

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
Y TURISMO

Trabajo de fin de carrera titulado:

“Plan de negocios para la creación de una empresa Consultora de
Negocios Internacionales, especializada en PYMES que exportan e
importan en la ciudad de Quito”

Realizado por:
Vanessa Carina Cueva Proaño

Director de proyecto:
Alexandra Fernández

Como requisito para la obtención del título de:

INGENIERO COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Quito, Febrero 2014

DECLARACION JURAMENTADA

Yo Vanessa Carina Cueva Proaño, portadora de la cédula de ciudadanía 1721519278, egresada de la facultad de Ciencia Económicas, Administrativas y Turismo de la carrera de Ingeniería Comercial en Negocios Internacionales, declaro que el presente documento es fruto del esfuerzo propio, que la información que en el mismo se expone ha sido debidamente verificada y obtenida de fuentes verdaderas, así mismo que este trabajo no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional.

Vanessa Carina Cueva Proaño

C.I. 1721519278

LOS PROFESORES INFORMANTES

El presente trabajo de investigación de fin de carrera, titulado:
“Plan de negocios para la creación de una empresa Consultora de Negocios
Internacionales, especializada en PYMES que exportan e importan en la ciudad de Quito”

VANESSA CARINA CUEVA PROAÑO

Como requisito para la obtención del título de
INGENIERA COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Ha sido dirigido por la profesora

ING. ALEXANDRA FERNANDEZ

Quien considera que constituye un trabajo original de la autora.

ING. ALEXANDRA FERNANDEZ

Directora

Los profesores informantes

Mgs. Santiago Díaz Grijalva.

Ing. Alexandra Palacios.

Después de revisar el trabajo escrito presentado,
lo han calificado como apto para su defensa oral ante el tribunal examinador.

PROF. 1

PROF. 2

DEDICATORIA

A Dios todopoderoso, que me ha dado la sabiduría necesaria para poder desarrollar y terminar este proyecto, quien ha puesto en mi vida las oportunidades de seguir creciendo, porque Él es el único que sabe que es lo mejor para mí y en qué tiempo llegará.

A mi madre, mi mayor motivación, mi guía y amiga, mujer ejemplar y trabajadora, digna de toda mi admiración, con sus esfuerzos diarios y ejemplo de vida, ha sido la que me ha dado la oportunidad de culminar esta etapa importante para mi vida.

A mi padre que aunque no vivamos juntos siempre ha estado conmigo cuando más lo he necesitado, me ha enseñado que el amor rompe todas las barreras.

A mi esposo y a mi hijo, los dos grandes hombres de mi vida, que con su amor me han apoyado de la mejor manera en esta etapa, por quienes quiero ser mejores cada día y como para mí, mi madre es el mejor ejemplo de vida, poder llegar a ser lo mismo para mi hijo.

Finalmente a mi abuelita, la persona más importante en mi vida, con quien crecí, con quien paso diariamente y quien siempre tiene una oración para mí, quien me enseñó la bondad y la honestidad, quien con su ejemplo me ha enseñado a ser fuerte y emprendedora. Te amo con todo mi corazón mi viejita linda.

AGRADECIMIENTO

A Dios por poner esta oportunidad de crecimiento en mi vida, por guiarme y darme inteligencia y los recursos para poder concluir esta etapa.

A mi madre, por sus exigencias que han hecho que hoy sea la persona que soy.

A mi esposo por su apoyo incondicional día a día, por cuidarle a mi hijo mientras yo hacía la tesis y nunca perderme la paciencia a pesar de mis cambios de humor.

A mi suegra Mirian y a mi segunda mamá Graciela porque me han ayudado muchísimo cuidándole y sobretodo dándole amor a mi hijo mientras yo desarrollaba la tesis.

A mis tíos por sus palabras de aliento y por la confianza que me dan día a día.

A mi Directora Alexandra Fernández, por su guía y por sus conocimientos, gracias a ella he logrado culminar un buen proyecto.

A Agustín Martínez, analista de información del Sistema Nacional de Información ya que después de haber solicitado a todas las entidades información para mi proyecto, la única respuesta positiva y continúa fue de esta entidad.

Finalmente a la Universidad Internacional Sek, por todos los conocimientos que me han dado a través de los docentes, ya que me han convertido en una profesional competitiva.

RESUMEN EJECUTIVO

Impex Soluciones Directas, es una empresa de consultoría de negocios internacionales, que se ubicará en el centro norte de la ciudad de Quito, para cubrir la demanda de las pequeñas y medianas empresas que se encuentran realizando transacciones comerciales internacionales.

La consultora de negocios internacionales está enfocada en pymes que importan para poderlas asesorar en cuanto a preferencias arancelarias, brindando servicios complementarios de contabilidad y tributación; y en pymes que exportan a las cuales se les dará asesoría en guías comerciales de productos, análisis de mercados internacionales más oportunos, participación en ferias y eventos internacionales para dar a conocer sus productos, entre otros.

En Quito los servicios de consultoría son muy ofertados, es decir que Impex Soluciones Directas se enfrentará a un amplio número de competidores, pero es importante señalar que la ventaja competitiva o el plus que esta ofrece es la integralidad de servicios, en este caso asesoría en negocios internacionales, tributación y contabilidad; ya que las empresas de la competencia en su mayoría se dedican a dar servicios de tributación y contabilidad y apenas el 2.3% se dedican a asesoría en comercio exterior.

La principal razón para la creación de Impex Soluciones Directas es que después de haber hecho el estudio de mercado se pudo determinar que la demanda insatisfecha es del 68.9%, es decir que hay un alto número de pequeñas y medianas empresas que están dispuestos a contratar nuestros servicios, ya que los que actualmente existen en el mercado son más enfocados a la tributación y contabilidad y que son servicios muy costosos por lo que prefieren tener a un contador quien realice dichos servicios, el problema de esto es que no tienen una asesoría en importaciones y exportaciones y estas empresas están realizando dichas transacciones pero sin la asesoría adecuada y muchas veces sin aprovechar los incentivos que el gobierno ofrece, por ejemplo la devolución de IVA a los exportadores, en la encuesta se pudo observar que son muchos los empresarios que no conocían esta ventaja.

El objetivo central de la presente tesis es elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa de consultoría especializada en asesoramiento de negocios internacionales, contabilidad y servicios tributarios a PYMES exportadoras e importan en la ciudad de Quito.

La estrategias que se manejarán son las de Crecimiento Intensivo y la de Nicho de Mercado, estas estrategias fueron escogidas ya que la consultoría de negocios internacionales no ha sido muy explotada en la ciudad de Quito y los servicios cada día son más demandado gracias a la apertura del gobierno y al interés de los empresarios por posicionarse ya no únicamente en el mercado nacional, las empresas de consultoría más conocidas y grandes han dejado pasar este servicio y se han enfocado únicamente en los más comunes dando la oportunidad a Impex de cubrir las necesidades de un mercado más pequeño y específico.

Para cumplir con los servicios que se ofertan se contratará personal capacitado en temas tributarios, contables y sobretodo de negocios internacionales, se iniciará con dos consultores y un auxiliar ya que hay periodos en donde hay más demanda del servicio tributario, y a medida que se vaya adquiriendo más clientes se irán contratando más consultores.

Los servicios serán realizados basados en diagramas de flujo los cuales determinan los procesos a realizar y permiten acortar tiempos y costos para ambas partes.

Para la creación de la empresa será necesario de una inversión de 25.534,87 la cual será financiada con recursos propios el 35% y el 65% restante se lo financiará mediante un crédito otorgado por la CFN.

SUMMARY

Impex Soluciones Directas is an international business consulting company will be located in the northern center of the city of Quito, to meet the demand of small and medium enterprises are conducting international business transaction

The consultant international business is focused on SMEs that matter so that they can advise you as to tariff preferences, providing additional accounting and taxation, and SMEs exporting to which they give advice on commercial product guides, analysis of international markets more appropriate, participation in international fairs and events to publicize their products, among others.

In Quito consulting services are very offered, it means that Impex Soluciones Directas will face a large number of competitors but it is important to note that the competitive advantage or plus that it offers is the comprehensiveness of services, in this case advice international taxation and business accounting; since competing companies mainly engaged in providing services of accounting and taxation and only 2.3% are engaged in foreign trade advisory.

The main reason for creating Impex Soluciones Directas is that after you have done the market research it was determined that the unmet demand is 68.9%, it means that there is a high number of small and medium enterprises that are willing to hire our services, as currently on the market are more focused on taxation and accounting and services that are expensive and would rather have an accountant who perform these services, the problem with this is not having a advice imports and exports, and these companies are making such transactions without appropriate advice and often untapped incentives offered by the government, such as the return of VAT to exporters in the survey it was observed that a lot of employers who did not know this advantage.

The central objective of this thesis is to develop a business plan for the creation of a consulting firm specializing in international business advisory, accounting and tax services to SMEs exporting and importing in the city of Quito.

The strategies that will be handled are the Intensive Growth and Niche Market, these strategies were chosen as the consulting international business has not been much exploited

in the city of Quito and services are increasingly more demanded by opening government and the desire of businesses to position themselves not only in the domestic market, the best-known consulting companies and large have missed this service and have focused only on the most common, Impex giving the opportunity to meet the needs of a smaller, more specific market.

To fulfill the services offered will be hired trained staff in tax, accounting and overall international business issues, will begin with two consultants and an auxiliary as there periods where there is more demand tax service, and as is gained most customers will hiring more consultants.

The services will be performed based on flow charts which determine the processes and make it possible to reduce time and costs for both parties.

For the creation of the company will require an investment of 25534.87 which will be financed with 35% equity and the remaining 65% will be financed through a loan granted by the CFN.

INDICE

Tabla de contenido

DECLARACION JURAMENTADA.....	ii
LOS PROFESORES INFORMANTES	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN EJECUTIVO.....	vi
SUMMARY.....	viii
INDICE.....	ii
LISTA DE GRAFICOS.....	vii
LISTADE TABLAS	viii
CAPÍTULO I.	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 El Problema de Investigación	2
1.1.1 Planteamiento del Problema	2
1.1.2 Formulación del Problema.....	5
1.1.3 Sistematización del Problema.....	5
1.1.4 Objetivo General.....	5
1.1.5 Objetivos Específicos	5
1.1.6 Justificación.....	6

1.2	MARCO TEÓRICO.....	6
1.2.1	Estado Actual del conocimiento sobre el tema.....	7
	Las Cinco Fuerzas de Porter	8
	El Diamante de Porter.....	14
	Teoría de la Ventaja Competitiva	15
	Fundamentación teórica del Estudio Técnico.....	17
	Análisis FODA	19
	Fundamentación teórica del Estudio Financiero	20
1.2.2	Adopción de una perspectiva teórica.....	21
1.2.3	Marco Conceptual.....	21
1.2.4	Hipótesis	27
1.2.5	Identificación y caracterización de variables.....	27
1.3	Conclusión	28
	CAPITULO II.....	29
2.	ESTUDIO METODOLOGICO	29
2.1	Tipo de Estudio.....	29
2.1.1	Investigación Exploratoria.....	29
2.2	Modalidad de la Investigación	29
2.2.1	De campo y Documental	29
2.3	Método de investigación	30
2.3.1	Inductivo - Deductivo	30

2.3.2	Analítico – Sintético	30
2.4	Población y Muestra	30
2.4.1	Población	30
2.4.2	Muestra	31
2.5	Selección de instrumentos de investigación	32
2.5.1	Encuesta.....	32
2.6	Validez y confiabilidad de instrumentos.....	32
2.7	Operacionalización de Variables	32
2.7.1	Variable dependiente	32
2.7.2	Variable independiente	33
2.8	Procesamiento de Datos.....	33
2.8.1	Clasificación	33
2.8.2	Tabulación	33
2.9	Conclusión	34
CAPITULO III.		35
3.	RESULTADOS	35
3.1	Presentación de Resultados.....	36
3.2	Análisis e Interpretación de Resultados.....	45
3.2.1	Análisis de la Demanda	45
3.2.2	Análisis de la Oferta	47
3.2.3	Estimación de la Demanda Insatisfecha	49

3.3	APLICACIÓN PRÁCTICA.....	49
3.3.1	Tipo de empresa.....	49
	De acuerdo a su capital.....	49
	De acuerdo a sector o actividad.....	50
	De acuerdo a su tamaño.....	50
	De acuerdo a su forma jurídica.....	50
3.4	Aplicación Estratégica	50
3.4.1	Misión.....	50
3.4.2	Visión.....	51
3.4.3	Valores.....	51
3.4.4	Objetivos.....	51
3.4.5	Organigrama Estructural de la Empresa	52
3.4.6	Estructura Funcional de la Empresa	52
3.4.7	Organigrama de posición.....	54
3.5	Aplicación de Marketing.....	55
3.5.1	Segmentación de Mercado.....	55
3.5.2	Propuesta de Valor.....	56
3.6	Aplicación del Servicio.....	60
3.7	APLICACIÓN FINANCIERA	65
3.7.1	Activos.....	65
	Activos Fijos.....	65

3.7.2	Capital de Trabajo	66
3.7.3	GASTOS.....	67
	SUELDOS Y SALARIOS.....	67
	GASTOS GENERALES	67
3.7.4	PROYECCION DE GASTOS.....	68
3.7.5	DEPRECIACIONES	68
3.7.6	INGRESOS.....	68
	PROYECCION DE VENTAS.....	69
3.7.7	FINANCIAMIENTO.....	69
3.7.8	CRÉDITO CON TERCEROS	69
3.7.9	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	70
	ESTADO DE RESULTADOS	71
	FLUJO DE CAJA.....	71
3.7.10	INDICADORES FINANCIEROS.....	73
3.8	Conclusión	74
CAPITULO VI		75
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	75
4.1	CONCLUSIONES	75
4.2	RECOMENDACIONES.....	76
Bibliografía.....		77

LISTA DE GRAFICOS

Gráfico 2.1.1: Las cinco fuerzas que moldean la competencia de un sector	8
Gráfico 2.2: Estrategia de Precio.....	14
Gráfico 2.2.1: Esquema de consideraciones para establecer el precio de un bien/ servicio	16
Gráfico 2.2.1.1 : Estrategia de Precio	17
Gráfico 3.3.1: Mapa de Quito	55
Gráfico 4.3.1.3: Precio de servicios.....	59

LISTADE TABLAS

Tabla 2.3.1.1: Definición de PYMES	22
Tabla 2.1.1.1: Cantidad y Tipo de Empresas de Consultoría	9
Tabla 2.1.1.1.1: Servicios que ofrecen empresas de Consultoría Tributaria	10
Tabla 2.3.1.1: Simbología de Diagrama de Flujo	18
Tabla 3.5.1: Tipo de Empresa y Cantidad, Población	31
Tabla 3.5.2: Tipo de Empresa y Cantidad, Población y Muestra	31
Tabla 3.7.2: Demanda Histórica	45
Tabla 3.7.3: Demanda Actual	45
Tabla 3.7.5: Demanda Proyectada	46
Tabla 3.8.1: Oferta Histórica	47
Tabla 3.8.2: Oferta Actual	47
Tabla 3.8.3: Proyección de la Oferta 1	48
Tabla 3.8.3.1: Proyección de la Oferta 2	48
Tabla 3.9: Estimación de la Demanda Insatisfecha	49
Tabla 3.10: Estimación de la Demanda Insatisfecha Proyectada	49
Tabla 4.1.4: Inversión Socios	50
Gráfico 4.2.5: Organigrama Estructural de la Empresa.....	52
Gráfico 4.2.7: Organigrama de posición	54
Tabla 5.5.1: Estado de Resultados.....	71

CAPÍTULO I.

1. INTRODUCCIÓN

La tendencia en la eliminación de aranceles en las importaciones y la reducción de impuestos para los exportadores, resultado de la apertura del comercio, creando un escenario para que el comercio internacional vaya adquiriendo protagonismo en la economía del país.

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones tienen como fines específicos para el comercio exterior:

- Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;
- Fomentar y diversificar las exportaciones;
- Facilitar las operaciones de comercio exterior

Esto lo hace mediante incentivos como lo son:

- Acceso a programas de preferencias arancelarias
- Derecho a devolución de impuestos pagados por importación de insumos utilizados en productos de exportación
- Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros
- Asistencia o facilitación financiera
- Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores
- Exoneración del pago del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) para los pagos al exterior por créditos externos, con un plazo mayor a un año y con una tasa no superior a la autorizada por el Banco Central del Ecuador
- Reducción de diez puntos del Impuesto a la Renta si se reinvierte la utilidad en innovación y en particular para las medianas empresas

Estos son mecanismos, incentivos y demás instrumentos que canaliza el Estado ecuatoriano, a través de las diversas entidades para el fortalecimiento del sector productivo que exporta y que busca vender.

En julio del 2013 La Corporación Financiera Nacional (CFN), el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), PRO Ecuador, Servicio de Rentas Internas (SRI) y Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), organizaron un encuentro empresarial con el propósito de unificar objetivos nacionales orientados al cambio de la matriz productiva por medio de la sustitución de importaciones y la diversificación de la oferta exportable con valor agregado.

En este encuentro se señaló que la CFN ha desarrollado varias líneas de crédito para que el sector exportador aumente no solo su oferta sino que también tenga facilidades para colocar sus productos. “Estamos hablando de líneas de financiamiento de corto, mediano y largo plazo, hasta líneas de financiamiento de banco corresponsables en el exterior para que los importadores de productos ecuatorianos también puedan financiar esas compras”

Tomando en cuenta estos incentivos es que nace la idea de la implementación de una consultora de negocios internacionales, también se han tomado ciertas teorías que servirán como respaldo para el desarrollo del presente proyecto.

1.1 El Problema de Investigación

1.1.1 Planteamiento del Problema

El presente estudio va encaminado a determinar el comportamiento del mercado en Quito, específicamente en lo relacionado con las pequeñas y medianas empresas que se dedican a exportar e importar sus productos, por esta razón se desea crear una empresa consultora en negocios internacionales, enfocada a importadoras y exportadoras de la ciudad de Quito.

En las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Quito, existe una gran demanda de servicios de asesoría en temas tributarios, contables y de comercio exterior. Hoy en día con la apertura que da el gobierno para la exportación de productos a mercados internacionales se requiere de una asesoría en comercio exterior y de acuerdo al análisis que se desea realizar, se busca determinar las limitaciones al ofrecer dichos servicios, la necesidad que no ha sido satisfecha en su totalidad ya que no existe especialización en el tema.

1.1.1.1 Diagnóstico del problema.

En lo referente a temas tributarios, contables y de negocios internacionales dentro de nuestro país, existe un desconocimiento por parte de un alto número de empresas, particularmente respecto al proceso de devolución de IVA y el análisis de mercados más oportunos para exportación; es así que de las 754 pymes exportadoras y 988 importadoras existentes en Quito, apenas el 48%, es decir 836 pymes son las que solicitan asesoría externa.

Esta peculiaridad constituye una oportunidad para la creación de la empresa en el presente proyecto, siempre que su actividad se oriente a brindar asesoramiento especializado y gestionar sus trámites ante el organismo competente.

1.1.1.2 Pronóstico

En caso de no crearse la empresa consultora en negocios internacionales, va a seguir existiendo en las PYMES el desconocimiento de procesos tributarios, que son beneficios para ellos y que se generan por el comercio internacional que están realizando. La devolución del IVA a exportadores, es un proceso desconocido que pueden aplicar los exportadores, asesoramiento y guía para asistir a ferias y eventos con el propósito de dar a conocer sus productos, entre otros servicios que serían favorables para las empresas que abren sus productos al comercio internacional.

Se puede llegar a obtener mayor efectividad y cubrir la necesidad empresarial que tienen las pequeñas y medianas empresas de ampliar sus mercados, si son asesoradas correctamente, realizando los procesos a tiempo y omitiendo procesos innecesarios con un alto nivel de confianza de parte de la empresa hacia sus clientes.

1.1.1.3 Control del Pronóstico

La consultoría tenderá a ser más específica para los clientes que están solicitando servicios más detallados. La consultoría, a semejanza de cualquier otra profesión o servicio se basa en el conocimiento y la actualización con respecto a cambios en la ley y reglamentos.

El entorno competitivo obliga a las empresas a ser más eficientes independientemente del lugar donde se localicen, motivo por el cual, cada vez un número creciente de empresas contratan los servicios de consultores para ayudarlos a incursionar en nuevos mercados, consolidarse en los existentes o simplemente para sobrevivir. Estos cambios en el medio empresarial y sus necesidades ha transformado la percepción que se tiene acerca de los consultores hoy en día, ellos ya no sólo escriben reportes basados en la información suministrada por sus clientes y formulan recomendaciones que el cliente tiene que llevar a la práctica por sí mismo, sino que tienen un rol más participativo dentro de las empresas; poseen amplios conocimientos sobre industrias y mercados específicos, lo que les permite evaluar los problemas de sus clientes y proponer soluciones objetivas, acertadas con mayor posibilidad de éxito. Inclusive, cada vez hay una mayor tendencia a permanecer al lado de sus clientes, durante la fase de aplicación de las recomendaciones.

Gracias a programas generados por el MIPRO¹, como la iniciativa Exporta Fácil², hoy se hace posible para los propietarios de las PYMES generar proyectos para poder sacar sus bienes a países extranjeros avalados y capacitados por el MIPRO; pero al generar esta oportunidad a dichas empresas también se crea una necesidad puesto que muchas de estas, no tienen los conocimientos necesarios y tampoco quieren dejar pasar dichas oportunidades.

Es así que presentándose la oportunidad de cubrir una demanda desatendida por las consultoras quienes no se han especializado y no ofrecen un servicio según la actividad de las PYMES, se desea crear una empresa que asesore a las PYMES que exportan e importan sus productos.

El servicio de consultoría debe cumplir con grandes estándares de calidad y satisfacción para que así el mercado potencial vaya aumentando.

¹MIPRO: Ministerio de Industrias y Productividad.

²Exporta Fácil: Herramienta que facilita las exportaciones ecuatorianas; orientada a fomentar la inclusión de las micro, pequeñas, medianas empresas y artesanos en los mercados internacionales.

1.1.2 Formulación del Problema

¿Es viable la creación de una empresa consultora en Quito con asesoría en negocios internacionales especializada en PYMES exportadoras e importadoras, para satisfacer la demanda del mercado potencial, superar el servicio de la competencia y lograr rentabilidad en el proyecto?

1.1.3 Sistematización del Problema

¿Cuál es la demanda de servicios tributarios, contables y de negocios internacionales por parte de las PYMES exportadoras e importadoras en la ciudad de Quito?

¿Cuál es el esquema eficaz que se debe utilizar para satisfacer la demanda del servicio de PYMES exportadoras e importadoras?

¿Cómo afectaría a la rentabilidad la implementación de una empresa consultora en negocios internacionales especializada en pymes que exportan e importan en la ciudad de Quito?

1.1.4 Objetivo General.

Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa de consultoría especializada en asesoramiento de negocios internacionales, contabilidad y servicios tributarios a PYMES exportadoras e importan en la ciudad de Quito.

1.1.5 Objetivos Específicos

- Investigar la demanda potencial de servicios tributarios, contables y de negocios internacionales por parte de las PYMES exportadoras e importadoras en la ciudad de Quito.
- Plantear un esquema de procesos administrativos, contables y de servicios tributarios para ejecutar el servicio ofrecido a las empresas que exportan e importan en la ciudad de Quito.

- Evaluar financieramente la creación de una empresa consultora en negocios internacionales especializada en PYMES exportadoras e importadoras para verificar si es rentable.

1.1.6 Justificación

1.1.6.1 Justificación Práctica

La investigación ayudará a validar la viabilidad de la creación de la empresa consultora de negocios internacionales a pequeñas y medianas empresas que exporten e importen en la ciudad de Quito, ya que las consultoras que actualmente funcionan dentro de la ciudad no se encuentran especializadas, por lo que mediante el análisis es posible identificar la factibilidad del negocio.

Si bien es cierto, en Quito existen varias empresas de consultoría las que tienen procesos casi estandarizados, en los cuales se proporciona análisis financieros, contables, tributarios, entre otros a pequeñas y medianas empresas también es cierto que al existir una empresa especializada se podría omitir procesos que no sean necesarios realizar por las PYMES que exportan o importan, lo que sería beneficioso debido a que se reducirían tiempos de trámites y los costos no llegarían a ser tan altos.

La implementación de este negocio será la respuesta a la necesidad de asesoramiento con respecto a la aplicación de la reglamentación tributaria, aplicación de normas de comercio internacional entre otros, disminuyendo la posibilidad del acumulamiento de deudas y en ciertos casos hasta pago de sanciones. Se incorporan a este planteamiento, la oferta de nuevas plazas de trabajo que incrementarían el nivel de empleo para la ciudad de Quito, dando oportunidad a los nuevos profesionales relacionados con el área contable tributaria y complementando el servicio con implementación de normas internacionales de información financiera.

1.2 MARCO TEÓRICO

Toda empresa busca una ubicación importante en el mercado, es decir, ser reconocida, tener altos índices de venta, de utilidades y sobre todo mantenerse en el tiempo; para lograrlo las empresas recurren a varios procedimientos o estrategias que los haga diferenciarse de entre sus competidores para ser elegidos.

Para realizarlo es necesario tener claros los conceptos que se utilizará y las teorías que se deben llevar a cabo para poder desarrollar un proyecto que sea rentable y sustentable al momento de la creación de una empresa.

1.2.1 Estado Actual del conocimiento sobre el tema

Gracias al estudio realizado a la competencia, el cual se verá más adelante en la aplicación de las cinco fuerzas de Porter se pudo establecer que actualmente en Quito apenas el 2.3% de las empresas que brindan servicios de consultoría se dedican a servicios referentes con el comercio exterior, frente a una demanda de 1.742 pymes que realizan transacciones internacionales, las cuales han ido incrementado durante los últimos 5 años debido a los incentivos del gobierno que buscan la inclusión de pequeñas y medianas empresas en los mercado internacionales, contribuyendo con la competitividad del Ecuador y beneficiando su economía.

La mayor parte de consultoras se dedican netamente a servicios tributarios y contables, quienes son más contratados por grandes empresas debido a sus altos precios, y las pequeñas y medianas empresas se encuentran utilizando servicios de contadores.

Frente a estos escenarios se intenta cubrir la demanda de las empresas que exportan e importan pero sin necesidad de que estén contraten bajo relación de dependencia a expertos en tributación, contabilidad, planificación, procesos, análisis de mercados, negocios internacionales, financieros, entre otros, satisfaciendo al cliente con servicios de calidad y aprecio moderados frente a los de la competencia.

Las Cinco Fuerzas de Porter

“La labor fundamental del estratega es comprender y hacer frente a la competencia. Sin embargo, a menudo, los directivos definen la competencia en términos demasiado estrechos de miras, como si esta solo produjera entre los competidores directos de la actualidad. Sin embargo, la competencia por obtener beneficios va más allá de los rivales consolidados de una industria para alcanzar también a otras fuerzas competidoras: clientes, proveedores, posibles aspirantes y los productos suplentes. Esta ampliación de la rivalidad que se origina de la combinación de cinco fuerzas define la estructura de una industria y moldea la naturaleza de la interacción competitiva dentro de ella.” (PORTER, 2009, p. 32.)

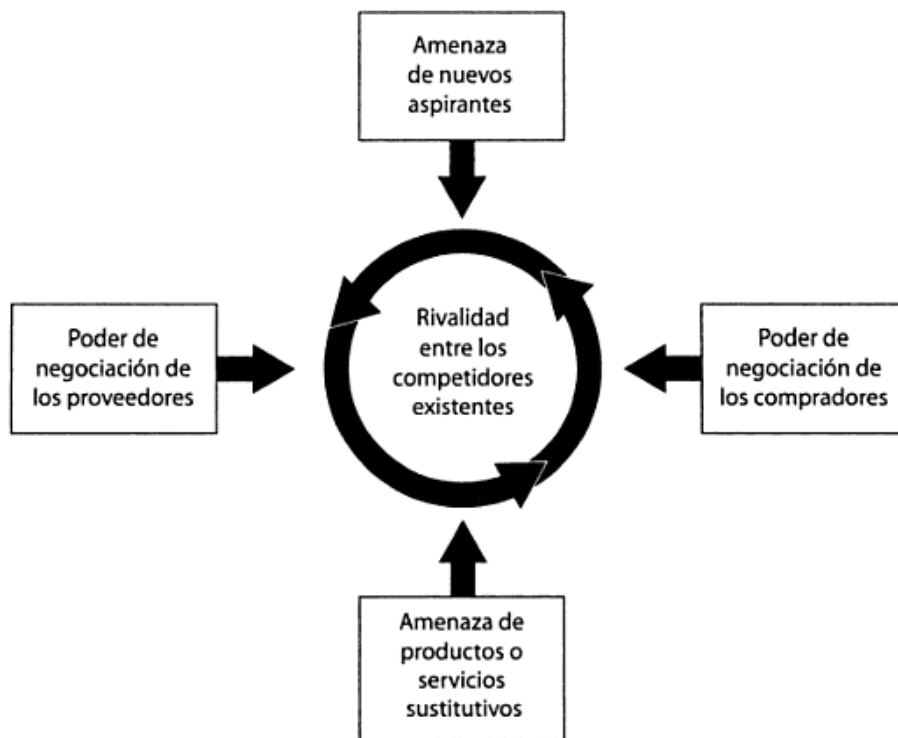


Gráfico 2.1.1: Las cinco fuerzas que moldean la competencia de un sector

Elaborador por: Michael Porter

Fuente: Texto Ser Competitivo

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter es fundamental en la creación de esta empresa ya que permitirá determinar las estrategias necesarias de aplicación frente a la gran competencia directa e indirecta que tiene en el sector de la consultoría y permitirá determinar la viabilidad de la empresa.

Rivalidad entre los competidores existentes

Este punto está dado por el número de empresas que ofertan bienes o servicios similares, los índices de crecimiento del mercado, los niveles de costes, la ausencia de diferenciación entre ofertas, la distinta naturaleza empresarial de los competidores.

En Quito según datos obtenidos en la Superintendencia de Compañías existen 541 empresas que brindan servicios de consultoría a micro, pequeñas, medianas y grandes empresas de la ciudad.

En el siguiente cuadro se especifica qué tipo de consultoría son las que se ofrecen a las empresas de Quito:

DESCRIPCIONACTIVIDAD CIU4 N6	Actividades de preparación de las declaraciones tributarias de las personas y empresas.	
COD CIU4 N6	M6920.03	12
DESCRIPCIONACTIVIDAD CIU4 N6	Otras actividades de asesoramiento y representación en procedimientos jurídicos (derecho constitucional, administrativo, militar, etcétera).	
COD CIU4 N6	M6910.09	54
DESCRIPCIONACTIVIDAD CIU4 N6	Otras actividades de contabilidad, teneduría de libros y auditoría; consultoría fiscal (procesamiento de nómina, etcétera).	
COD CIU4 N6	M6920.09	232
DESCRIPCIONACTIVIDAD CIU4 N6	Actividades de registro de las transacciones comerciales de empresas y otras entidades.	
COD CIU4 N6	M6920.01	25
DESCRIPCIONACTIVIDAD CIU4 N6	Actividades de asesoramiento y de representación de clientes ante las autoridades tributarias.	
COD CIU4 N6	M6920.04	35
DESCRIPCIONACTIVIDAD CIU4 N6	Servicios de asesoramiento, orientación y asistencia operativa a las empresas y a la administración pública en materia de: diseño de métodos o procedimientos contables, programas de contabilidad de costos y procedimientos de control presupuestario.	
COD CIU4 N6	M7020.03	143
DESCRIPCIONACTIVIDAD CIU4 N6	Actividades de preparación o auditoría de las cuentas financieras y examen y certificación de cuentas.	
COD CIU4 N6	M6920.02	40
	TOTAL	541

Tabla 2.1.1.1: Cantidad y Tipo de Empresas de Consultoría

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborador por: La Autora

Para analizar a la competencia se tomó al universo de 541 empresas que prestan servicios de consultoría. Mientras que para la obtención de la muestra se utilizó la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times (1-p)}{e^2 \times N \times Z^2 \times p \times (1-p)}$$

Datos:

Z = Nivel de confianza 95% (1.96)	1,96
N = Tamaño de la población (541)	541
p = Proporción real estimada de éxito (0.95)	0,95
(1-p) = Proporción real estimada de fracaso (0.05)	0,05
e = Error muestral (0.05)	0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 541 \times 0.95 \times (0.05)}{(0.05)^2 \times 541 \times (1.96)^2 \times 0.95 \times 0.05}$$

$$n = 68$$

Como indica Porter en su teoría es importante determinar y entender a la competencia, en este caso la competencia directa y analizar qué servicios tiene y de qué manera los da a conocer a los clientes, es así que después de haber obtenido el tamaño de la muestra de 68 empresas, las cuales fueron estudiadas según los servicios que prestan, se pudo establecer el predominio de servicios que se realizan, los cuales se indican en la siguiente tabla:

Servicio	Porcentaje
Aplicación e Implementación NIIFs	30,9%
Auditoria	57,4%
Asesoría Tributaria	67,6%
Asesoría Financiera	32,4%
Asesoría Contable	55,9%
Outsourcing Contable	17,6%
Asesoría Legal	20,6%
Capacitaciones	14,7%
Nómina	25,0%
Comercio Exterior	2,3%

Tabla 2.1.1.1.1: Servicios que ofrecen empresas de Consultoría Tributaria

Fuente: Estudios de Mercado, Análisis de la Competencia

Elaborado por: La Autora

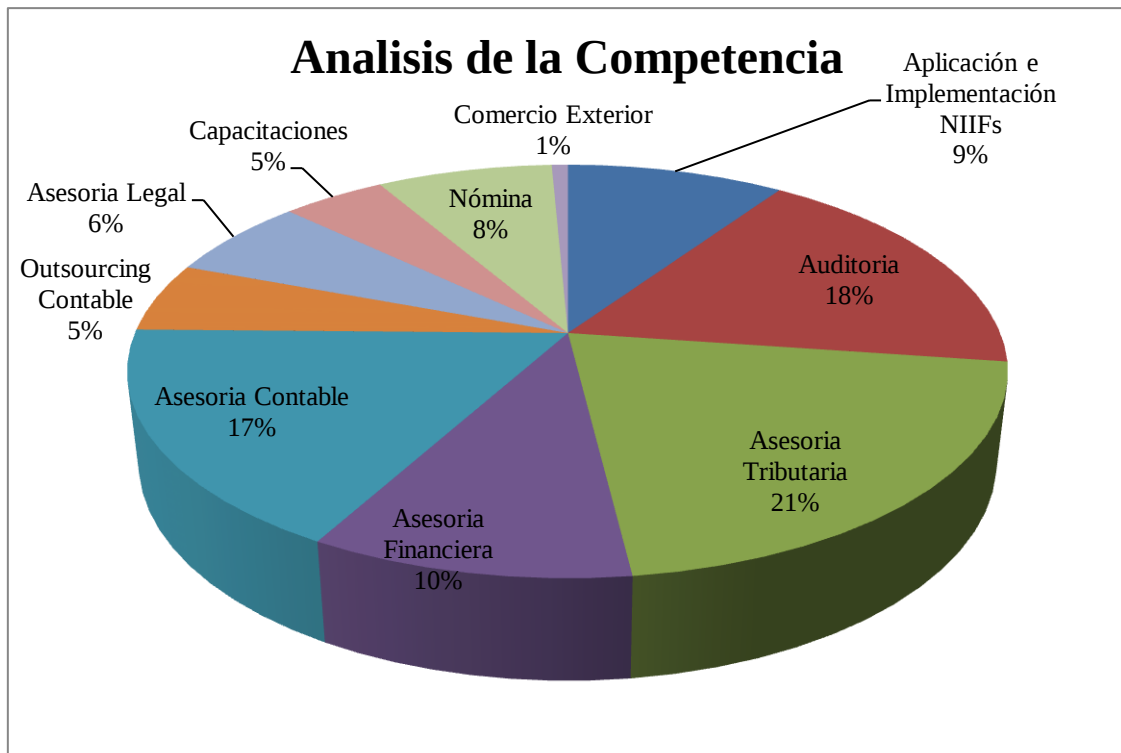


Gráfico 2.1.1.11: Porcentaje de servicios que ofertan empresas de Consultoría Tributaria

Fuente: Estudios de Mercado, Análisis de la Competencia

Elaborado por: La Autora

Porter también habla de la falta de ausencia de diferenciación en los servicios que presta la competencia, lo cual se evidencia después del estudio realizado en donde se observa claramente que hay un predominio en servicios de asesoría contable, tributaria, financiera y auditoría, pero cada una de estas son tratadas en forma general para las empresas que las contratan, es decir sin ningún tipo de especificación ya que son ofertadas a todas las empresas a nivel nacional, este es otro punto en el cual se debe trabajar. La especialización permite a las compañías ser más competitivas, ya que al generalizar a las empresas se sigue un mismo lineamiento de trabajo para todas y que algunas no los requieren significando pérdida de tiempo y gastos innecesarios, esto se presenta como una fortaleza para ser generadores de nuevos servicios y especialistas en estos, entrando al mercado con estrategias como la de crecimiento intensivo³ y la de nicho de mercado.⁴

³**Estrategias de Crecimiento Intensivo:** Consisten en "cultivar" de manera intensiva los mercados actuales de la compañía. Son adecuadas en situaciones donde las oportunidades de "producto-mercado" existentes aún no han sido explotadas en su totalidad.

⁴**Estrategias de Nicho de Mercado:** Son utilizadas por los competidores más pequeños que están especializados en dar servicio a nichos del mercado y que los competidores más grandes suelen pasar por

Muchas de estas empresas están ya muy bien posicionadas en el mercado como es el caso de Aena, Deloitte & Touch, PricewaterhouseCoopers (PWC), entre otras, las cuales tienen como clientes a grandes empresas y se manejan con precios bastante elevados, pero por otro lado existen empresas pequeñas que no son muy conocidas.

Tomando en cuenta estos y otros factores como la ausencia de diferenciación en la naturaleza empresarial de los competidores que está determinada por el CIIU⁵, los precios con que se maneja la competencia, entre otros, se puede observar oportunidades para la creación de Impex Soluciones Directas.

Amenazas de nuevos aspirantes

La competitividad de un sector será mayor o menor en función de las barreras que el propio sector presente al ingreso de nuevas empresas.

Las compañías consultoras en el Ecuador están regidas por una ley “Ley de Consultoría” expedida el 5 de Noviembre del 2004 lo que hace que una empresa de este tipo sea más fácil de constituir siempre y cuando se siga la normativa.

La oportunidad que se presenta frente al alto número de empresas consultoras, es la integralidad de servicios que ofrecerá a los clientes en donde a más de asesoría tributaria y contable que es el fuerte de la mayoría de empresas de la competencia, se brindará servicios dirigidos al comercio exterior y dirigido a un nicho de mercado puntual que en este caso son pequeñas y medianas empresas de Quito que se encuentran realizando transacciones comerciales internacionales de importación y exportación de productos.

Poder de negociación de los proveedores

El “poder de negociación” se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder que éstos disponen ya sea por su grado de concentración, por la especificidad de los insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la industria, etc.

alto o desconocen su existencia. Este tipo de compañías ofrecen productos o servicios muy específicos o especializados, para satisfacer las necesidades o deseos de grupos pequeños.

⁵CIIU: Clasificación Internacional Industrial Uniforme

Servicio de Rentas Internas: institución que ofrece cursos de actualización acerca del pago de tributos y ayudan a solventar dudas existentes.

Pro Ecuador: Institución que brinda asesoría e información a exportadores del Ecuador.

La oficina en donde se prestara los servicios, puesto que será la presentación, el lugar físico del servicio.

Las empresas que distribuyen los suministros de oficina.

Poder de negociación de los compradores

Los compradores son poderosos si cuentan con influencias negociadoras sobre los participantes en una industria, especialmente si son sensibles a los precios, porque emplean ese poder para ejercer presión en la reducción de precios.

Si los compradores se enfrentan a pocas variaciones en los costos al cambiar de vendedor, los productos de la industria están estandarizados o no se diferencian entre sí, entre otras causas puede hacer que el cliente prefiera buscar a la competencia, por lo que el objetivo principal de la empresa es generar valor agregado a los servicios que presenta la competencia y especialización para no enfrentar problemas, tener precios similares a los de la competencia pero con calidad y más servicios relacionados a su distintivo de ser empresas que exportan e importan productos.

Amenazas de productos o servicios sustitutivos

Un sustituto realiza una función idéntica o similar a la del producto de una industria, pero de distinta manera. Los sustitutos siempre están presentes, pero es fácil que se los pase por alto porque pueden parecer muy distintos al producto del sector.

En lo referente a servicios sustitutos, se encuentran las capacitaciones que son impartidas por los funcionarios del SRI en donde enseñan al contribuyente a realizar sus propias declaraciones y también prestan el servicio de declaración de forma gratuita.

Por otro lado existen empresas que prestan servicios en forma casual por ejemplo los bufetes de abogados, que no se dedican únicamente a la asesoría tributaria sino a un sin número de trámites legales que son su especialidad.

La asesoría entregada por Pro Ecuador para los exportadores que apenas empieza esta nueva actividad de dar a conocer sus productos a mercados internacionales.

El Diamante de Porter.

Diamante de Porter



Gráfico 2.2: Estrategia de Precio

Fuente: Philip Kotler, Mercadotecnia

Elaborado por: La Autora

La importancia de este diamante para el análisis de la empresa en escenarios de competencia real, radica en el hecho de que presenta y valora la importancia de cada uno de los determinantes que lo conforman, y en que es una herramienta muy útil para la evaluación de la empresa.

Esta teoría se enfoca al análisis de la situación competitiva de una empresa dentro de un país. En su libro Michael E. Porter identifica cuatro condiciones para que exista superioridad competitiva las cuales son:

- **Condiciones de la Demanda:** Como Michael Porter indica el factor demanda es uno de los más importantes para poder crear una empresa competitiva, por lo que es necesario hacer un estudio de la demanda, el cual se realizara mediante encuestas ya que la demanda en la ciudad de Quito es amplia y las encuestas son una herramienta masiva y fácil de utilizar en una población y muestra grandes.

- **Condiciones de los Factores:** El personal altamente capacitado será la ventaja competitiva de la empresa, la localización y el servicio a domicilio será otro de los fuertes que tenga Impex Soluciones Directas.
- **Industrias relacionadas y de Apoyo:** Debido a que la empresa se dedicará a temas tributarios, contable y de negocios internacionales haciendo que los servicios sean integrales, no hará falta el apoyo en otras empresas.
- **Estratégica, Estructura y Rivalidad:** Como se pudo determinar en el análisis de las cinco fuerzas de Porter la competencia es muy alta en este sector por lo que obliga a Impex Soluciones Directas a estar innovando constantemente sus servicios, precios y capacitando a su personal, lo cual se hará cada seis meses o dependiendo de las reforma de la ley.

Teoría de la Ventaja Competitiva

“Valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores que los de los competidores para beneficios equivalentes o por la previsión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costes, el valor es la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por lo que la empresa les proporciona. Una empresa es lucrativa si el valor que obtiene de sus compradores supera al coste necesario para crear el producto.” (PORTER, 2009, pág.117).

De acuerdo con Porter, la estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un retorno sobre la inversión según Michael Porter, existe 2 tipos básicos de ventaja competitiva.

- Liderazgo por costos
- Diferenciación

Precio muy bajo No existen utilidades posibles a este precio	Consideraciones: - Costo del servicio - Precio de los competidores - Percepciones de los consumidores sobre el valor	Precio muy alto No existe demanda posible a este precio
---	--	--

Gráfico 2.2.1: Esquema de consideraciones para establecer el precio de un bien/ servicio

Fuente: Philip Kotler, Mercadotecnia

Elaborado por: La Autora

El método que la Impex Soluciones Directas va a utilizar para fijar los precios es el basado en el comprador, pues lo que este está dispuesto a pagar por un servicio de asesoría integral especializada. Cabe señalar que también se analizara la demanda y la oferta de este tipo de servicios, para poder fijar el precio final.

La estrategia de precio a utilizarse será la de penetración, la que se caracteriza por una alta calidad y un precio medio, cabe recalcar que la estrategia de precio irá cambiando a medida que el producto pase a otra etapa de ciclo de vida, ya que al momento se encontraría en una etapa de introducción. Y la estrategia de valor agregado en la cual se especializa la empresa en un solo mercado para darle un plus en los servicios que ofrece, que para el caso son las empresas pequeñas y medianas dedicadas a importar y exportar.

A continuación se presenta un esquema de las nueve estrategias de mezcla de mercadotecnia sobre calidad y precio; en donde se puede ver la seleccionada por la empresa.

		PRECIO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
CALIDAD	ALTO	1. Estrategia de Incremento	2. Estrategia de Penetración	3. Estrategia de valor agregado
	MEDIO	4. Estrategia de Sobrecargo	5. Estrategia de Precio Promedio	6. Estrategia de Precio
	BAJO	7. Estrategia de descuento	8. Estrategia de lo Barato - llamativo	9. Estrategia de Valor Barato

Gráfico 2.2.1.1: Estrategia de Precio

Fuente: Philip Kotler, Mercadotecnia

Elaborado por: La Autora

Fundamentación teórica del Estudio Técnico

(BACA, 2010) Para ser competitivo se debe trabajar de manera óptima en todas las actividades que desarrolla la empresa, lo cual al final conduce a elaborar un producto a un costo bajo; la optimización de las actividades conduce a elaborar un producto de calidad a un precio competitivo. (pág.74)

Gabriel Baca en su libro habla de la creatividad e innovación constante de la empresa frente a la gran cantidad de competencia en la prestación de servicios por lo cual el destaca la implementación de Diagramas de flujo para los procesos de la organización, ya que sin ellos los empleados dan sus servicios según el proceso que cada uno tiene, siendo muy distinto elaborarlos con una calidad estable y aun precio competitivo.

1.2.1.1 Diagrama de Flujo de Procesos

Representa la esquematización de un proceso gráficamente, donde se usa una simbología internacionalmente aceptada para presentar las operaciones efectuadas.

SIMBOLO	FUNCIÓN
	Inicio / Terminación
	Proceso
	Línea de flujo, indica el sentido de ejecución de la operación
	Línea conectora
	Decisión
	Documento
	Proceso predefinido

Tabla 2.3.1.1: Simbología de Diagrama de Flujo

Fuente: Libro Programación de Operaciones

Elaborado por: La Autora

Análisis FODA

El Análisis FODA es una herramienta de planificación que permite detectar la situación interna y externa de una empresa, en este caso se habla del sector terciario, es decir de prestación de servicios a través de una consultoría, con la finalidad de poder determinar acciones y estrategias para enfrentar al alto número de competencia y también para identificar oportunidades que se puedan presentar y así tener un beneficio para la empresa.

En base a lo descrito anteriormente se presenta la siguiente matriz FODA que describe las Fortalezas y Debilidades (Factores Internos) así como también las Oportunidades y Amenazas. (Factores Externos):



Gráfico2.3.2: Matriz FODA Sector de Consultoría

Fuente: Estudios de Mercado

Elaborado por: La Autora

Fundamentación teórica del Estudio Financiero

(BACA, 2010) La metodología de evaluación de proyectos calcula la rentabilidad de la inversión en términos de los dos índices más utilizados, que son el valor VAN Valor Actual Neto, y el valor TIR Tasa Interna de Retorno. (pág. 180)

Una vez realizados los estudios de mercado y técnicos se realiza en estudio financiero el cual va a permitir determinar si la propuesta de creación de la empresa es factible o no, verificando costos e ingresos y determinando una utilidad para la empresa, en caso de que los valores obtenidos no fueren positivos es mejor no invertir en la propuesta.

Para verificar esta viabilidad como lo indica el autor Gabriel Baca es importante determinar los valores VAN y TIR del flujo de efectivo obtenido del ejercicio y también es importante determinar en qué tiempo va a retornar a la empresa la inversión, lo cual lo obtenemos con el índice PRI Periodo de Recuperación de la Inversión.

Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, los cuales han sido originados por una inversión inicial.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión nos permite determinar el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial.

El cálculo de periodo de recuperación está dado por la sumatoria de los flujos en valor actual hasta el periodo en que esta sumatoria sea igual o superior a la inversión inicial.

1.2.2 Adopción de una perspectiva teórica

Las teorías con las que se maneja la siguiente investigación serán Las 5 fuerzas de Porter, El diamante de Porter y la Ventaja competitiva de Porter, las cuales serán utilizadas debido a su enfoque hacia la competencia y el valor agregado que se debe añadir a los productos o servicios para su preferencia frente al alto número de competidores del mercado, sin dejar a un lado los proveedores del servicio y los clientes quienes son los más importantes en esta investigación pues se trata de cubrir sus necesidades aún no satisfechas.

1.2.3 Marco Conceptual

(PORTER, 2009) La inserción de los países en los mercados internacionales se ha convertido en un asunto muy importante porque es una decisión beneficiosa a medida que los países que se incorporan a este mundo, van con la capacidad competitiva para la integración global. (p. 14.)

Definición de PYMES

Existen varios criterios para clasificar las pymes, pero tanto la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha como el Ministerio de Industria y productividad toman la definición de la Ley de Fomento a la Pequeña Industria del año 1973 en la modificación de la misma mediante Decreto Ejecutivo Nro. 2303 del 16 de octubre de 1986 que dice:

Art. 5. Se considera pequeña industria a la que, con predominio de la operación de la maquinaria sobre el manual, se dedique a actividades de transformación, inclusive la forma, la materia prima o productos semi elaborados, en artículos finales o intermedios y siempre que su activo fijo excluyéndose terrenos, edificaciones, no sean mayor a TRESCIENTOS CINCUENTA MIL 00/100 DÓLARES (USD \$ 350.000,00)

	Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
Número de Empleados	1-9	Hasta 49	50-199	Mayor a 200
Valor bruto de ventas anuales	100.00	Hasta 1.000.000	1.000.001 a 5.000.000	Mayor a 5.000.000
Valor activos totales	Menor a 100.000	100.001 a 750.000	750.001 a 4.000.000	Mayor a 4.000.000

Tabla 2.3.1.1: Definición de PYMES

Fuente: Proyecto de Ley PYMES y Proyecto de Estatuto Andino para las MIPYMES

Elaborado por: Plan de Desarrollo del Buen Vivir

Bajo estos parámetros, la Superintendencia de compañías tiene registrada 38,000 compañías, de las cuales el 96% se consideran Pequeñas y Medianas empresas de acuerdo a los criterios indicados en el grafico 1; de aquellas, el 56% se consideran microempresas; el 30% pequeñas empresas; 10% medianas y únicamente el 4% restante corresponde a grandes empresas. Por otro lado, el Servicio de Rentas Internas (SRI), considera que el 99% de las empresas que tributan son MIPYMES, de las cuales 64% son microempresas, 30% pequeñas empresas; 5% medianas empresas y solo el 1% restante se consideran grandes empresas.

Consultoría

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

Comercio Internacional

El comercio Internacional es el intercambio de bienes y servicios que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones dando origen a salidas de mercancía y servicios de

un país (exportaciones) y a entradas de mercancías y servicios (importaciones) procedentes de otros países.

Exportación

(LERMA & MARQUEZ, 2009) La exportación es una actividad vital dentro de los negocios internacionales consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente; junto con las importaciones integra el concepto de comercio internacional. (pág. 301)

Importación

(OSORIO, 2009) Es una operación por la que un producto de origen y procedencia extranjera se dedica al consumo interior de un territorio aduanero, previo pago de los derechos de aduana, de los impuestos sobre la cifra de negocios y del pago de divisas extranjeras o en divisas nacionales transferibles. (pág. 172)

Análisis de Mercados

Se entiende por análisis de mercados como la distinción y separación de las partes del mercado para llegar a conocer los principios o elementos de este.

Para realizar un análisis de mercados adecuado se necesita distinguir entre los diferentes tipos de mercado que existen, los cuales son:

- Mercados de Consumo
- Mercados Industriales
- Mercados de Servicios

Impuesto

El impuesto es una clase de tributo (obligaciones generalmente pecuniarias en favor del acreedor tributario) regido por derecho público. Se caracteriza por no requerir una contraprestación directa o determinada por parte de la administración hacendaria (acreedor tributario).

Devolución de IVA a Exportadores

Las personas naturales y las sociedades que hubiesen pagado el Impuesto al Valor Agregado en las adquisiciones locales o importaciones de bienes que se exporten, así como aquellos bienes, materias primas, insumos, servicios y activos fijos empleados en la fabricación y comercialización de bienes que se exporten, tienen derecho a que ese impuesto les sea reintegrado, sin intereses, en un tiempo no mayor a noventa (90) días.

Tratado de Comercio Internacional

Mediante la política comercial externa, los países tratan de crear mercados para sus excedentes, y para la producción de bienes orientados a la exportación. Uno de los principales obstáculos para lograr ese objetivo, lo constituyen los impuestos de importación que aplican muchos países con propósitos fiscales, de protección a las actividades productivas nacionales, o de regular el uso de los medios externos de pago (divisas), especialmente cuando se confrontan dificultades de balanza de pagos.

Como se sabe, los impuestos de aduana gravan solo a los productos de origen extranjero y dependiendo de su magnitud, pueden encarecerlos de tal forma que restrinjan o impidan el ingreso al país que los aplican, de productos procedentes de otros lugares.

Una forma de eliminar o disminuir el grado de discriminación de los aranceles de un país contra los productos originarios de otros estados, es la concertación entre ambos países de convenios o tratados comerciales de libre comercio o de tratados preferenciales. Usualmente, los convenios comerciales son negociados entre países cuyos gobiernos consideran de interés facilitar el intercambio comercial de productos seleccionados. En tanto otorguen concesiones tributarias, requieren por lo general que sean ratificados por los poderes legislativos de los países que lo suscriben, lo que involucra su tramitación en la misma forma en que se promulgan las leyes. (ZAMBRANA, 2005, pág, 257)

Acuerdos Comerciales Vigentes en Ecuador

- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
- Comunidad Andina (CAN)
- Sistema Global de Preferencias Comerciales entre los países en desarrollo (SGP) y países miembros de la Unión Europea.
- Sistema Global de Preferencias Comerciales (SGP) y ATPDEA con Estados Unidos.

Tratados Bilaterales

Los tratados “bilaterales” comprenden, como su nombre lo indica, a dos países. Generalmente, son tratados cuyos beneficios solo se conceden a los productos originarios de los países signatarios, comprendidos en listas anexas que son parte integrante de los convenios, pero que pueden ser objeto de modificaciones según lo convengan las partes, mediante los procedimientos que fijan los mismos tratados. (ZAMBRANA, 2005, pág. 272)

Tratados Bilaterales de Ecuador

Acuerdo/Parte(s)		Fecha de suscripción	Entrada en vigencia
Alemania		21 marzo 1996	12 febrero 1996
Argentina		18 febrero 1994	01 diciembre 1995
Bolivia		25 mayo 1995	15 agosto 1997
Canadá		29 abril 1996	06 junio 1997
Chile		27 octubre 1993	02 enero 1996
China		21 marzo 1994	09 julio 1997
Costa Rica		06 diciembre 2001	
El Salvador		16 mayo 1994	14 enero 1996
España		26 junio 1996	18 junio 1997
Estados Unidos		27 agosto 1993	11 mayo 1997
Finlandia		18 abril 2001	16 diciembre 2001
Francia		07 setiembre 1994	10 junio 1996
Honduras		26 junio 2000	
Nicaragua		02 junio 2000	08 setiembre 2002
Paraguay		28 enero 1994	18 setiembre 1995
Perú		07 abril 1999	10 diciembre 1999
Países Bajos			
Suecia		31 mayo 2001	01 marzo 2002
Suiza		02 mayo 1968	11 noviembre 1969
Reino Unido		10 mayo 1994	24 agosto 1995
	Intercambio de notas	22 abril 1999	
República Dominicana		26 junio 1998	
Venezuela		18 noviembre 1993	01 febrero 1995

Tabla 2.3.1.12: Tratados Bilaterales Vigentes en Ecuador

Fuente: SICE Sistema de Información Sobre el Comercio Exterior

Elaborado por: SICE Sistema de Información Sobre el Comercio Exterior

Investigación de Mercado

(FISHER, 2009) “La Investigación de mercado es un proceso sistemático de recopilación e interpretación de hechos y datos que sirven a la dirección de una empresa para una toma adecuada de decisiones y para establecer así una correcta política de mercado.” (pág. 33)

Estudio de Mercado

Se entiende por estudio de mercado al área en que contribuyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes o servicios a precios determinados.

Análisis de la demanda

Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

Análisis de la Oferta

Oferta es la cantidad bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a precio determinado.

Marketing Mix

También llamado Mezcla de mercadotecnia, el Marketing Mix designa al conjunto de herramientas y variables que debe poseer el responsable de marketing en una organización para contribuir con la fidelización del producto o servicio que comercializa, y así cumplir con los objetivos de la entidad.

Servicio

Son todas aquellas actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores.

Plaza

(KOTLER, 2003) El canal de distribución está definido como “El conjunto de firmas e individuos que tienen derecho o ayudan en la transferencia de derechos del bien o servicio particular a medida que pasa del productor al consumidor” (pág. 201)

Promoción

(KOTLER, 2003) La promoción está definida como “Un incentivo a corto plazo para alentar las compras o las ventas de un producto o servicio” (pág. 203)

Análisis Financiero

Determina cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte vital y definitiva del proyecto, que es la evaluación financiera.

1.2.4 Hipótesis

La elaboración de un plan de negocios para la creación de una Consultora de Negocios Internacionales, especializada en servicios tributarios, contables y de negocios internacionales contribuirá en el desarrollo de PYMES que exportan e importan en la ciudad de Quito.

1.2.5 Identificación y caracterización de variables

1.2.5.1 Variable dependiente

La implementación de una empresa Consultora de Negocios Internacionales, especializada en servicios tributarios, contables y de negocios internacionales para PYMES que exportan e importan en la ciudad de Quito.

1.2.5.2 Variable independiente

Elaboración de un plan de negocios dirigido a la creación de una empresa de consultoría de negocios internacionales para PYMES que importan y exportan en Quito.

1.3 Conclusión

Los datos obtenidos y el análisis realizado a la competencia al igual que la aplicación de las teorías en el caso práctico del proyecto han sido fundamentales ya que con esto se han podido definir estrategias para el desarrollo del mismo, como lo son las estrategias de precios, la ventaja competitiva y el buscar la especialización en la empresa para brindar servicios con calidad y conocimientos no solo en un área como lo han hecho las otras empresas de consultoría sino abarcar e área de comercio internacional que no está siendo atendida y complementándola con los servicios tradicionales de contabilidad y tributación.

CAPITULO II.

2. ESTUDIO METODOLOGICO

El presente capítulo está enfocado en demostrar la necesidad de la creación de la empresa de consultoría de negocios internacionales, basada en encuestas que serán realizadas a empresarios propietarios de pequeñas y medianas empresas que importan y exportan en la ciudad de Quito.

Además, se definirá con que metodología se realizará el estudio de mercado, los datos que se utilizarán fueron facilitados por el Sistema Nacional de Información quienes al tener la información nacional de todas las empresas del gobierno pudieron generar la información con más precisión y exactitud.

2.1 Tipo de Estudio

2.1.1 Investigación Exploratoria

Según el Autor (Niño, 2003) en su Libro Metodología de la Investigación la investigación exploratoria “Es una investigación cuyo propósito es proporcionar una visión general sobre una realidad o un aspecto de ella, de una manera tentativa o aproximada.”(p.32)

Aplicando este tipo de investigación a este proyecto lo que se busca determinar es cuantas empresas de la ciudad de Quito se encuentran realizando transacciones internacionales de importación y exportación, si estas empresas están siendo asesorada por alguna consultora y si estarían dispuestas a contratar el servicio de una.

2.2 Modalidad de la Investigación

2.2.1 De campo y Documental

Los datos que se van a recopilar el desarrollo del actual proyecto serán recogidos directamente de los involucrados sean estos la competencia (oferantes) o las Pymes que importan y exportan (demandantes), pero también es importante tener información

fidedignas por lo que se acudirá a registros históricos para complementar la investigación.

2.3 Método de investigación

2.3.1 Inductivo - Deductivo

El método de investigación es inductivo- deductivo ya que va de lo general a lo específico debido a que se parte de información general otorgada por las entidades públicas, por ejemplo número de exportadores a nivel nacionales, pero mediante el desarrollo del proyecto se debe llegar a información más concreta que ayude a delimitar el grupo en el cual se centrará la investigación.

2.3.2 Analítico – Sintético

Analítico ya que es la descomposición de un todo en sus partes y sintético que es la composición de un todo mediante la unión de sus partes, poniendo en práctica en el proyecto es necesario comenzar recolectando información general, y a esta irle analizando y entendiendo cada una de sus partes para que finalmente al conocer detalladamente la información poder hacer la síntesis de esta.

2.4 Población y Muestra

2.4.1 Población

(MALHOTRA, 2004) Es el total de todos los elementos que comparten algún conjunto de características comunes y que comprenden el universo del propósito del problema de la investigación de mercados. (pág. 69)

Mediante un análisis realizado a la información obtenida por la Aduana del Ecuador y la Superintendencia de Compañías, con la ayuda del Sistema Nacional de Información, se pudo determinar concretamente el número de PYMES que importan y exportan en la ciudad de Quito.

La población que se va a estudiar son las PYMES de la ciudad de Quito que se encuentran exportando e importando, por lo cual se presenta a continuación un cuadro que indica la población.

Tipo de Empresa	Cantidad (N)
▪ PYMES Importadoras	988
▪ PYMES Exportadoras	754
TOTAL	1.742

Tabla 3.5.1: Tipo de Empresa y Cantidad, Población

Fuente: Sistema Nacional de Información

Elaborado por: La Autora

2.4.2 Muestra

(MALHOTRA, 2004) Es un subgrupo de población seleccionado para participar en el estudio de mercado. (pág. 69)

Para poder determinar cuál será la muestra del estudio es necesario aplicar la siguiente fórmula estadística, que permitirá obtener una cantidad más pequeña al realizar el estudio de mercado.

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

Dónde:

Z = Nivel de confianza 95% (1.96) 1,96

N = Tamaño de la población (1742) 1742

σ = Desviación estándar de la población (0.50) 0.50

e = Error muestral (0.09) 0.09

$$n = \frac{1742 \times (0.50)^2 \times (1.96)^2}{(1742-1) \times (0.50)^2 + (0.50)^2 \times (1.96)^2}$$

$$n = 120$$

Tipo de Empresa	N	n
▪ PYMES Importadoras	988	68
▪ PYMES Exportadoras	754	52
TOTAL	1.742	120

Tabla 3.5.2: Tipo de Empresa y Cantidad, Población y Muestra

Fuente: Aduana del Ecuador

Elaborado por: La Autora

2.5 Selección de instrumentos de investigación

2.5.1 Encuesta

Serán las encuestas las herramientas para la recopilación de la mayor cantidad de información percibida por las Pymes en Quito acerca de empresas de consultoría y sus servicios, así llegar a la determinación de que es lo que falta y a que se enfrenta la nueva empresa en el mercado.

2.6 Validez y confiabilidad de instrumentos

El instrumento seleccionado para la obtención de los resultados serán las encuestas que se realizará a empresarios de Pymes de Quito que se encuentren importando y exportando.

Para realizar la calificación de la información recopilada se utilizará el programa estadístico SPSS y Excel, herramientas fáciles de usar y con índices de errores mínimos.

2.7 Operacionalización de Variables

2.7.1 Variable dependiente

<i>Variable dependiente</i>				
Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
La implementación de una empresa Consultora de Negocios Internacionales, especializada en servicios tributarios, contables y de negocios internacionales para PYMES que exportan e importan en la ciudad de Quito.	Creación de un empresa que atienda la demanda de las Pymes de Quito en temas de comercio internacional, contabilidad y servicios tributarios.	La forma en cómo se realicen los procesos para dar a los clientes servicios integrados y de calidad según la necesidad de cada uno	Aprovechamiento de la falta de especialización de la competencia	• Porcentaje de aceptación de las empresas consultoras en el mercado • Leyes, normas, códigos que se deben seguir

Tabla 2.7.1: Operacionalización de la variable dependiente

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: La Autora

2.7.2 Variable independiente

<i>Variable independiente</i>				
Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Elaboración de un plan de negocios dirigido a la creación de una empresa de consultoría de negocios internacionales para PYMES que importan y exportan en Quito.	Investigación y análisis de los servicios que demandan las Pymes de Quito para cubrir sus necesidades insatisfechas	Determinación de las necesidades puntuales de los clientes y poder asesorarles con especialización en lo que demandan	Aprovechamiento de la demanda de servicios de negocios internacionales integrados a servicios contables y tributarios	• Porcentaje de demanda insatisfecha • Identificar de servicios más demandados

Tabla 2.7.2: Operacionalización de la variable independiente

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: La Autora

2.8 Procesamiento de Datos

2.8.1 Clasificación

El procesamiento de datos se hará mediante la clasificación debido a que hay que categorizar las empresas que podrían ser nuestras cliente, esta clasificación se daría indicando que tipo de empresa es, si es pequeña o mediana, que tipo de producto comercializa, si su comercialización es únicamente nacional o realiza transacciones internacionales, si los productos que realizan necesitan de la importación de materias primas, etc., serian varias de las clasificaciones con las que me manejaría en el procesamiento de datos.

2.8.2 Tabulación

La tabulación es la más necesaria y se la hará mediante el programa estadístico SPSS ya que es una herramienta fácil de manejar y en donde se ingresan los datos y se obtienen informes gráficos y textuales de las encuestas y su tabulación necesaria para el análisis de las preguntas que se realizaron en las encuestas.

2.9 Conclusión

Siguiendo la metodología anteriormente determinada se puede hacer un estudio de mercado más real y confiable, tomando en cuenta las herramientas, principalmente la encuesta que permite obtener información en una forma masiva y la tabulación mediante el programa estadístico SPSS es determinante ya que el rango de error es menor y la información más clara, por lo que al aplicar la metodología desarrollada en este tema los datos que se obtengan serán reales y serán una guía para poder proceder con la implementación de la empresa.

CAPITULO III.

3. RESULTADOS

El capítulo que se desarrollará a continuación está basado en el análisis de los resultados de las encuestas realizadas a empresarios de PYMES que importan y exportación en la ciudad de Quito.

Se determinará la demanda de los servicios frente a la oferta de los mismos para poder llegar a establecer el número de empresas que no están siendo satisfechas por las consultoras que actualmente tienen contratadas.

En base a las necesidades detectadas por los resultados de la encuesta se procederá a desarrollar el estudio técnico para lo cual será importante tener en cuenta la Ley de Compañías en dónde se indica el procedimiento que se debe seguir para la creación de una empresa, se deberá crear una misión y visión de la misma y sobretodo los objetivos de la organización.

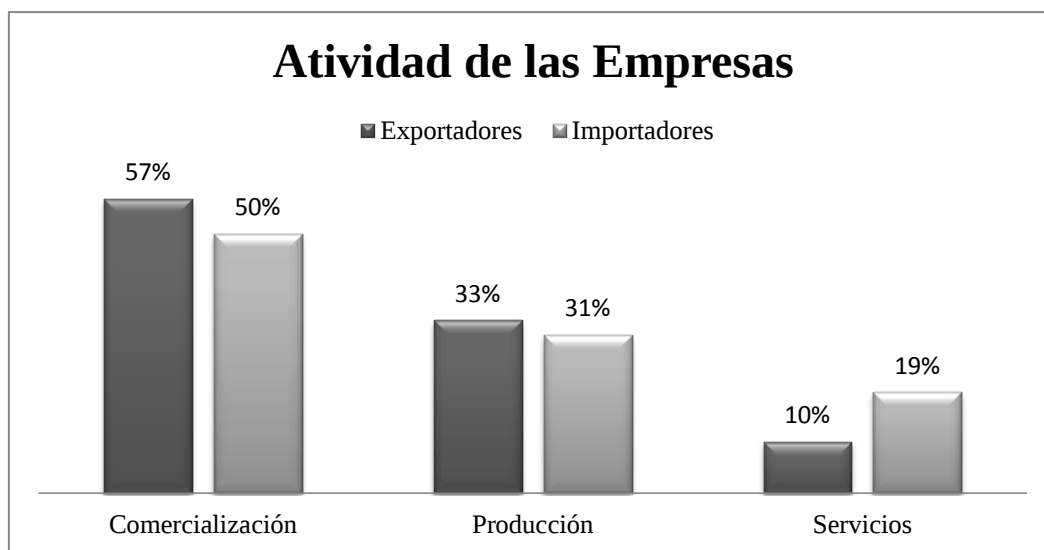
De los resultados de la encuesta también se podrá establecer los servicios que son los más demandados y los que deberá cubrir la empresa al igual que la asignación del recurso humano, estableciendo las funciones de cada uno y se hará un estudio de marketing para establecer estrategias de ingreso al mercado.

Los procesos que se seguirán para el cumplimiento de cada servicio estarán desglosados en flujogramas para un mejor entendimiento, y estandarización de procesos lo que permitirá dar servicios de calidad con tiempos reducidos y a mejores precios.

3.1 Presentación de Resultados

¿Cuál es la actividad a la que se dedica usted o su empresa?

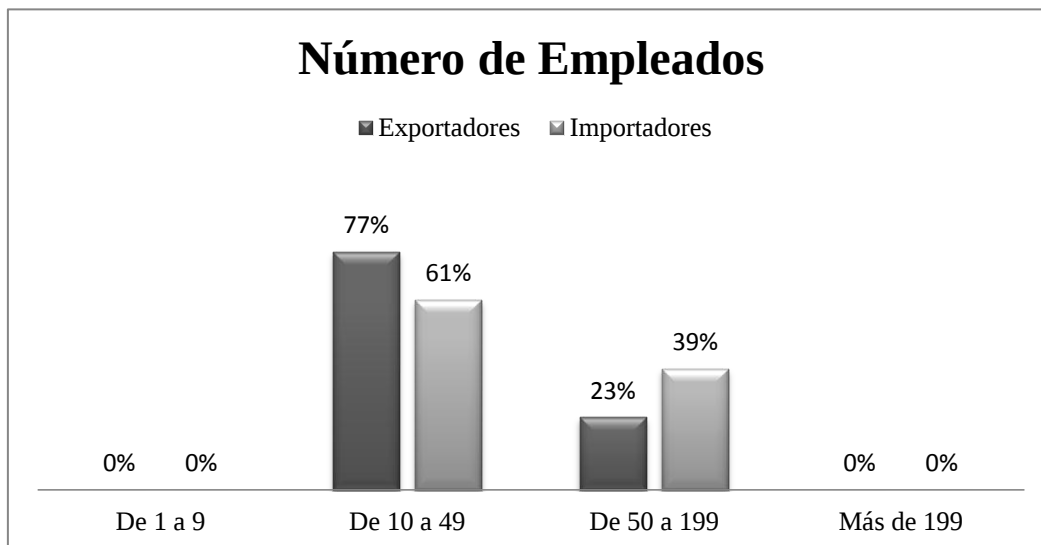
ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Comercialización	17	57%	18	50%
Producción	10	33%	11	31%
Servicios	3	10%	7	19%
TOTAL	30	100%	36	100%



Según la encuesta el 57% del mercado exportador y el 50% del mercado importador de Quito se dedican a la comercialización de productos, el 33.3% de exportadores y el 31% de importadores se encargan de la producción y apenas el 10% de las empresas exportadoras y el 19% de las importadoras son ofertantes de servicios.

1) ¿Cuántos empleados tienen su empresa?

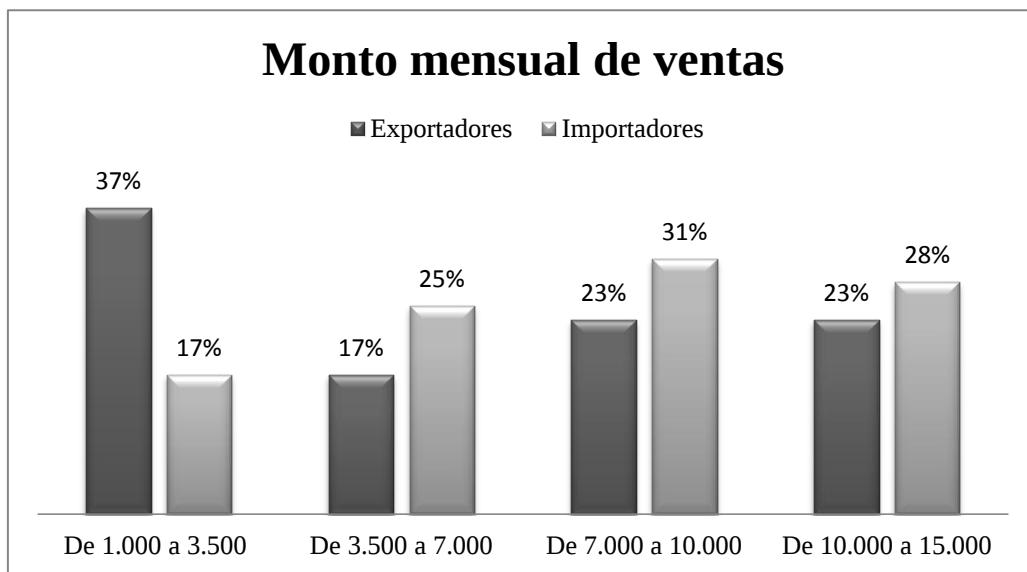
NÚMERO DE EMPLEADOS				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 9	0	0%	0	0%
De 10 a 49	23	77%	22	61%
De 50 a 199	7	23%	14	39%
Más de 199	0	0%	0	0%
TOTAL	30	100%	36	100%



Según la encuesta se puede ver que el 77% de empresas exportadoras y el 61% de empresas importadoras tienen de 10 a 49 empleados, y el 23% de exportadoras y el 39% de importadoras son empresas de 50 a 199 empleados, según la división de empresas por tamaño de la Superintendencia de Compañías las empresas que tienen de 10 a 49 empleados son pequeñas y las que tienen de 50 a 199 son medianas, lo que permite concluir que el 77% de exportadoras y el 61% de importadoras encuestadas son pequeñas empresas y que el 23% de exportadores y el 39% de importadoras encuestadas son empresas medianas .

2) ¿A cuánto aproximadamente asciende su monto de ventas mensuales?

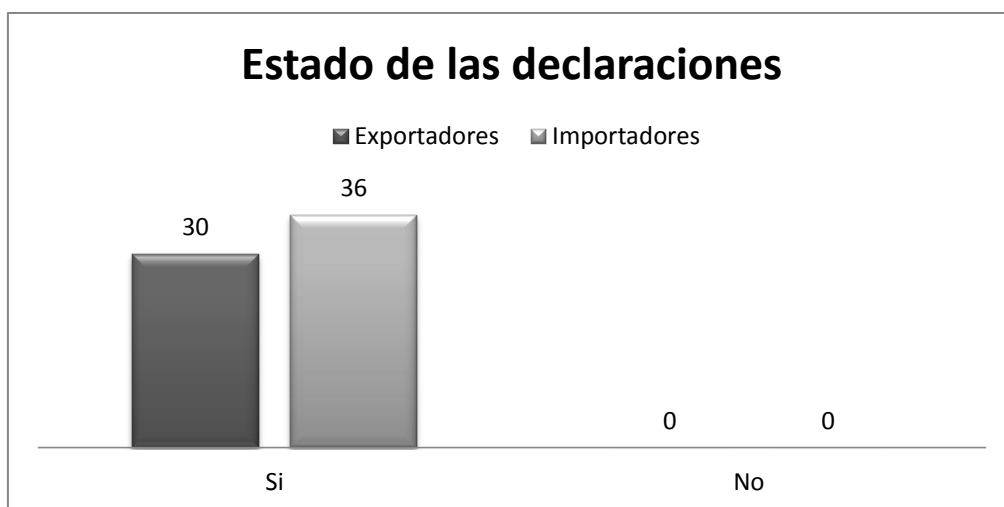
MONTO MENSUAL DE VENTAS				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
De 1.000 a 3.500	11	37%	6	17%
De 3.500 a 7.000	5	17%	9	25%
De 7.000 a 10.000	7	23%	11	31%
De 10.000 a 15.000	7	23%	10	28%
TOTAL	30	100%	36	100%



El monto mensual de ventas es un factor determinante dentro de una empresa ya que de acuerdo a este también se puede verificar si son micro, pequeñas, medianas o grandes empresas y según la encuesta se obtuvo que el 37% de exportadoras y el 17% de importadoras tiene ventas mensuales de 1.000 a 3.000 dólares, el 17% de exportadoras y el 25% de importadoras de 3.500 a 7.000 dólares, el 23% de exportadoras y el 31% de importadoras de 7.000 a 10.000 dólares y el 23% de exportadoras y 28% de importadoras restante de 10.000 a 15.000 dólares mensuales, lo que refleja que los valores mensuales son de pequeñas y medianas empresas.

3) ¿Esta Ud. al día con en la declaración de sus impuestos?

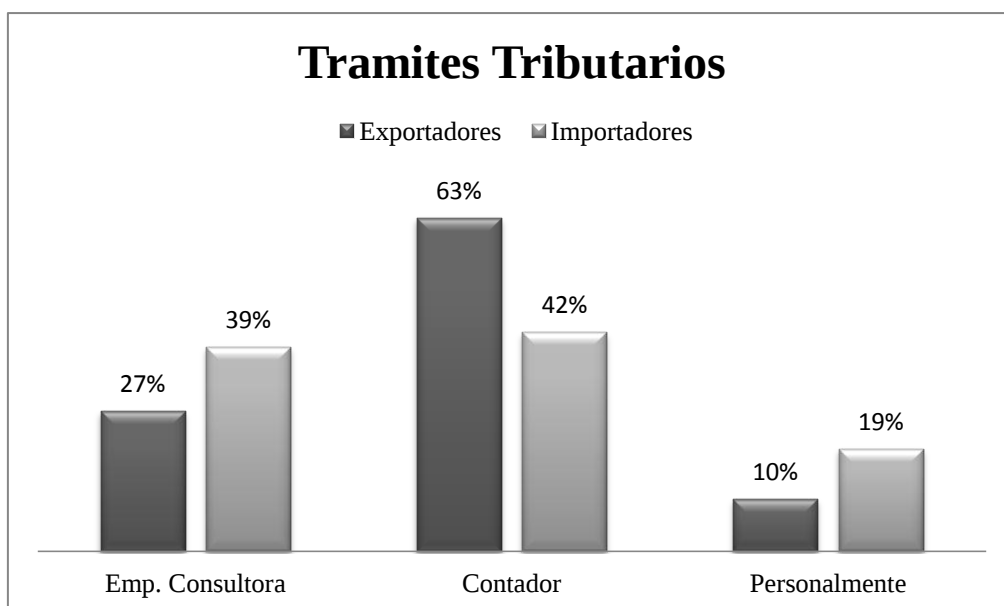
ESTADO DE LAS DECLARACIONES				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentajes	Frecuencia	Porcentajes
Si	30	100%	36	100%
No	0	0%	0	0%
TOTAL	30	100%	36	100%



El 100% de las empresas exportadoras e importadoras que fueron encuestas se encuentran con sus trámites de declaración de impuestos al día.

4) ¿Para realizar sus declaraciones tributarias Ud. las realiza mediante?

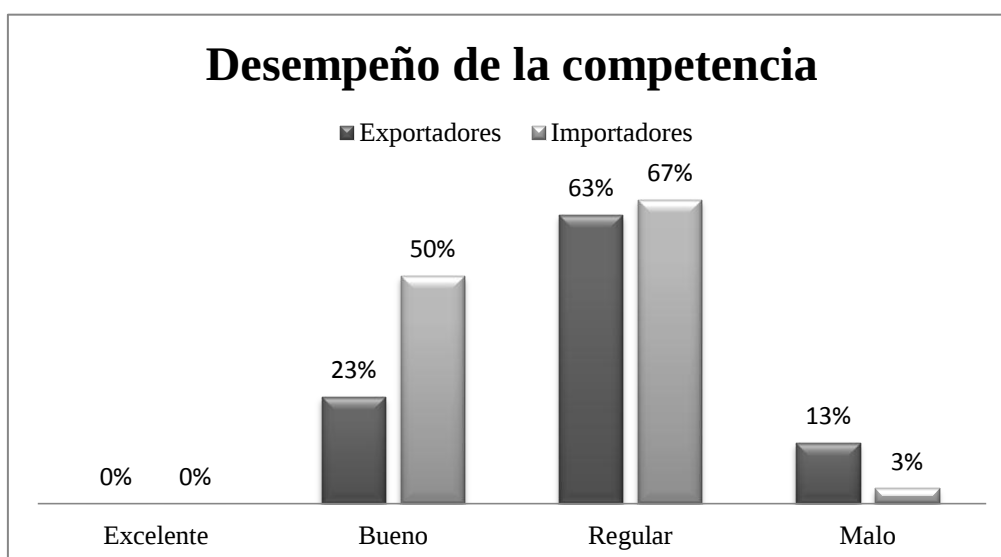
QUIEN REALIZA LOS TRAMITES TRIBUTARIOS				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentajes	Frecuencia	Porcentajes
Empresa consultora	8	27%	14	39%
Contador	19	63%	15	42%
Personalmente	3	10%	7	19%
TOTAL	30	100%	36	100%



Según el resultado de las encuestas los servicios tributarios son gestionados en su gran mayoría con el 63% de las exportadoras y el 42% de las importadoras por los contadores de las empresas, el 26% de la exportadoras y el 39% de las importadoras por empresas consultoras y el 10% de las exportadoras y el 19% de las importadoras son hechas personalmente, es decir, por alguien dentro de la misma empresa.

- 5) Si usted no se encarga personalmente de la parte contable, tributaria y de negocios internacionales de su negocio ¿Cómo calificaría el desempeño de la persona o compañía que ha contratado para esta área?

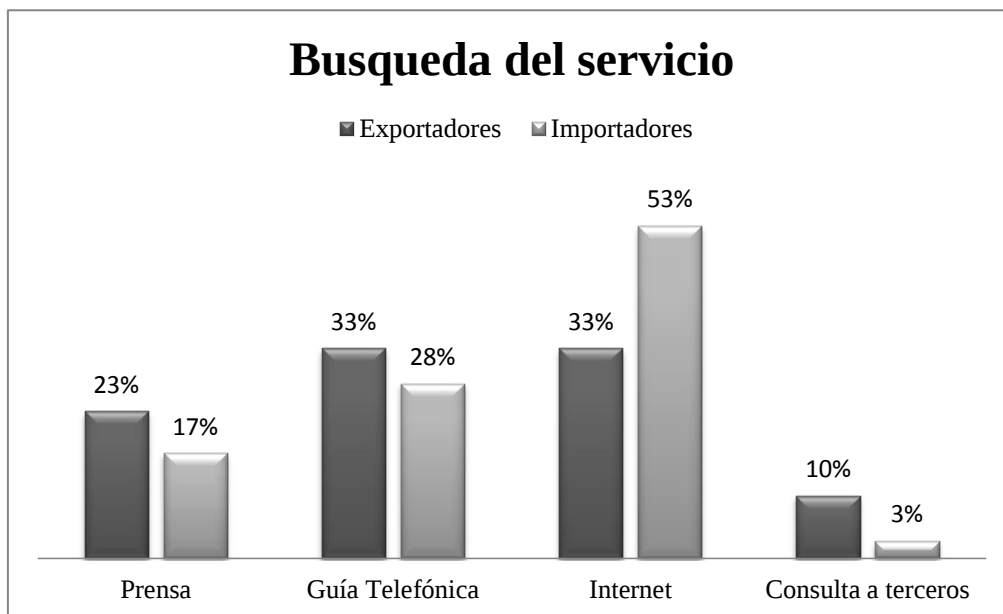
DESEMPEÑO DE LA COMPETENCIA				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentajes	Frecuencia	Porcentajes
Excelente	0	0%	0	0%
Bueno	7	23%	15	50%
Regular	19	63%	20	67%
Malo	4	13%	1	3%
TOTAL	30	100%	36	100%



De las empresas que contratan los servicios de una empresa consultora se les ha pedido calificar el servicio que reciben, en donde el 23% de las empresas exportadoras y el 50% de las importadoras indicaron que es bueno, el 63% de las exportadoras y el 67% de las importadoras que es regular, el 13% de las exportadoras y el 3% de las importadoras que es malo y ninguna de las empresas visitadas indico que el servicio es excelente, es decir que existe insatisfacción por parte de las empresas al recibir servicios de empresas de consultoría.

6) ¿A la hora de buscar asesoría tributaria a dónde acudiría?

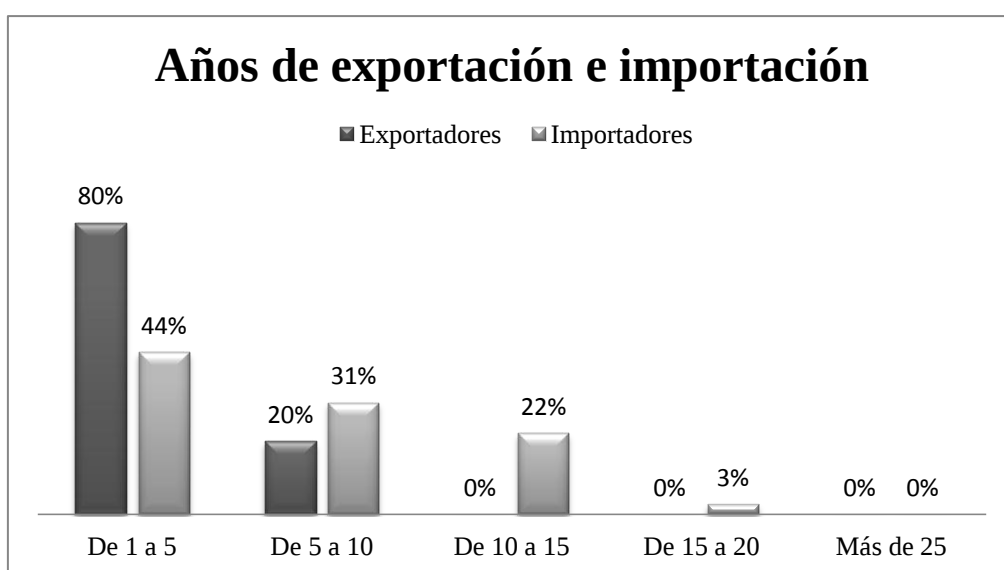
EN DONDE BUSCARIA EL SERVICIO				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Prensa	7	23%	6	17%
Guía Telefónica	10	33%	10	28%
Internet	10	33%	19	53%
Consulta a terceros	3	10%	1	3%
TOTAL	30	100%	36	100%



Esta pregunta sirve como filtro para verificar en donde se busca este tipo de servicios y de esa manera poder ofertarlos o publicitarlos, el 33% de exportadoras y el 53 % de importadoras indicaron que lo hacen por medio de internet, el otro 33.3% de los exportadores y el 28% de los importadores indicaron que mediante guía telefónica, el 23% de exportadores y 17% de importadores mediante la prensa y el 10% restante de exportadores y el 3% de importadores indicaron que le preguntan a otras personas por los servicios que ellos tienen contratados.

7) ¿Durante cuantos años su empresa está dedicada a la actividad exportadora?

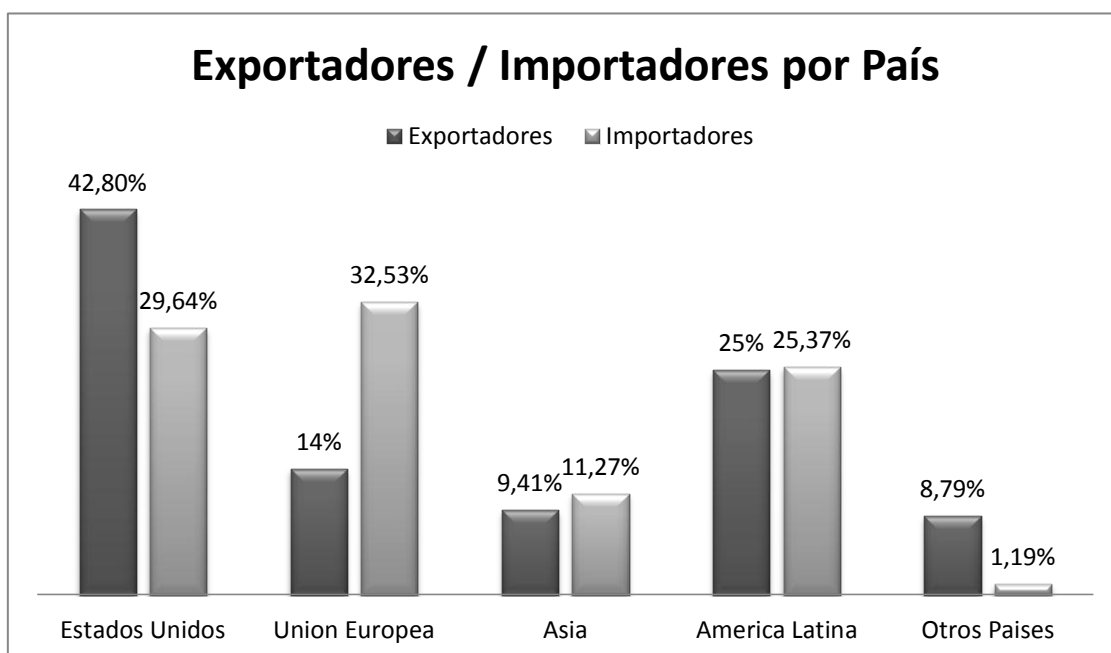
AÑOS DE EXPORTACIÓN/IMPORTACION				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 5	24	80%	16	44%
De 5 a 10	6	20%	11	31%
De 10 a 15	0	0%	8	22%
De 15 a 20	0	0%	1	3%
Más de 25	0	0%	0	0%
TOTAL	30	100%	36	100%



En esta pregunta se indica que el 80% de la empresas exportadoras y el 44% de las importadoras están exportando de 1 a 5 años, el 20% de las exportadoras y el 31% de las importadoras de 5 a 10 años, el 22% de la importadoras de 10 a 15 años y el 3% de las importadoras de 15 a 20 años, es decir que la exportación es un mundo nuevo que se está experimentando gracias a muchas facilidades que ha puesto el Estado para incentivar a las empresas a que lo hagan y uno de esos incentivos es la devolución de IVA a los exportadores, mientras que la importación ha comenzado antes y su mayor auge igualmente los ha tenido entre los 10 últimos años.

8) ¿Cuál es el país a donde exporta o de donde importa productos?

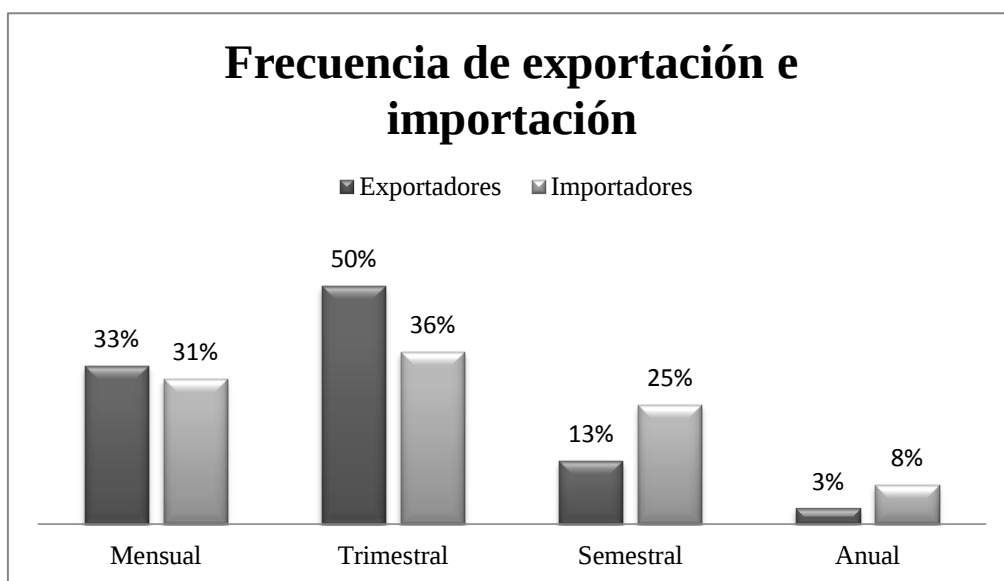
EXPORTACIONES/IMPORTACIONES POR PAIS				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Estados Unidos		42,80%		29,64%
Unión Europea		14%		32,53%
Asia		9,41%		11,27%
América Latina		25%		25,37%
Otros Países		8,79%		1,19%
TOTAL		100,00%		100%



Esta pregunta es básica ya que permite determinar cuáles son los países a los que más se exporta y de los que más se importa para con esto tener una guía de que países son los que se debe tener más en cuenta, en los resultados se obtuvo que al país que más se exporta y del que más se importa es Estados Unidos con el 42.80% y 29.64% respectivamente, seguido de la Unión Europea en cuestión de importaciones con el 32.53% mientras que para las exportaciones es más bajo con el 14%, es decir, estos países son los terceros a los que más se exporta, América Latina con el 25% de las exportaciones y el 25.37% de las importaciones es un lugar muy atractivo para el comercio exterior, seguido de Asia con el 9.41% y 11.27% en exportaciones e importaciones y por últimos se puso en general otros países con el 8.79% para exportaciones y 1.19% para importaciones.

9) ¿Con que frecuencia exporta/importa productos?

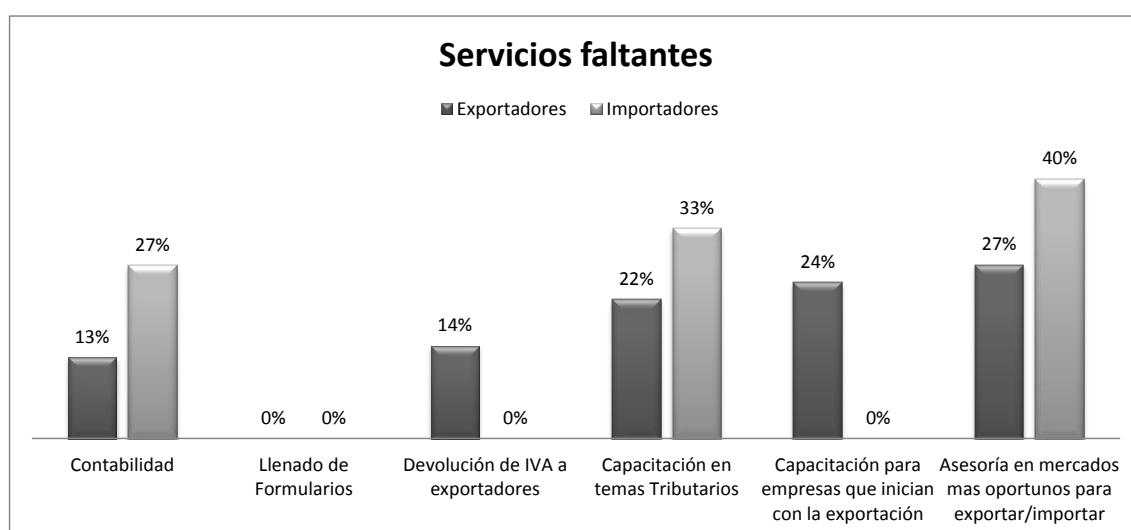
FRECUENCIA DE EXPORTACIÓN/IMPORTACION				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	10	33%	11	31%
Trimestral	15	50%	13	36%
Semestral	4	13%	9	25%
Anual	1	3%	3	8%
TOTAL	30	100%	36	100%



El 50% de las empresas exportan y el 36% de las empresas importan sus productos trimestralmente, el 33% exportan y el 31% importan productos mensualmente, el 13% exportan y el 25% importan productos semestralmente y el 3% exportan y 8% importan productos de forma anual.

10) De los servicios mencionados a continuación. ¿Cuáles son los que le hacen falta a su negocio?

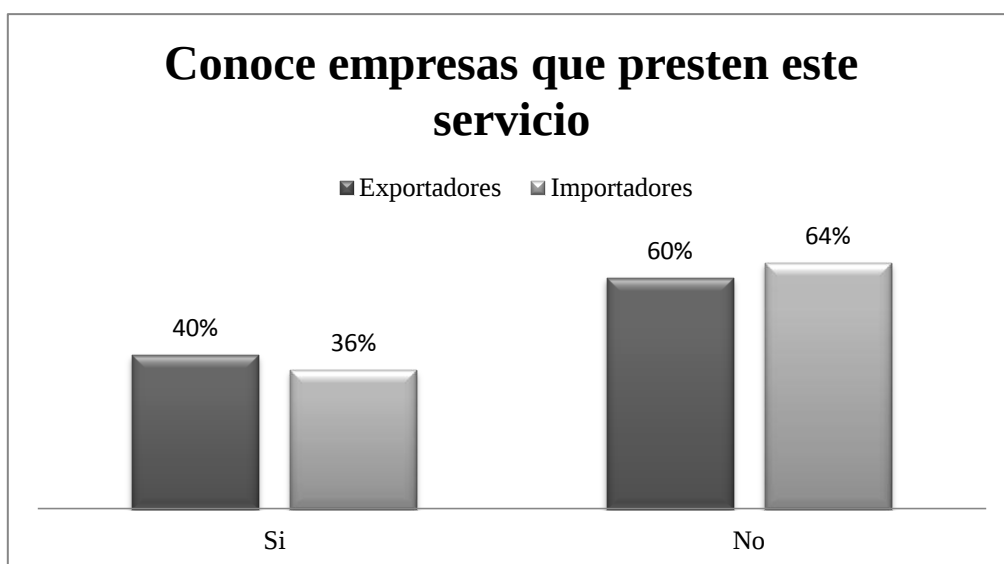
SERVICIOS FALTANTES				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Contabilidad	14	13%	14	27%
Llenado de Formularios	0	0%	0	0%
Devolución de IVA a exportadores	16	14%	0	0%
Capacitación en temas Tributarios	24	22%	17	33%
Capacitación para empresas que inician con la exportación	27	24%	0	0%
Asesoría en mercados mas oportunos para exportar/importar	30	27%	21	40%
TOTAL	111	100%	52	100%



Esta pregunta sirvió para ver los servicios que están faltando en las empresas y tengan conocimiento de servicios que pueden contratar, es así que se obtuvo que el 13% de las empresas exportadoras y el 40% de las importadoras solicitan servicios contables, el 14% de empresas exportadoras no conocían o hacen el trámite de la devolución de IVA a exportadores, el 22% de las exportadoras y el 33% de las importadoras requieren capacitaciones en temas tributarios para sus empleados, el 24% de las empresas exportadoras buscan capacitaciones ya que sus empresas están iniciando en la exportación y el de 27% de exportadoras e importadoras están interesadas en asesoría en mercados más oportunos para exportar e importar.

12) Tiene conocimiento sobre la existencia de empresas dedicadas a ofrecer estos servicios?

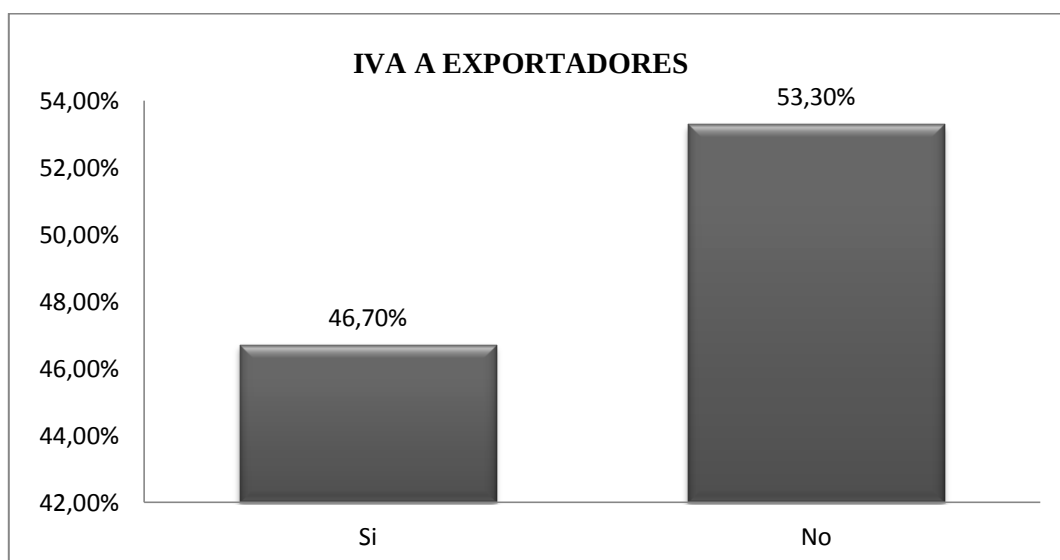
CONOCE EMPRESAS QUE PRESTEN EL SERVICIO				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	40%	13	36%
No	18	60%	23	64%
TOTAL	30	100%	36	100%



El 40% de las empresas exportadoras y el 36% de las importadoras tienen conocimiento de empresas que prestan este tipo de servicios y el 60% de las empresas exportadoras y el 64% de las importadoras no saben quién puede asesorarles con esos temas.

13) ¿Conoce usted acerca del beneficio de ley sobre la devolución del pago del IVA en las exportaciones?

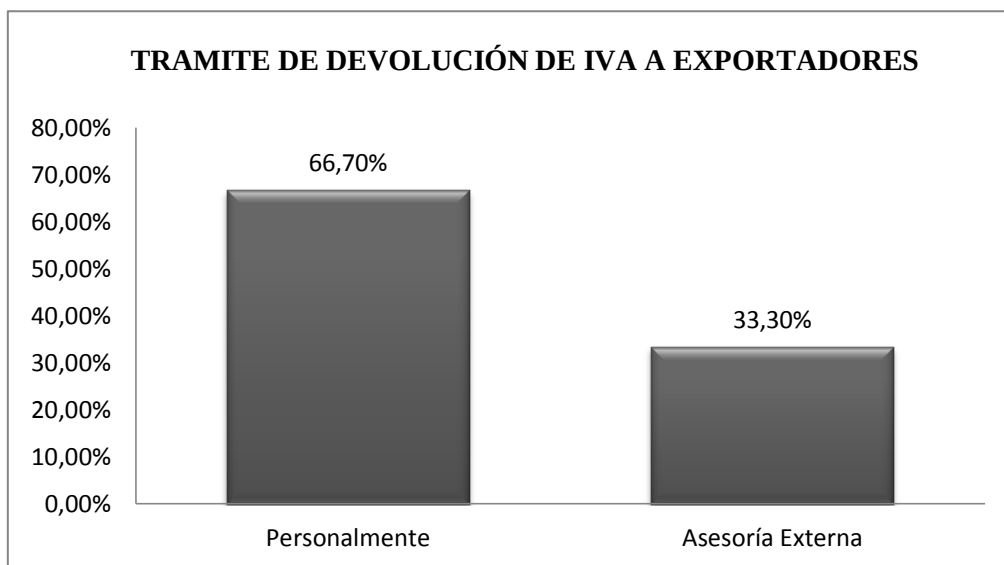
IVA A EXPORTADORES		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	46,70%
No	16	53,30%
TOTAL	30	100%



Esta pregunta es muy importante porque el 53.3% de las empresas indicaron que no conocen sobre el beneficio de la devolución de IVA en las exportaciones y el 46.7% que si lo conocen, es decir que más de la mitad de las empresas encuestadas no sabían que pueden recuperar su IVA y hay oportunidad en el mercado para poder ofertar dicho producto.

14) ¿Cómo realiza usted la gestión para obtener la devolución del IVA?

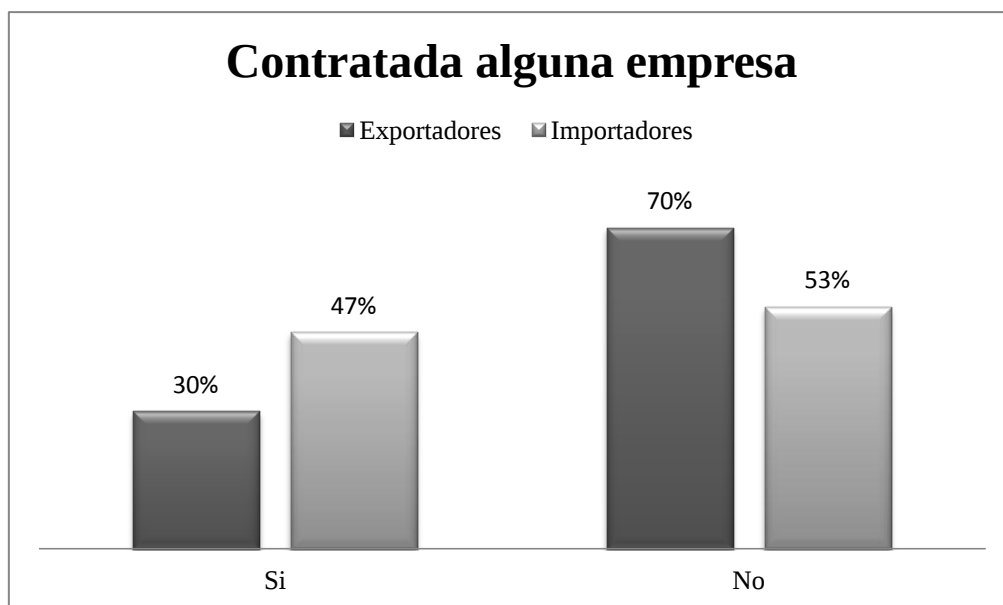
TRAMITE DE DEVOLUCIÓN DE IVA A EXPORTADORES		
	Frecuencia	Porcentajes
Personalmente	20	66,70%
Asesoría Externa	10	33,30%
TOTAL	30	100%



De las empresas que si realizan el trámite de devolución de IVA a exportadores, la mayoría con el 66.7% lo realizan personalmente y el 33.3% lo hacen con asesoría externa.

15) ¿Actualmente tiene contratados los servicios de una empresa que le asesore?

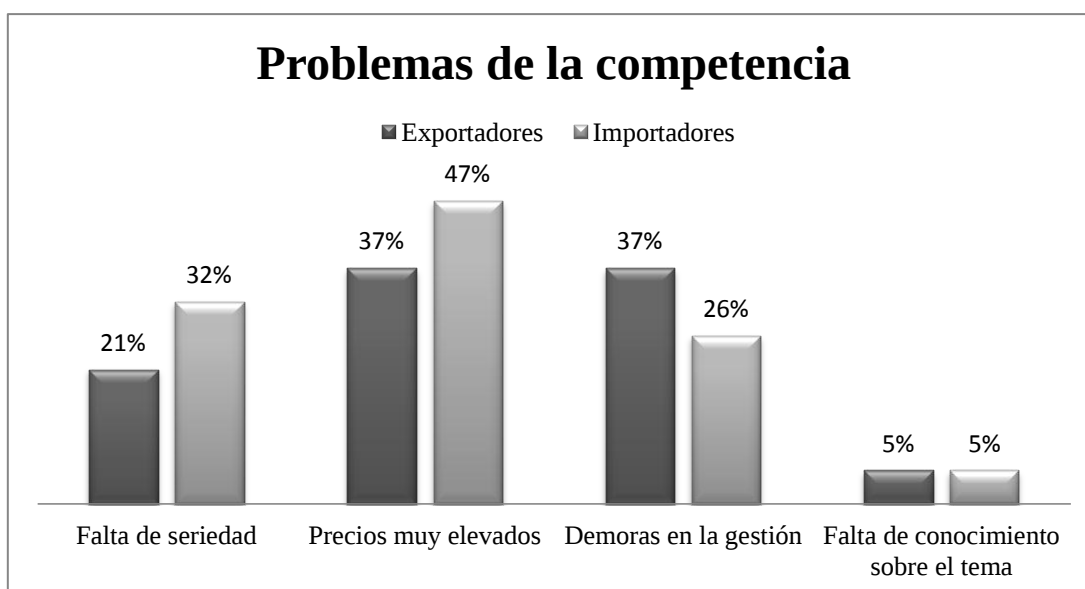
SE TIENE CONTRATADA ALGUNA EMPRESA				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	30%	17	47%
No	21	70%	19	53%
TOTAL	30	100%	36	100%



El 30% de las empresas exportadoras y el 47% de las importadoras indicaron que si tienen contratado el servicio de una empresa de consultoría y el 70% de las exportadoras y el 53% de las importadoras señalaron que no, estos procesos lo hacen por medio de su contador o personalmente.

16) Señale los problemas que ve en la empresa que actualmente tiene contratado este servicio.

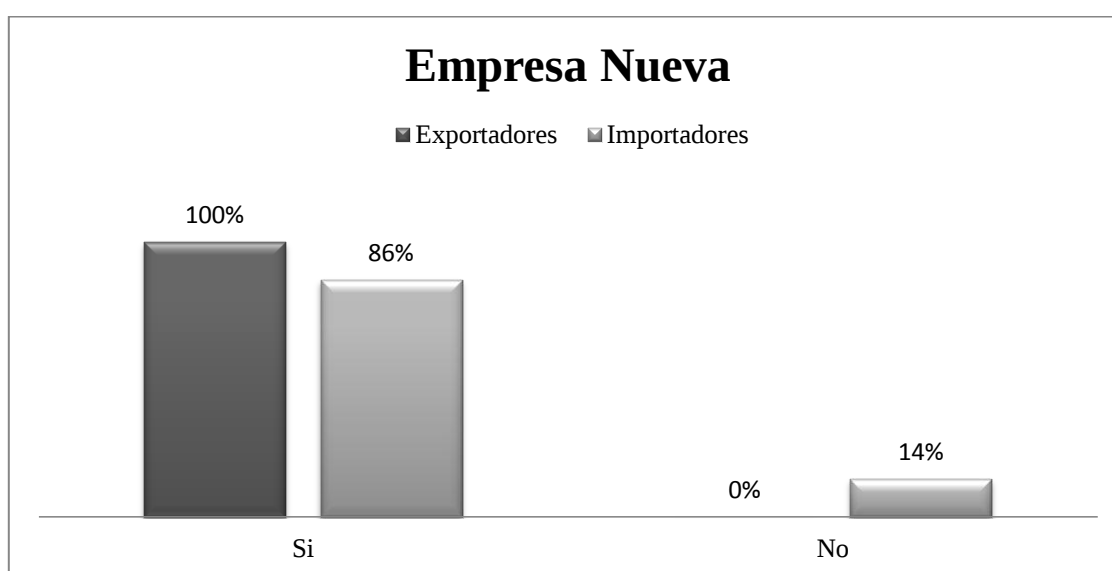
PROBLEMAS DE LA COMPETENCIA				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Falta de seriedad	4	21%	6	32%
Precios muy elevados	7	37%	9	47%
Demoras en la gestión	7	37%	5	26%
Falta de conocimiento sobre el tema	1	5%	1	5%
TOTAL	19	100%	21	100%



Esta pregunta fue realizada a las personas que tienen contratada una empresa consultora en la que se desea saber cómo se sienten con su servicio, el 32% de las exportadoras y el 21% de las importadoras indicaron que tienen problemas por falta de seriedad, el 37% de los exportadores y el 47% de importadores indicaron que los precios son muy elevados, el 37% de las exportadoras y el 26% de las importadoras señalaron que tienen problemas con demoras en la gestión y el 5% restante de ambas indicaban que no manejan con excelente conocimiento el tema.

17) ¿Estaría interesado en contratar los servicios de una nueva empresa especializada que le garantice, seriedad, puntualidad, con resultados positivos para su empresa y a precios razonables?

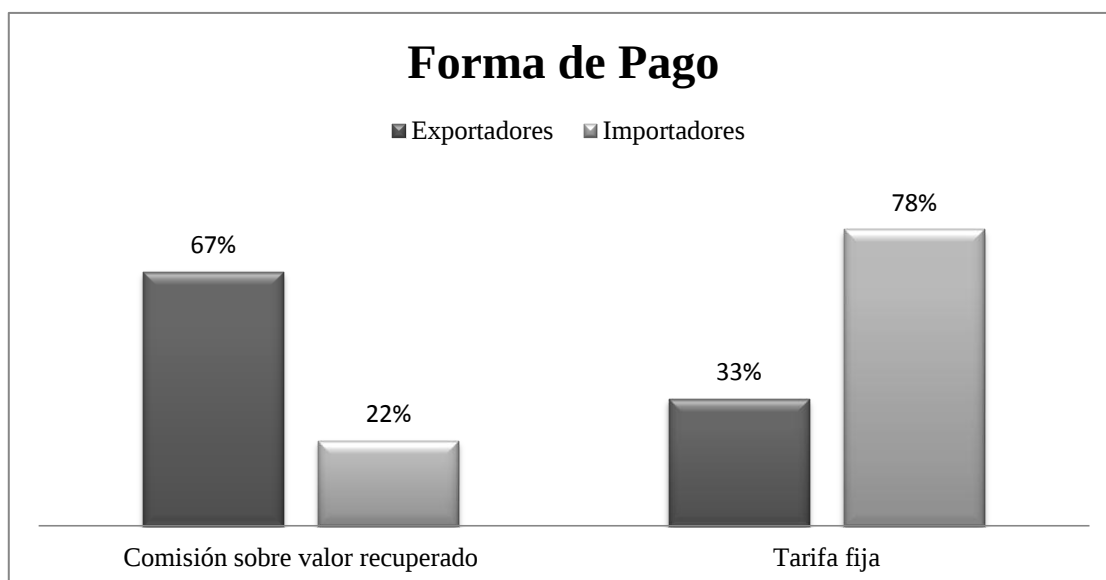
EMPRESA NUEVA				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	100%	31	86%
No	0	0%	5	14%
TOTAL	30	100%	36	100%



Al realizar esta pregunta todas las empresas, es decir el 100% de las empresas exportadoras estuvieron de acuerdo en que si desearían que exista una nueva empresa que preste servicios especializados, con responsabilidad, puntualidad y a buenos precios y de las empresas importadoras apenas el 14% indicaron que estaban a gusto con las empresas o contadores que gestionan sus servicios y que no les interesaba que hubiera una nueva empresa prestando dichos servicios.

18) ¿Cuál de las siguientes formas de pago preferiría aplicar a su empresa?

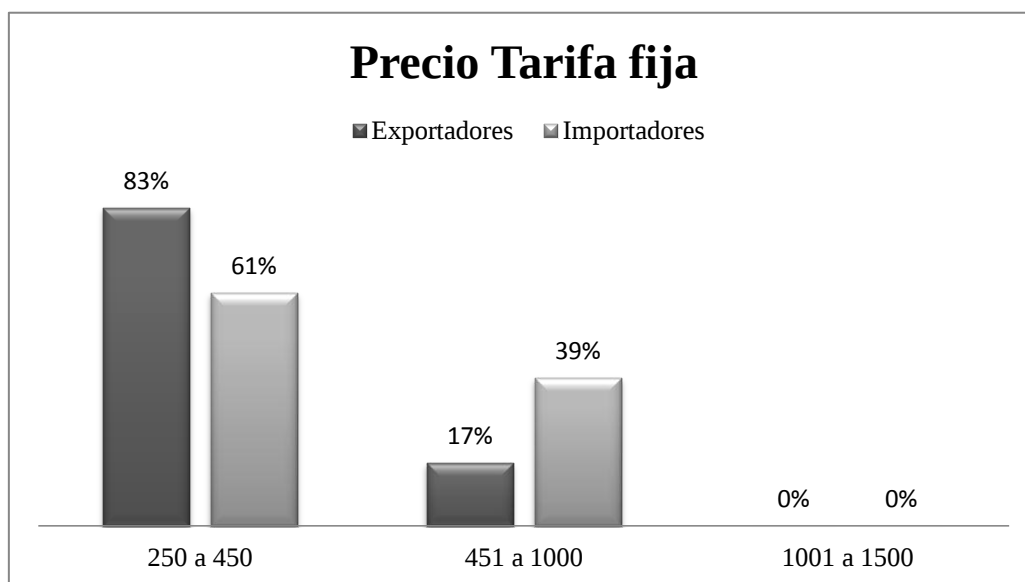
FORMA DE PAGO				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Comisión sobre valor recuperado	20	67%	8	22%
Tarifa fija	10	33%	28	78%
TOTAL	30	100%	36	100%



En las empresas que fueron encuestadas se obtuvo como resultado que el 67% de las empresas exportadoras y el 22% de las importadoras preferirían la comisión sobre el valor recuperado como forma de pago y el 33% de las exportadoras frente al 78% de las importadoras preferían el pago por tarifa fija.

19) ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar de forma fija por la contratación de estos servicios?

PRECIO TARIFA FIJA				
	EXPORTADORES		IMPORTADORES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
250 a 450	25	83%	22	61%
451 a 1000	5	17%	14	39%
1001 a 1500	0	0%	0	0%
TOTAL	30	100%	36	100%



La fijación de precios depende del resultado de esta pregunta en donde los resultados arrojaron que el 83% de los exportadores y el 61% de los importadores desearían pagar una tarifa fija de \$250 a \$450 dólares mientras que el 17% de los exportadores y el 39% de los importadores estarían dispuestos a pagar un precio fijo de \$451 a \$1000.

3.2 Análisis e Interpretación de Resultados

3.2.1 Análisis de la Demanda

La demanda en PYMES de servicios en negocios internacionales, contabilidad y tributarios es creciente en la ciudad de Quito, pues cada día se realizan transacciones internacionales, y los impuestos están involucrados en todas y cada una de ellas

3.2.1.1 Comportamiento Histórico de la demanda

La razón principal para realiza un análisis histórico del comportamiento de la demanda está en tener un panorama del cuál fue la evolución que ha tenido a través del tiempo, y mediante estos datos poder llegar a pronosticar su comportamiento futuro.

DEMANDA HISTORICA	
Año	No. de solicitudes
2008	1639
2009	2300
2010	2014
2011	2134
2012	1337

Tabla 3.7.2: Demanda Histórica
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: La Autora

3.2.1.2 Demanda Actual de Servicio

La demanda actual del servicio corresponde a la cantidad del servicio que se requiere en este momento por el mercado.

Según el Servicio de Aduana del Ecuador las PYMES que se encuentran exportando e importando en la ciudad de Quito son

DEMANDA ACTUAL	
Año	No. de solicitudes
2013	1742

Tabla 3.7.3: Demanda Actual
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: La Autora

3.2.1.3 Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda se tomará en cuenta la demanda actual y se la proyectará con la tasa de crecimiento que ha tenido la demanda histórica.

$$TC = \sqrt[n-1]{UV/VA} - 1$$

Dónde:

TC: Tasa de Crecimiento

UV: Valor más cercano (1742)

VA: Valor más antiguo (1639)

n: Número de años o periodo (6)

$$TC = \sqrt[6-1]{1742/1639} - 1$$

$$TC = \sqrt[5]{1.0632} - 1$$

$$TC = 0.0123 \times 100$$

$$TC = 1.23\%$$

3.2.1.4 Demanda Proyectada

Se toma como base el año actual y mediante la tasa de crecimiento se hace una proyección a 5 años.

DEMANDA PROYECTADA	
Año	No. de solicitudes
2014	1763
2015	1785
2016	1807
2017	1829
2018	1852
2019	1875

Tabla 3.7.5: Demanda Proyectada

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: La Autora

3.2.2 Análisis de la Oferta

La oferta de servicios en negocios internacionales es limitada pero en contabilidad y servicios tributarios en la ciudad de Quito es amplia, para el segmento de pymes, la principal competencia son los contadores, ya que son los que se encargan de la parte contable y tributaria de las empresas de este tamaño, y la parte de asesoramiento en negocios internacionales no queda cubierta.

Por lo que se puede concluir que la oferta de servicios tributarios existe pero no satisface las necesidades de la demandada en su totalidad.

3.2.2.1 Comportamiento histórico de la oferta

Para establecer la oferta histórica del servicio, se ha tomado en cuenta el número de empresas que prestan servicios de consultoría según la Superintendencia de Compañías.

OFERTA HISTORICA	
Año	No. de solicitudes
2008	319
2009	355
2010	394
2011	438
2012	487

Tabla 3.8.1: Oferta Histórica

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: La Autora

3.2.2.2 Oferta Actual

La oferta actual corresponde al número de empresas que ofrecen servicios de asesoría en Quito.

OFERTA ACTUAL	
Año	No. de solicitudes
2013	541

Tabla 3.8.2: Oferta Actual

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: La Autora

3.2.2.3 Proyección de la Oferta

Para el cálculo de la proyección de empresas que prestan servicios de consultoría en Quito se utilizó el método de los mínimos cuadrados las fórmulas utilizadas fueron las siguientes:

$$Y = a + bx$$

Donde:
$$a = \frac{\sum y}{n}$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Año	y	x	xy	x ²
2008	319	-2	-639	4
2009	355	-1	-355	1
2010	394	0	0	0
2011	438	1	438	1
2012	487	2	974	4
TOTAL	1994		418	

Tabla 3.8.3: Proyección de la Oferta 1

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: La Autora

$$a = 1994 / 5 = 398.8;$$

$$b = 418 / 5 = 83.6;$$

$$Y = 344.6 + 105.5 x$$

Año	a	b	x	Oferta Proyectada
2014	398,8	83,6	3	649,6
2015	398,8	83,6	4	733,2
2016	398,8	83,6	5	816,8
2017	398,8	83,6	6	900,4
2018	398,8	83,6	7	984,0

Tabla 3.8.3.1: Proyección de la Oferta 2

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: La Autora

3.2.3 Estimación de la Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha actual corresponde la diferencia entre la demanda actual y la oferta actual de las empresas que requieren el servicio y la competencia.

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2013	1742	541	1201

Tabla 3.9: Estimación de la Demanda Insatisfecha

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: La Autora

3.2.3.1 Estimación de la Demanda Insatisfecha Proyectada

La comparación de la demanda proyectada con la oferta proyectada (período por período) permite hacer una estimación de la demanda insatisfecha. En efecto, existe demanda insatisfecha cuando las demandas detectadas no están suficientemente atendidas.

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2014	1763	319	1444
2015	1785	355	1430
2016	1807	394	1413
2017	1829	438	1391
2018	1852	487	1365

Tabla 3.10: Estimación de la Demanda Insatisfecha Proyectada

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: La Autora

3.3 APLICACIÓN PRÁCTICA

3.3.1 Tipo de empresa

De acuerdo a su capital

Es una empresa privada debido a que su capital proviene de personas particulares.

De acuerdo a sector o actividad

Sector terciario o de servicios.

De acuerdo a su tamaño

Es una microempresa con 6 personas como personal.

De acuerdo a su forma jurídica

Compañía de responsabilidad limitada.

De acuerdo con los socios que participaran en la creación de la empresa Impex Soluciones Directas se ha determinado que la empresa será de Responsabilidad Limitada con dos socios, ambos de nacionalidad ecuatoriana y con capacidad civil para contratar, se domiciliara en la ciudad de Quito y el aporte económico de cada uno se detallará a continuación.

Nombres	Capital Suscrito
Jorge Cueva	\$ 8000,00
Vanessa Cueva	\$ 5000,00
Total	\$ 13.000,00

Tabla 4.1.4: Inversión Socios

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: La Autora

3.4 Aplicación Estratégica

3.4.1 Misión

Somos una empresa consultora que brinde servicios tributarios, contables y de negocios internacionales con calidad, confiabilidad y eficiencia, convirtiéndose en un aliado estratégico para que los clientes alcancen sus objetivos y se consoliden en el mercado nacional y extranjero en base a una asesoría personalizada.

3.4.2 Visión

La Visión de Impex Soluciones Directas, es convertirse en una consultora como especialista en apoyo para la empresa basada en la excelencia en el servicio, a la medida del cliente, mediante la aplicación de una innovadora metodología de consultoría, logrando tener presencia y reconocimiento a nivel nacional.

3.4.3 Valores

La conducta de todos y cada uno de los miembros de Impex Soluciones Directas se mantendrá siempre bajo la práctica de los valores institucionales que se describen a continuación:

- Enfoque hacia el cliente.- Centrándose en la satisfacción del cliente interno y externo. Esforzándose por entender al cliente, anticiparse a sus necesidades y proporcionarles soluciones adecuadas y convenientes para todos.
- Empowerment.- Actuando como dueño dentro del alcance de su rol y responsabilidad. Generando soluciones creativas e innovadoras para corregir los problemas del trabajo y apoyando constructivamente las ideas de los demás.
- Consideración hacia la gente.- Basada en el respeto mutuo, el compromiso y la confianza, reconociendo y retribuyendo la creatividad, iniciativa y energía del personal.
- Trabajo en equipo.- Convocar a las mejores personas para que aporten sus ideas.
- Mejora continua.- Esforzarse para mejorar productos, servicios y procesos tratando de satisfacer a los clientes para alcanzar y mantener ventajas competitivas.
- Confidencialidad.- Manejando con absoluta reserva toda la información interna y de los clientes internos y externos.

3.4.4 Objetivos

Objetivo General

Posicionar a Impex Soluciones Directas, como una consultora que brinde servicios tributarios, contables y de negocios internacionales con los estándares más altos de calidad y eficacia que requieran los clientes a los que se presten sus servicios en el mercado nacional.

Objetivos Específicos

- Consolidar entre los clientes como una empresa seria, ética y responsable que brinde servicios de alta calidad y confiabilidad.
- Posicionar a la empresa en el mercado local y poder expandirse a nivel nacional.
- Orientar a los clientes con el personal más capacitado para apoyar al desarrollo de la empresa.

3.4.5 Organigrama Estructural de la Empresa

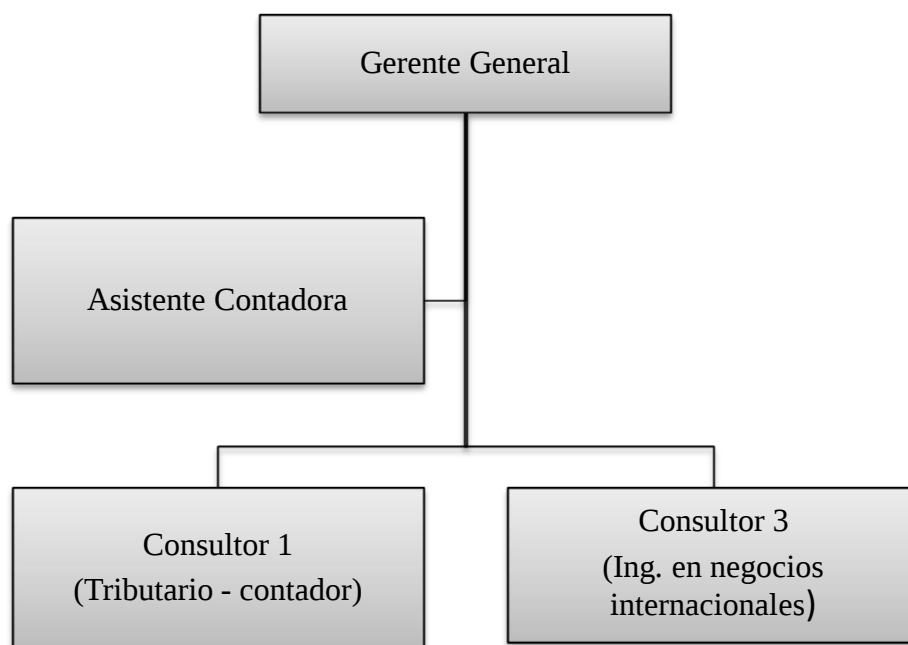


Gráfico 4.2.5: Organigrama Estructural de la Empresa

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: La Autora

3.4.6 Estructura Funcional de la Empresa

Gerente General

- Realizar la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía.
- Administra los recursos para el funcionamiento de la empresa
- Aprueba planes, programas y determinar las mejores alternativas de inversión de la empresa

- Planificar, organizar, dirigir y controlar la gestión empresarial.
- Cumplir y hacer cumplir los acuerdos y resoluciones emitidas.
- Responder sobre la gestión

Asistente Contadora

- Proporcionar información sobre los servicios ofertados por la empresa
- Manejo, control y gestión de los suministros
- Mantener un adecuado registro inventariado de los activos, propiedades y materiales.
- Elaborar reportes administrativos y financieros de la empresa.
- Ejecutar las actividades relacionadas con la contabilidad de la empresa.
- Llevar un registro de compras de insumos, materiales y equipos para el funcionamiento de la empresa
- Realizar pagos y cobros a proveedores y clientes.
- Coordinar las actividades del personal de servicios.
- Manejo de caja chica.
- Efectuar el control de los ingresos de facturación de los servicios.

Consultor 1 (Tributario – contador)

- Las aperturas de los libros de contabilidad.
- Establecimiento de sistema de contabilidad.
- Estudios de estados financieros y sus análisis.
- Certificación de planillas para pago de impuestos.
- Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
- La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones
- Se encarga de gestionar el cumplimiento de las responsabilidades tributarias ante la administración estatal
- Se en carga de la parte de procesos de los servicios que realiza la empresa
- Se encarga de Devolución de Impuestos, procesamiento y representación
- Tramites fiscales ante las autoridades fiscales y administrativas.

Consultor 2 (Ing. En negocios internacionales)

- Formular e implementar estrategias de negocios en un contexto global
- Realiza investigación e inteligencia de nuevos mercados.
- Promoción internacional de bienes y servicios.
- Planeación y desarrollo de estrategias de operación y comercialización.
- Administración de procesos de importación y exportación de bienes y servicios.
- Consultoría en materia de comercio internacional y comercio exterior.

3.4.7 Organigrama de posición

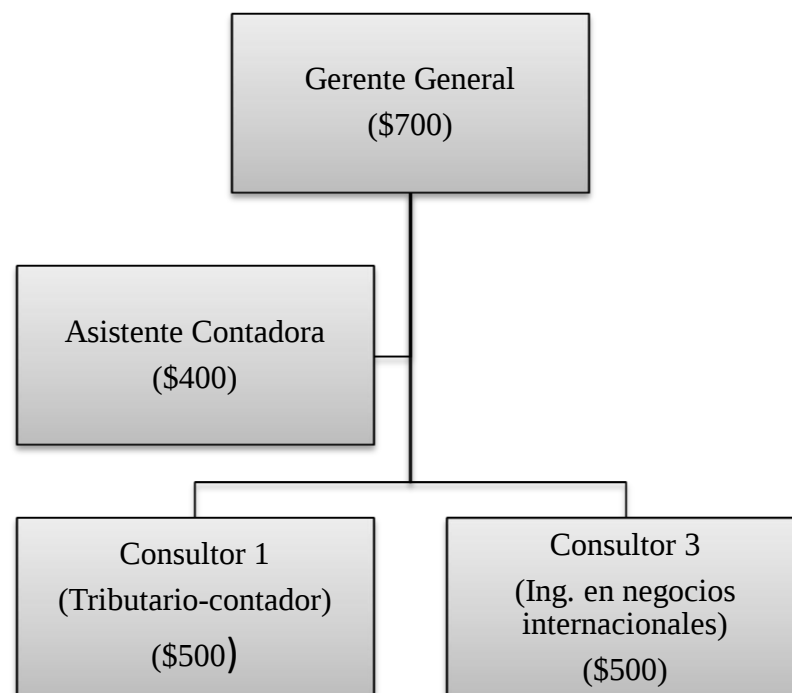


Gráfico 4.2.7: Organigrama de posición

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: La Autora

3.5 Aplicación de Marketing

3.5.1 Segmentación de Mercado

3.5.1.1 Segmentación Geográfica

La ubicación del mercado estará enfocada, a las empresas que realizan su actividad económica en la ciudad de Quito.



Gráfico 3.3.1: Mapa de Quito

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

3.5.1.2 Segmentación por tipo de Empresas

Empresas del sector privado, las cuales sean pequeñas o medianas.

3.5.1.3 Segmentación por actividad Económica de las Empresas

Empresas que se encuentren exportando e importando productos.

Una vez realizada la segmentación, el mercado para el presente proyecto está definido por, pequeñas y medianas empresas privadas, que realizan exportación e importación, y que tengan sus operaciones en la ciudad de Quito.

3.5.2 Propuesta de Valor

3.5.2.1 Producto o servicio

"Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes". (THOMPSON, 2012, pág 196)

Impex Soluciones Directas, se la constituirá como una empresa de responsabilidad limitada, la empresa estará dedicada a la prestación de servicios de asesoramiento en temas tributarios, contables y de negocios internacionales debido a que la normativa ecuatoriana exige el cumplimiento de declaración de impuestos puntualmente cada mes, además que actualmente el gobierno ha creado tantos incentivos para que las empresas ecuatorianas saquen sus productos a mercados internacionales quienes demandan capacitación en temas de exportación y análisis de mercados más convenientes para la exportación de sus productos.

Como se ha indicado en el presente documento los servicios que se van a prestar serán personalizados y especializados según las necesidades del cliente, pero como la base de clientes a los cuales se ofertaran lo servicios son Pymes que exportan e importan en la ciudad de Quito se presenta el siguiente listado de servicios que se desea brindar:

- Consultoría
 - ✓ Asesoría Tributaria
 - ✓ Asesoría la Exportador
 - ✓ Planeación Fiscal
 - ✓ Diagnóstico de la aplicación de las normas tributarias
 - ✓ Asesoría integral de comercio exterior
- Procesos
 - ✓ Declaración de Impuestos
 - ✓ Devolución del Impuesto al Valor Agregado IVA
 - ✓ Reclamo por pago indebido o en exceso
 - ✓ Convenios de doble tributación
- Contabilidad
- Coaching
 - ✓ Tributario
 - ✓ Para pymes que inician con la actividad de exportación

3.5.2.2 Características de los servicios

- **Asesoría Tributaria**

La asesoría tributaria ira enfocada a informarle al contribuyente sobre sus obligaciones tributarias, cuando debe presentar declaraciones de impuestos, con qué información, por qué medios y dónde; también se asesorará en temas puntuales que requiera el cliente, absolución de consultas, análisis de problemas.
- **Asesoría al Exportador**
 - Oportunidades comerciales
 - Información sobre documentos y certificaciones
 - Consultas de informes producto-mercado
 - Análisis de mercados más oportunos para exportación e importación de productos
 - Búsqueda de ferias y eventos para la exposición de productos a nivel nacional e internacional.

- **Planeación Fiscal**

- Determinar en la evaluación de los proyectos de inversión, los posibles efectos de los impuestos en forma anticipada.
- Considerar alternativas de ahorro en impuestos, en los proyectos de inversiones u operaciones que se vayan a realizar.
- Mejorar el flujo de caja de las compañías, programando con la debida anticipación el cumplimiento adecuado de las obligaciones tributarias.

- **Diagnóstico de la aplicación de las normas tributarias**

- Realizar una evaluación crítica, desde el punto de vista tributario de las operaciones desarrolladas por la Sociedad, así como de la documentación de soporte de dichas operaciones por un periodo determinado.
- Establecer el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias producto de las operaciones desarrolladas por la empresa y determinar si existe alguna desviación entre las prácticas seguidas por la empresa y las normas tributarias vigentes.
- Identificar posibles riesgos tributarios relacionados con las operaciones de la sociedad o con la forma de documentar las mismas.
- Brindar apoyo técnico para evaluar, con la gerencia de la empresa, aquellos aspectos que requieran la adopción de un cambio de criterio

- **Asesoría integral de comercio exterior**

- Requisitos y trámites para exportar e importar
- Acuerdos comerciales vigentes y en negociación
- Tarifas y preferencias arancelarias
- Barreras no arancelarias.
- Directorio de exportadores y oferta exportable del país
- Normativa nacional e internacional de Comercio Exterior
- Estadísticas de Comercio Exterior
- Perfiles de productos y sectores Información básica sobre mercados

- **Contabilidad**

Lo que se busca a más de ofrecer servicios tributarios, también es ofrecer servicios contables. Se han incluido este tipo de servicios porque tienen relación directa con la parte tributaria, además de acuerdo al estudio de mercado efectuado, se determinó que es un servicio que tiene acogida entre las pymes, además puede significar la puerta de

entrada hacia un asesoramiento más de índole tributaria y también puede llevar a la empresa a potenciales clientes.

3.5.2.3 Precio

La asignación del precio se la hizo en base al estudio de la competencia, desarrollada en las cinco fuerzas de Porter, también se tomó en cuenta factores de costos de lugar e insumos y se determinó un porcentaje de utilidad para la rentabilidad de la empresa.

La estrategia de precio a utilizarse será la de penetración, la que se caracteriza por una alta calidad y un precio medio, cabe recalcar que la estrategia de precio irá cambiando a medida que el producto pase a otra etapa de ciclo de vida, ya que al momento se encuentra en una etapa de introducción, estos serán los precios de los principales servicios a ofrecerse:

PRECIO DE SERVICIOS
Asesoría Tributaria especializada: 100 USD por hora
Asesoría al Exportador: 120 USD por hora
Procesos: 15 USD a 50 USD dependiendo del trámite, en cobro de devolución de IVA a exportadores y Reclamos por pagos indebidos o en exceso se cobrara el 9% y 8% respectivamente del valor recuperado
Contabilidad: 50 USD a 300 por mes dependiendo del volumen de trabajo
Capacitación Tributaria: 200 USD por persona, mínimo 10 persona
Coaching para pymes exportadoras: 200 USD por persona, mínimo 10 persona

Gráfico 4.3.1.3: Precio de servicios

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado Por: La Autora

Estos precios pueden ser ajustados de acuerdo a las condiciones del cliente, si el trabajo exige un ordenamiento adicional de la documentación o nueva elaboración de estados financieros, el precio subirá proporcionalmente al trabajo extra que se debe realizar. Es por ello indispensable la verificación del estado de la información del cliente para poder evaluar y cobrar un precio justo.

3.5.2.4 Plaza

La empresa Impex Soluciones Directas tiene planeado establecer su oficina principal en el sector centro norte de la ciudad de Quito, para que la ubicación sea de fácil acceso para la mayoría de cliente, adicionalmente se lo hará a través de citas en el lugar de operaciones u oficinas del cliente para mayor facilidad del mismo.

3.5.2.5 Promoción

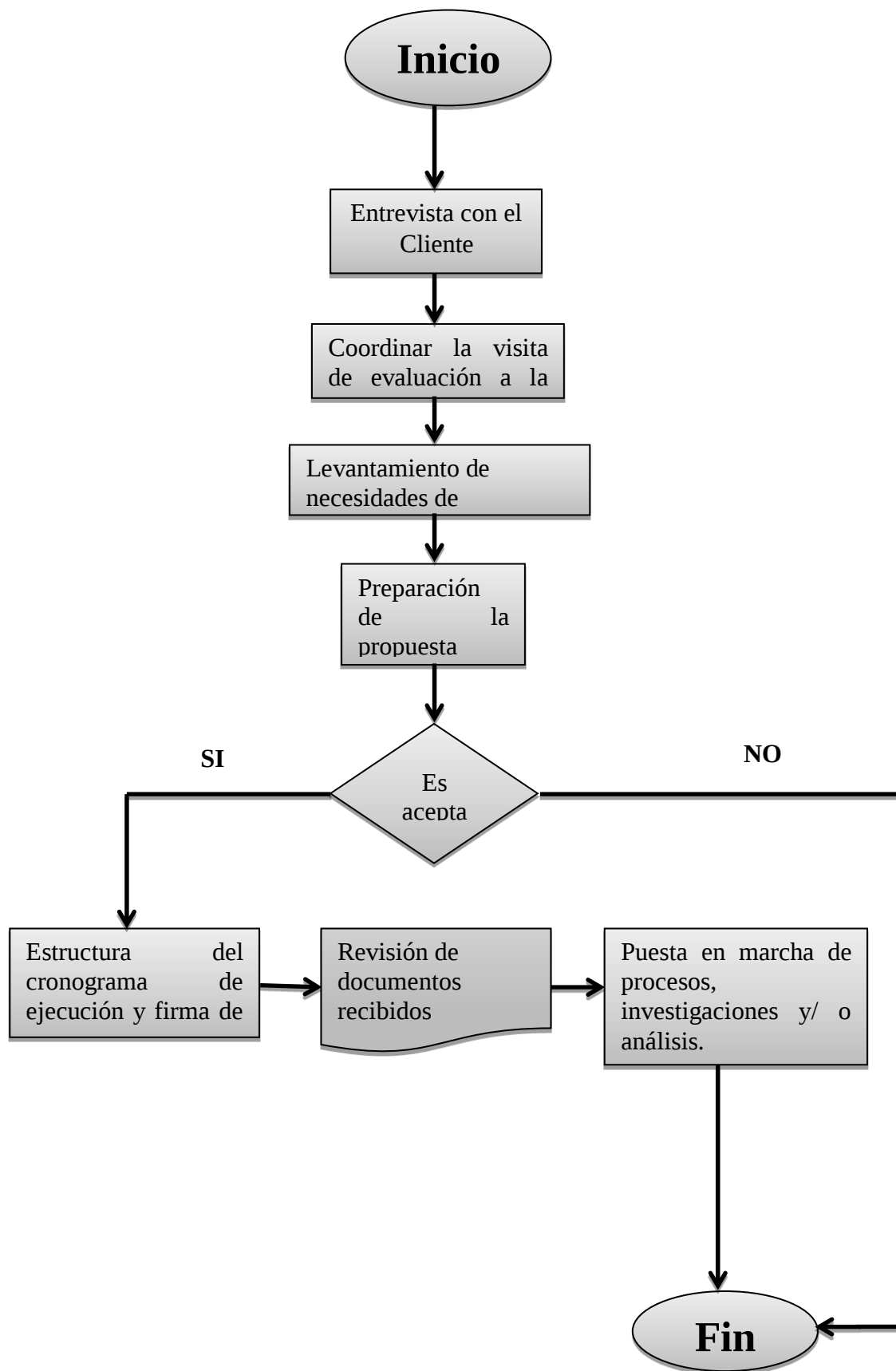
El medio por el que la empresa pretende llegar a sus potenciales clientes será a través de una página web, ya que según los resultados obtenidos en la encuesta se establece que las empresas al momento de buscar consultoras para contratar sus servicios lo hacen mediante internet, mientras que cuando se realizó el análisis de la competencia se evidenció que son solo las grandes empresas las que tienen páginas webs en donde ofertan sus servicios.

Y, se complementara con una campaña de publicidad que permita dar a conocer la nueva empresa y los servicios que ofrece, de tal manera que se logre el posicionamiento en la mente de los consumidores, para lo que se utilizara volantes, además de una buena presentación de las instalaciones de la empresa ya que será la carta de presentación para todos los clientes de la empresa.

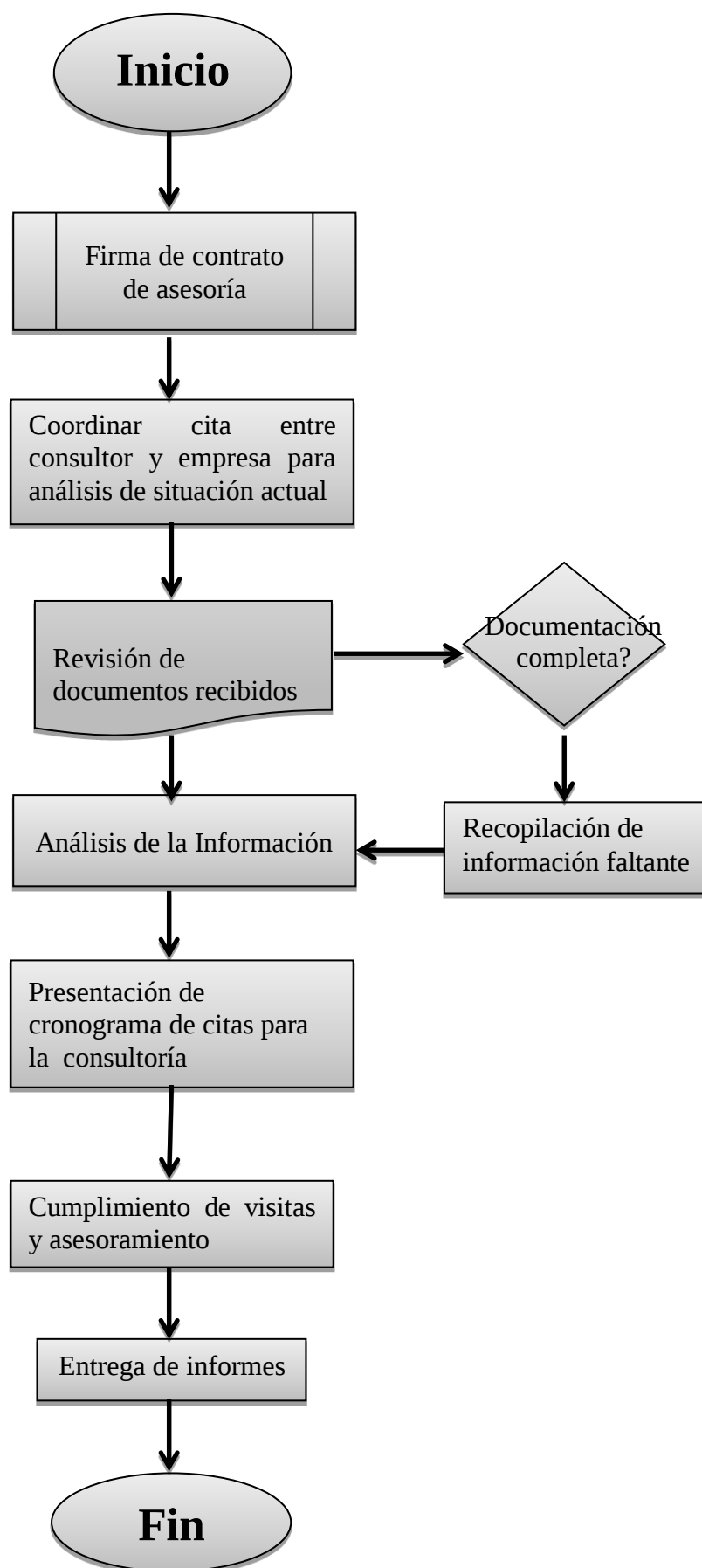
3.6 Aplicación del Servicio

Los servicios que proporcionará Impex Soluciones Directas están divididos en consultoría, procesos y capacitación, por lo cual a continuación se detalla cómo se presentará el servicio para los clientes en un flujograma.

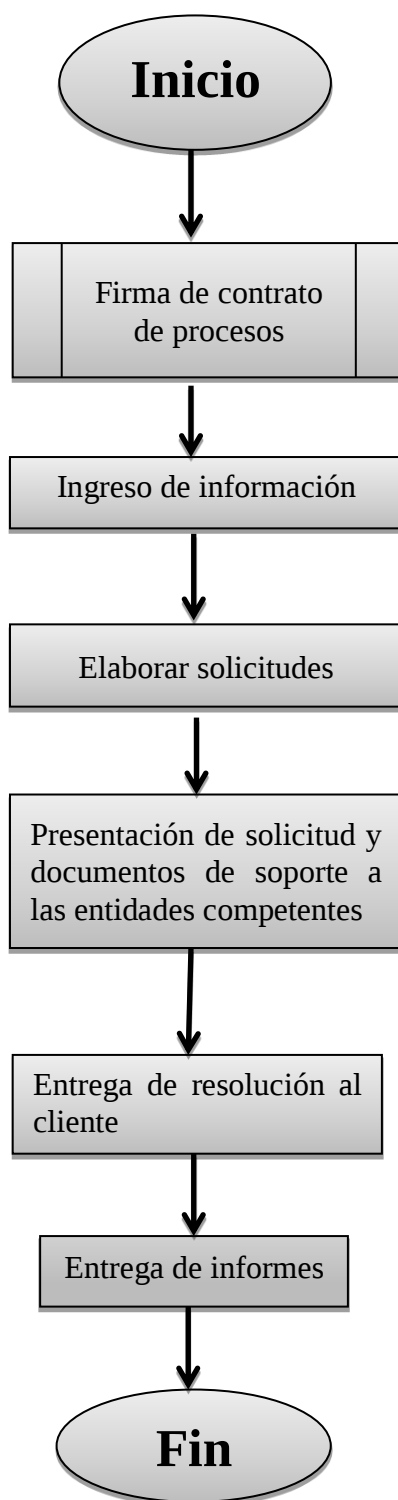
3.6.1.1 Diagrama de Contratación del Servicios



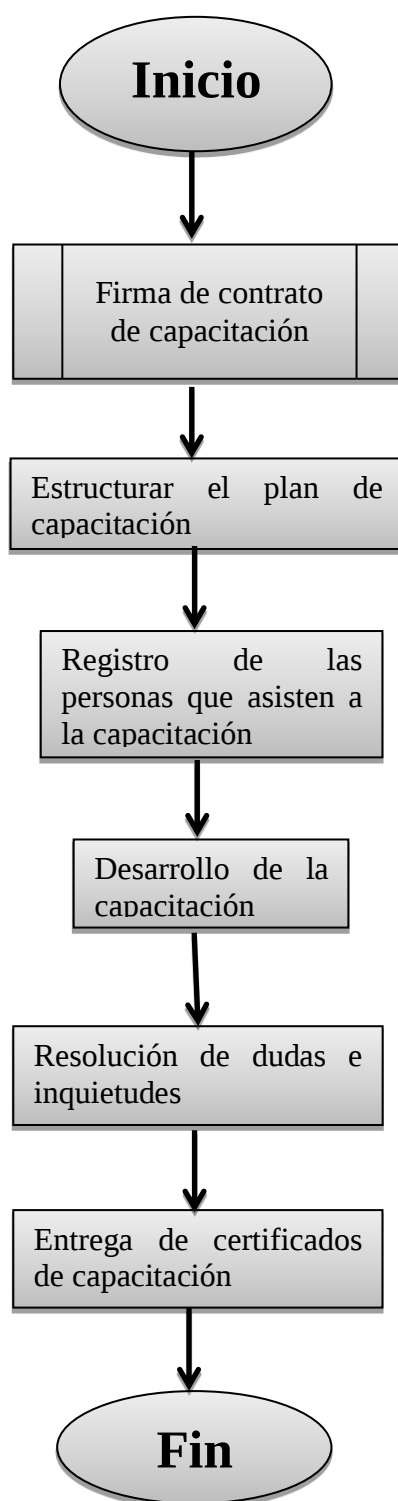
3.6.1.2 Diagrama de servicio de consultoría



3.6.1.3 Diagrama de servicio de procesos



3.6.1.4 Diagrama de servicio de capacitaciones



3.7 APLICACIÓN FINANCIERA

Por medio de la evaluación financiera se podrá determinar la rentabilidad del proyecto y analizar si es viable o no la creación de la empresa. Para esto se debe definir aspectos importantes como la inversión inicial, costos, gastos, etc.; y de esta manera determinar la factibilidad de emprender la creación de Impex Soluciones Directas empresa consultora de negocios internacionales especializada en Pymes que importan y exportan en la ciudad de Quito.

Los estados financieros se realizan en base a los siguientes lineamientos los cuales se desarrollarán en el presente capítulo financiero:

- Se debe vender al menos dos paquetes completo el primer mes, el segundo mes ya deben ser tres, el tercero cuatro y del cuarto en adelante cinco el primer año para así poder generar utilidad para la empresa.
- Se iniciará con 3 personas, Gerente General, Asistente Contadora y 1 consultor para el primer semestre y en el segundo semestre se incorporaran 1 consultor más para poder cubrir la demanda.
- Habrá un consultor eventual a quien se lo contratará en periodos fuertes.
- Se dictarán 5 capacitaciones tributarias y 5 capacitaciones de comercio exterior al año con un mínimo de 10 personas x capacitación
- Se pueden dictar capacitaciones particulares si el cliente lo solicitare siempre y cuando hayan al menos 6 personas.

3.7.1 Activos

Activos Fijos

Un activo fijo es un bien de una empresa, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.

A continuación se detalla el valor de la inversión en activos fijos para el funcionamiento de Impex Soluciones Directas:

SUMINISTROS			
CANTIDAD	DETALLES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	Cajas de Papel Bond	35,00	105,00
2	Caja de Lapices	3,50	7,84
2	Caja de esferograficos	7,50	16,80
5	Flash memories	8,00	44,80
5	Grapadoras	5,00	28,00
5	Cinta adhesiva	0,30	1,68
5	Saca grapas	0,75	4,20
10	Archivadores doble argolla ancha	2,60	29,12
3	Rollos de Papel de fax	3,60	12,10
5	Perforadoras	5,00	28,00
10	Cajas de clips	0,30	3,36
2	Toners para Impresora LS355	60,00	134,40
1	Caja de Resaltadores	6,50	7,28
1	Caja Borradores	3,75	4,20
1	Caja de Correctores	12,00	13,44
20	Folders amarillo sencillo	0,20	4,48
TOTAL			444,70

Tabla 5.1.1: Tabla de Activos Fijos

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

3.7.2 Capital de Trabajo

Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto, hasta que los ingresos generados por el propio proyecto cubran los gastos de operación. Los rubros que conforman el capital de trabajo se detallan en el siguiente cuadro:

CAPITAL DE TRABAJO		6.477,81
GASTOS ADMINISTRATIVOS		5.977,81
Arriendo	500,00	
Suministros de Oficina	444,70	
Sueldos + Beneficios	2.699,11	
Servicios	84,00	
Mantenimiento	250,00	
Garantía de oficina	1.000,00	
Constitución de la empresa	1.000,00	
GASTOS DE VENTA		500,00
Publicidad	500,00	

Tabla 5.1.2: Capital de Trabajo

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

3.7.3 GASTOS

Los gastos por lo general son desembolsos de dinero en los que la empresa incurre para realizar la gestión administrativa, permitiendo llevar un buen funcionamiento.

SUELDOS Y SALARIOS

Son las remuneraciones regulares asignadas al personal administrativo de la empresa; por el desempeño de un cargo o servicio profesional; sueldos que incluyen los beneficios de ley y el aporte al IESS como se observa a continuación:

Cargo	Nº Emp	Salario Unificado	IESS Patronal	Decimo III	Decimo IV	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total Beneficios	Total 1er mes	Total Meses	Total Beneficios por meses	Valor anual antes de Beneficios	Valor anual con Beneficios
Gerente	1	700,00	85,05	58,33	26,50	58,31	29,17	257,36	957,36	12	3.088,32	8.400,00	11.488,32
Asistente Contadora	1	400,00	48,60	33,33	26,50	33,32	16,67	158,42	558,42	12	1.901,04	4.800,00	6.701,04
Consultor 1	1	500,00	60,75	41,67	26,50	41,65	20,83	191,40	691,40	12	2.296,80	6.000,00	8.296,80
Consultor 2	1	500,00	60,75	41,67	26,50	41,65	20,83	191,40		6	1.148,40	3.000,00	4.148,40
Consultor Auxiliar	1	350,00	42,53	29,17	26,50	29,16	14,58	141,93	491,93	4	567,72	1.400,00	1.967,72
TOTAL	5	2.450,00	297,68	204,17	106,00	204,09	102,08	940,51	2.699,11		9.002,28	23.600,00	32.602,28

Tabla 5.2.1.1: Sueldos y Salarios

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

GASTOS GENERALES

Está conformado por rubros que permitirán el funcionamiento mensual de la empresa en los cuales constan los que se indican a continuación en el gráfico.

Descripción	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Luz Eléctrica	34,00	408,00
Servicio Telefónico	30,00	360,00
Agua potable	20,00	240,00
Internet	40,00	480,00
Limpieza	50,00	600,00
Mantenimiento	250,00	3.000,00
Suministros	444,70	480,00
Arriendo	500,00	2.000,00
Constitución de la empresa	83,33	1.000,00
SUBTOTAL	1.452,03	8.568,00
IMPREVISTOS 2%	29,04	171,36
TOTAL	1.481,07	8.739,36

Tabla 5.2.1.2: Gastos Generales.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

3.7.4 PROYECCION DE GASTOS

Se toma como base el total de gastos de un año y se lo proyecta a 5 años con un incremento de 2.7% anual que corresponde a la inflación del año 2013.

PROYECCION DE GASTOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total gastos	8.739,36	8.975,32	9.217,66	9.466,53	9.722,13

Tabla 5.2.2: Proyección de Gastos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

3.7.5 DEPRECIACIONES

Se toma en cuenta el total de los activos y los valores de vida útil y % de valor residual dados por el SRI para determinar la depreciación de los mismos.

ACTIVO FIJO	VALOR DE ADQUISICION	VIDA UTIL	% VALOR RESIDUAL	VALOR RESIDUAL	BASE IMPONIBLE	DEPRECIACION
Equipos de Oficina	1.355,20	10	7,50%	101,64	1.253,56	125,36
Equipos de Computación	13.737,07	3	15%	2.060,6	11.676,51	3.892,17
Muebles de Oficina	3.964,80	10	7,50%	297,36	3.667,44	366,74
TOTAL DEPRECIACIONES						4.384,27

Tabla 5.2.3: Depreciaciones

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

3.7.6 INGRESOS

Los ingresos se obtendrán de la prestación de servicios a las pymes que importan y exportan, cuyos ingresos están basados en el cálculo del costo unitario.

Descripción	Precio x persona	Total Unitario	Total anual
Asesoría Tributaria	100,00	100,00	9.900,00
Asesoría a Exportador	120,00	120,00	11.880,00
Procesos	50,00	50,00	4.950,00
Contabilidad	300,00	300,00	29.700,00
Capacitación Tributaria	200,00	2.000,00	10.000,00
Coaching para pymes	200,00	2.000,00	8.000,00
Total Paquete	970,00	4.570,00	74.430,00

Tabla 5.3: Cuadro de Ingresos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

PROYECCION DE VENTAS

Se toma como base el total de ventas de un año y se lo proyecta a 5 años con un incremento de 2.7% anual que corresponde a la inflación del año 2013.

PROYECCION DE VENTAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios	74.430,00	76.439,61	78.503,48	80.623,07	82.799,90

Tabla 5.3.1: Proyección de Ingresos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

3.7.7 FINANCIAMIENTO

El financiamiento del proyecto está conformado por dos fuentes: internas y externas. Las fuentes internas provienen del capital de la empresa y las fuentes externas son las que provienen de una entidad financiera o una entidad pública que realice este tipo de servicios.

Inversión	25.534,87
Propios	8.937,21
Préstamo	16.597,67

Tabla 5.3.1: Proyección de Ingresos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

La inversión total del proyecto es USD 25.534,87; los cuáles serán financiados el 35% por los recursos propios de la empresa con un valor de USD 8.937,21 y el 65% restante de la inversión con un valor de USD 16.597.67 serán financiados por medio de un crédito obtenido por la Corporación Financiera Nacional (CFN).

3.7.8 CRÉDITO CON TERCEROS

El crédito se maneja con una tasa que va en un rango de 9.75% hasta el 11.5% anual, que corresponde a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Monto	Interés	Años de Plazo
16.597,21	11,50%	4 años

TABLA DE AMORTIZACION ANUAL					
PAGO	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERES	CAPITAL	SALDO FINAL
1	16.597,67	4.249,30	159,06	4.090,24	12.507,42
2	12.507,42	4.249,30	119,86	4.129,44	8.377,98
3	8.377,98	4.249,30	80,29	4.169,01	4.208,97
4	4.208,97	4.249,30	40,34	4.208,97	0,00

Tabla 5.4.1: Tabla de Amortización Anual

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

TABLA DE AMORTIZACION MENSUAL 1ER AÑO					
PAGO	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERES	CAPITAL	SALDO FINAL
1	16.597,67	433,02	159,06	273,96	16.323,71
2	16.323,71	433,02	156,44	276,58	16.047,13
3	16.047,13	433,02	153,78	279,23	15.767,90
4	15.767,90	433,02	151,11	281,91	15.485,99
5	15.485,99	433,02	148,41	284,61	15.201,38
6	15.201,38	433,02	145,68	287,34	14.914,04
7	14.914,04	433,02	142,93	290,09	14.623,95
8	14.623,95	433,02	140,15	292,87	14.331,08
9	14.331,08	433,02	137,34	295,68	14.035,41
10	14.035,41	433,02	134,51	298,51	13.736,90
11	13.736,90	433,02	131,65	301,37	13.435,52
12	13.435,52	433,02	128,76	304,26	13.131,26

Tabla 5.4.1.1: Tabla de Amortización mensual 1er año

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

3.7.9 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis con el objetivo de determinar si es factible o no la implementación de una empresa de consultoría en negocios internacionales, contable y tributaria.

ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante un periodo determinado.

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	74.430,00	76.439,61	78.503,48	80.623,07	82.799,90
(-) Costos Fijos	6.080,00	6.244,16	6.412,75	6.585,90	6.763,72
(-) Costos Variables	32.602,28	33482,542	34386,57	35315,008	36268,513
UTILIDAD BRUTA	35.747,72	36.712,91	37.704,16	38.722,17	39.767,67
(-) Gastos Financieros	8.739,36	8.975,32	9.217,66	9.466,53	9.722,13
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	27.008,36	27.737,59	28.486,50	29.255,64	30.045,54
15% Utilidad Trabajadores	4051,254	4160,6379	4272,9751	4388,3454	4506,8307
UTILIDAD ANTES DE I.R.	22.957,11	23.576,95	24.213,53	24.867,29	25.538,71
25% Impuesto a la Renta	5739,2765	5894,237	6053,3814	6216,8227	6384,6769
UTILIDAD NETA	17.217,83	17.682,71	18.160,14	18.650,47	19.154,03

Tabla 5.5.1: Estado de Resultados

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

FLUJO DE CAJA

Por medio del flujo de caja podremos observar los flujos de entrada y salida de efectivo por el lapso de 5 años.

Dentro del flujo de caja se han presentado ingresos, egresos, el valor de la inversión, depreciaciones, pagos de interés y de capital para cubrir la deuda del préstamo; por medio de estos datos se ha obtenido una utilidad neta al final de cada año.

A partir del primer año en que la empresa inicia su comercialización, se puede observar que deja saldos positivos en el flujo de caja lográndose incrementos notables a partir del segundo año en adelante por efecto de la finalización de la amortización de la deuda. Los detalles del flujo de caja del proyecto se pueden observar a continuación:

FLUJO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	25.534,87					
Total Ingresos		74.430,00	76.439,61	78.503,48	80.623,07	82.799,90
Costos Fijos		6.080,00	6.244,16	6.412,75	6.585,90	6.763,72
Costos Variables		32.602,28	33.482,54	34.386,57	35.315,01	36.268,51
UTILIDAD BRUTA		35.747,72	36.712,91	37.704,16	38.722,17	39.767,67
Gastos Financieros		8.739,36	8.975,32	9.217,66	9.466,53	9.722,13
Depreciación Equipos de Oficina		125,36	624,00	624,00	624,00	624,00
Depreciación Equipos de Computación		3.892,17	3.876,00	3.876,00	3.876,00	3.876,00
Depreciación Muebles de Oficina		366,74	1.781,00	1.781,00	1.781,00	1.781,00
Pago Intereses		159,06	119,86	80,29	40,34	0,00
Pago Capital		4.090,24	4.129,44	4.169,01	4.208,97	0,00
UTILIDAD OPERACIONAL		18.374,79	17.207,28	17.956,20	18.725,33	23.764,54
15% Utilidad Trabajadores		2.756,22	2.581,09	2.693,43	2.808,80	3.564,68
UTILIDAD ANTES DE I.R.		15.618,57	14.626,19	15.262,77	15.916,53	20.199,86
22% Impuesto a la Renta		3.436,09	3.217,76	3.357,81	3.501,64	4.443,97
UTILIDAD NETA	-25.534,87	12.182,48	11.408,43	11.904,96	12.414,90	15.755,89

Tabla 5.5.2: Flujo de Caja.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

3.7.10 INDICADORES FINANCIEROS

Para verificar la viabilidad y factibilidad del proyecto se tomarán en cuenta las siguientes variables financieras:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

Por medio de estos indicadores se verificará si el proyecto es rentable y se tomará la decisión de invertir en la creación de la empresa Impex Soluciones Directas.

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN está dado por la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{VF - I_o}{(1+i)^n}$$

En donde,

VF = Valor del Flujo de Caja

I_o = Inversión inicial

i = Tasa de oportunidad del capital

n = Número de periodos considerados

$$VAN = 17.625,89$$

Si el VAN es mayor a 0, la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad requerida. Se puede entender que el proyecto es aceptable. Es decir, que para este proyecto es bastante rentable ya que el VAN está bastante alejado de 0.

Tasa Interna De Retorno (TIR)

La fórmula del TIR está representada de la siguiente manera:

$$\text{TIR} = \frac{VF - I_0}{(1+i)^n} = 0$$

Se utiliza la misma fórmula del VAN igualada a 0 ya que el TIR es la suma que pone los ingresos y egresos en equilibrio o hace que en un futuro los ingresos sean iguales a los egresos.

$$\text{TIR} = 39\%$$

Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo en el cuál se recuperará en su totalidad la inversión de la creación de Impex Soluciones Directas será de:

$$\text{PRI} = 2 \text{ años } 1 \text{ mes}$$

3.8 Conclusión

Es importante cumplir cada uno de los lineamientos establecidos para este estudio ya que si no se llegaran a cumplir, es posible que la empresa no sea rentable o no pueda cumplir el pago de sueldos y costos, pero en sí financieramente se ha podido demostrar que la empresa si es factible de implementar con un 39% de tasa de retorno y se logrará recuperar la inversión en un periodo de dos años un mes lo que no es mucho tiempo y se podría acelerar esta recuperación si se llegará a tener más clientes de los establecidos al inicio de este capítulo.

CAPITULO VI

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

- Se concluye que el proyecto es viable para su implementación después de los análisis realizados en cada uno de los capítulos, el estudio de mercado fue fundamental para analizar que la demanda está siendo insatisfecha por las otras empresas de consultoría, es decir que el mercado si acepta la creación de la nueva empresa.
- Después del análisis y estudio de mercado realizado se concluye que es viable la creación de Impex Soluciones Directas siempre y cuando se cumpla con todos los objetivos, metas y planteamientos establecidos.
- El 68.9% es la demanda insatisfecha por servicios contables, tributarios y principalmente de negocios internacionales.

La demanda de pequeñas y medianas empresas que se dedican a exportar e importar en la ciudad de Quito es amplia, pero es importante destacar que actualmente sus servicios están a cargo de contadores quienes han llevado sus procesos por mucho tiempo y es posible que se dificulte el cambio de ellos por una empresa de consultoría.

- Como se desarrolló en el capítulo tres en el estudio técnico el planteamiento de los procesos mediante flujogramas hará que los servicios sean estandarizados y con calidad facilitando la realización de los mismos, además de que se acortarán tiempos de tramitología y si sería necesario contratar más personal facilitará la adaptación a la metodología de la empresa.
- Para tener una afectación positiva a la rentabilidad de la implementación de la empresa de consultoría de negocios internacionales es importante cumplir las

metas de ventas, si bien es cierto que es una empresa nueva, se debe al menos tener un cliente al primer mes lo que significa un ingreso de \$1.000 y esto debe incrementará dos y tres clientes para el segundo y tercer mes respectivamente. Si se sigue estos lineamientos se va a llegar al fin dl primer año con una rentabilidad del 40% y permitiendo pagar el préstamo inicial en un periodo de 2 años

4.2 RECOMENDACIONES.

- Se recomienda la puesta en marcha del plan de implementación de la empresa consultora de negocios internacionales siempre y cuando se cumplan las metas, objetivos y lineamientos indicados en el documento.
- Se recomienda no descuidar las políticas previamente establecidas en el proyecto en cada uno de los niveles que conforma su organización y operación.
- Utilizar estrategias de mercado para captar a nuevos clientes que están utilizando servicios de contadores destacando la integralidad de servicios y sobretodo la asesoría específica en mercados internacionales, servicio que no es cubierto por contadores y que es de gran interés por los propietarios.
- Se recomienda crear guías comerciales de productos para los exportadores que están buscando ingresar en nuevos mercados internacionales.
- Cumplir los procesos específicos establecidos en los diagramas de flujo para ahorrar tiempos del cliente y de la empresa y generar mayor utilidad para la empresa dándole un servicio de calidades a las Pymes utilicen nuestros servicios.
- Actualización y capacitación constante de los miembros de la empresa por las constantes actualizaciones o reformas de leyes y códigos.
- Aprovechar la apertura del gobierno en dar créditos para el desarrollo de nuevas empresas en el país.

Bibliografía

CÓDIGO ORGÁNICO DE PRODUCCIÓN. (2013).

LEY DE COMPAÑÍAS. (2013).

LEY DE CONSULTORÍA DEL ECUADOR. (2013).

LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO. (2013).

LEY ORGÁNICA DE ADUANA. (2013).

AVILA, S. (2009). Estudio del Nivel de exportación y el acceso al mercado internacional de las PYMES ecuatorianas mediante la migración. Quito.

BACA, U. G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill Interamericana Editores S.A.

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR de www.bce.gob.ec

CAMARA DE COMERCIO DE QUITO, 2013, de Guía del Exportador:
http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=218&&Itemid=5

SICE Sistema de Información Sobre el Comercio Exterior de www.sice.oas.org

FISHER, L. (2009). *Mercadotecnia*. McCraw Hill.

KOTLER, P. (2003). *Dirección de Marketing, Conceptos Básicos*.

LERMA, A., & MARQUEZ, E. (2009). *Comercio y Marketing Internacional*. CENGAGE Learning.

MALHOTRA, N. (2004). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Education.

MIPRO, Programa de exportación para las PYMES, 2013, de
http://www.mipro.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1639:programas-mipymes&catid=90:detalles&Itemid=72

MIPRO, *Programas sectoriales, PYMES de acuerdo a su producción*, 2013, de http://www.mipro.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=274:estudios-sectoriale-mipymes&catid=90:detalles&Itemid=74

OSORIO, C. (2009). *Diccionario del comercio internacional*. ECOE.

PORTER, M. (2009). *Ser Competitivo*. Barcelona: Ediciones Deusto.

Sistema Nacional de Información de www.sni.gob.ec

THOMPSON, I. (2012). *Promo Negocios*. Recuperado el 26 de Agosto de 2013, de www.promonegocios.net

TROYA, J. V. (2008). *Estudios de Derecho Internacional Tributario*. Quito: Pudeleco Editores S.A.

ZAMBRANA, C. (2005). *Administración de Comercio Internacional*. Costa Rica: Publicaciones de la UNED.

ANEXOS

ENCUESTA

EMPRESA: _____

1. ¿Cuál es la actividad a la que se dedica su empresa?

- a) Comercialización ☐
- b) Producción ☐
- c) Servicios ☐

2. ¿Cuántos empleados tienen su empresa?

De 1 a 9 ☐ De 10 a 49 ☐ De 50 a 199 ☐ Más de 199 ☐

3. ¿A cuánto asciende aproximadamente el monto de sus ventas mensuales?

4. ¿Esta Ud. Al día con en la declaración de sus impuestos?

SI ☐ NO ☐

5. ¿Para realizar sus declaraciones tributarias Ud. las realiza mediante?

- a) Consultora ☐
- b) Contador particular ☐
- c) Elaboran personalmente ☐

6. Si usted no se encarga personalmente de la parte contable y tributaria de su negocio ¿Cómo calificaría el desempeño de la persona o compañía que ha contratado para esta área?

- a) Excelente ☐
- b) Bueno ☐
- c) Regular ☐
- d) Malo ☐

7. ¿A la hora de buscar asesoría tributaria a dónde acudiría?

- a) Prensa ☐
- b) Guía Telefónica ☐
- c) Internet ☐
- d) Consultaría a otras personas ☐

8. ¿Durante cuantos años su empresa está dedicada a la actividad exportadora/importadora?

De 1 a 5 ☐ De 5 a 10 ☐ De 10 a 15 ☐

De 15 a 20 ☐

Más de 25 ☐

9. ¿Cuál es el país a donde exporta o de donde importa productos?

10. ¿Con qué frecuencia exporta/importa productos?

Mensual ☐ Trimestral ☐ Semestral ☐ Anual ☐

11. De los servicios mencionados a continuación. ¿Cuáles son los que le hacen falta a su negocio?

- a) Contabilidad ☐
- b) Llenado de formularios ☐
- c) Devolución del IVA por exportaciones ☐
- d) Capacitación en temas tributarios ☐
- e) Capacitaciones para empresas que inician con la exportación ☐
- f) Asesoría en análisis de mercados más oportunos para exportar /importar ☐

12. ¿Tiene conocimiento sobre la existencia de empresas dedicadas a ofrecer estos servicios?

Si ☐ cuál _____
No ☐

13. ¿Conoce usted acerca del beneficio de ley sobre la devolución del pago del IVA en las exportaciones?

Si ☐ No ☐

14. ¿Cómo realiza usted la gestión para obtener la devolución del IVA?

- a) Personalmente ☐
- b) Por medio de asesoría externa ☐

15. ¿Actualmente tiene contratados los servicios de una empresa que le asesore?

Si ☐ No ☐

16. Señale los problemas que ve en la empresa que actualmente tiene contratado este servicio.

- a) Falta de seriedad ☐

- b) Precios muy elevados ☐
- c) Demoras en la gestión ☐
- d) Falta de conocimiento sobre el tema ☐

17. ¿Estaría interesado en contratar los servicios de una nueva empresa especializada que le garantice, seriedad, puntualidad, con resultados positivos para su empresa y a precios razonables?

Si ☐ No ☐

18. ¿Cuál de las siguientes formas de pago preferiría aplicar su empresa?

- a) Comisión sobre el valor Recuperado ☐
- b) Tarifa Fija ☐

19. Qué valor estaría dispuesto a pagar de forma fija por la contratación de este servicio

- a) 250 a 350 USD por mes ☐
- b) 350 a 450 USD por mes ☐
- c) 450 a 550 USD por mes ☐

GRACIAS POR SU AYUDA

PROFORMAS

Av. 10 de Agosto y Río de Janeiro RUC : 1791774582001			
CLIENTE		PROFORMA	
NOMBRE:	VANESSA CUEVA	22/01/2014	
RUC:	1721519278		
CUIDAD:	QUITO	991450389	
TELEFONO:	987763408		
DIRECCION	<u>CHECA 350 Y JUAN CORREA</u>	JUAN SANCHEZ	
Cant.		Precio Unit.	Total
2	CPU-SMC-I3-W8	1.067,06	1.067,06
	CORE I3 3.3/4GB/2TB/LEC/BIOSTAR H61/DV		
2	MUL-EPS-IJ-L355	648,04	648,04
	MUL IMP/SCA/COP TINTA CONTINUA INALA		
4	POR-HP-14-E018LA	4.543,04	4.543,04
	I7 2.2GHZ/8GB/1TB/14"/DVDRW/W8/2GB VID		
	video 2gb ati readon		
PAGO EN EFECTIVO			
SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES CUENTA CORRIENTE BANCO LOJA CTA. 2900744821 CUENTA CORRIENTE BANCO DE PICHINCHA CTA. 3077712404 A NOMBRE DE SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS GARANTIA: 1 AÑO		Subtotal	6.258,14
		Exp. y tram.	
		Impto. estatal	
		12% IVA	750,98
		TOTAL	7.009,12
POINT SAN LUIS TELF 2090281 CEL: 0998224627			



R.U.C.: 1709307399001

MUEBLECOM

Somos expertos en Diseño y Fabricación de Modulares

MUEBLES DE OFICINA Y EL HOGAR

Propietaria: Mirian Piedad Cueva Pacheco

www.mueblecom.com

mcmueblecom@hotmail.com

PROFORMA

FABRICA Y ALMACEN PRINCIPAL: Av. América N° 16-51 y Río de Janeiro Telf.: 2239-147 Telefax: 2525-313

PERSONA NATURAL OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD

0003349

Quito, 22 de enero de 20 14
 Cliente: Sra. Janette Cueva Teléfono: 0987763408
 Dirección: Cotacachi, Azuay 50% Plazo de entrega: inmediato
 Condiciones de pago: Cotacachi 50% Validez de la oferta: 25 días

CANTIDAD	REF.	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
2		ARCHIVADORES Verticales METALICOS DE COCINA GRANDES CON SEGURIDAD	140,00	280,00
2		ARCHIVADORES tipo ARMARIO DE 1,80 ALTO X 0,90 ANCHO X 0,40 FONDO METALICO CON 4 PUERTOS CON SEGURIDAD.	300,00	600,00
4		ESTANTES DE TRABAJO MODELO ARMARIO DE 1,50 X 1,10 X 0,25 CON BASE Y CANTONERAS MODULARES	240,00	960,00
4		SILLONES ELEGANTES MODELO ROMA IMPORTADOS	170,00	680,00
1		ESCRITORIO ELEGANTE DE 1,65 ALTO X 0,70 FONDO X 0,45 ANCHO CON SEGURIDAD	200,00	200,00
2		SILLONES CAPICUEN MODELO BERGENSE CON BRAZOS PLÁSTICOS	150,00	300,00
10		SILLAS DE VISITA MODELO BRASOS C/B	35,00	350,00
1		MEZA OVALADA DE 2,40 X 1,10 X 0,75 PARA 10 PERSONAS	190,00	190,00
1		COMODA DE REPOSICIÓN DE 1,25 ALTO X 0,65 FONDO X 1,05 ANCHO CON CANTONERAS Y FONDO.	220,00	220,00
1		MESA REDONDA DE 0,85 ALTO X 0,80 FONDO X 0,80 FONDO CON PUERTOS.	120,00	120,00
Son: <u>Cuatro mil cuatrocientos veinte y cuatro</u> <u>con 00/100</u>			SUB - TOTAL	3950,00
			IVA <u>12</u> %	474,00
ESTE DOCUMENTO NO ES FACTURA Y NO TIENE VALIDEZ TRIBUTARIA			TOTAL	4424,00
Recibí Conforme	C. I. o Sello	Firma	Vendedor	

0992929026



AdimSoft

Sistemas de administración y planificación de recursos empresariales.

Proforma comercial.

El objetivo de la presente proforma comercial es dar a conocer al cliente Vanessa Cueva, los servicios y bondades de nuestros productos informáticos.

- **Producto:** Sistema de administración de Exportaciones e Importaciones.
Nuestros servicios comprenden desde el momento de la toma de requerimientos y parametrización necesaria para el funcionamiento del sistema así como el proceso de implementación de la arquitectura informática y capacitación sobre el mismo.

Proceso	Descripción	Tiempo	Costo
Diseño	Toma de requerimientos para la parametrización del sistema	1 mes	1600
Desarrollo	Se implementa un ambiente de desarrollo donde se parametriza el sistema según los requerimientos de la empresa y se lo pone a prueba con un grupo de empleados de la empresa	2 meses	3000
Implementación	Una vez aceptada el sistema funcionando en etapa de desarrollo se lo instala en los servidores empresariales en modo producción	2 semanas	1000
Pruebas y correcciones	En caso de presentarse algún tipo de error en la etapa de producción se realizan las correcciones respectivas	1 mes	800
Capacitación	Se imparte el conocimiento necesario a un grupo de máximo 10 personas las cuales serán las responsables de administrar el sistema.	1 mes	2500
TOTAL		5 meses, dos semanas	\$8.000

NOTA.- Cabe indicar que la AdimSoft en la presente proforma no contempla los costos de servidores necesarios para el funcionamiento, en caso de que la empresa contratante desee contar con la infraestructura de maquinaria tecnológica se deberá incluir al costo proformado el valor de 3000 + iva el cual contempla un servidor con capacidad para 100 usuarios en línea.

GD. SUMINISTROS

VENTA DE SUMINISTROS DE OFICINA Y COMPUTACION Y ACCESORIOS DE COMPUTACION

DIRECCION: URBANIZACION ARMENIA 2 SECTOR PUENTE 9

TELEFONO: 2348-972 CORREO ELECTRONICO gd-suministros@hotmail.es

COTIZACION 0003698

EMPRESA: IMPEX SOLUCIONES DIRECTAS

ATENCION: SRA. VANESSA CUEVA

FECHA: Quito 10 ENERO DEL 2014

SUMINISTROS			
CANTIDAD	DETALLES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	Cajas de Papel Bond*	35,00	105,00
2	Caja de Lapices	3,50	7,00
2	Caja de esferograficos	7,50	15,00
5	Flash memories	8,00	40,00
5	Grapadoras	5,00	25,00
5	Cinta adhesiva	0,30	1,50
5	Saca grapas	0,75	3,75
10	Archivadores doble argolla ancha	2,60	26,00
3	Rollos de Papel de fax	3,60	10,80
5	Perforadoras	5,00	25,00
10	Cajas de clips	0,30	3,00
2	Toners para Impresora LS355	60,00	120,00
1	Caja de Resaltadores	6,50	6,50
1	Caja Borradores	3,75	3,75
1	Caja de Correctores	12,00	12,00
20	Folders amarillo sencillo	0,20	4,00
TOTAL NO GRAVA IVA			105,00
TOTAL ANTES DE IVA			303,30
12% DE IVA			36,396
TOTAL A PAGAR			444,70

Atendida por: Graciela Dávila

Celular: 0995800683