha, A 60 días vista, etc.)

Terminos de Venta Volver al principio de la página

**C & F, C and F, C+F (Costo y Fletes):** Término utilizado en despachos y que significa que el precio establecido incluye el costo de la mercancía y los cargos por transporte terrestre, flete aéreo o marítimo, y documentación desde el punto de origen al punto de destino. No incluye cargos por seguro.

**CIF (Costo, Seguro, y Fletes):** Precio que incluye tanto el costo de la mercancía como los gastos de transporte terrestre, flete aéreo o marítimo, documentación y seguro desde el punto de origen al punto de destino.

**CIA (Pago por Adelantado):** Método de pago utilizado donde el comprador paga al vendedor antes del embarque o despacho de la mercancía.

**COD (Pago Contra Entrega):** El comprador paga a la empresa transportadora el precio de la mercancía en momento de que el transportadora le hace la entrega, el vendedor asume el riesgo de que el comprador rehuse aceptar la mercancía.

**FOB (Libre a Bordo):** Libre a bordo, sin gravámenes.

**FOB Destination (FOB a Destino):** Término que incluye el costo de la mercancía y los costos de flete hasta un punto de destino. La propiedad es transferida al momento de llegada a destino.

**FOB Factory (FOB Fábrica):** La propiedad de la mercancía y la responsabilidad del transporte se transfiere al comprador en la fábrica (punto de origen).

**FOB Vessel (FOB Barco):** La propiedad de la mercancía y los costos de transporte marítimo se transfieren al comprador una vez que la carga o mercancía es debidamente entregada al puerto de embarque y cargada en el vapor a zarpar. Todos los cargos de transporte, derechos aduaneros, documentación y seguros son pagaderos por el comprador.

**FAS (Libre Junto al Barco):** Término en comercio internacional utilizado cuando el vendedor incluye en el precio de venta, el costo de la mercancía y el transporte hasta el puerto de salida. No se incluyen cargos de estiba.

**Open Account (Cuenta Abierta):** Forma de establecer crédito cargando a la cuenta del comprador costos de fletes, documentación, etc. los cuáles serán pagados de acuerdo a términos acordados entre vendedor y comprador.

**Terminal Handling Charge (THC):**

Corresponde al costo que aplica el terminal por el manipuleo del contenedor e incluye el movimiento gancho / terminal y viceversa (depende de la condición del flete).

<http://www.inter-cargo.com/Spanish/glosario.asp>