



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR E INTEGRACIÓN**

TESIS

**PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO
EXTERIOR E INTEGRACIÓN**

TEMA

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR EN LA EMPRESA OCAVIP CIA.
LTDA., PARA LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE SEGURIDAD
ELECTRÓNICA DESDE MIAMI - EEUU.**

AUTORA

LILIANA INÉS SALAZAR CEVALLOS

DIRECTOR DE TESIS

ING. NELSON CERDA PRADO

QUITO – ECUADOR – 2015

CERTIFICACIÓN DIRECTOR DE TESIS

Certifico que el presente trabajo realizado por Liliana Inés Salazar Cevallos, cuyo tema es: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR EN LA EMPRESA OCAVIP CIA. LTDA., PARA LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE SEGURIDAD ELECTRÓNICA DESDE MIAMI - EEUU.” ha sido dirigido, orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Ing. Nelson Cerda Prado

Director De Tesis

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Liliana Inés Salazar Cevallos estudiante de la Universidad Tecnológica Equinoccial, Facultad De Ciencias Económicas y Negocios, de la carrera de Comercio Exterior E Integración, libre y voluntariamente declaro que el presente PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR EN LA EMPRESA OCAVIP CIA. LTDA., PARA LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE SEGURIDAD ELECTRÓNICA DESDE MIAMI - EEUU., ha sido elaborado en su totalidad por mí, asumiendo la responsabilidad de la autoría. El presente documento ha sido preparado como requerimiento final para la obtención del título de ingeniera de Comercio Exterior E Integración.

Liliana Inés Salazar Cevallos

DEDICATORIA

Para las cuatro personas que más amo en vida:

A mi padre Juan Bolívar Salazar, por el apoyo incondicional en todo momento, quien con su esfuerzo y sacrificio ha hecho posible que haya alcanzado esta meta, gracias papi.

A mi madre Inés Cevallos Navarrete que con su amor y cariño ha sabido comprenderme, porque eres la cómplice de todas mis locuras, siempre impulsas mis sueños e ilusiones, por tu esfuerzo, dedicación y apoyo para que sea cada día mejor, este logro es para ti.

A mis hermanos Daysi y Juan José que me brindaron toda la confianza y que han estado en las buenas y en las malas conmigo.

Para todos ustedes que confiaron en mí, les dedico este trabajo.

Liliana Salazar

AGRADECIMIENTO

Con inmensa gratitud a Dios por ser mi luz y mi guía en cada paso que doy, porque siempre escuchas mis plegarias y me das la fortaleza que necesito para continuar, por tu infinita bondad y amor.

A mis padres y hermanos quienes siempre me brindaron su amor, comprensión y apoyo incondicional para alcanzar esta meta.

De manera especial a mi Director de Tesis Ing. Nelson Cerda, quien me brindó su infinita paciencia y apoyo, con sus conocimientos y profesionalismo para la culminación de éste trabajo.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial, autoridades y sus docentes que contribuyeron en mi aprendizaje profesional, formando emprendedores de éxito.

Liliana Salazar

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DIRECTOR DE TESIS	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xix
RESUMEN EJECUTIVO.....	xx
ABSTRACT	xxii
CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1.1 Situación Actual del Problema.....	1
1.1.2 La Seguridad Electrónica.....	1
1.1.3 Situación bilateral Ecuador – Estados Unidos	2
1.1.4 Identificación de causas y efectos.....	2
1.1.5 Delimitación del problema.....	4
1.2 IMPORTANCIA	4

1.2.1	Equipos de seguridad Electrónica.....	4
1.3	PRODUCTOS	4
1.3.1	Alarmas de Intrusión.....	4
1.3.2	Controles de Acceso	5
1.3.3	Circuito Cerrado de Televisión – CCTV	5
1.4	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.5	OBJETIVOS.....	7
1.5.1	Objetivo general.....	7
1.5.2	Objetivos específicos	7
1.6	JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	8
1.6.1	Beneficios de la Seguridad electrónica.	8
1.7	VARIABLES	9
1.7.1	Variable Dependiente	9
1.7.2	Variable Independiente	10
ANTECEDENTES		11
2.1	DESCRIPCIÓN DE LA COMPAÑÍA.....	11
2.1.1	Visión.....	11
2.1.2	Misión	12
2.2	ORIGEN Y DESARROLLO DE LA COMPAÑÍA	12
2.2.1	De la reforma de Estatutos.....	12

2.2.2	Servicios que la empresa ha venido proporcionando.....	13
2.3	ESTRUCTURA Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMPAÑÍA.....	15
2.4	PROVEEDORES	16
2.5	CLIENTES.....	19
2.5.1	Principales Clientes.....	19
2.6	ANÁLISIS FODA.....	22
CAPÍTULO III.....		25
ESTUDIO DE MERCADO.....		25
3.1	OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	25
3.2	SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	26
3.2.1	Población objetivo	27
3.2.2	Técnica de muestreo	27
3.2.3	Tamaño de la muestra	27
3.2.4	Modelo de la encuesta.....	28
3.2.5	Presentación de los resultados	29
3.3	CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA.....	42
3.3.1	Proyección de la demanda	42
3.4	CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA.....	43
3.5	NIVEL DE SATISFACCIÓN EN EL MERCADO.....	45
3.6	MARKETING MIX.....	46

3.6.1	Producto	46
3.6.2	Precio	52
3.6.3	Promoción.....	54
3.6.4	Plaza-Canal de Distribución	55
3.6.5	Publicidad	57
3.7	ANÁLISIS DE PROVEEDORES.....	58
3.8	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	61
ESTUDIO TÉCNICO		62
4.1	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	62
4.1.1	Demanda	62
4.1.2	Financiamiento.....	63
4.1.3	Proveedores.....	64
4.1.4	Organización.....	65
4.2	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	65
4.2.1	Micro localización	66
4.3	INGENIERIA DEL PROYECTO.....	67
4.4	ASPECTOS LEGALES	68
CAPÍTULO V.....		69
PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR		69

5.1	OBJETIVO.....	69
5.2	DETERMINACIÓN DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	69
5.3	PROCEDIMIENTOS Y FUNCIONES.....	70
5.3.1	Funciones	70
5.4	COSTOS Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO	72
5.5	PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN	73
5.6	VENTAJAS DE LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR	75
	CAPITULO VI	76
	LOGÍSTICA DEL COMERCIO EXTERIOR.....	76
6.1	RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN	76
6.1.1	Costos de Importación	77
6.2	LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	78
6.3	PROCESO DE IMPORTACIÓN.....	79
6.3.1	Requisito para las importaciones	79
6.3.2	Documentos para importar.....	81
6.3.3	Declaración Aduanera de Importación (DAI).....	86
6.3.4	Póliza de seguro	89
6.3.5	Almacén Temporal	91
6.3.6	Aforo.....	91

6.4	FORMA DE PAGO	93
6.5	PAGO DE LOS TRIBUTOS	94
6.5.1	Clasificación Arancelaria.....	95
6.6	INCOTERMS.....	101
6.6.1	FCA: Franco Porteador.....	102
6.6.2	Embalaje	104
6.7	ENTREGA DE LA MERCANCÍA.....	105
6.8	TRANSPORTE INTERNO.....	105
CAPÍTULO VII.....		108
INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		108
7.1	INVERSIÓN	108
7.2	INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES.....	109
7.2.1	Muebles y Enseres	109
7.2.2	Equipos de Oficina.....	110
7.2.3	Equipos de Computación	111
7.2.4	Inversión Fija Total.....	111
7.3	INVERSIÓN OTROS ACTIVOS AMORTIZABLES	112
7.4	CAPITAL DE TRABAJO.....	113
7.5	FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	114
7.6	ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	114

7.7	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	115
7.7.1	Proyección de los ingresos.....	115
7.7.2	Proyección de egresos.....	117
7.8	ESTADOS FINANCIEROS	124
7.8.1	Estado de resultados.....	125
7.8.2	Flujo neto de fondos	126
7.9	EVALUACIÓN FINANCIERA	127
7.9.1	Determinación de la tasa de descuento	127
7.9.2	Criterios de evaluación	128
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	132
	CONCLUSIONES.....	132
	RECOMENDACIONES.....	134
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA	136
	ANEXOS	140

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Alarma de intrusión	5
Gráfico 2. CCTV	6
Gráfico 3. Organigrama de la empresa	15
Gráfico 4. Sexo del encuestado.....	29
Gráfico 5. Ubicación.....	30
Gráfico 6. Tipo de empresas	31
Gráfico 7. Seguridad privada.....	32
Gráfico 8. Servicio.....	33
Gráfico 9. Calificación del servicio	34
Gráfico 10. Sistema de alarma.....	35
Gráfico 11. Conocimiento sobre equipos	36
Gráfico 12. Verificación del producto y servicio	37
Gráfico 13. Preferencia.....	38
Gráfico 14. Factor importante.....	39
Gráfico 15. Servicio Adicional	40
Gráfico 16. Medios de comunicación.....	41
Gráfico 17. Medios de comunicación.....	49
Gráfico 18. Ciclo de vida del producto.....	50
Gráfico 19. Estrategias de producto.....	51
Gráfico 20. Canal de distribución	56
Gráfico 21. Canal de distribución.....	60
Gráfico 22. Macro localización	66

Gráfico 23. Ingeniera del proyecto	67
Gráfico 24. Organigrama Departamento Comercio Exterior	70
Gráfico 25. Simbología de procesos	73
Gráfico 26. Proceso de comercialización	74
Gráfico 27. Flujograma de Nacionalización	88
Gráfico 28. Tributos subpartida 8531100000	96
Gráfico 29. Tributos subpartida 9106100000	97
Gráfico 30. Tributos subpartida 8521909090	98
Gráfico 31. FCA: Franco Porteador.....	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Segmentación.....	26
Tabla 2 Sexo del Encuestado	29
Tabla 3 Ubicación.....	30
Tabla 4 Tipo de empresa.....	31
Tabla 5 Seguridad Privada.....	32
Tabla 6 Servicio	33
Tabla 7 Calificación del servicio	34
Tabla 8 Sistema de alarma.....	35
Tabla 9 Conocimiento sobre equipos	36
Tabla 10. Verificación del producto y servicio	37
Tabla 11 Preferencia	38
Tabla 12 Factor importante.....	39
Tabla 13 Servicio Adicional	40
Tabla 14. Medio de comunicación.....	41
Tabla 15. Demanda Potencial	42
Tabla 16, Proyección de la demanda	43
Tabla 17. Cuantificación de la oferta.....	43
Tabla 18. Oferta proyectada	44
Tabla 19. Demanda insatisfecha proyectada	45
Tabla 20. Demanda del proyecto	46
Tabla 21. Accesorios de equipos	49

Tabla 22. Estimación de precios	54
Tabla 23. Estrategia de distribución	57
Tabla 24. Estrategia de publicidad.....	58
Tabla 25. Proyección de la demanda	62
Tabla 26. Tamaño Propuesto	63
Tabla 27. Tasa de financiamiento	64
Tabla 28. Personas que integran el departamento de Comex	65
Tabla 29. Costo de importación.....	78
Tabla 30. Detalle de carga y flete de aerolínea.....	83
Tabla 31. Importación de equipos trimestral	83
Tabla 32. Determinación del costo del seguro de alarmas	89
Tabla 33. Determinación del costo del seguro de controles	90
Tabla 34. Determinación del costo del seguro de CCTV	90
Tabla 35. Costo de almacenaje	91
Tabla 36. Tarifas de aforo.....	92
Tabla 37. Descripción del Arancel Nacional subpartida 8531100000	96
Tabla 38. Descripción del Arancel Nacional subpartida 9106909000	97
Tabla 39. Descripción del Arancel Nacional subpartida 8521909090	98
Tabla 40. Sobretasas	99
Tabla 41. Cálculo tributos alarmas	99
Tabla 42. Cálculo tributos controles	100
Tabla 43. Cálculo tributos CCTV	100
Tabla 44. Incoterms 2010	102
Tabla 45. Requerimiento del producto	104

Tabla 46. Cantidad requerida.....	105
Tabla 47. Costo de importación alarmas de intrusión	106
Tabla 48. Costo de importación controles de acceso.....	106
Tabla 49. Costo de importación CCTV	107
Tabla 50. Inversión Inicial.....	109
Tabla 51. Inversión en muebles y enseres	110
Tabla 52. Inversión equipos de oficina.....	110
Tabla 53. Inversión equipos de computación	111
Tabla 54. Inversión fija total.....	111
Tabla 55. Gasto de puesta en marcha	112
Tabla 56. Gasto instalación y mejoras.....	112
Tabla 57. Capital de trabajo.....	113
Tabla 58. Estado de fuentes y usos	114
Tabla 59. Estructura del financiamiento	115
Tabla 60. Precio de venta.....	116
Tabla 61. Ingresos proyectados	117
Tabla 62. Costos operacionales	118
Tabla 63. Costo de productos importados	119
Tabla 64. Costo de ventas	120
Tabla 65. Proyección del costo de ventas	121
Tabla 66. Análisis salarial.....	121
Tabla 67. Gastos suministros de oficina	122
Tabla 68. Gastos servicios básicos	122
Tabla 69. Depreciación	123

Tabla 70. Gasto publicidad	123
Tabla 71. Gastos	123
Tabla 72. Proyección de gastos	124
Tabla 73. Estado de resultados	125
Tabla 74. Flujo de Caja.....	126
Tabla 75. Tasa de descuento	127
Tabla 76. VAN.....	128
Tabla 77. TIR.....	129
Tabla 78. Período de recuperación de la inversión	130

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta	141
Anexo 2. Proforma.....	143
Anexo 3. Tabla de amortización.....	144

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación realizado tiene como objetivo determinar la viabilidad de la creación de un departamento de comercio exterior en la empresa de seguridad OCAVIP CIA. LTDA., para la importación de equipos de seguridad electrónica desde Miami – EE.UU., con la finalidad de innovar y diversificar la línea de negocio actual, la cual mantiene cierta relación con su línea principal y con ello una nueva fuente de ingresos, lo que permitirá fortalecer su posicionamiento en el mercado, aumentar su cartera de clientes, ganar experiencia en el área de comercio exterior con la posibilidad de ampliar su gama de productos importando a futuro nuevas mercancías en las diferentes ramas de la seguridad y comercializarlos en el mercado nacional conforme a las nuevas exigencias de los consumidores; valiéndonos del desarrollo tecnológico y las facilidades que hoy en día nos brinda el uso de la tecnología.

Es importante mencionar que en los últimos años la globalización, las tendencias, el apogeo de las telecomunicaciones, entre otras; ha logrado que el comercio se expanda y uno de los objetivos de este proyecto es que la empresa se involucre en el comercio exterior a través de la importación de los equipos propuestos lo que permitirá optimizar recursos, tiempo, costos bajos, maximización de las utilidades y reducción del riesgo global de la empresa por si una de las líneas de negocio no genera los resultados esperados.

En el presente estudio como resultado se determinó como una oportunidad que debe ser aprovechada la inseguridad y el incremento vertiginoso de la delincuencia que actualmente el Ecuador enfrenta, la que cada día es más violenta, avezada y organizada, lo que ha generado que tanto personas naturales como jurídicas, se sientan vulnerables frente a esta

problemática y ante su preocupación y el temor de ser víctimas, las empresas al contar con mayores ingresos toman medidas preventivas y ello con la decisión de adquirir equipos de seguridad electrónica y demás servicios o productos que crean necesarios para precautelar su integridad y bienes; es decir, el consumidor hoy en día considera a la seguridad como un aspecto prioritario.

Dados los resultados que se obtuvieron en el análisis financiero se considera poner en marcha el presente proyecto, puesto que la evaluación financiera muestra que es rentable y las condiciones de retorno de la inversión son aceptables.

ABSTRACT

This research work aims to determine the feasibility of creating a foreign trade department in the security company OCAVIP CIA. LTDA, for imports of electronic security equipment from Miami. - USA, in order to innovate and diversify the current line of business, which maintains some relation to its main line and with it a new source of income, which will strengthen its market position, increase its customer base, gain experience in the area of foreign trade with the possibility of expanding its product range by importing a future new goods in different branches of security and make them available in the market National according to the new demands of consumers; availing of technological development and conveniences that today gives us the use of technology.

It is noteworthy that in recent years globalization trends, the height of telecommunications, among others; He has made the trade expands and one of the objectives of this project is that the company is involved in foreign trade through import of the proposed equipment which will optimize resources, time, low costs, maximizing profits and reducing the overall risk of the company if one of the lines of business does not generate the expected results.

In the present study results was determined as an opportunity that must be seized insecurity and the rapid increase in crime that currently Ecuador faces, which is becoming increasingly violent, seasoned and organized, which has generated both individuals and legal, they feel vulnerable to this problem and to their concern and fear of being victims, companies have more income to take preventive measures and that the decision to purchase electronic security equipment and other services or products they deem necessary to forewarn their integrity and property; that is, the consumer today considers safety as a priority.

Given the results obtained in the financial analysis considers launching this project, since the financial evaluation shows that it is profitable and conditions of ROI are acceptable.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Creación de un departamento de Comercio Exterior de la empresa de Seguridad Privada OCAVIP CIA. LTDA., quien viene funcionando de 1987, adquiriendo sus productos en el mercado nacional lo que no ha permitido un crecimiento adecuado.

1.1.1 Situación Actual del Problema

Ecuador atraviesa por un grave período de violencia social, que se expresa en forma de violencia delincencial, bandas grandes y pequeñas de avezados delincuentes que asaltan, violan, secuestran y matan a inermes ciudadanos, creando una creciente angustia social.

1.1.2 La Seguridad Electrónica

La seguridad electrónica hoy en día es fundamental en razón que complementa a la seguridad física, su importancia radica en que estos productos o equipos se transforman muchas veces en nuestros ojos y oídos las 24 horas del día, los 7 días de la semana; trayendo consigo una tecnología que ha logrado un gran desarrollo, permitiendo contar en la actualidad con equipos y dispositivos de seguridad confiables, facilitando la tarea de control y supervisión, manteniéndonos informados de lo que ocurre en nuestras instalaciones aun cuando no estemos presentes, pudiendo detectar cualquier falencia; estos equipos también ayudan en ciertos casos visualizar a empleados o trabajadores de grandes y pequeñas empresas ayudando a controlar

aspectos no solo relacionados con la seguridad sino también a verificar una correcta y adecuada utilización de los recursos.

Los Sistemas de Seguridad Electrónica, radica en que se sustenta en el uso de alta tecnología aplicada a la seguridad y soportada en un adecuado diseño, instalación e interconexión, de modo tal, que permita obtener una alerta temprana de los eventos generados en las instalaciones, en el momento en que están siendo vulneradas por personas no ajenas a la organización. De igual modo para los sistemas de Circuito Cerrado de Televisión (CCTV), su importancia está dada por la funcionalidad del registro de imágenes en el momento en el que ocurren los acontecimientos, ya sea en medios magnéticos u ópticos, los cuales pueden ser consultados en el momento en el que se producen, o posteriormente para identificar con mayor detalle lo que se desee sobre las imágenes grabadas por estos sistemas, apoyados en equipos informáticos.

1.1.3 Situación bilateral Ecuador – Estados Unidos

El Ecuador en los últimos años ha venido manteniendo una relación con los Estados Unidos que se ha caracterizado por tener altibajos y con un aire tenso durante los años del Gobierno de Economista Rafael Correa, pero, a pesar de esto los vínculos son fuertes ante una necesidad de ambos países, ya que Estados Unidos ha sido y se ha mantenido como uno de los más importantes socios comerciales, puesto que del total de las exportaciones no petroleras ecuatorianas, el 23.45% representaban al mercado estadounidense en el periodo de enero a octubre de 2013.

1.1.4 Identificación de causas y efectos.

El incremento de la delincuencia en el país ha generado que grandes, medianas, pequeñas empresas y hasta personas en general busquen cuidar y precautelar sus bienes; y es por ello

necesario la creación de un departamento de Comercio Exterior para el mejoramiento organizacional y de procesos de la empresa de seguridad OCAVIP CIA. LTDA., que permita satisfacer de mejor manera las expectativas de los clientes actuales y potenciales, brindando un valor agregado a través de la importación de equipos de seguridad electrónica, brindando un monitoreo a través de internet donde los propios clientes puedan visualizar los bienes a proteger.

Como se trata de una compañía Privada un punto importante será mejorar la rentabilidad que se lograra importando desde Miami – Estados Unidos equipos de seguridad electrónica de calidad.

El segundo punto será el crecimiento armónico futuro que se alcanzara con la creación eficiente, eficaz y efectiva del departamento de Comercio Exterior.

La falta de enfoque hacia el problema por parte del gobierno ha generado un grave y alto incremento de la delincuencia que actualmente el Ecuador se encuentra atravesando en sus principales ciudades.

La falta de endurecimiento en las penas contra los principales delitos que se encuentran asechando a los indefensos ciudadanos, ha logrado que se formen bandas de delincuentes en las cuales sus integrantes cuando son apresados no se preocupan ya que están seguros que en pocos días serán puestos en libertad para seguir delinquiriendo.

Se estima que estos productos de seguridad que serán importados tendrán buena acogida en el mercado nacional; ya que el Ecuador se encuentra atravesando por una gran ola delincencial, tratando con ello combatir el actual problema social.

Los equipos de seguridad electrónica son de gran calidad, poseen garantías del fabricante, de fácil uso, costos exequibles y por ende atractivo para la seguridad del cliente.

1.1.5 Delimitación del problema

El estudio a definirse adicionalmente está enfocado a lograr que la creación de este departamento sea una oportunidad de negocio para incrementar sus ingresos y esta forma incursionar en una de las ramas de la seguridad acompañada de tecnología con la importación de diferentes artículos de seguridad.

1.2 IMPORTANCIA

1.2.1 Equipos de seguridad Electrónica

Hoy en día la seguridad electrónica está siendo implementada en grandes, mediana y pequeñas empresas; de acuerdo a la infraestructura y necesidades de las mismas con un diseño integrado de tecnologías que busca mantener la seguridad, a todos los niveles, en las áreas que se desean instalar, demostrando un fácil uso, el ahorro y la amplia funcionalidad, pues estas son las mayores ventajas de una instalación de este tipo.

1.3 PRODUCTOS

1.3.1 Alarmas de Intrusión

Son un conjunto de equipos electrónicos distribuidos y ubicados estratégicamente, los cuales permiten proteger diferentes áreas dentro de instalaciones residenciales, comerciales, industriales o campestres entre otras. Estos dispositivos se conectan a un panel principal el cual transmite los eventos generados a una central de monitoreo. (Televisonic Tec, 2013)

Gráfico 1. Alarma de intrusión



Fuente: (SEGURTRONIC, 2011)

“En un solo sistema se pueden conectar diferentes tipos de equipos que generan señales como ROBO, ATRACO, INCENDIO, EMERGENCIA, EMERGENCIA MEDICA, ESCAPES DE GAS, INUNDACIÓN, entre otros.” (Televisonic Tec, 2013)

1.3.2 Controles de Acceso

Un sistema de control de acceso permite monitorear, controlar o restringir el acceso a determinadas áreas. Debido a que cada empresa tiene sus propias normas y/o políticas para restringir el acceso del personal, los sistemas de control de acceso son programables y ajustables a dichas necesidades. (SEGURTRONIC, 2011)

1.3.3 Circuito Cerrado de Televisión – CCTV

Es una red conformada por cámaras de video, que permite tener una vigilancia constante en cualquier escenario, interior o exterior. El propósito de un CCTV es visualizar las diferentes situaciones anómalas que se presenten, adelantándose a los hechos y logrando tener la reacción inmediata y adecuada.

Los circuitos cerrados de televisión son hoy en día la mejor opción de vigilancia a control, algunos de los beneficios son:

- El control de áreas de difícil manejo de seguridad.
- El registro de la actividad que se genere en los sitios protegidos.
- El control del ingreso de personas a sitios determinados.
- Crear un efecto disuasivo, está comprobado que el simple hecho de sentirse registrado persuade de cometer algún hecho ilícito.
- Apoyar a la vigilancia.
- Reducir costos. (Televisonic Tec, 2013)

Gráfico 2. CCTV



Fuente: (SEGURTRONIC, 2011).

1.3.3.1 Aplicaciones

- Entradas de edificios para control y registro de visitantes.
- Áreas de producción en fábricas, industrias, etc.
- Zonas de circulación en edificios, hoteles, centros comerciales, etc.
- Vigilancia de calles y parques en Ciudades y Municipios.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Será factible la creación de un departamento de comercio exterior en la empresa OCAVIP CIA LTDA, para importación de equipos de Seguridad electrónica desde Miami- EEUU?

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo general

Elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de un departamento de comercio exterior en la empresa de seguridad OCAVIP CIA. LTDA., para la importación de equipos de seguridad electrónica, para su comercialización en la ciudad de Quito.

1.5.2 Objetivos específicos

- Determinar la situación actual de la empresa Ocavip Cía. Ltda., describiendo su origen, estructura y productos que ofrece.
- Analizar la demanda, oferta, canales de comercialización y proveedores.
- Establecer las inversiones que serán necesarias y su financiamiento en la creación del Departamento de Comercio Exterior.
- Determinar los costos e ingresos potenciales provenientes del nuevo Departamento de Comercio Exterior a crearse.
- Realizar una evaluación financiera que permita determinar la viabilidad del proyecto.

1.6 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El presente estudio tiene como objetivo la creación de un departamento de comercio exterior en la empresa OCAVIP CIA. LTDA., con la finalidad de adquirir los equipos en el mercado externo a un costo más conveniente y así vender y/o instalar equipos de seguridad electrónica como valor agregado a la seguridad física que actualmente viene brindando a sus clientes la empresa OCAVIP CIA. LTDA., con la introducción de nuevas opciones en el mercado concerniente a la seguridad electrónica, implementando tecnología para combatir en un porcentaje el índice de violencia social y también el reducir el incremento de la violencia social en la ciudad de Quito.

Este proyecto pretende que estos productos sean implementados en primera instancia por los clientes que actualmente la empresa posee y que también sean utilizados por organizaciones, Instituciones, empresas, almacenes, hogares, bodegas, etc.; lo que les permitirá verificar la seguridad y tomar nota de las actividades dentro de sus instalaciones, ya sean estas acciones ilegales como el hurto o robo al interior de su infraestructura.

La digitalización de los dispositivos técnicos es algo imparable, de hecho esto ha implicado un incremento significativo en el mercado; los equipos de seguridad electrónica que se desea importar ofrecen a los usuarios características que simples y rápidas con el fin de que el cliente elija la solución que más se adapte a la necesidad que se desea suplir.

1.6.1 Beneficios de la Seguridad electrónica.

Los principales beneficios que brindan los equipos que se desea importar son:

- Cubrir las necesidades de una empresa

- Control
 - Control de acceso
 - Control de personal y visitas
 - Control de ingreso vehicular.
- Seguimiento
- Registro
- Facilidad de visualización desde cualquier ordenador o equipo móvil.

1.7 VARIABLES

1.7.1 Variable Dependiente

La empresa OCAVIP CIA. LTDA., desea ampliarse en el mercado con la importación de equipos de seguridad electrónica y para ello es preciso que exista un departamento de comercio exterior; puesto que los equipos que se pretende importar cumplen con los requerimientos y procedimientos nacionales e internacionales que permitirá acceder al mercado y sean distribuidos.

- Logística
- Recursos Económicos
- Precios referenciales en el mercado
- Proceso y cadena de valor
- Leyes y Normas
- Procedimiento Aduaneros de Ecuador

1.7.2 Variable Independiente

Es necesaria la creación de un departamento de comercio exterior en la empresa OCAVIP CIA. LTDA., interactuando entorno a la oferta y la demanda enfocándonos en el grupo de las “cuatro Ps”, Precio, Producto, Plaza, Promoción.

- Creación del departamento de Comercio Exterior
- Adecuado y correcto funcionamiento del departamento
- Incremento del número de clientes
- Desarrollo de la empresa

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES

2.1 DESCRIPCIÓN DE LA COMPAÑÍA

OCAVIP CIA. LTDA., es una empresa de seguridad privada, cuyo objeto social único es la prestación de servicios de protección y vigilancia de personas, bienes muebles e inmuebles; de investigación, de transporte y custodia de valores, bajo el directo control y supervisión de la autoridad pública, a través de guardias uniformados, armados y debidamente capacitados.

En base a las actividades realizadas, con su personal altamente capacitado y contando con sus modernos equipos y cómodas instalaciones, OCAVIP CIA. LTDA., decide adoptar como complemento básico y fundamental de mejora continua un Sistema de Gestión de Calidad bajo el esquema de la Norma Internacional ISO 9001:2008 Sistema de Gestión de la Calidad.

2.1.1 Visión

“Alcázar los más altos estándares de calidad y llegar a ser reconocida como una empresa líder en la prestación de servicios y productos de Seguridad Privada en el Ecuador.” (OCAVIP CIA. LTDA., 2014)

2.1.2 Misión

“Brindar servicios y productos de seguridad privada de excelente calidad, superando las expectativas de nuestros clientes; a precios competitivos, generando rentabilidad para nuestros accionistas; bienestar y utilidades para nuestros trabajadores.” (OCAVIP CIA. LTDA., 2014)

2.2 ORIGEN Y DESARROLLO DE LA COMPAÑÍA

La empresa en sus inicios es una sociedad civil y fue creada en 1987, conforme su constitución legal, según Escritura Pública de constitución OBRAS CIVILES AGRÍCOLAS Y VIGILANCIA PRIVADA (OCAVIP S.C.), otorgada en la Notaría Segunda del Cantón Santo Domingo de los Colorados ante el Notario Dr. Edgar Pazmiño el 18 de agosto de 1987 e inscrita en el Registro de Comercio, Actos y Contratos Mercantiles tomo 22, el 18 de agosto de 1988.

- Mediante el registro oficial # 130 del 22 de Julio del 2003 se publica la Ley de Seguridad y Vigilancia Privada en la que se manifiesta que las empresas cuya actividad es prestar los servicios de seguridad no pueden ni podrán ser sociedades civiles ni sociedades anónimas, únicamente deberán ser compañías de responsabilidad limitada; motivo por la cual con fecha 15 de enero del 2004 se constituye una empresa de responsabilidad limitada con la misma razón social; es decir OCAVIP CÍA. LTDA., ante el Dr. Juan Villacis Medina Notario Noveno Encargado del Cantón Quito e inscrita en el Registro Mercantil con fecha del 17 enero de 2004, bajo número 665, tomo 135.

2.2.1 De la reforma de Estatutos.

- Con fecha 10 de septiembre del 2007 ante el Dr. Juan Villacis Medina Notario Noveno Encargado del Cantón Quito e inscrita en el Registro Mercantil con fecha de 30 de enero

de 2008, bajo número 270, tomo 139; se hace un incremento de capital de 9.600 dólares cumpliendo con lo estipulado en la Ley en el que las empresas terciarizadoras de servicios deberán disponer de un capital de 10.000 dólares.

- El 18 de julio del 2008 ante el Dr. Juan Villacis Medina Notario Noveno Encargado del Cantón Quito e inscrita en el Registro Mercantil con fecha 06 de agosto de 2008, bajo número 2702, tomo 139 la empresa OCAVIP CIA. LTDA., reforma el estatuto de la compañía en el que consta las actividades complementarias de seguridad de vigilancia. Dando cumplimiento al Mando Constituyente N° 08 según Registro Oficial 330,6-V-2008. (Eliminación y prohibición de la tercerizadora, intermediación laboral, contratación laboral por horas y cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo).

Fruto del trabajo realizado, el profesionalismos y la calidad de sus servicios desde su constitución inicial ha logrado un crecido aperturando sucursales en las ciudad de Guayaquil, Ambato, Latacunga Guaranda, Riobamba, Puyo, Santo Domingo de los Tsachilas, entre otras ciudades del país.

En el transcurso de este tiempo se ha podido aprovechar las oportunidades de trabajo, la confianza depositada a OCAVIP CIA. LTDA., por parte de sus clientes y las crisis que el Ecuador ha tenido que enfrentar durante la permanencia en el mercado nacional.

2.2.2 Servicios que la empresa ha venido proporcionando

En los 28 años de vida la empresa ha venido proporcionando los servicios de Seguridad Privada en las siguientes especialidades:

- Seguridad y Vigilancia con guardias uniformados, armados y equipados.

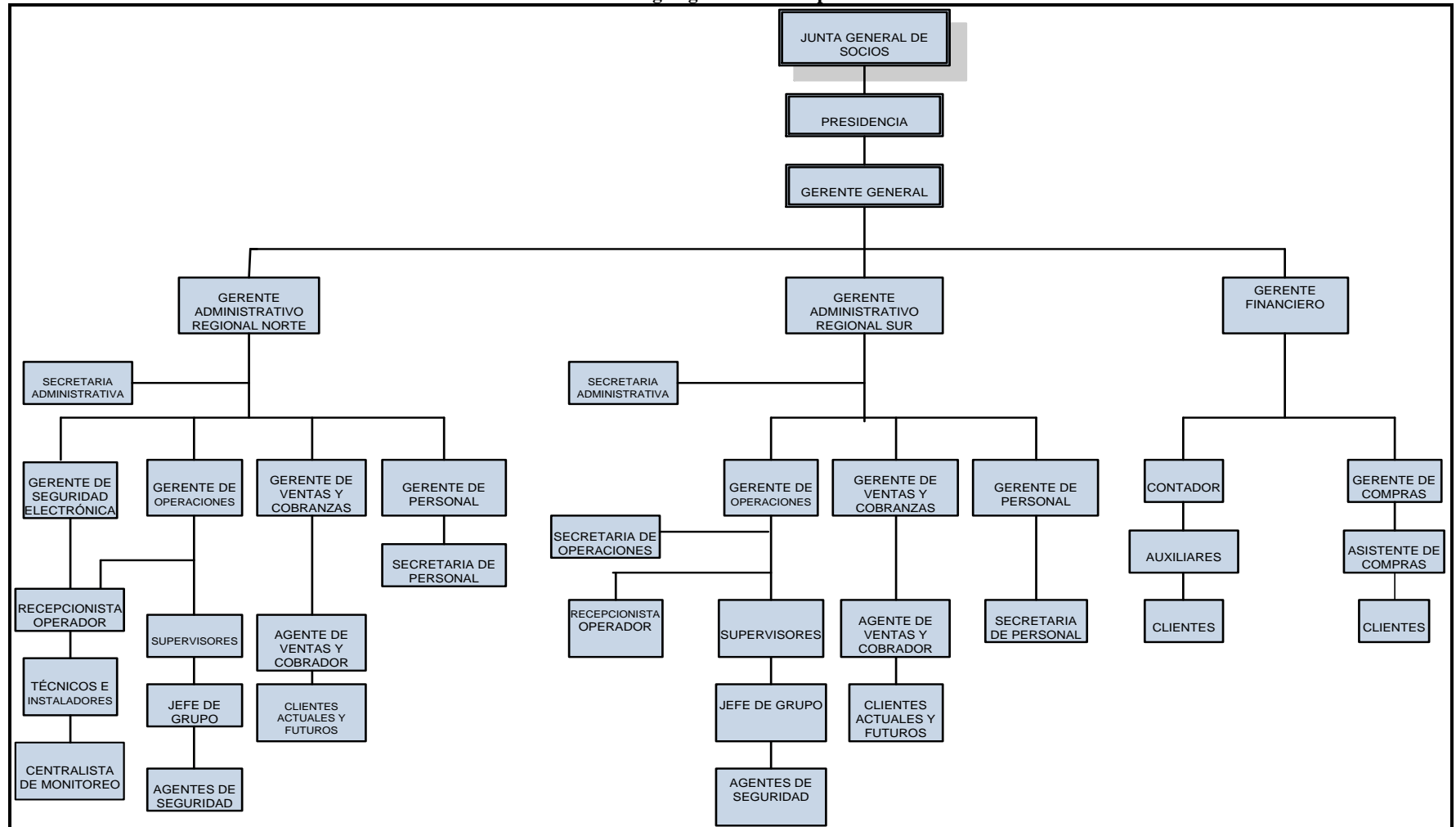
- Asesoramiento técnico en medidas de seguridad.
- Guardaespaldas.
- Custodia en transporte de valores.
- Investigaciones.

Y desde el 2011 se crea el Departamento de seguridad electrónica.

OCAVIP CIA. LTDA., es una empresa existente y en pleno funcionamiento prestando el servicio de seguridad y vigilancia privada. (Salazar, 2014)

2.3 ESTRUCTURA Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMPAÑÍA

Gráfico 3. Organigrama de la empresa



Fuente: Empresa Ocavip. Cía. Ltda.

Elaborado por: Liliana Salazar

2.4 PROVEEDORES

- **Aig Metropolitana Cía. De Seguros Y Reaseguros**

Es una empresa de seguros generales; quien nos provee el servicio con una Póliza de Seguros de Vida y Accidentes dando cumplimiento al Art. 27 del Reglamento a la Ley de Vigilancia y Seguridad Privada; ubicada en la Av. Brasil 293 Y Antonio Granda Centeno 5to Piso, 2466955.

- **Alarm Systems Ecuador Ecuasysalam S.A.**

Es una empresa distribuidora de sistemas de seguridad electrónica la cual nos provee los productos de seguridad electrónica; ubicada en la calle Italia N32-74 Y Av. Mariana De Jesús, 2246640.

- **Almacén Capitán Peña Importadores**

Este almacén ofrece artículos como equipos de seguridad, defensa personal, toletes de fibra para los guardias y gas. Ubicado en Rocafuerte Oe3-03 Y Guayaquil, 2284253.

- **Atiempo Sistema De Control De Personal**

Es una empresa especializada en la comercialización de relojes biométricos de huella digital y electromecánicos para el control de asistencia del personal de guardias; Ubicada en Juan González N35-26 Y Juan Pablo Sanz, 2800582.

- **Awatronic S.A.**

Empresa dedicada a la venta de alarmas de instrucción y equipos de seguridad electrónica; ubicada en Cotocollao La Prensa 4853 Y Ángel Ludeña, 2598317.

- **Cámara De Comercio De Quito**

Es una organización sin fines de lucro que busca promover el Comercio en una economía libre brindando apoyo a todos sus socios; ubicada en Av. Amazonas Y República Edificio Las Cámaras, 2284253.

- **Carro Seguro Carseg S.A.**

Empresa de rastreo satelital que nos brinda el servicio para todos los vehículos y motocicletas que posee la empresa; ubicado en Av. 10 De Agostos 5023 Y Los Cedros, 2805180.

- **Casepec Cámara De Seguridad Privada Del Ecuador**

La Cámara de la Seguridad Privada del Ecuador en beneficio de un buen servicio para los usuarios y mejores resultados económicos para los empresarios y trabajadores de la Seguridad Privada del Ecuador, ubicada Av. 12 De Octubre N24-562 Y Cordero, 2523798.

- **CONECEL**

Nos brinda los servicios de telefonía móvil e internet ubicada en Av. 12 De Octubre N24-562 Y Cordero, 2523798.

- **Córdova Escaleras Optaciano Apolinar**

Proveedor de manufacturas que la empresa requiere (Libros de partes) Pasaje 1-62mz62-3518 Y Calle 4, 2620804.

- **Ediva**

Proveedor de suministros de oficina y computación, ubicada en José Tamayo N24-608 Y Av. Colon, 2547761.

- **Elecna Cía. Ltda.**

Empresa que nos vende, instala y da mantenimiento a todos nuestros Sistemas de Radio comunicación, ubicado CDLA Alborada 3ERA ETAPA

- **Francisco Javier Suquillo Ledesma**

Técnico instalador de nuestros equipos de seguridad electrónica, ubicado en Av. Ajavi 122 Y Pedro Vásquez, 0994229368.

- **Invertronica Cía. Ltda.**

Empresa de Radiocomunicaciones y troncalizadora para uso de frecuencias; Ubicada en El Dorado Gran Colombia N16-112 Y Telmo Paz, 2563317.

- **Seguros Equinoccial S.A.**

Empresa de Seguros en general con la cual mantenemos asegurados toda la flota de vehículos de OCAVIP ubicada en Av. Eloy Alfaro No.33-400 Y Ayarza, 3984000.

- **Sistemas De Seguridad S.A. Sisegusa**

Es una empresa distribuidora de sistemas de seguridad electrónica la cual nos provee los productos de seguridad electrónica; ubicada en la Calle Juan Lavalley Y Corea Edificio Metròpoli, 2455539.

- **Tectronic Cía. Ltda.**

Es una empresa distribuidora de sistemas de seguridad electrónica la cual nos provee los productos de seguridad electrónica; ubicada en Inglaterra 1000(N32-166) Primer Piso Y Guayanas

- **Zeusconsulting Soluciones De Consultoría Integral Cía. Ltda.**

Empresa de auditoría externa ubicada en la calle Veintimilla E9-26 Y Leónidas Plaza, 2227471.

2.5 CLIENTES

2.5.1 Principales Clientes

- **TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS (TIA) S.A**

Es una cadena de supermercados a quienes prestamos nuestros servicios a nivel nacional desde febrero de 2007.

- **SUPERDEPORTE (MARATHON)**

Es una cadena de almacenes de ropa deportiva a quienes prestamos nuestro servicios en la ciudades Quito – Guayaquil – Duran – Libertad – Milagro desde octubre de 2006.

- **ARCAWORLD REPRESENTACIONES S.A.**

Es una cadena de almacenes de calzado casual y deportivo con su marca comercial Creaciones Marcelo & Marcelo Sport a quienes prestamos nuestro servicios en la ciudad Quito desde octubre de 2002.

- **VALLE DEL SOL S.A.**

Es una hacienda florícola dedicada a la producción y exportación de flores a quienes prestamos los servicios en el cantón Lasso de la Provincia de Cotopaxi desde enero de 2002.

- **LANFOR FÁBRICA**

Es una industria metálica dedicada a la elaboración y ventas de puertas Lanfor a quienes prestamos nuestros servicios desde Fecha del Contrato desde el 15 de enero de 1993.

- **CARROCERIAS CALVA**

Industria metálica dedica a elaboración de carrocerías para vehículos pesados a quienes prestamos nuestros servicios desde Fecha del Contrato desde el 31 de marzo de 2007.

- **SALUDESA**

Fundación de Desarrollo Humano dedicada al apoyo de asilo de los más necesitados ubicados en la ciudad de Santo Domingo de los Tsachilas a quienes prestamos los servicios desde diciembre de 2012.

- **HOSPITAL PEDRO VICENTE MALDONADO**

Hospital de atención medica ubicado en el cantón Pedro Vicente Maldonado de la provincia Pichincha a quienes prestamos el servicio desde enero de 2013.

- **AÑORANZA "RADIO LA RUMBERA"**

Estación de Radio ubicada en la ciudad de Quito a quien préstamos nuestros servicios desde el 20 de junio de 2007.

- **SERVICIOS DE DRAGAS DE LA ARMADA**

Empresa pública al servicio de la ciudad de Guayaquil para el dragado del Rio Guayas a quienes prestamos los servicios desde febrero de 2009

- **ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO (ESPE)**

Es una escuela de educación superior con el nombre de Unidad Académica Descentralizada Santo Domingo De Los Tsachilas a quienes prestamos los servicios desde abril de 2013.

- **FARMAGRUP**

Industria farmacéutica dedicada a la distribución de medicamentos a quienes prestamos el servicio en la ciudad de Quito desde 1998.

- **MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN**

Ministerio De Telecomunicaciones De La Sociedad De La Información a quienes prestamos el servicio en la ciudad de Quito desde febrero de 2009.

- **DISTRITO EDUCATIVO INTERCULTURAL Y BILINGÜE NANEGALITO**

Distritos educativos a cargo de la Subsecretaria de Educación a quienes prestamos el servicio desde abril de 2013.

- **SORCONS CIA. LTDA.**

Empresa cuya actividad es la extracción de piedra y otros materiales usados en la construcción a quienes prestamos el servicio desde abril 2013.

- **DISEÑO, CONSTRUCCION & MANTENIMIENTO HIDAGO S.A.**

Empresa constructora a quienes prestamos nuestros servicios desde abril 2013.

- **HOTEL KENNEDY CIA. RESOLCORP S.A.**

Empresa cuya actividad principal es la prestación de servicios hoteleros y turísticos en la ciudad de Guayaquil a quienes prestamos el servicio desde el 2013.

- **INMOBILIARIA KHAMBAR CÍA. LTDA.**

Empresa inmobiliaria a quienes prestamos el servicio en la ciudad de Guayaquil desde inicios del año 2013.

- **INDUMOT S.A.**

Empresa del Grupo Juan El Juri a quienes prestamos los servicios en la ciudad de Quito desde el año 2013.

- **ASUBSA S.A.**

Empresa cuya actividad principal es la extracción de aguas subterráneas a quienes prestamos nuestros servicios desde el año 2012.

2.6 ANÁLISIS FODA

Del análisis interno y externo, se debe realizar una agrupación de aquellos factores más relevantes, en donde resalten los factores de mayor incidencia para la organización.

A continuación se muestra el análisis FODA

Fortalezas

- La empresa cuenta con buen posicionamiento y reconocimiento en el mercado, éxito que ha logrado prestando un servicio de calidad.
- Experiencia en el campo de la seguridad
- Se contara con personal capacitado para la instalación de los equipos de seguridad electrónica, quienes serán capacitados de manera constante conforme a los cambios tecnológicos.

- Los equipos que se desea comercializar serán importados directamente, de buena calidad y de origen estadounidense.
- Respalda y contribuye con la seguridad de su cartera de clientes ya que cuenta con una buena infraestructura, modernos sistema de comunicación, flota de vehículos rastreados y monitoreados.

Oportunidades

- La inseguridad que actualmente enfrenta el país a nivel nacional y el miedo que genera en la ciudadanía de ser víctimas de la delincuencia.
- Aceptación de los equipos en las empresas como medio de protección.
- El avance tecnológico para estos equipos y la facilidad en el manejo de los mismos.
- Se puede visualizar desde cualquier dispositivo móvil u ordenador a nivel mundial.
- Ser más competitivos en el mercado local al poder bajar los costos de los equipos al ser importados directamente.

Debilidades

- No contar con el departamento especializado enfocado al comercio exterior
- Falta de experiencia sobre importaciones y proceso logístico.
- Necesidad de inversión
- Falta de participación del personal para brindar el servicio.
- Falta de los procesos técnicos en la empresa

Amenazas

- Cambios jurídicos, tributarios y/o medidas impuestas por el Gobierno Nacional, que afecten la iniciativa de este proyecto.
- Nuevos participantes en el mercado

- Reducción de un margen de utilidad
- Falta de capacitación al personal
- Falta de publicidad sobre los nuevos equipos
- Infraestructura inadecuada para el proceso de importación.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado se define como el proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. (Malhotra, 2000, págs. 90, 92)

Permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas, obteniendo como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado.

3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo del estudio de mercado es tener una noción clara de la cantidad de clientes que adquirirán el servicio de seguridad privada de la empresa Ocavip Cía. Ltda., la misma que incorporara tecnología confiable para alcanzar un gran desarrollo en el mercado.

Además, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio son las adecuadas y necesarias para la satisfacción del cliente.

- Determinar y proyectar la demanda de equipos de seguridad electrónica.
- Determinar la oferta existente de la ciudad de Quito.
- Establecer el estudio global de la demanda y la oferta dentro del mercado.

- Estudiar los respectivos canales de comercialización de la empresa de seguridad.
- Analizar a los proveedores que facilitan los equipos de seguridad electrónica.

3.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Según lo expuesto por Kotler & Armastrong (2003) menciona que a través de la segmentación de mercados, se dividen en mercados grandes y heterogéneos en segmentos pequeños a los cuales puede llegar de manera eficaz mediante productos y servicios convenientes a las necesidades singulares. (pág. 236)

A nivel general se puede mencionar que no existe una regla específica para segmentar un mercado, para llevar adelante esta actividad, el responsable debe estar posibilitado para probar ciertas formas de segmentación, con el fin de determinar la mejor forma de visualizar la estructura del mercado para la organización que se halle en cuestión.

La segmentación se enfoca a las empresas que se encuentran en estado activo, las mismas que están ubicadas en la Ciudad de Quito.

Tabla 1 Segmentación

VARIABLE	SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	
	MEDIANA	GRANDE
País	Ecuador	Ecuador
Provincia	Pichincha	Pichincha
Cantón	Quito	Quito
Sector	Norte	Norte
Tipo de empresa	Producción, comercio, servicio, transporte	Producción, comercio, servicio, transporte

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Liliana Salazar

3.2.1 Población objetivo

“La población objetivo se lo define como “la recolección de elementos u objetos que poseen la información buscada por el investigador y acerca de la cual se deben realizar las deducciones” (MALHOTRA, 2004, p.315).

La población objetivo del presente estudio son las empresas de la ciudad de Quito de la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías, Cámara de Comercio de Quito, Cámara de seguridad privada del Ecuador, Asociación de empresarios del norte, Cámara de la Construcción de Quito, entre otras entidades, se establece que en Quito existen alrededor de 3.253 empresas privadas, las mismas que forman parte de la población objetivo.

3.2.2 Técnica de muestreo

De acuerdo a las necesidades requeridas para el desarrollo del presente estudio, la técnica de muestreo a utilizarse es de tipo probabilístico denominado muestreo aleatorio simple, con lo cual “cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección conocida y equitativa de ser la muestra realmente seleccionada. Esto implica que cada elemento es seleccionado independientemente de los otros elementos” (MALHOTRA, 2004, p.325).

3.2.3 Tamaño de la muestra

“La muestra es un subgrupo de elementos de la población seleccionado para participar en el estudio” (MALHOTRA, 2004, p.318). Al conocer la población objetivo, el cálculo

del tamaño de la muestra se lo determinará mediante la aplicación de la siguiente fórmula estadística para poblaciones finitas:

$$n = \frac{NpqZ^2}{pqZ^2 + E^2(N-1)}$$

Dónde:

N = Tamaño del universo de la investigación = 3.253

p = probabilidad de aceptación = 0,5

q = probabilidad de rechazo = (1-p) = 0,5

Z = valor de la curva de gauss para un nivel de confianza de 95% = 1,96

E = porcentaje de error tolerado = 5%

$$n = \frac{3253(0,5)(0,5)(1,96)^2}{(0,5)(0,5)(1,96)^2 + (0,05)^2(3253-1)}$$

$$n = 345$$

Según el resultado alcanzado el tamaño de muestra del presente estudio es de 345 empresas de la ciudad de Quito que serán tomados para realizar el análisis respectivo.

3.2.4 Modelo de la encuesta

La encuesta es de tipo personal que permite recabar información sobre el grado de satisfacción y conformidad de las empresas que se encuentran en estado activo de la ciudad de Quito, sobre el conocimiento de los equipos de seguridad electrónica que se desea incorporar para brindar un mejor servicio a los clientes.

La encuesta contiene preguntas de opciones múltiples y cerradas, a fin de agilizar el procesamiento de llenado y la tabulación de la información recabada. (Ver anexo 1)

3.2.5 Presentación de los resultados

PARTE I. INFORMACIÓN GENERAL

a. ¿Género del encuestado?

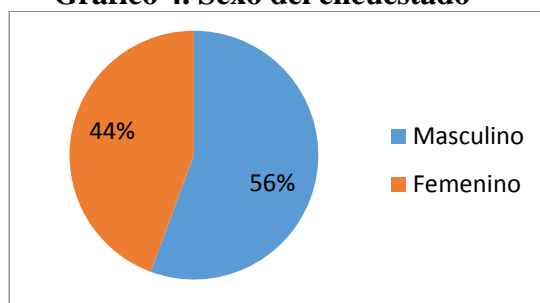
Tabla 2 Sexo del Encuestado

OPCIONES	ENCUESTADOS
Masculino	192
Femenino	153
TOTAL	345

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Liliana Salazar

Gráfico 4. Sexo del encuestado



Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Liliana Salazar

La mayor parte de los encuestados son del género masculino, sin embargo denota una participación importante de las mujeres a cargo de las adquisiciones de las empresas de la ciudad de Quito.

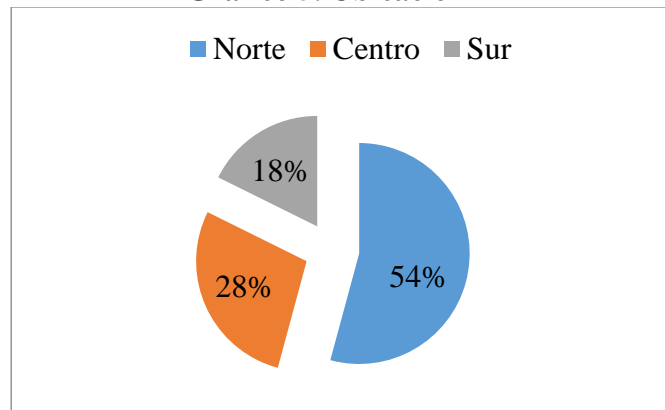
b. Ubicación de la empresa

Tabla 3 Ubicación

OPCIONES	ENCUESTADOS
Norte	187
Centro	97
Sur	61
TOTAL	345

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Liliana Salazar

Gráfico 5. Ubicación



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Liliana Salazar

Del total de empresas encuestadas, se ha determinado que la mayor concentración de ellas se encuentran en el norte de la ciudad, representado en el 54%, seguido por el sector centro de la ciudad con el 28% y el sector sur con el 18%.

c. Tipo de empresa

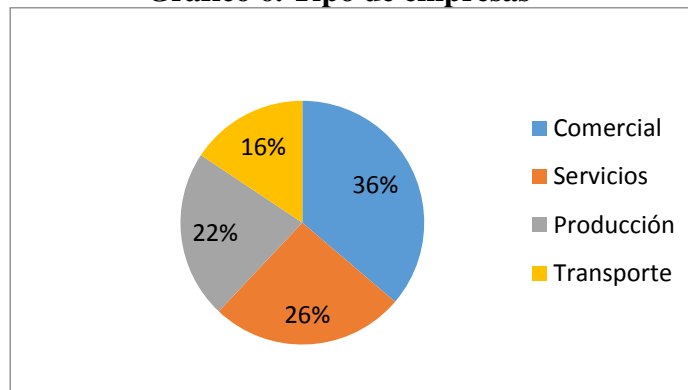
Tabla 4 Tipo de empresa

OPCIONES	ENCUESTADOS
Comercial	125
Servicios	89
Producción	77
Transporte	54
TOTAL	345

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Gráfico 6. Tipo de empresas



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

De las empresas encuestadas el 36% pertenece al sector comercial, mientras que el 26% corresponde al sector de servicios, el 22% está dirigido al sector de producción y el restante 16% pertenece al sector de transporte.

PARTE II: INFORMACIÓN ESPECIFICA

1. ¿Cuenta la empresa con algún equipo de seguridad de Vigilancia Privada?

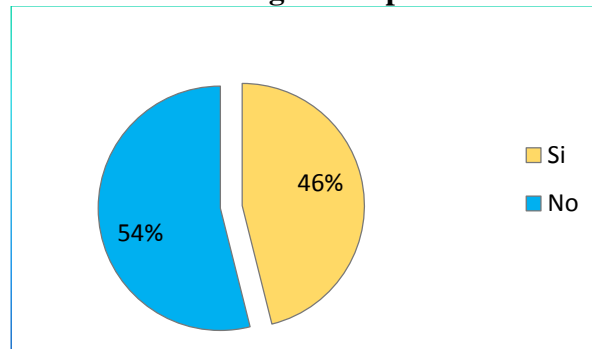
Tabla 5 Seguridad Privada

OPCIONES	ENCUESTADOS
Si	159
No	186
TOTAL	345

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Gráfico 7. Seguridad privada



Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Liliana Salazar

Como se puede observar en el gráfico el 54% de las empresas no contratan compañías de seguridad privada, mientras que el 46% adquiere este tipo de servicio para evitar riesgos tanto para los trabajadores como para la empresa.

2. ¿De las empresas expuestas, cuál les brinda el servicio de monitoreo?

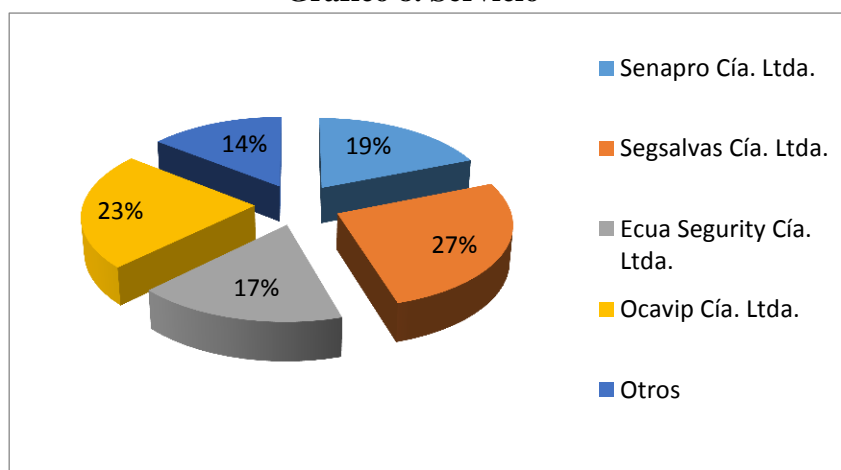
Tabla 6 Servicio

OPCIONES	ENCUESTADOS
Senapro Cía. Ltda.	33
Segsalvas Cía. Ltda.	46
Ecu Security Cía. Ltda.	30
Ocavip Cía. Ltda.	40
Otros	25
TOTAL	174

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Liliana Salazar

Gráfico 8. Servicio



Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Liliana Salazar

Como se puede observar el 27% de las empresas encuestadas utilizan el servicio de Segsalvas Cía. Ltda., el 23% contratan a Ocavip Cía. Ltda., el 17% utiliza en el servicio de Ecu Security y Senapro Cía. Ltda., mientras que el 19% acogen el servicio de Senapro y el restante 14% obtiene el servicio de otras empresas como: Proviecuador Cía. Ltda., con el 6% y Provica con el 8%.

3. ¿Cómo calificaría Usted el servicio que le brinda la empresa?

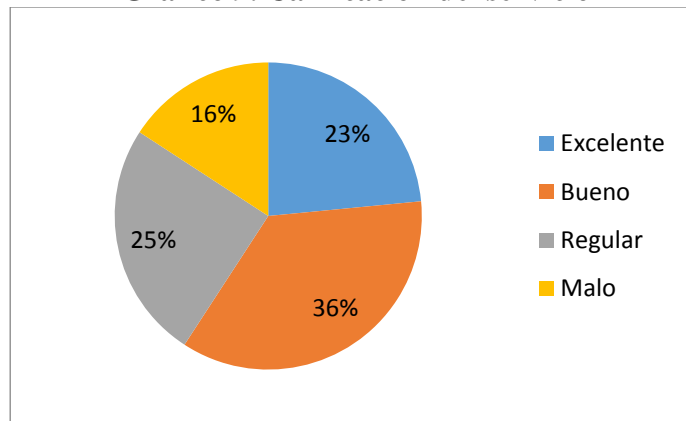
Tabla 7 Calificación del servicio

OPCIONES	ENCUESTADOS
Excelente	40
Bueno	75
Regular	33
Malo	26
TOTAL	174

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Liliana Salazar

Gráfico 9. Calificación del servicio



Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Liliana Salazar

La mayor parte de las empresas encuestadas concuerdan que el servicio que las empresas brindan es bueno, seguido con el 23% considera que es excelente, el 20% admiten que los servicios es regular y el restante considera como malos servicios que brindan las empresa.

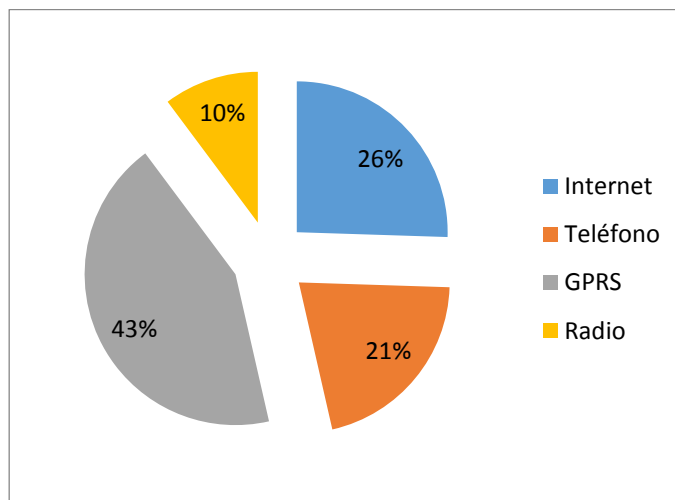
4. ¿Utiliza en la empresa algún tipo de transmisión de sistema de alarma, indique cuál?

Tabla 8 Sistema de alarma

OPCIONES	ENCUESTADOS
Internet	45
Teléfono	34
GPRS	80
Radio	15
TOTAL	174

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Liliana Salazar

Gráfico 10. Sistema de alarma



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Liliana Salazar

El 43% de las personas encuestadas en las empresas mencionan que utilizan el sistema GPRS, el 26% lo hace a base del internet, mientras que el 21% utiliza teléfonos para seguridad de la empresa y los restantes utilizan la radio como un medio de transmisión.

5. ¿Conoce usted o le han proporcionado información sobre los equipos de seguridad electrónica?

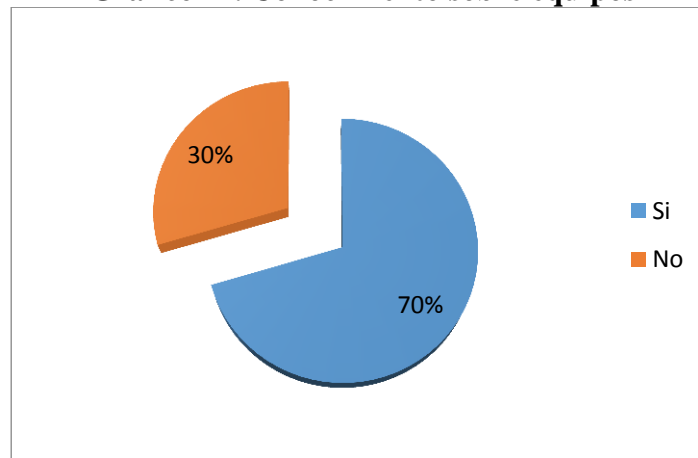
Tabla 9 Conocimiento sobre equipos

OPCIONES	ENCUESTADOS
Si	243
No	102
TOTAL	345

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Liliana Salazar

Gráfico 11. Conocimiento sobre equipos



Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Liliana Salazar

El 70% conocen sobre los nuevos equipos que las empresas de seguridad privada desean incorporar para mejorar la calidad del servicio y por ende de las entidades, mientras que el 30% no tienen conocimiento sobre estos equipos electrónicos.

6. ¿Utilizaría usted equipos de seguridad electrónica en su empresa, sabiendo que brinda mejores beneficios?

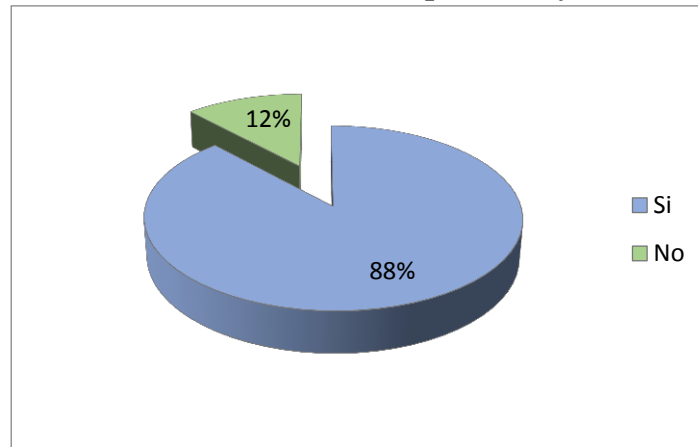
Tabla 10. Verificación del producto y servicio

OPCIONES	ENCUESTADOS
Si	304
No	41
TOTAL	345

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Liliana Salazar

Gráfico 12. Verificación del producto y servicio



Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Liliana Salazar

Como se puede observar en el gráfico el 88% de las empresas encuestadas en la ciudad de Quito si utilizarían este servicio al conocer la calidad de las mismas, por mayor seguridad de la empresa y del personal, también se puede conocer que el 12% no están dispuestos a utilizar equipos, al indicar que únicamente adquieren personal privado.

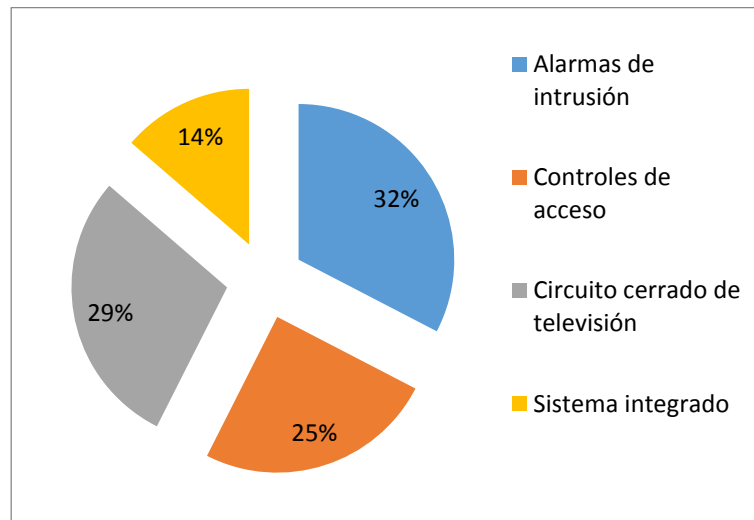
7. ¿De los siguientes equipos de seguridad cuál preferiría para la empresa?

Tabla 11 Preferencia

OPCIONES	ENCUESTADOS
Alarmas de intrusión	108
Controles de acceso	85
Circuito cerrado de televisión	94
Sistema integrado	38
TOTAL	325

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Liliana Salazar

Gráfico 13. Preferencia



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Liliana Salazar

Al tener conocimiento sobre los equipos electrónicos el 32% opta por las alarmas de intrusión, en la que se puede conectar diferentes tipos de equipos para señales de robo, emergencia, entre otros, el 29% utilizarían el Circuito cerrado de televisión, la mismas que conforma cámaras de video en las áreas, el 25% utilizaría controles de acceso, mientras que el 14% prefiere el sistema integrado, los cuales consisten de los tres equipos de seguridad.

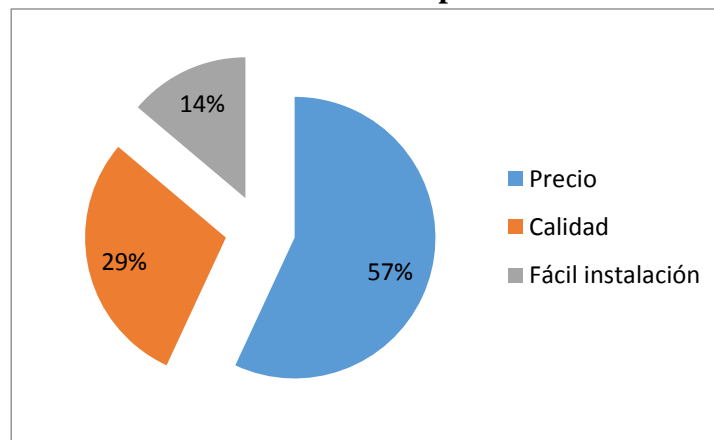
8. ¿Qué factor considera importante para adquirir el equipo?

Tabla 12 Factor importante

OPCIONES	ENCUESTADOS
Precio	185
Calidad	95
Fácil instalación	45
TOTAL	325

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Liliana Salazar

Gráfico 14. Factor importante



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Liliana Salazar

El 57% de las empresas las cuales fueron encuestadas mencionan que el factor más trascendente es el precio del equipo de seguridad, mientras que el 29% indica que es valioso es la calidad y el restante considera como factor importante el fácil acceso a la instalación.

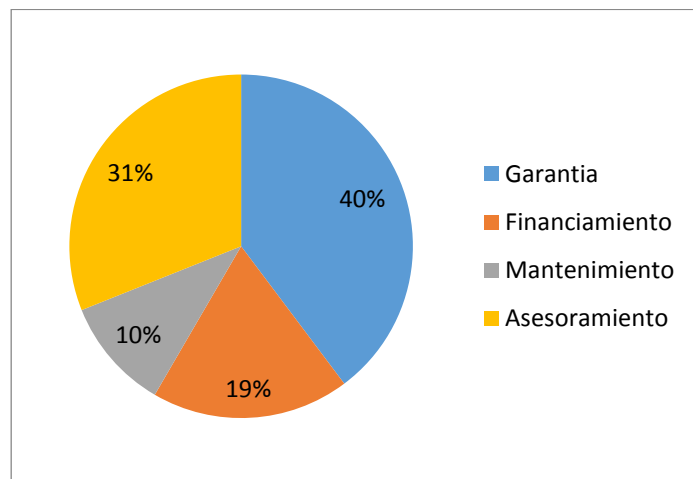
9. ¿Qué le gustaría recibir adicional a los equipos de seguridad?

Tabla 13 Servicio Adicional

OPCIONES	ENCUESTADOS
Garantía	130
Financiamiento	60
Mantenimiento	35
Asesoramiento	100
TOTAL	325

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Liliana Salazar

Gráfico 15. Servicio Adicional



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Liliana Salazar

Al utilizar los equipos electrónicos de seguridad que la empresa ofrecerá el 40% adicionalmente les gustaría recibir garantía, el 31% opta por el asesoramiento en caso de contratiempos, el 19% financiamiento sobre los equipos y al restante el mantenimiento de los mismos.

10. ¿Por qué medios le gustaría recibir información sobre los productos?

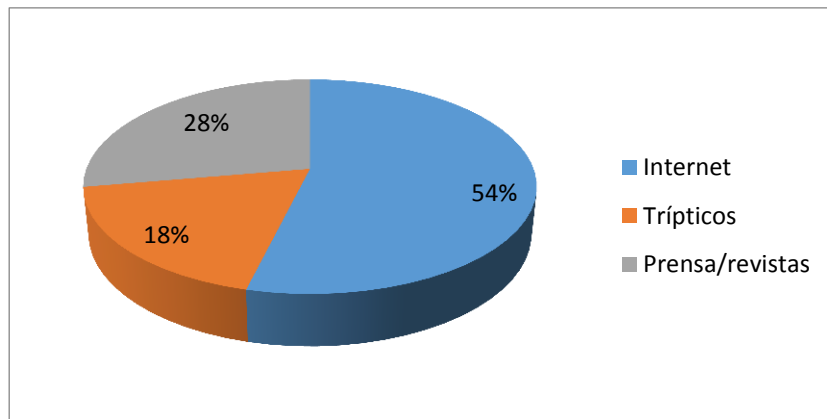
Tabla 14. Medio de comunicación

OPCIONES	ENCUESTADOS
Internet	175
Trípticos	60
Prensa/revistas	90
TOTAL	325

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Liliana Salazar

Gráfico 16. Medios de comunicación



Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Liliana Salazar

Los medios de comunicación se han diversificado, ello permite tener mejores alternativas para enviar y recibir información. Sin embargo, la mayor parte prefieren información a través del internet con 54%, seguido de la prensa y revistas con el 28%, y el restante a través de trípticos.

3.3 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

De acuerdo a lo establecido por la Superintendencia de Compañías en la ciudad de Quito existen aproximadamente 3.253 empresas en estado activo, de las cuales parte de ellas adquieren equipos de seguridad electrónica.

A lo expuesto se agrega que cada una de las empresas consideradas estaría dispuesta a utilizar servicios privados como demandantes potenciales con lo cual la cantidad demanda queda establecida de la siguiente manera:

Tabla 15. Demanda Potencial

DEMANDA POTENCIAL		
Empresas públicas y privadas en la Ciudad de Quito		3.253
6. ¿Utilizaría usted equipos de seguridad electrónica en su empresa, sabiendo que brinda mejores beneficios?	90% utilizaría	2.928
TOTAL		2.928

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Tomando en cuenta la pregunta 6 de la encuesta se pudo determinar que la demanda del proyecto es de 2.928, valor que representan a las empresas que pudieran convertirse en clientes potenciales del proyecto en desarrollo.

3.3.1 Proyección de la demanda

Para determinar la proyección de la demanda, se considera la cantidad demandada estimada del punto anterior, con el crecimiento de las empresas en la ciudad de Quito equivalente a 8.60%. A continuación se realiza el siguiente cálculo de proyección:

Tabla 16, Proyección de la demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
AÑO	JURÍDICAS
2015	2.928
2016	3.179
2017	3.453
2018	3.750
2019	4.072
2020	4.423
2021	4.803
2022	5.216
2023	5.665
2024	6.152

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

La demanda de los equipos de seguridad privada para el año 2024 es de 6.152 empresas en la ciudad de Quito.

3.4 CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA

Según Pérez (2005), define a la oferta como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas para comprar lo que sea, en un determinado momento.

Para cuantificar la oferta se ha considerado estimar a través de la investigación cuantitativa realizada, el total de las empresas que actualmente ofertan estos equipos o sistemas de seguridad Electrónica.

Tabla 17. Cuantificación de la oferta

OFERTA	
AÑO	EMPRESAS DE QUITO
2014	539

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Como se puede observar en el cuadro anterior según la investigación realizada y de acuerdo a los datos del Ministerio del Interior que es la entidad que controla a las empresas de Seguridad Privada en su base datos constan registradas 539 empresas legalmente constituidas a las cuales han emitido el permiso de operaciones; por otro lado “CASEPEC” (Cámara de la Seguridad Privada del Ecuador) indica que tiene afiliadas únicamente a 197 empresas, de las cuales según nos informaron en los últimos meses la Superintendencia de Compañías emitió y público a través de Resoluciones que se inicie con el proceso de liquidación de varias empresas por no cumplir con lo que estipulan las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), es decir varias de estas empresas no necesariamente se encuentran activas o en funcionamiento.

De igual manera en el siguiente cuadro se muestra la proyección de la oferta:

Tabla 18. Oferta proyectada

OFERTA PROYECTADA	
AÑO	EMPRESAS DE SEGURIDAD PRIVADA DE QUITO
2014	539
2015	565
2016	593
2017	622
2018	653
2019	685
2020	718
2021	753
2022	790
2023	829
2024	870

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Liliana Salazar

3.5 NIVEL DE SATISFACCIÓN EN EL MERCADO

Se denomina demanda insatisfecha “a aquella caracterizada porque lo producido u ofrecido no cubre los requerimientos del mercado” (Hernández, 2006, p.108).

Una vez que se ha realizado el análisis respectivo, se observa que existe una gran oportunidad de mercado, puesto que la demanda supera claramente a la oferta existente.

Tomando en consideración que la inseguridad en el país y específicamente en la ciudad de Quito se ha incrementado en los últimos años, para las empresas en general el solo hecho de pensar en la pérdida de su patrimonio, representa un factor relevante lo que le permite tomar la decisión de proteger sus bienes, activos fijos, entre otros ante la situación actual.

Tabla 19. Demanda insatisfecha proyectada

DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA.
2015	539	2928	(2.389)
2016	565	3179	(2.614)
2017	593	3453	(2.860)
2018	622	3750	(3.128)
2019	653	4072	(3.420)
2020	685	4423	(3.738)
2021	718	4803	(4.085)
2022	753	5216	(4.463)
2023	790	5665	(4.874)
2024	829	6152	(5.323)

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Liliana Salazar

Se ha determinado un nivel de satisfacción en el mercado de 2.389 empresas para el año 2015. En el presente proyecto se estima cubrir el 6.00% del total de la demanda insatisfecha, por lo que se pretende importar los equipos de seguridad electrónica para 143 empresas.

Tabla 20. Demanda del proyecto

DEMANDA INSATISFECHA	% CONSIDERADO	DEMANDA DEL PROYECTO
2.389	6,00%	143

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

3.6 MARKETING MIX

3.6.1 Producto

Los equipos electrónicos de seguridad para las empresas de la ciudad de Quito serán importados de Miami-EE.UU, con el fin de brindar un buen servicio y equipos más avanzados en tecnología para mayor protección de las empresas considerando que el producto cuenta con aceptación por su costo y por su necesidad.

3.6.1.1 Características del producto

Para iniciar este proyecto se ha decidido importar tres tipos de equipos de seguridad electrónica para comercializarlos en las empresas de la ciudad de Quito, ya que cuentan con buena acogida en el mercado nacional, y hoy por hoy se percibe en mayor porcentaje los

robos por lo que este tipo de tecnología brinda un cierto porcentaje de satisfacción al cliente ante el temor de ser víctimas de la delincuencia organizada.

3.6.1.1.1 Alarmas de Intrusión

Este equipo tiene como ventaja que son diseñados para perdurar y funcionar con condiciones climáticas extremas, muchos de ellos son compatibles con equipos existentes.

Son un conjunto de equipos electrónicos distribuidos y ubicados estratégicamente, los cuales permiten proteger diferentes áreas dentro de instalaciones residenciales, comerciales, industriales, agrícolas, entre otras, estos dispositivos se conectan a un panel principal el cual transmite los eventos generados a nuestra central de monitoreo.

En un solo sistema se pueden conectar diferentes tipos de equipos que generan señales como ROBO, ATRACO, INCENDIO, EMERGENCIA, EMERGENCIA MEDICA, ESCAPES DE GAS, INUNDACIÓN, entre otros, cuenta con transmisión por Línea Telefónica, Internet/ IP. (Televisonic Tec, 2013)

3.6.1.1.2 Control de acceso

Este es un sistema que permite monitorear, controlar o restringir el acceso a determinadas áreas. Debido a que cada empresa tiene sus propias normas y/o políticas para restringir el acceso del personal, los sistemas de control de acceso son programables y ajustables a dichas necesidades. (SEGURTRONIC, 2011)

3.6.1.1.3 Circuito Cerrado de Televisión – CCTV

Es una red conformada por cámaras de video, que permite tener una vigilancia constante en cualquier escenario, interior o exterior. El propósito de un CCTV es visualizar las diferentes situaciones anómalas que se presenten, adelantándose a los hechos y logrando tener la reacción inmediata y adecuada.

Los circuitos cerrados de televisión son hoy en día la mejor opción de vigilancia, algunos de los beneficios son:

- El control de áreas de difícil manejo de seguridad.
- El registro de la actividad que se genere en los sitios protegidos.
- El control del ingreso de personas a sitios determinados.
- Crear un efecto disuasivo, está comprobado que el simple hecho de sentirse registrado persuade de cometer algún hecho ilícito.
- Apoyar a la vigilancia.
- Reducir costos.
- El CCTV se visualiza a través de la cámara de video las situaciones anómalas en la empresa tanto interna como externa, actualmente se considera como una de las mejores opciones para la seguridad.

A los equipos se les considera como:

- Transmisión muy rápida
- Conexión móvil. (Televisonic Tec, 2013)

Gráfico 17. Medios de comunicación



Fuente: (CGB, s.f.)

A continuación se detalla los accesorios de los equipos:

Tabla 21. Accesorios de equipos

ALARMA	
DETALLE	CANTIDAD
Panel de control	1
Batería	1
Teclado	1
Sirena	1
Sensores	6
Caja de metal	1
CONTROL	
Cerradura	1
Control digital	1
Tarjeta	5
CCTV	
Cable	1
Cámara	5
Pantalla	1
Baterías	1
Dvr	1

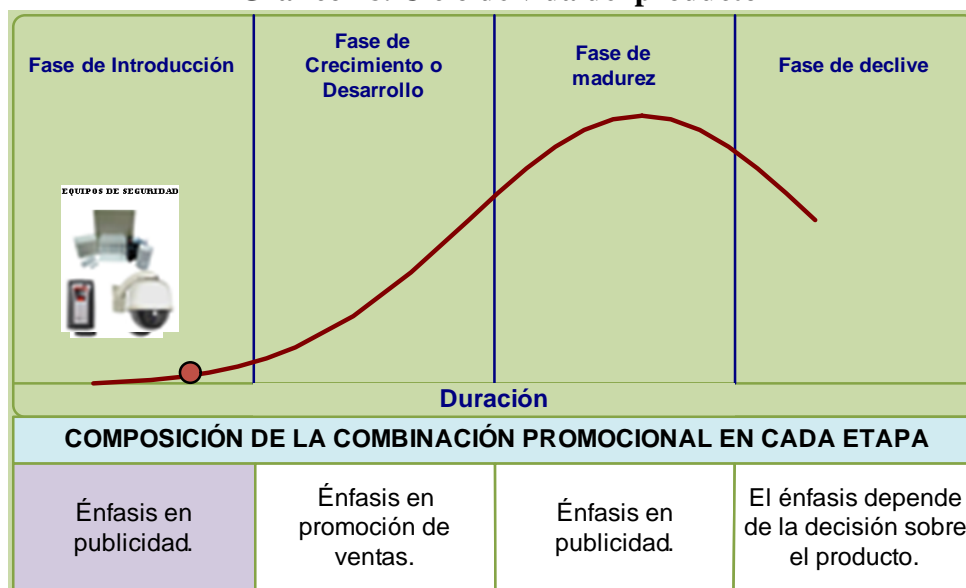
Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Liliana Salazar

3.6.1.2 Etapa de introducción

La introducción es un periodo durante el cual las ventas registran un crecimiento lento, mientras el producto se introduce en el mercado y se va adquiriendo una cartera de clientes. En la fase de introducción se da énfasis en la publicidad ya que en esta etapa se da el despegue del producto, no hay utilidades jugosas, debido a los gastos elevados para la introducción de los equipos.

Según se vaya realizando la introducción del producto al mercado dependerá que continúe con la siguiente fase del ciclo de vida en donde se podrá observar el crecimiento del producto y se empezará a percibir las ganancias por la comercialización del mismo.

Gráfico 18. Ciclo de vida del producto



Elaborado por: Liliana Salazar

3.6.1.3 Estrategias del producto

Estas estrategias están dirigidas a brindar un producto de calidad que son necesarios para viabilizar la introducción de los equipos electrónicos de seguridad en el país, para ello se deben considerar algunas opciones que permitan:

- Dotar por los mejores equipos que sean competitivos en su costo y satisfagan a las empresas
- Conforme se presentan mejoras tecnológicas, Ocavip importará equipos que cumplan con las más altas exigencias respecto a la seguridad de las empresas.
- Una vez que se logre introducir satisfactoriamente los nuevos equipos, se realizaran estudios posteriores a fin de determinar la necesidad de poner en manifiesto la presencia de nuevos productos en el mercado que permitan reemplazar a aquellos que ya hayan cumplido su ciclo de vida.

Gráfico 19. Estrategias de producto

ETAPA	ESTRATEGIA	DEFINICIÓN	CUANDO UTILIZARLO	CUANDO NO UTILIZARLO
INTRODUCCIÓN	Empaque del producto con seguridad adecuada	Mejorar los empaques de los equipos de tal forma que se muestre una mejor tecnología disponible para la seguridad de las empresas.	En la fase de introducción o desarrollo del ciclo de vida del producto para ingresar al mercado.	Al momento que no poseen suficiente información sobre los equipos electrónicos
	Brindar equipos tecnológicos de mayor seguridad	Facilita equipos de mayor confianza para la seguridad de las empresas	Se propone durante el ciclo de vida del producto, al ser importante para las entidades y privadas	Cuando se mantenga en etapa de madurez
	Disponibles para utilizar los tres equipos de seguridad	Mayor comercialización, principalmente para la seguridad de la empresa y de las personas	Cuando la empresa posea mayores conocimientos sobre estos equipos	Al no contar con el tiempo suficiente para la instalación.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Liliana Salazar

3.6.2 Precio

La determinación del precio es otro de los aspectos fundamentales en el proceso de la planeación del producto. De aquí la importancia de que la empresa desarrolle o implemente una estrategia sensata de precios tomando en consideración, los requerimientos de la empresa y las circunstancias del mercado. La política de precio escogida por la empresa puede hacer que esta obtenga buenos resultados a pesar de la situación que prevalezca en el mercado. (Johansson, 2001)

Para la fijación del precio también es importante tomar en cuenta la competencia existente y dado que se observa una guerra de precios en el mercado, es necesario vigilar las políticas impuestas por los competidores, con el propósito de establecer un precio competitivo de acuerdo a los productos o servicios, así como también brindar valores agregados a nuestros clientes, la permanencia en el mercado determina rentabilidad del proyecto y ayuda la posicionamiento de la marca.

3.6.2.1 Tipo de precios

Según Baca (2012) afirma que los precios se tipifican como:

Internacional: Se usa para artículos de importación-exportación. Normalmente se cotiza en dólares estadounidenses y FOB (libre a bordo) en el país de origen.

Regional externo: Es el precio vigente solo en parte de un continente y rige para acuerdos de intercambio económico en esos países y el precio cambia al salir de esa región.

Regional interno: Es el precio vigente en una parte del país y rigen normalmente para artículos que se producen y consumen en esa región, al momento de consumir en otra, el precio cambia.

Local: Precio vigente en una población o poblaciones pequeñas y cercanas. Fuera de la ciudad el precio cambia.

Para la comercialización de los equipos electrónicos se considerará un precio promedio de mercado, que se relacione con el precio actual de la competencia, es por esta razón que en el primer año el precio debe cubrir los costos y gastos.

3.6.2.2 Factores que determinan el precio

La estimación del precio resulta difícil al comercializar los equipos electrónicos a las empresas de Quito.

Entre los factores que afectarían el nivel de precios denotan los siguientes:

- La demanda al encontrar ofertantes que comercialicen los equipos tecnológicos en el que pueden tener alternativas de elección y pueden afectar al precio.
- La competencia, la misma que puede influir drásticamente en la determinación del precio de venta, por lo que resulta necesario vigilar las políticas impuestas, a fin de readecuar las acciones tomadas que garanticen un nivel adecuado de ingresos.

3.6.2.3 Estrategia de precios

La estrategia de precio utilizada para el presente proyecto está basada en el promedio de los precios de venta de la competencia, en el que se considera poner precios similares al mercado de cada uno de los equipos tecnológicos.

Tabla 22. Estimación de precios

EQUIPOS DE SEGURIDAD ELECTRONICA			
EMPRESAS QUE BRINDAN SERVICIO			
EMPRESAS	PRECIO DE ALARMA	PRECIO DE CONTROLES	PRECIO DE CCTV
ACTIVE SECURITY COMPANY. CIA. LTDA.	300,00	189,00	900,00
MORESEG	325,00	195,00	950,00
AGILSEG CIA LTDA.	300,00	160,00	980,00
COSEVIP CIA. LTDA.	295,00	195,00	900,00
EPROVIC	315,00	150,00	950,00
GARGOY CIA LTDA.	290,00	185,00	990,00
MAXSIPTV CIA. LTDA.	285,00	180,00	1.000,00
PROSEVIP	280,00	190,00	1.000,00
QUITOSEURITY CIA. LTDA.	295,00	195,00	988,00
SECOIN CIA. LTDA	330,00	180,00	946,00
SEGSALVAS	295,00	185,00	980,00
MARIPROBI CIA. LTDA.	325,00	175,00	900,00
SENAPRO CIA. LTDA.	310,00	190,00	990,00
GUARPRIECUADOR	330,00	185,00	1.000,00
PHF SEGUR CIA. LTDA.	300,00	195,00	890,00
VIGILANCIA SEGURIDAD Y PROTECCIÓN VISPROT	335,00	189,00	900,00
PRECIO PROMEDIO	306,88	183,63	954,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Los precios promedios considerados para la comercialización de los equipos electrónicos de seguridad a las empresas de la ciudad de Quito para los dos primeros años con sobretasas será de USD 306,88 dólares en las alarmas de intrusión, en los controles de acceso será USD 183,63 dólares y circuito cerrado de televisión USD 954,00 dólares.

3.6.3 Promoción

Como incentivo para nuestros clientes se implementara una línea de descuentos siempre y cuando se cumpla con:

- Los clientes que adquieran 3 paquetes de equipos de seguridad electrónica (CCTV) se dará un 10% de descuento.

- Los clientes que realicen sus pagos en efectivo por un monto mayor a USD 1000.00 en equipos de seguridad electrónica se dará un 5% de descuento.
- Los clientes que realicen sus pagos en efectivo por un monto mayor a USD 500.00 en equipos de seguridad electrónica se dará un 2% de descuento.

3.6.3.1 Crédito

Se implementara una línea de crédito para nuestros clientes siempre y cuando se cumpla con:

- Por la compra de cualquier equipo de seguridad electrónica se contará con la posibilidad de adquirirlo con tarjeta de crédito y diferirlo al gusto del cliente.
- A clientes que se consideren frecuentes se otorgara una línea de crédito con débito bancario o cobro directo a cualquier tarjeta de crédito.

3.6.4 Plaza-Canal de Distribución

La distribución es el tercer elemento del marketing mix, el canal principal será la venta directa, para lo que se colocará varias opciones para el cliente:

- Atención directa en las oficinas
- Redes sociales
- Atención desde el call center
- Página web
- Inspecciones de un técnico

3.6.4.1 Canales de distribución

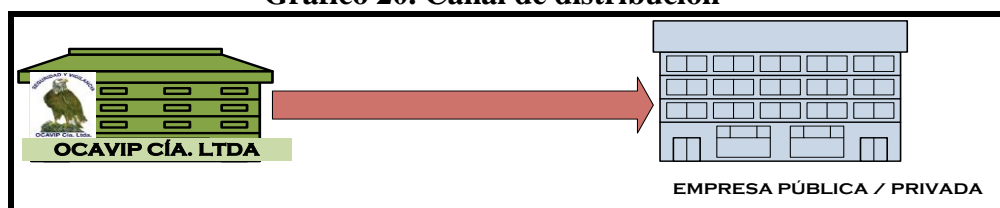
“Se conoce como canal de distribución al “Conjunto de Organizaciones que dependen entre si y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor o usuario industrial.” (KOTLER 2003, pág. 399)

Para el presente estudio se ha considerado aplicar el tipo de canal directo para comercializar los equipos electrónicos de seguridad, donde no se requerirá intermediario alguno, en razón de la exclusividad de los productos tecnológicos ofertados, con el cual se espera satisfacer en su totalidad la instalación de los equipos y servicio de mantenimiento o asesoría en caso de ser necesario.

3.6.4.2 Estrategia de distribución

El Canal de distribución que se utilizará para la oferta de sus productos y servicio es el canal directo, en el que no existen empresas intermediarias para la instalación de los equipos electrónicos.

Gráfico 20. Canal de distribución



Elaborado por: Liliana Salazar

Como se puede observar en el gráfico anterior no existirán intermediarios para la comercialización de los equipos electrónicos de seguridad para lo cual se utilizará ciertas estrategias con el fin de brindar un buen servicio a las empresas de la ciudad de Quito.

Una parte principal para que la distribución tenga una mayor efectividad es la visita a las empresas dando a conocer la calidad de los equipos, por lo cual se considerará estrategias relacionadas con los mismos.

Tabla 23. Estrategia de distribución

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN
ESTRATEGIA
Realizar descuentos por la compra de los tres equipos electrónicos en las empresas
Visitas para dar a conocer la calidad de los equipos de seguridad en las empresas
Activar los equipos de seguridad en las empresas
Visitar periódicas para el mantenimiento de los equipos
TOTAL

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Liliana Salazar

3.6.5 Publicidad

Este es un factor muy importante lo que nos permitirá llegar a una mayor cantidad de posibles clientes, y esto se lo realizara por medio de marketing boca a boca, redes sociales, flyers, página de internet y vallas publicitarias, entre otras.

3.6.5.1 Medios impresos

La ventaja de los medios impresos se encuentra en la variedad de público que los lee, destacando que toda la población tiene acceso a ellos.

Se realizarán flyers en papel couche full color de 16 cm x 8 cm, a un costo unitario de USD 0,10, se piensa elaborar 2.500 unidades anuales, siendo su periodicidad de elaboración de 1.250 volantes semestrales.

Internet: es un medio interactivo, por lo tanto los clientes cibernautas esperan disponer de información de su interés, ello implica crear la página web que servirá para publicar en detalle los antecedentes y demás información de la empresa y producto.

La aplicación de este tipo de publicidad se valdrá de tres medios:

- Creación de una página web con toda la información referente a la importación de las alarmas, circuitos y CCTV, equipos electrónicos de seguridad en Quito.
- En la principales redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) ofertando nuestros productos y servicios.
- El mailing a través del cual se procederá a dar información a las empresas de Quito para la seguridad de los departamentos.

Tabla 24. Estrategia de publicidad

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	
ESTRATEGIA	INVERSIÓN PROPUESTA (USD)
Creación de la página web	784,00
Presentación de la empresa	1120,00
Flyers	250,00
TOTAL	2.154,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Liliana Salazar

3.7 ANÁLISIS DE PROVEEDORES

Los proveedores son fundamentales para el desarrollo de la empresa, a través de ellos se obtiene los productos que se desea comercializar, los mismos que son especializados para brindar mayor seguridad a las empresas de la ciudad de Quito.

Se tiene previsto para arrancar con el proyecto en Miami con 3 proveedores a quienes se les realizara el pedido de los equipos que serán vendidos a las empresas de la ciudad de Quito objeto de este proyecto.

Proveedores en Miami

- **PROVISUAL**

Ubicados 3399 NW 72nd Ave. Suite # 123 Miami, FL. 33122 EE.UU.

- Producto
 - **Cámaras de seguridad analógicas**
 - Bullet Cámaras de Seguridad
 - Dome Cámaras de Seguridad
 - PTZ Cámaras de Seguridad
 - Wide Dynamic Range
 - HD-SDI Cámaras de Seguridad
 - Cámaras de seguridad Caja
 - Mini cámaras de seguridad
 - Cámaras de seguridad móvil
 - Cámaras de seguridad especial
 - Analog Por Resolución
 - **Covert cámara espía**
 - **Red de Cámaras IP**
 - Bullet Cámaras de Seguridad
 - Dome Cámaras de Seguridad
 - PTZ Cámaras de Seguridad
 - Cámaras IP Por Resolución

- **Grabadores DVR**
 - De 4 canales DVR
 - De 8 canales DVR
 - De 16 canales DVR
- **Grabadores de vídeo en red**
 - De 4 canales NVR
 - De 8 canales NVR
 - De 12 canales NVR
 - De 16 canales NVR
- **Grabadores Híbrido**
- **Grabadores de Vídeo Móvil**
- **Sistemas de seguridad**
 - Sistema de 4 Sistemas de Seguridad
 - Sistema de 8 Sistemas de Seguridad
 - Sistema de 16 Sistemas de Seguridad
- **Controles de accesos**
- **Sistema de alarmas**

(Provisual, 2001 - 2014)

Gráfico 21. Canal de distribución



Fuente: (Provisual, 2001 - 2014)

3.8 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El mercado de la seguridad privada se ha visto afectado desde el año 2008 con la aprobación del Mandato Constituyente No. 8 aprobado por la Asamblea Nacional, seguida por la prohibición de fabricación e importación de armas de fuego, varios cambios jurídicos, en especial por parte el Ministerio del Interior, Ministerio del Trabajo, Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, inspecciones constantes, etc, hecho que ha dado lugar a que el número de empresas dedicadas a la seguridad se hayan reducido.

Sin embargo de ello las posibilidades de mantenerse en el mercado siguen siendo favorables y entre las empresas más representativas y con buen posicionamiento en el mercado en el cantón Quito se encuentran:

- G4S Wackenhut Del Ecuador
- Armiled Cia. Ltda.
- 593 Security
- Sepronac cia. Ltda.
- Entre otras.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto es importante analizar y determinar el tamaño óptimo del proyecto, los equipos que se van importar; así como considerar los siguientes factores:

4.1.1 Demanda

Es uno de los factores más importantes, el mismo que se ha determinado en el estudio de mercado para observar el comportamiento del nivel de satisfacción del mercado y conocer dicha cantidad para importar equipos de seguridad electrónica para arrancar este negocio, la proyección se ha realizado para los siguientes años:

Tabla 25. Proyección de la demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
AÑO	JURÍDICAS
2015	2.928
2016	3.179
2017	3.453
2018	3.75
2019	4.072
2020	4.423
2021	4.803
2022	5.216
2023	5.665
2024	6.152

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

La demanda se ha proyectado en relación al crecimiento de las empresas en la ciudad de Quito (8,60%), al cual se le ha considerado como mercado objetivo, el nivel de satisfacción del mercado obtenido, muestra buenas oportunidades de mercado para la presente propuesta.

Se propone satisfacer aproximadamente el 6,00% de la demanda insatisfecha en el mercado, considerando que los equipos de seguridad electrónica, es un producto que las empresas si adquirirán para mejorar la seguridad del personal y de la propia empresa. Para lo cual a continuación se muestra la cantidad que Ocavip importará para su respectiva comercialización:

Tabla 26. Tamaño Propuesto

DEMANDA INSATISFECHA	% CONSIDERADO	DEMANDA DEL PROYECTO
2.389	6%	143

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Como se observa en el cuadro anterior, se considera importar aproximadamente 143 equipos electrónicos anuales entre alarmas de intrusión, controles de acceso y circuito cerrado de televisión para comercializar a las empresas de la ciudad de Quito.

4.1.2 Financiamiento

Es el factor más importante, tiene como finalidad el desarrollo de todo tipo de negocio, se dan a través de recursos propios que son asignaciones propias de los socios y recursos

externos son realizados mediante préstamos obtenidos en base a las instituciones financieras o bancarias.

Es importante tomar en consideración diferentes alternativas para realizar los créditos, para verificar las tasas de interés y la capacidad máxima de crédito para que el departamento tenga buen funcionamiento.

Tabla 27. Tasa de financiamiento

INSTITUCIÓN FINANCIERA	TASA ACTIVA ENERO - 15
BCE	9,63%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Como se observa en el cuadro anterior la alternativa para el financiamiento con fuentes externas, la mejor tasa de interés es del 9,63%, la cual se considera para el financiamiento del proyecto.

4.1.3 Proveedores

Son un factor importante para este proyecto ya que serán quienes nos abastezcan con la cantidad necesaria de productos que serán importados para así poder desarrollar la actividad de venta de los mismos a través del departamento de Seguridad electrónica.

Es importante también considerar la trayectoria y referencias de los proveedores puesto que al ser intermediarios se ha considerado tener únicamente un 2% de reclamos por defectos de fábrica.

4.1.4 Organización

El talento humano también forma parte primordial de la puesta en marcha del proyecto, el personal contratado debe tener sólidos conocimientos principalmente sobre temas referentes a importaciones y comercialización de los equipos de seguridad electrónica; así como también conocimientos sobre administración.

Para los requerimientos del presente estudio es importante contar con un personal calificado para esta área y como resultado de ello un buen funcionamiento y desarrollo del proyecto.

A continuación se detalla las personas que integran el departamento de Comercio de Exterior:

Tabla 28. Personas que integran el departamento de Comex

CARGO	CANTIDAD
Jefe de Comercio Exterior	1
Técnico	1
TOTAL	2

Fuente: Investigación de directa.

Elaborado por: Liliana Salazar

4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización del proyecto juega un papel importante para su éxito o fracaso, de su ubicación depende que el cliente visite o no la empresa, la misma que debe ser de fácil identificación y acceso, a fin de estar al alcance de los clientes de forma rápida y oportuna.

4.2.1 Micro localización

La empresa cuenta ya con su propia localización ya que la misma arrienda sus oficinas que se encuentran ubicadas en:

País: Ecuador

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Sector: Santa Prisca; Ocavip Cía. Ltda., se encuentra ubicada en la Av. Sta. Prisca Oe3-17 (259) y Av. 10 de Agosto 3er Piso Of. 15 y 16.

Gráfico 22. Macro localización



Fuente: www.mapsquito.

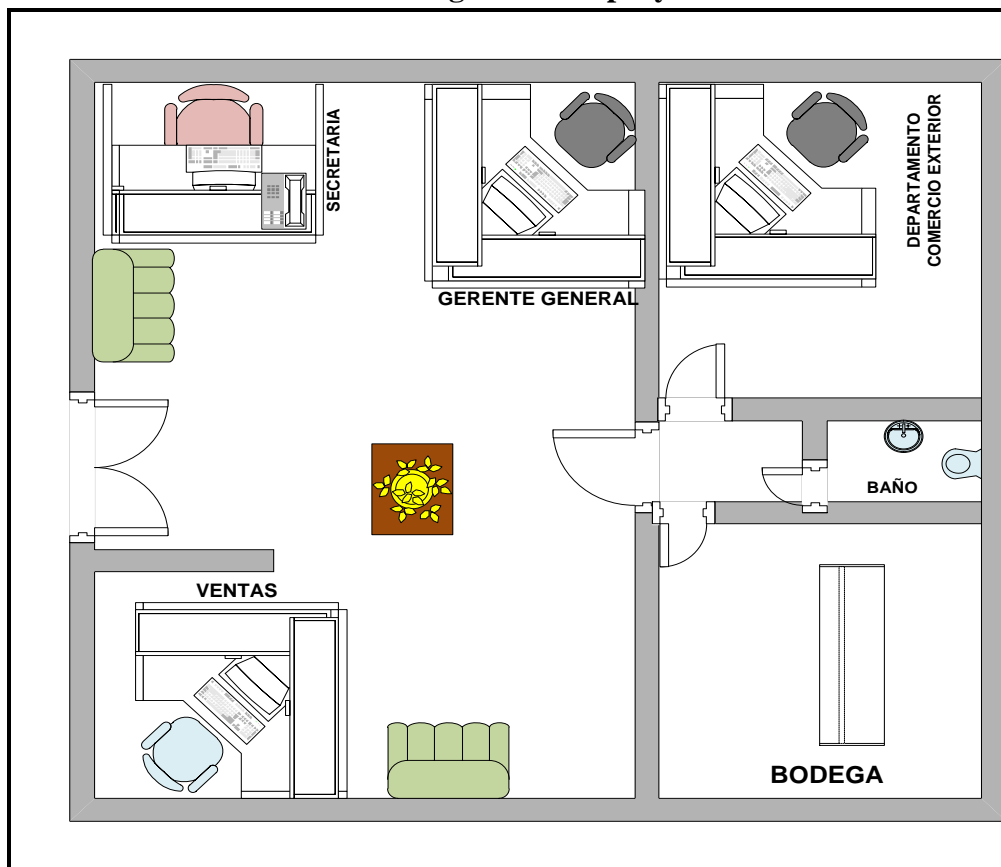
Esta localización favorece a la propuesta, ya que cuenta con los servicios básicos y con grandes facilidades para contratar otros servicios requeridos por la empresa como: servicio de internet, entre otros.

4.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

Dentro de la ingeniería del proyecto se considera la infraestructura física de las instalaciones proporcionando las mejores condiciones de trabajo que permite operaciones económicas y mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Para la creación del departamento de comercio exterior se considera la siguiente distribución de las instalaciones:

Gráfico 23. Ingeniería del proyecto



Elaborado por: Liliana Salazar

4.4 ASPECTOS LEGALES

Para la importación de los equipos de seguridad es importante considerar los respectivos conocimientos sobre las leyes que rigen en Ecuador como:

- Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones
- Arancel Nacional
- Licencias exigidas para importar
- Ley de compañías
- Y demás leyes vigentes.

La empresa OCAVIP CIA. LTDA., está legalmente constituida como de responsabilidad limitada con escritura pública, debidamente inscrita en el Registro Mercantil la cual cuenta con todos sus permisos en regla conforme las exigencias del Gobierno y las Leyes Ecuatorianas vigentes.

CAPÍTULO V

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR

La necesidad de crear el departamento de Comercio Exterior en la empresa Ocavip, es con el fin de importar equipos de seguridad electrónica como alarmas de intrusión, controles de acceso y Circuito cerrado de televisión (CCTV), desde Miami-Estados Unidos para las empresas que vean la necesidad de adquirir estos productos y así ser más eficientes en el cumplimiento de los servicios que buscan las empresas contratistas.

El departamento de Comercio Exterior en la empresa Ocavip Cía. Ltda., brindará los mejores equipos y servicios de seguridad privada a las empresas públicas, privadas y demás, también contará con personas calificadas que aportarán con los conocimientos en el desarrollo de las actividades.

5.1 OBJETIVO

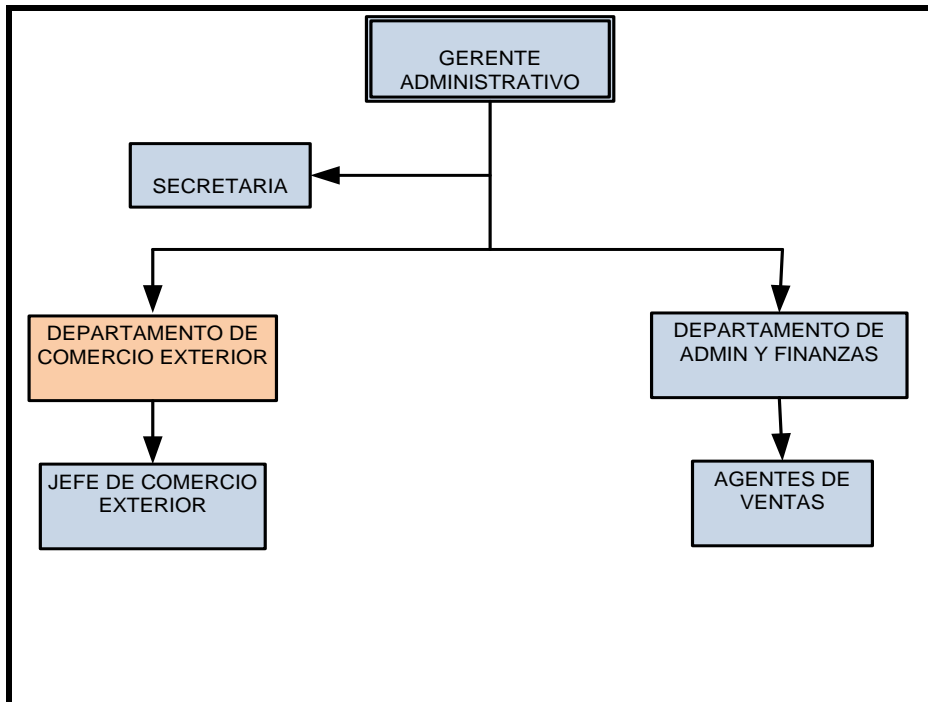
Determinar los niveles de desempeño y responsabilidad a través del departamento especializado en importaciones de equipos de seguridad electrónica.

5.2 DETERMINACIÓN DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

La estructura organizacional está basada en la creación del departamento de Comercio Exterior, el mismo que contará con personal experto en el área, con la finalidad de tener

una programación adecuada sobre las importaciones de los equipos electrónicos y tomar las mejores decisiones.

Gráfico 24. Organigrama Departamento Comercio Exterior



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Liliana Salazar

5.3 PROCEDIMIENTOS Y FUNCIONES

5.3.1 Funciones

Departamento de comercio exterior

- Establecer líneas de acción en las importaciones basadas en las leyes ecuatorianas del Comercio Exterior
- Controlar sistemáticamente los procesos de Importación

- Establecer una red eficaz de contactos, coordinación con los proveedores y entidades relacionadas, así como también una estrecha comunicación con los demás departamentos.
- Efectuar la importación en el tiempo establecido
- Realizar todos los trámites y procedimientos respectivos para efectos de las importaciones.
- Reportar informes semanales de todas las importaciones.
- El Departamento de Comercio Exterior es el responsable directo de las acciones a efectuarse en los procesos de importación.

Jefe de comercio exterior

Es importante considerar el papel que deberá desempeñar la persona encargada del departamento ya que constituye la parte fundamental del departamento de comercio exterior, con el propósito de llevar adecuadamente las importaciones, brindando a la empresa soporte para el buen funcionamiento.

- Dirigir las actividades del departamento de Comercio Exterior.
- Programar las importaciones de los equipos
- Realizar las importaciones y compras locales
- Seguimiento de las importaciones y compras locales
- Elaboración de reportes de las importaciones en tránsito.
- Ser el instrumento de apoyo para el Departamento Comercial
- Verificar y controlar la cadena de valor.

- Identificar plenamente los recursos a utilizar para llevar adelante las importaciones y compras locales
- Garantizar que las importaciones sean ágiles y oportunas.

Generalidades:

- Mayor de 28 años.
- Profesional en comercio exterior.
- Experiencia mínima de 2 años en puestos similares.
- Conocimientos en computación.
- Manejo de buenas relaciones interpersonales.
- Conocimientos de contabilidad.
- Proactivo

5.4 COSTOS Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para conseguir los objetivos propuestos se ha considerado que los recursos financieros son importantes, los cuales son capitales de gran valor para el desarrollo de este proyecto; en este caso se utilizara recursos propios y recursos externos para la creación del departamento de comercio exterior y para las importaciones; los primeros están dados por haberes propios y los segundos están dados mediante un préstamo en cualquiera de las entidades financieras o bancarias.

Para la importación y posterior distribución de los equipos de seguridad electrónica, los recursos financieros se consideran como propios y financiados, los recursos propios es el



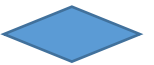


capital que de la empresa y los recursos financiados proporcionados por la entidad financiera que muestre los mejores beneficios para la puesta en marcha del proyecto.

5.5 PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN

El proceso de comercialización permitirá conocer los pasos que se van a realizar al importar los equipos de seguridad electrónica para entregar un servicio de calidad a las empresas de la ciudad de Quito, por lo que es importante considerar y controlar la cadena de valor, con una buena gestión de compra desde Miami-EEUU, gestión de pago a los proveedores y la gestión del inventario sobre cada equipo importado, son los procesos más relevantes, con el fin de brindar un excelente servicio y satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

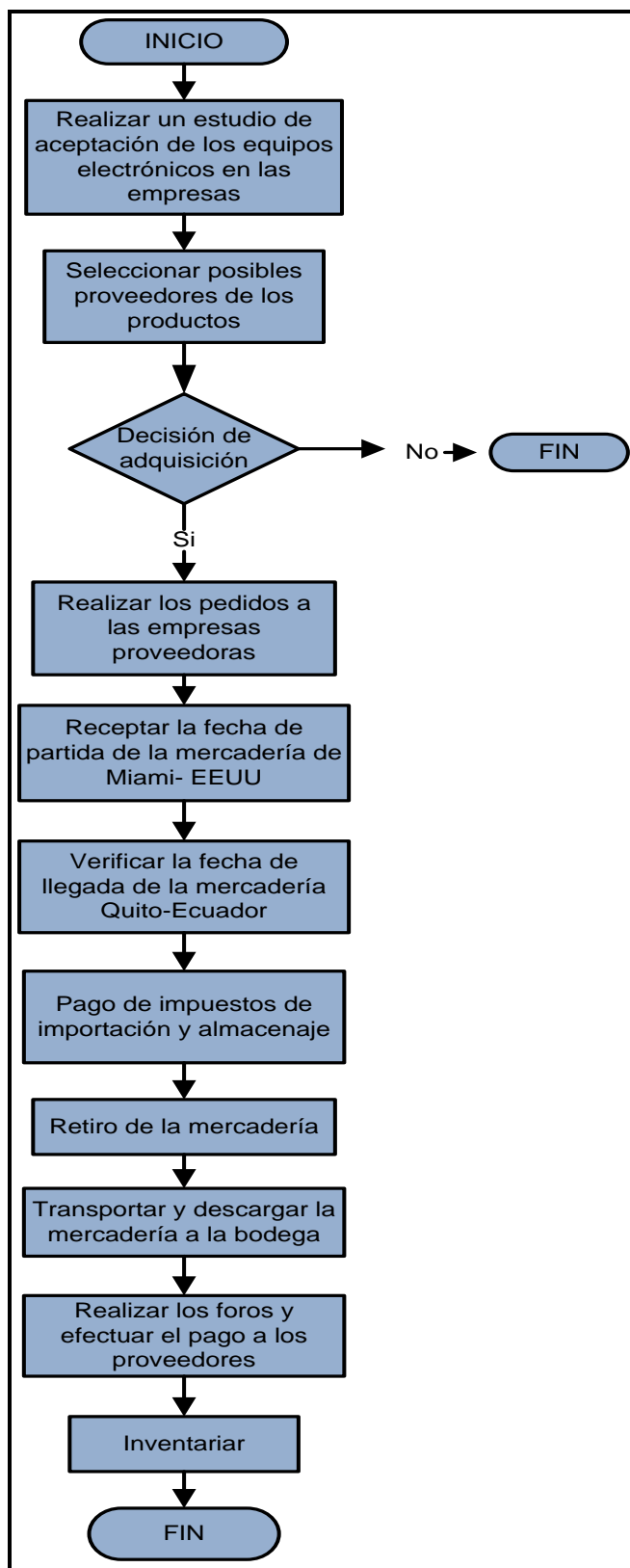
Se utiliza un conjunto de símbolos para representar las etapas del proceso, la secuencia de las operaciones y la circulación de los datos y los documentos, entre los símbolos más comunes utilizados son los siguientes:

Gráfico 25. Simbología de procesos

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
	Inicio/fin
	Actividad/operación
	Decisión
	Demora/espera
	Proceso definido

Elaborado por: Liliana Salazar

Gráfico 26. Proceso de comercialización



Elaborado por: Liliana Salazar

5.6 VENTAJAS DE LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR

Las ventajas más relevantes sobre la creación del departamento se detallan a continuación:

- Mayor control de importaciones de los productos necesarios.
- Mejorar las importaciones de acuerdo a los requerimientos de los clientes.
- Buscar nuevos proveedores en el exterior que brinden los mejores productos con tecnología de punta para satisfacer a los clientes.
- Elaboración de los documentos que sustenten la contratación de los bienes del exterior.
- Establecer contacto con los agentes de aduana.
- Ejecutar los diferentes trámites para brindar a mejores precios los bienes.
- Mantener una relación con el gerente de la empresa sobre las importaciones.

CAPITULO VI

LOGÍSTICA DEL COMERCIO EXTERIOR

La logística para la importación se ejecuta a través de pasos a seguir para que el producto desde Miami-EEUU llegue a su destino final siendo este en la ciudad de Quito – Ecuador, tomando en cuenta los costos y tiempos que más favorezcan al proyecto.

Este proceso se percibe desde la búsqueda del proveedor, seguido por la compra de los equipos de seguridad electrónica desde Miami, seguro, el transporte aéreo internacional, la desaduanización y nacionalización, realizar trámites afines, el transporte interno nacional y luego a Bodega.

6.1 RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN

Mediante este proceso se menciona que la importación es la introducción de las mercancías extranjeras al país de destino, siempre que se cumpla con todos los requerimientos aduaneros de acuerdo al régimen usado.

Los regímenes aduaneros de importación se clasifican en:

- Regímenes de no Transformación:
 - Importación para el consumo (Régimen 10)
 - Admisión temporal para reexportación en el mismo estado (Régimen 20)
 - Reimportación en el mismo estado (Régimen 32)

- Reposición con franquicia arancelaria (Régimen 11)
- Depósitos aduaneros (Régimen 70)
- Regímenes de Transformación
 - Admisión temporal para perfeccionamiento activo (Régimen 21)
 - Transformación bajo control aduanero (Régimen 72)

Para el presente proyecto se utilizará la importación a consumo (Régimen 10), la misma que “Es el régimen aduanero de ingreso definitivo de mercancías al país, cuyos procedimientos para su aplicación serán establecidos por el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Las mercancías ingresadas bajo este régimen podrán circular libremente en el Territorio ecuatoriano una vez satisfecha la obligación tributaria aduanera. (Aduana del Ecuador, SENA, 2014)

El régimen que se utilizara en este proyecto será la importación para el consumo (Régimen 10) para los equipos de seguridad electrónica, serán comercializados a las empresas de la ciudad de Quito.

6.1.1 Costos de Importación

Los costos de importación de los equipos de seguridad electrónica se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 29. Costo de importación

EQUIPOS ELECTRÓNICOS	CANT. ANUAL	COSTO UNI. IMPOR
Alarmas de intrusión	65	75
Controles de acceso	54	30
Circuito cerrado de televisión	58	300
TOTAL		425

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

6.2 LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Las importaciones de las alarmas, controles y CCTV desde Miami-EE.UU que se desea importar para comercializar en Quito consisten de las siguientes logísticas que se detallan a continuación:

- Hacer el pedido al proveedor de los equipos máximo con 30 días de anticipación
- Tener un stock mínimo
- Las compras
- Gestión aduanera y almacenamiento
- Transporte Internacional de carga aéreo
- Consolidación de Mercancías Camiones
- Almacenaje y distribución
- Despacho de aduanas
- Seguro de carga;
- Proyecto de movimientos
- Control de carga
- Servicios de Logística Global

6.3 PROCESO DE IMPORTACIÓN

6.3.1 Requisito para las importaciones

Las importaciones pueden realizar las personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país, que previamente hayan sido reconocidos como importadores en la Aduana del Ecuador.

Las personas naturales o jurídicas que empiecen este proceso deberán obtener un RUC en el Servicio de Rentas Internas (SRI), este requisito es indispensable ya sea que la persona haga una única importación o empiece a realizar importaciones frecuentes y deba estar en lista blanca determinada en la base de datos Servicio de Rentas Internas (SRI).

El siguiente paso será obtener el registro de importador y una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2

Registrar los datos del importador ingresando en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos

2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica (Aduana del Ecuador SENA, 2012)

De no existir novedades con los datos enviados en el formulario electrónico, se convalidan y se acepta el Registro inmediatamente.

La mayoría de tramites que tienen que ver con las importaciones y en general el comercio exterior, son manejados vía electrónica, lo cual facilita el proceso y al mismo tiempo lo agiliza.

Cumplidos estos pasos se podrá realizar la importación de mercancías, un aspecto muy importante es conocer si el producto a importarse tiene algún tipo de restricciones o si por el contrario se encuentra totalmente habilitado para ser importado.

Para conocer si un producto está habilitado para ser importado, visite la página del organismo regulador de Comercio Exterior en el Ecuador COMEX www.comex.gob.ec, link: Resoluciones (182, 183, 184, 364,) en las cuales se disponen las restricciones y requisitos para la importación de cada producto.

Una vez cumplidos los requisitos y restricciones del producto importado podrá realizar el trámite de desaduanización de la mercancía” (Aduana del Ecuador SENA, 2012)

6.3.2 Documentos para importar.

Para poder nacionalizar la mercadería este proceso inicia con el asesoramiento y contratación del servicio de un Agente de Aduana quien deberá estar acreditado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), información que se encuentra publicada en el sitio web de la Institución, una vez contratado se le entregara toda la documentación, quien deberá transmitir electrónicamente la Declaración Aduanera de Importación (DAI), a través del portal ECUAPASS, en el distrito de llegada la mercadería, adjuntando además los documentos que acompañan a la Declaración Aduanera de Importación.

Cabe indicar además que el agente de aduana es el responsable de custodiar todos los documentos originales por un plazo de 5 años a partir de la Declaración como lo determina la Ley en el Art. 73 del reglamento COPCI.

Los documentos para la importación son:

6.3.2.1 Documentos de acompañamiento.

Son aquellos documentos exigidos para la importación y que deben ser obtenidos previo el embarque de la mercadería, tales como Licencias previas de importación, Certificados de Calidad (INEN), CONSEP, MIPRO, Ministerio de Salud Pública, entre otros.

Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto.

Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos. (Art. 72 Reg. COPCI, 2011)

Para el presente proyecto se requiere como documento de acompañamiento el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 096, publicado en el Registro Oficial N° 293 de fecha Lunes, 21 de julio de 2014.

6.3.2.2 Documentos de soporte.

Estos documentos son aquellos que respaldaran la Declaración Aduanera que realizara el agente de Aduana y que serán enviados electrónicamente a través del portal ECUAPASS.

Constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Art. 73 Reg. COPCI, 2011)

Los documentos de soporte son:

6.1.1.1.1 Documento de Transporte:

El documento de transporte dependerá del medio que se opte para transportar la mercancía, para el presente proyecto se utilizará el transporte aéreo por lo cual la guía aérea será el documento en mención, donde la aerolínea reconoce el embarque de mercancías acogiendo a las condiciones y reglas del transporte aéreo.

Constituye ante la Aduana el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Éste podrá ser endosado hasta antes de la transmisión o presentación de

la Declaración Aduanera a consumo según corresponda. El endoso del documento de transporte, implica el endoso de los demás documentos de acompañamiento a excepción de aquellos de carácter personalísimo, como son las autorizaciones del CONSEP, Ministerio de Defensa, entre otras. (Art. 73, Literal a) Reg. COPCI, 2011)

Por lo citado anteriormente se puede concluir que no existen prohibiciones para importar equipos electrónicos de seguridad desde Miami –EE.UU.

Para importar los equipos electrónicos de seguridad se aplicarán los siguientes costos:

Tabla 30. Detalle de carga y flete de aerolínea

Destino		Carga General						FUEL	
		Mínimo	-100kgs	100	300	500	1000	Mínimo	Por/kilo
UIO	Quito, EC	\$80.00	\$2.20	\$1.55	\$1.15	\$1.05	\$ 0,75	\$20.00	\$ 0,85

Elaborado por: Liliana Salazar

Tabla 31. Importación de equipos trimestral

FLETE INTERNACIONAL				
18	Alarmas de Intrusión importadas			
3	Total de cajas (10 alarmas*caja)			
2	kilos peso de cada unidad			
Determinación de transporte/adicionales				
Kilos Trimestrales de importación	Gasolina	Carga general/transporte	Trimestral Total USD	Anual Total USD
36	\$30.60	\$55.80	86.40	345.60
	30.60	55.8		
FLETE INTERNACIONAL				
15	Controles de acceso importadas			
1	Total de cajas (15 controles*caja)			
0.6	kilos peso de cada caja			
Determinación de transporte/adicionales				
Kilos Trimestrales de importación	Gasolina	Carga general/transporte	Trimestral Total USD	Anual Total USD
9	7.65	13.95	21.60	86.40
	7.65	13.95		

FLETE INTERNACIONAL				
16	CCTV importadas			
8	Total de cajas (7 CCTV*caja)			
3.5	kilos peso de cada caja			
Determinación de transporte/adicionales				
Kilos Trimestrales de importación	Gasolina	Carga general/transporte	Trimestral Total USD	Annual Total USD
56	47.6	86.8	134.40	537.60
	47.6	86.8		

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Como se puede apreciar en los cuadros anteriores se especifica el total de kilos de cada producto y el costo del flete internacional, con el fin de determinar el número de cajas a importar y la cantidad que lleva cada una.

6.3.2.2.1 Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial:

Documento comercial importante en materia de comercio exterior, el cual es emitido por el Exportador a nombre del Importador donde describe a detalle las mercancías, la cantidad, pesos netos por ítem, el valor de las mercancías, entre otros; documento que será presentada en la Declaración Aduanera de Importación (DAI).

La factura comercial será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación o exportación de las mercancías. Por lo tanto, deberá ser un documento original, aun cuando este sea digital, definitivo, emitido por el vendedor de las mercancías importadas o exportadas, y contener la información prevista en la normativa pertinente y sus datos podrán ser comprobados

por la administración aduanera. Su aceptación estará sujeta a las normas de valoración y demás relativas al Control Aduanero.

Para efectos de importaciones de mercancías que no cuenten con factura comercial, presentarán en su lugar, el documento que acredite el valor en aduana de los bienes importados, conforme la naturaleza de la importación.

La falta de presentación de este documento de soporte ante la administración aduanera, no impedirá el levante de las mercancías; sin embargo, se descartará la aplicación del primer método de valoración, de acuerdo a lo establecido en la normativa internacional vigente. (Art. 73 Literal b) Reg. COPCI, 2011)

6.3.2.2.2 Certificado de origen:

Documentos que sirve para respaldar que la mercancía es producida o fabricada en el país del exportador, con el objetivo de verificar el cumplimiento de las Normas Internacionales de origen, para la aplicación preferencias arancelarias concedidas a las importaciones. En el presente proyecto no es necesario este documento.

Es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales. Su formato y la información contenida en dicho documento estarán dados en función de las regulaciones de los organismos habilitados y reconocidos en los respectivos convenios.” (Art. 73 Literal c) Reg. COPCI, 2011)

En el Ecuador el organismo que concede certificados es el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y en Miami el organismo que extiende certificados de origen es la Cámara local de la Secretaria de Comercio.

6.3.3 Declaración Aduanera de Importación (DAI).

El agente de Aduana será el responsable de realizar la Declaración Aduanera de Importación (DAI) en el distrito de llegada de la mercancía mediante el sistema de ECUAPASS digitalizando y adjuntando los documentos de acompañamiento y soporte, una vez que la Aduana acepta la DAI, el sistema otorga un numero de validación y asignación de un funcionario que se encargara de nuestro proceso de nacionalización de la mercadería, en ese momento también ya conoceremos el canal de aforo determinado por la Aduana que puede ser Documental, Físico o Automático.

La Declaración Aduanera será presentada de manera electrónica, y física en los casos en que determine la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Esta transmisión junto a los documentos de soporte, y los documentos de acompañamiento deberá efectuarse a través del sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en los formatos preestablecidos.

Los datos transmitidos de la Declaración Aduanera pasarán por un proceso de validación que generará su aceptación o rechazo. De no detectar inconsistencias, la Declaración Aduanera será aceptada y se designará la modalidad de despacho correspondiente según mecanismo de selección sobre la base del perfilador de riesgo, otorgándole un número de validación para continuar su trámite y señalando la fecha en que fue aceptada.

En los casos de que a la Declaración Aduanera se le asigne aforo físico o documental, esta deberá completarse el mismo día con la transmisión digital de los documentos de acompañamiento y de soporte, que no se puedan presentar en formato electrónico. (Art. 67 Reg. COPCI, 2011)

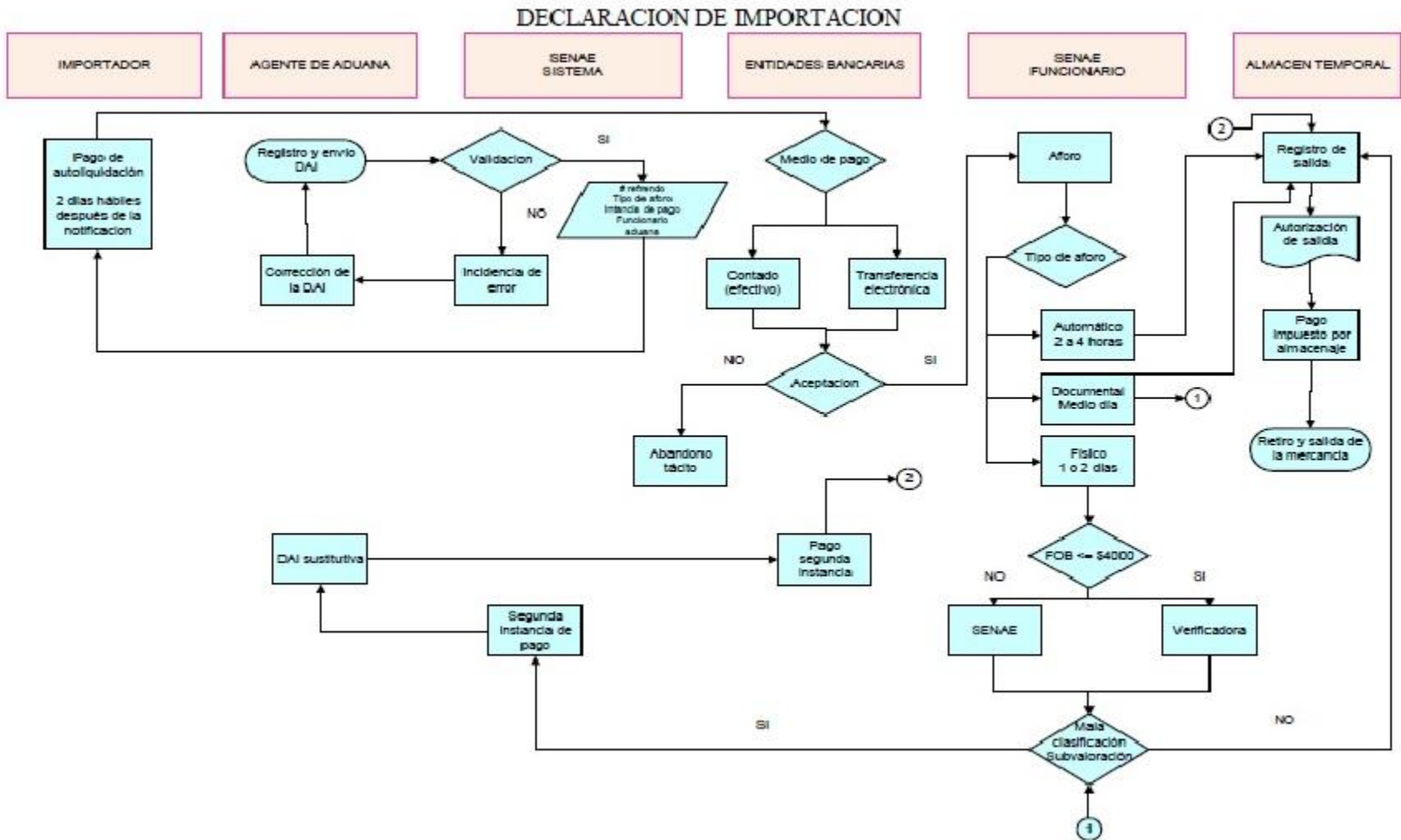
Posteriormente la Aduana genera el cálculo de la Autoliquidación asignándonos un número de pago para realizar la transferencia o cancelación en el banco; este pago debe ser dentro de las 48 horas, caso contrario el trámite puede caer en abandono.

Una vez generado el pago el funcionario procede con el aforo que corresponda y si no existe ninguna observación el funcionario tiene 48 horas para proceder a pasar el informe para dar por cerrado al trámite, notificando al Agente de Aduana de que ya está realizada la autorización de salida y se procederá con el despacho, para posterior realizar el transporte interno, recibir la mercadería, verificar la cantidad solicitada, el estado de los equipos, inventario y comercialización.

6.3.3.1 Plazos para la presentación de la declaración

En el caso de las importaciones, la Declaración Aduanera podrá ser presentada física o electrónicamente en un período no superior a quince días calendario previo a la llegada del medio de transporte, y hasta treinta días calendarios siguientes a la fecha de su arribo. (Art. 66 Reg. COPCI, 2011)

Gráfico 27. Flujograma de Nacionalización



Fuente: (Vacas E., 2014)

6.3.4 Póliza de seguro

Es un contrato mediante el cual se protege la mercancía ante los posibles daños y/o pérdidas que sufran los bienes asegurados como consecuencia de los riesgos durante su transporte desde el lugar de origen al lugar de destino garantizando la llegada segura de las mercancías. “En caso de que la mercancía no estuviese cubierta al momento de presentar la Declaración Aduanera por una póliza de seguro, total o parcialmente, se deberá declarar por concepto de seguro un valor presuntivo, mismo que será del 1% (uno por ciento) del valor de las mercancías no cubiertas que ingresaren al país y que consten detalladas en la referida declaración. (Art. 76 Reg. COPCI, 2011)

La prima que se pagara será del 1% del valor FOB, se adicionara la contribución a la Superintendencia de Bancos del Ecuador del 3.5% de la prima, así como también se calculara el 0.5% que corresponde al seguro Campesino.

A continuación se describe el cálculo del costo del seguro:

Tabla 32. Determinación del costo del seguro de alarmas

DETERMINACION DEL SEGURO ALARMAS	
FCA MIAMI-EE.UU	4,875.00
Flete internacional	345.60
<u>BASE TOTAL SEGURO</u>	5,220.60
Prima 1% CPT	52.21
Superintendencia de Bancos 3,5%	1.83
Seguro campesino 0,5%	0.26
Derecho de emisión	0.50
TOTAL SEGURO	54.79

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Liliana Salazar

Tabla 33. Determinación del costo del seguro de controles

DETERMINACION DEL SEGURO CONTROLES	
FCA MIAMI-EE.UU	2,700.00
Flete internacional	86.4
<u>BASE TOTAL SEGURO</u>	2,786.40
Prima 1% CPT	27.86
Superintendencia de Bancos 3,5%	0.98
Seguro campesino 0,5%	0.14
Derecho de emisión	0.5
TOTAL SEGURO	29.48

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Liliana Salazar

Tabla 34. Determinación del costo del seguro de CCTV

DETERMINACION DEL SEGURO CCTV	
FCA MIAMI-EE.UU	17,400.00
Flete internacional	537.6
<u>BASE TOTAL SEGURO</u>	17,937.60
Prima 1% CPT	179.38
Superintendencia de Bancos 3,5%	6.28
Seguro campesino 0,5%	0.9
Derecho de emisión	0.5
TOTAL SEGURO	187.05

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Liliana Salazar

6.3.5 Almacén Temporal

El Almacén Temporal de Aduanas cobra las tarifa(s) impuestas a la carga por la Aduana del Ecuador más el gasto operacional del almacén temporal. Las tarifas de aduanas son la básica por los primeros 7 días de recibida la carga, más la adicional por la cantidad de días empezando desde el octavo.

Tabla 35. Costo de almacenaje

PESO EN KILOS		TARIFAS (USD)
Desde	Hasta	TOTAL
0	50	7,00
51	100	12,00
101	300	18,00
301	500	25,00
501	750	40,00
751	1000	70,00
1001	2000	90,00
2001	3000	120,00
3001	5000	180,00
5001	10000	240,00
10001	20000	350,00
40001	en adelante	750,00

Fuente: Frio y exportación S.A.

Elaborado por: Liliana Salazar

El costo de almacenaje para la importación de equipos eléctricos de seguridad es de 12 dólares por importación.

6.3.6 Aforo

“El aforo es el acto de determinación tributaria a cargo de la Administración Aduanera y se realiza mediante la verificación electrónica, física o documental del origen,

naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercancía.” (Art. 140 COPCI, 2010)

El aforo físico es realizado en presencia del Agente de aduanas o sus auxiliares y se haya fijado la fecha por la Autoridad Aduanera y se efectuará una vez se haya cancelado la autoliquidación dentro de los días hábiles siguientes a la autorización del pago, caso contrario cae en Abandono. Su costo dependerá del valor FOB o Incoterm de acuerdo a la modalidad del transporte.

Tabla 36. Tarifas de aforo

Tarifas Aforo	
Rango FOB	Costo
de \$ 0 a \$49	25%
de \$50 a \$99	30%
de \$100 a \$149	35%
de \$150 a \$199	30%
de \$200 a \$1999	\$ 80
de \$2000 a \$3999	\$ 120
de \$4000 en adelante	\$ 200

Fuente: Acecarga, 2013

Elaborado por: Liliana Salazar

Cuando el valor de la mercancía supera los USD 4000 y el aforo es en destino lo realizara una empresa verificadora. La tarifa del aforo con relación al valor FOB es de USD. 200 por la importación de cada elemento que constituye el kit de equipo electrónico

6.4 FORMA DE PAGO

En Comercio internacional es importante definir con precisión el acuerdo al que llega el importador y exportador, con la finalidad de asegurar la cancelación de la mercadería, por lo que es muy importante escoger la manera más adecuada para realizar el pago de tal forma que las dos partes se beneficien.

Las formas de pago como que existen son: Pago Anticipado, Cobranzas Documentarias, a través de carta de crédito irrevocable y confirmada, Pago Directo, Pago a la vista, entre otras.

En el presente proyecto la forma de pago será con carta de crédito, ya que establece una garantía de pago, este método de pago se considera de bajo riesgo porque el banco exportador tiene la obligación legal de pagar, siempre y cuando se presenten todos los documentos requeridos y se cumplan todos los términos estipulados en el contrato, además las importaciones se realizarán de forma trimestral y constante.

Para en el cálculo de los tributos se consideró el impuesto a la salida de divisas, siendo un total de USD. 60.94 de las alarmas de intrusión, USD. 33.75 de los controles de acceso y USD 217.50 de los CCTV, estimado sobre el valor FOB, el ISD es “El Impuesto a la Salida de Divisas grava el valor de todas las operaciones y transacciones monetarias que se realicen al exterior, con o sin intervención de las instituciones del sistema financiero. La tarifa del Impuesto a la Salida de Divisas, también denominado ISD, es del 5%. (SRI, 2012)

6.5 PAGO DE LOS TRIBUTOS

Para la determinación del pago de los tributos aplicables a las operaciones de comercio exterior se requiere de la clasificación arancelaria del producto importado.

“Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías; y tasas por servicios aduaneros.” (Art. 108 COPCI, 2010)

El valor CIF es la base imponible para el cálculo de los impuestos

- PRECIO FOB* (Valor soportado con facturas)
- FLETE (Valor del transporte internacional)
- SEGURO (Valor de la prima)

TOTAL: CIF

Una vez obtenido el valor CIF se procederá a los siguientes cálculos:

AD-VALOREM Es una expresión latina que se impone en términos de porcentaje para un producto clasificado en el Arancel que se calcula sobre el valor de la mercancía sumado el seguro y el Flete Internacional, para los productos de seguridad electrónica es el 15%.

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

ICE (Impuesto a los Consumos Especiales) Administrado por el SRI, porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen, para la adquisición de mayor información se puede verificar ingresando al link www.sri.gob.ec., sobre los impuestos.

IVA (Impuesto al Valor Agregado) Administrado por el SRI. Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE. (Aduana del Ecuador SENAE, 2012)

Salvaguardia Por Balanza De Pagos Son de 3 tipos: (Recargo Ad-Valorem, Recargo Arancelario Especial adicional al arancel vigente, y Restricción Cuantitativa de Valor - cupos) Impuesto que administra la Aduana del Ecuador. Restricciones temporales que se aplican solamente a ciertos productos importados. (PRO ECUADOR, 2014)

6.5.1 Clasificación Arancelaria

Para determinar el pago de los tributos de los equipos de seguridad electrónica que se desea importar su clasificación arancelaria es:

6.5.1.1 Equipos de Alarmas

La partida arancelaria para este producto es 8531100000 avisadores eléctricos de protección contra robo o incendio y aparatos similares.

Tabla 37. Descripción del Arancel Nacional subpartida 8531100000

NANDINA	DESCRIPCIÓN DEL ARANCEL NACIONAL
SECCIÓN:XVI	Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos.
CAPITULO:85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen
85.31	Aparatos eléctricos de señalización acústica o visual (por ejemplo: sonerías, sirenas, tableros anunciadores, avisadores de protección contra robo o incendio), excepto los de las partidas nos 85.12 u 85.30.
8531.10.00.00	- Avisadores eléctricos de protección contra robo o incendio y aparatos similares

Fuente: (Ecuapass, 2015)

Elaborado por: Liliana Salazar

Los tributos a pagar se describen en el siguiente gráfico:

Gráfico 28. Tributos subpartida 8531100000

Consulta de tributos fijos de mercancías							
Subpartida	Codigo Suplementario	Codigo de Tributo	Codigo de Forma de Aplicacion de Tributo	Fecha de Inicio de Vigencia	Fecha de Fin de Vigencia	Valor del Tributo	Criterio Variacion Trib
8531100000	0000	PORCENTAJE TECH	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0	
8531100000	0000	ANTIDUMPING	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0	
8531100000	0000	FONDINFA	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0,5	
8531100000	0000	ICE ADVALOREM	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0	
8531100000	0000	ARANCEL ADVALOF	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		15	
8531100000	0000	SALVAGUARDIA	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0	
8531100000	0000	INCREMENTO ICE	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0	
8531100000	0000	AEC	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0	
8531100000	0000	IVA	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		12	

Fuente: (Ecuapass, 2015)

6.5.1.2 Equipos de Control de accesos

La partida arancelaria para este producto es 9106100000, los demás.

Tabla 38. Descripción del Arancel Nacional subpartida 9106909000

NANDINA	DESCRIPCIÓN DEL ARANCEL NACIONAL
SECCIÓN: XVIII	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; instrumentos y aparatos medico quirúrgicos de relojería; instrumentos musicales
CAPITULO: 91	Aparatos de relojería y sus partes
91.06	Aparatos de control de tiempo y contadores de tiempo, con mecanismo de relojería o motor sincrónico (por ejemplo: registradores de asistencia, fechadores, contadores).
9106.10.00.00	-Registradores de asistencia; registradores fechadores y registradores contadores

Fuente: (Ecuapass, 2015)
Elaborado por: Liliana Salazar

Los tributos a pagar se describen en el siguiente Gráfico:

Gráfico 29. Tributos subpartida 9106100000

Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Código de Tributo	Código de Forma de Aplicación de Tributo	Fecha de Inicio de Vigencia	Fecha de Fin de Vigencia	Valor del Tributo
9106100000	0000	0000	PORCENTAJE TECHO C	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0
9106100000	0000	0000	ANTIDUMPING	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0
9106100000	0000	0000	FONDINFA	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0.5
9106100000	0000	0000	ICE ADVALOREM	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0
9106100000	0000	0000	IVA	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		12
9106100000	0000	0000	SALVAGUARDIA	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0
9106100000	0000	0000	INCREMENTO ICE	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0
9106100000	0000	0000	AEC	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0
9106100000	0000	0000	ARANCEL ADVALOREM	BASE IMPONIBLE	15/Ene/2015		5

Fuente: (Ecuapass, 2015)

6.5.1.3 Equipos de Circuito cerrado de televisión (CCTV)

La partida arancelaria para este producto es 8521909090, los demás.

Tabla 39. Descripción del Arancel Nacional subpartida 8521909090

NANDINA	DESCRIPCIÓN DEL ARANCEL NACIONAL
SECCIÓN:XVI	Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos.
CAPITULO:85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen
85.21	Aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido (videos), incluso con receptor de señales de imagen y sonido incorporado.
8521.90.90.90	- - - Los demás

Fuente: (Ecuapass, 2015)

Elaborado por: Liliana Salazar

Los tributos a pagar se describen en el siguiente Gráfico:

Gráfico 30. Tributos subpartida 8521909090

Consulta de tributos fijos de mercancías							
Código Complementario	Código Suplementario	Código de Tributo	Código de Forma de Aplicación de Tributo	Fecha de Inicio de Vigencia	Fecha de Fin de Vigencia	Valor del Tributo	Criterio Variación Trib
0000	0000	ARANCEL ADVALOF	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		20	
0000	0000	ANTIDUMPING	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0	
0000	0000	FONDINFA	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0.5	
0000	0000	ICE ADVALOREM	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0	
0000	0000	PORCENTAJE TECH	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0	
0000	0000	SALVAGUARDIA	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0	
0000	0000	INCREMENTO ICE	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0	
0000	0000	AEC	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		0	
0000	0000	IVA	BASE IMPONIBLE	01/Jun/2009		12	

Fuente: (Ecuapass, 2015)

A los tributos antes detallados se adiciona la sobretasa considerada por la medida establecida por el Gobierno para las importaciones a consumo de ciertos productos, con el propósito de salvaguardar el equilibrio de la balanza de pagos, medida que será aplicada durante 15 meses, según Resolución No. 011-2015 del 06 de marzo del 2015, la siguiente tabla muestra el impuesto aplicado para la importación de los equipos de seguridad:

Tabla 40. Sobretasas

SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN DEL ARANCEL NACIONAL	SOBRETASA
8531.10.00.00	-Avisadores eléctricos de protección contra robo o incendio y aparatos similares	45%
9106.10.00.00	-Registradores de asistencia; registradores fechadores y registradores contadores	15%
8521.90.90.00	- - Los demás	45%

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior, 2015)

Elaborado por: Liliana Salazar

A continuación se detalla el cálculo de los tributos por producto importado:

Tabla 41. Cálculo tributos alarmas

TRIBUTOS ALARMAS	
DETALLE	V. TOTAL
<u>FCA MIAMI-EE.UU</u>	4,875.00
Flete internacional	345.6
Seguro	54.79
TOTAL CIP	5,275.39
a) Derechos Arancelarios 15% CIP	791.31
b) FODINFA 0,5% CIP	26.38
c) SOBRETASAS DEL 45%	2,373.93
TOTAL TRIBUTOS ADUANERO	3,191.61
5% ISD (Impuesto salida de divisas)	243.75
TOTAL IMPUESTOS	3,435.36

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Tabla 42. Cálculo tributos controles

TRIBUTOS CONTROLES	
DETALLE	V. TOTAL
<u>FCA MIAMI-EE.UU</u>	2,700.00
Flete internacional	86.4
Seguro	29.48
<u>CPT</u>	2,815.88
a) Derechos Arancelarios 5% CIP	140.79
b) FODINFA 0,5% CIP	14.08
c) SOBRETASAS DEL 15%	422.38
TOTAL TRIBUTOS ADUANERO	577.26
5% ISD (Impuesto salida de divisas)	135
TOTAL IMPUESTOS	712.26

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Tabla 43. Cálculo tributos CCTV

TRIBUTOS CCTV	
DETALLE	V. TOTAL
<u>FCA MIAMI-EE.UU</u>	17,400.00
Flete internacional	537.6
Seguro	187.05
<u>CPT</u>	18,124.65
a) Derechos Arancelarios 20% CIP	3,624.93
b) FODINFA 0,5% CIP	90.62
c) SOBRETASAS DEL 45%	8,156.09
TOTAL TRIBUTOS ADUANERO	11,871.65
5% ISD (Impuesto salida de divisas)	870
TOTAL IMPUESTOS	12,741.65

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

6.6 INCOTERMS

Los incoterms fueron establecidos en 1936 y estos son regidos por la Cámara de Comercio Internacional (ICC), actualmente se encuentran en vigencia los incoterms 2010 que entraron en vigor el 1 de enero del 2011. Son reglas y normas internacionales que definen las responsabilidades, riesgos y costos entre el importador y el exportador.

“Los Términos Internacionales de Comercialización o INCOTERMS (Internacional Commercial Terms) son términos de negociación utilizados en el comercio exterior para establecer la distribución de gastos y determinar el punto de transferencia de responsabilidad sobre la mercancía del exportador al importador. El establecimiento correcto del INCOTERM a utilizar puede facilitar el proceso de importación y asegurar éxito en la negociación. De ahí la importancia de elegir el que más nos favorezca.” (Estrada, 2006)

En una negociación el Incoterm debe ser acordado entre las partes, el cual deberá ser elegido el que más se ajuste a sus necesidades y requerimientos, de acuerdo al modo de transporte que se escoja para la importación o exportación; por lo que se recomienda que exista de por medio un contrato de compra – venta que determine el Incoterm, la condición de la mercadería, el pago, entre otros.

Tabla 44. Incoterms 2010

INCOTERMS 2010	
Cualquier modo de transporte	Trasporte marítimo y vías navegables interiores.
EXW : En Fábrica	FAS : Franco al Costado del Buque
FCA : Franco Porteador	FOB : Franco a Bordo
CPT : Transporte Pagado hasta	CFR : Coste y Flete
CIP : Transporte y Seguro Pagados hasta	CIF: Coste, Seguro y flete.
DAT : Entrega en Terminal	
DAP : Entrega en Lugar	
DDP : Entregada Derechos Pagados	

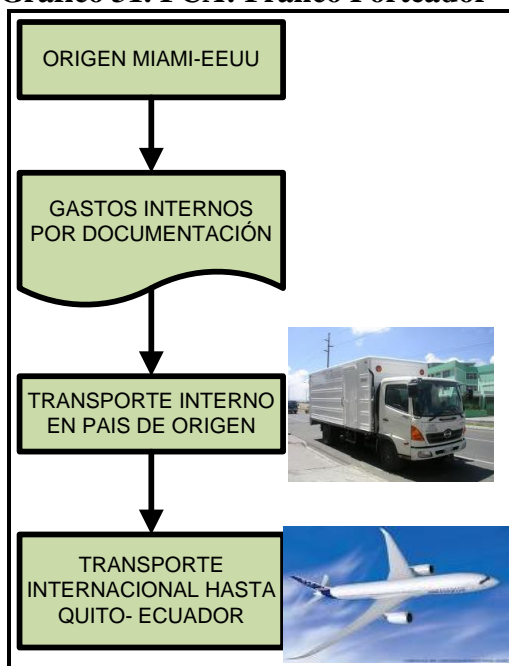
Fuente: Aduana del Ecuador
Elaborado por: Liliana Salazar

La Aduana del Ecuador y los países de la Comunidad Andina, reconocen la aplicación de los Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, en los controles aduaneros durante el despacho de las mercancías importadas, así como en el control posterior. (Comercio Exterior, 2011)

6.6.1 FCA: Franco Porteador

Los equipos de seguridad electrónica que se importarán vendrán bajo el incoterm Franco Transportista (FCA), El vendedor debe contratar el transporte en las condiciones usuales a riesgos y expensas del comprador, en el caso de que lo solicite el comprador, o de ser una práctica comercial del país del exportador; de igual manera el vendedor deberá asumir los costos para el trámite de exportación. Si este no es el caso, el comprador deberá llevar a cabo la contratación del transporte desde el lugar de entrega designado.

Gráfico 31. FCA: Franco Porteador



Elaborado por: Liliana Salazar

Obligaciones Comprador: Sera el responsable de los riesgos y pérdida de la mercancía desde que ha recibido la misma. En caso de que el comprador no haya notificado si éste iba a realizar el contrato de transporte, el comprador tendrá que asumir los riesgos y costos de la mercancía objeto del contrato.

El comprador debe notificar al vendedor el nombre del transportista con el tiempo suficiente para permitir al vendedor entregar la mercancía.

Obligaciones Vendedor: Proveer la mercancía y la factura, contrato de venta y deberá entregar la mercancía al transportista o a la persona designada por el comprador en el punto acordado y dentro del plazo acordado.

El vendedor corre con todos los riesgos de pérdida y daño que la mercancía pueda sufrir hasta que se haya entregado.

El vendedor brindara la ayuda que precise el comprador para obtener cualquier licencia, autorización, seguro, entre otras en caso de requerir.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

6.6.2 Embalaje

Los equipos electrónicos vendrán embalados desde origen-fabrica en cajas de cartón cubiertas por fundas, razón por la cual no son costos adicionales para el comprador, según las dimensiones de las cajas estas vendrán vía aérea para evitar carga suelta que podría ocasionar problemas de extravío y demora.

Cada caja contendrá 10 paquetes de alarmas de intrusión, la otra conlleva 15 controles de acceso y el ultimo contraerá 3 CCTV.

Tabla 45. Requerimiento del producto

IMPORTACIÓN SEGÚN TIPOS												
TIPO	% DE PREFERENCIA	CANTIDAD	MATERIALES PARA EQUIPOS									
			Sirena	Batería	Controlador	Sensores	Caja metal	Cerradura	Control digital	Tarjeta	Cámara	Pantalla
ALARMAS	33%	48	48	48	48	288	48					
CONTROL	26%	37						37	37	185		
CIRCUITO	29%	41		41	41						205	41
COMBO TRES	12%											
TOTAL		143	48	89	89	288	48	37	37	185	205	41

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Tabla 46. Cantidad requerida

TIPO DE EQUIPO	CANT. x CAJA	CANTIDAD REQUERIDA	
		TRIMESTRAL	ANUAL
Alarmas de intrusión	6	18	65
Control de accesos	15	15	54
CCTV	2	16	58

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

6.7 ENTREGA DE LA MERCANCÍA

Aprobado por la aduana la nacionalización de la mercadería se genera el registro de salida de la carga, y con ello la emisión de la autorización de salida, una vez que se haya cancelado el pago de impuesto por almacenaje se procede con el retiro y salida de la mercadería.

6.8 TRANSPORTE INTERNO

Es aquel que se encuentra autorizado para efectuar actividades de transportar carga dentro del territorio Nacional debidamente autorizado por el Organismo de Control.

El valor del flete desde el Aeropuerto en Tababela hasta el almacén designado para este proyecto será de USD 225.00 Dólares Americanos, por toda la carga y por importación.

A continuación se detalla el costo de importación total de equipos electrónicos de seguridad tomando en consideración todos los costos que incurren en dicha actividad.

Tabla 47. Costo de importación alarmas de intrusión

COSTO DE IMPORTACIÓN ALARMAS	
DETALLE	V. TOTAL
<u>FCA MIAMI-EE.UU</u>	1,218.75
Flete internacional	86.40
<u>CPT</u>	1,305.15
Seguros	14.07
<u>CIP</u>	1,319.22
Tributos	859.07
Agente de Aduanas	80.00
Almacenaje	12.00
Aforo	200.00
Transporte interno	75.00
COSTO DE IMPORTACIÓN TRIMESTRAL	1,326.54
COSTO DE IMPORTACION ANUAL	5,306.17

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Tabla 48. Costo de importación controles de acceso

COSTO DE IMPORTACIÓN CONTROLES	
DETALLE	V. TOTAL
<u>FCA MIAMI-EE.UU</u>	675.00
Flete internacional	21.60
<u>CPT</u>	696.60
Seguros	7.74
<u>CIP</u>	704.34
Tributos	178.14
Agente de Aduanas	80.00
Almacenaje	12.00
Aforo	200.00
Transporte interno	75.00
COSTO DE IMPORTACIÓN TRIMESTRAL	574.49
COSTO DE IMPORTACION ANUAL	2,297.94

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Tabla 49. Costo de importación CCTV

COSTO DE IMPORTACIÓN CCTV	
DETALLE	V. TOTAL
<u>FCA MIAMI-EE.UU</u>	4,350.00
Flete internacional	134.40
<u>CPT</u>	4,484.40
Seguros	47.14
<u>CIP</u>	4,531.54
Tributos	3,185.66
Agente de Aduanas	80.00
Almacenaje	12.00
Aforo	200.00
Transporte interno	75.00
COSTO DE IMPORTACIÓN TRIMESTRAL	3,734.19
COSTO DE IMPORTACION ANUAL	14,936.78

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

CAPÍTULO VII

INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

El estudio financiero tiene como objetivo determinar la factibilidad financiera considerando tanto ingresos como egresos, lo que permitirá medir la rentabilidad del proyecto justificando la inversión y los beneficios futuros; análisis que proporcionara información para tomar una decisión sobre la puesta en marcha del proyecto.

7.1 INVERSIÓN

“La inversión del proyecto comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles, y diferidos o intangibles, necesarios para iniciar las funciones de la empresa.”

(Baca Urbina, 2005)

La inversión para el presente proyecto destinado para la importación de equipos de seguridad electrónica, dirigido a las empresas de la ciudad de Quito, desde Miami – EEUU; su valor asciende a **USD. 16,751.79**; conformado por la inversión fija, capital de trabajo y activos diferidos. A continuación se presenta la información más detallada.

Tabla 50. Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL		
INVERSIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Activo Fijo	3,340.00	19.94%
Capital de trabajo	11,761.79	70.21%
Otros activos amortizables	1,650.00	9.85%
TOTAL	16,751.79	100.00%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

7.2 INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

Se considera el grupo de bienes que deben ser adquiridos para iniciar las actividades tanto administrativas como de ventas de los equipos de seguridad electrónica, se requiere de bienes fijos que ayuden al desarrollo normal de estas, por lo cual la empresa invertirá en los siguientes:

7.2.1 Muebles y Enseres

Es el mobiliario necesario que comprenden de aquellos rubros necesarios para iniciar las operaciones de este proyecto, que serán adquiridos tomando en cuenta los costos más convenientes para el proyecto.

Tabla 51. Inversión en muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	C. Unit.	Cantidad	C. Total
Sillas giratorias	60.00	2	120.00
Escritorios	85.00	2	170.00
Archivadores	45.00	4	180.00
Anaqueles	45.00	2	90.00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES	235.00	10	560.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

La inversión de muebles y enseres asciende a **USD 560,00 dólares**, los cuales se considera indispensables para la comodidad y ergonomía del personal.

7.2.2 Equipos de Oficina

Son importantes para realizar para las operaciones normales que se desarrollaran diariamente, facilitando y optimizando las funciones de los colaboradores de este proyecto.

Tabla 52. Inversión equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Descripción	C. Unit.	Cantidad	C. Total
Adecuación de Internet	80.00	1	80.00
Central telefónica	700.00	1	700.00
Teléfono	35.00	2	70.00
Impresora multifuncional	180.00	1	180.00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA	995.00	5.00	1,030.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Para adquirir los equipos de oficina se requiere de **USD 1.030,00 dólares**,

7.2.3 Equipos de Computación

Son los todos aquellos equipos tecnológicos adquiridos que sean han convertido de gran importancia aportando agilidad en ejecución de los procesos normales de las operaciones de cualquier negocio.

Tabla 53. Inversión equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		
Descripción	Cantidad	C. Total
Computadora de escritorio	1	850.00
Laptop	1	900.00
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN	2.00	1,750.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Para la inversión de los equipos de computación se requerirá de **1.750,00 dólares**,

7.2.4 Inversión Fija Total

El total de los activos fijos asciende a **USD 3.340.00** que permitirá el desenvolvimiento del personal en las áreas destinadas y el cumplimiento de los objetivos.

Tabla 54. Inversión fija total

INVERSION FIJA	
CONCEPTO	VALOR TOTAL
Muebles y enseres	560.00
Equipos de oficina	1,030.00
Equipos de computación	1,750.00
TOTAL	3,340.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

7.3 INVERSIÓN OTROS ACTIVOS AMORTIZABLES

Se consideran como intangibles aquellos activos no cuantificables físicamente, pero que si bien son inmateriales forman parte de la inversión inicial de este proyecto, por lo general se caracterizan por gastos de constitución, gastos de puesta en marcha, estudios, investigaciones, patentes, marcas, gasto de instalación y mejoras, entre otros; los cuales son sujetos de amortización.

Tabla 55. Gasto de puesta en marcha

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	
DETALLE	VALOR ANUAL
Gastos de viajes	800.00
Gastos de comunicación	300.00
TOTAL	1,100.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Tabla 56. Gasto instalación y mejoras

GASTO INSTALACIÓN Y MEJORAS	
Descripción	C. Total
Adecuación de oficinas	250.00
Departamento de comercio exterior	300.00
TOTAL	550.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

Son rubros básicos para iniciar las actividades propuestas en este proyecto que en total ascienden a un valor de **USD 1650,00**.

7.4 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo para el presente proyecto será calculado, a través, del método de desfase que “calcula la inversión en capital de trabajo como la cantidad de recursos necesarios para financiar los costos de operación desde que se inician los desembolsos hasta que se recuperan. (Sapag, 2007, pág. 145).

La inversión en capital de trabajo es calculada con el método de desfase que consiste en determinar un valor de los costos de operación que según Sapag, (2007), deben financiarse desde que se realiza el primer desembolso de dinero hasta que se recauda recursos por las ventas del producto.

Tabla 57. Capital de trabajo

DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO			
DETALLE	VALOR ANUAL	VALOR DIA	CAPITAL DE TRABAJO
Costos de operación	55,755.13	154.88	9,292.52
Gastos de administración	12,661.60	35.17	2,110.27
Gastos de ventas	2,154.00	5.98	359.00
TOTAL	70,570.73	196.03	11,761.79

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

La inversión en capital de trabajo asciende a **USD 11,761.79** dólares, calculado para un período de desfase de 60 días.

7.5 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

El financiamiento de la inversión está dado por recursos propios aportados por el inversionista (56%) y recursos externos a través de la contratación de un crédito en una entidad bancaria del sistema financiero nacional (44%), a una tasa de interés del 9,63% según lo establecido por el Banco Central del Ecuador a diciembre del 2014. A continuación se observa la estructura de la inversión y el valor del financiamiento:

Tabla 58. Estado de fuentes y usos

ESTADO DE FUENTES Y USOS			
DETALLE	INVERSIÓN TOTAL	APORTE ACCIONISTAS	APORTE CRÉDITO
Inversiones tangibles - Activos Fijos	3,340.00	3,340.00	-
Inversiones Intangibles - Otros activos	1,650.00	1,650.00	
Capital Trabajo	11,761.79	4,261.79	7,500.00
TOTAL INVERSIONES	16,751.79	9,251.79	7,500.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

7.6 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

El crédito que se requiere para iniciar las actividades de este proyecto es de USD 7.500,00 el cual se obtendrá a tres años plazo, con el interés anual de 9,63%. (Ver anexo 4)

Tabla 59. Estructura del financiamiento

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
ACTIVOS	USD	PORCENTAJE
Capital Propio	9,251.79	55%
Préstamo	7,500.00	45%
TOTAL	16,751.79	100%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Liliana Salazar

7.7 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

7.7.1 Proyección de los ingresos

Para estimar los ingresos de este proyecto, se ha considerado que el precio fijado para la venta estará basado en una investigación de campo sobre los precios de los competidores, con el propósito de establecer un precio promedio similar al del mercado, tratando siempre de dar un valor agregado.

Tabla 60. Precio de venta

EQUIPOS DE SEGURIDAD ELECTRÓNICA			
EMPRESAS QUE BRINDAN SERVICIO			
EMPRESAS	PRECIO DE ALARMA	PRECIO DE CONTROLES	PRECIO DE CCTV
ACTIVE SECURITY COMPANY. CIA. LTDA.	300.00	189.00	900.00
MORESEG	325.00	195.00	950.00
AGILSEG CIA LTDA.	300.00	160.00	980.00
COSEVIP CIA. LTDA.	295.00	195.00	900.00
EPROVIC	315.00	150.00	950.00
GARGOY CIA LTDA.	290.00	185.00	990.00
MAXSIPTV CIA. LTDA.	285.00	180.00	1,000.00
PROSEVIP	280.00	190.00	1,000.00
QUITOSESECURITY CIA. LTDA.	295.00	195.00	988.00
SECOIN CIA. LTDA	330.00	180.00	946.00
SEGSALVAS	295.00	185.00	980.00
MARIPROBI CIA. LTDA.	325.00	175.00	900.00
SENAPRO CIA. LTDA.	310.00	190.00	990.00
GUARPRIECUADOR	330.00	185.00	1,000.00
PHF SEGUR CIA. LTDA.	300.00	195.00	890.00
VISPROT CIA. LTDA.	335.00	189.00	900.00
PRECIO PROMEDIO	306.88	183.63	954.00
Costo con sobretasa año 1 y 2	208.22	130.40	609.12
Precio + % utilidad	77.04	48.25	225.38
PRECIO DE VENTA CON SOBRETASAS	285.26	178.65	834.50
Costo sin sobretasa desde el año 3	170.84	113.52	467.64
Precio + % utilidad	85.42	45.41	233.82
PRECIO DE VENTA SIN SOBRETASAS	256.26	158.93	701.46

Elaborado por: Liliana Salazar

El precio para el primer y segundo año se toma en consideración la sobretasa impuesta, a partir del año tres se considera el precio sin la sobretasa establecida.

Teniendo en cuenta los factores mencionados anteriormente se obtienen las siguientes proyecciones de ingresos.

Tabla 61. Ingresos proyectados

INGRESOS PROYECTADOS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS ANUALES EN UNIDADES										
ALARMAS	65	70	77	84	92	100	110	120	131	143
CONTROLES	54	59	65	71	78	85	93	101	110	120
CCTV	58	63	70	76	83	91	100	109	118	129
TOTAL	177	192	212	231	253	276	303	330	359	392
VENTAS ANUALES EN DÓLARES										
ALARMAS	18542.19	19968.51	19732.02	21525.84	23575.92	25626.00	28188.60	30751.20	33570.06	36645.18
CONTROLES	9646.86	10540.09	10330.45	11284.03	12396.54	13509.05	14780.49	16051.93	17482.30	19071.60
CCTV	48401.11	52573.62	49102.20	53310.96	58221.18	63832.86	70146.00	76459.14	82772.28	90488.34
TOTAL VENTAS USD	76590.16	83082.22	79164.67	86120.83	94193.64	102967.91	113115.09	123262.27	133824.64	146205.12

Elaborado por: Liliana Salazar

7.7.2 Proyección de egresos

7.7.2.1 Costos Operacionales

Son los gastos necesarios para mantener un proyecto en funcionamiento.

Para el caso del proyecto presentado, se ha estimado los siguientes valores:

Tabla 62. Costos operacionales

DETERMINACIÓN DE COSTOS OPERACIONALES										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<u>Costos directos</u>										
Inventario importado	24975.00	27100.00	30025.00	32650.00	35700.00	39050.00	42900.00	46750.00	50725.00	55425.00
Mano de Obra Directa	6089.20	6714.36	6947.79	7189.78	7440.65	7700.73	7970.36	8249.88	8539.66	8840.07
Costo de materiales instalación	2150.04	2409.96	2757.72	3105.60	3510.50	3957.52	4489.80	5049.45	5722.02	6503.52
Total Costos Directos	33214.24	36224.32	39730.51	42945.38	46651.15	50708.25	55360.16	60049.33	64986.68	70768.59
<u>Costos indirectos</u>										
Logística de importación	22540.89	23368.14	11586.91	12012.15	12452.99	12910.02	13383.82	13875.00	14384.22	14912.12
Total Costos indirectos	22540.89	23368.14	11586.91	12012.15	12452.99	12910.02	13383.82	13875.00	14384.22	14912.12
TOTAL COSTOS OPERACIONALES	55755.13	59592.46	51317.42	54957.53	59104.15	63618.27	68743.97	73924.33	79370.89	85680.71

Elaborado por: Liliana Salazar

Tabla 63. Costo de productos importados

DETERMINACIÓN DE PRODUCTOS A IMPORTAR										
DETALLE	Costo Unit. Año 1	Costo Unit. Año 2	Costo Unit. Año 3	Costo Unit. Año 4	Costo Unit. Año 5	Costo Unit. Año 6	Costo Unit. Año 7	Costo Unit. Año 8	Costo Unit. Año 9	Costo Unit. Año 10
UNIDADES ANUALES A IMPORTAR										
Alarmas de intrusión	65.00	70.00	77.00	84.00	92.00	100.00	110.00	120.00	131.00	143.00
Controles de acceso	54.00	59.00	65.00	71.00	78.00	85.00	93.00	101.00	110.00	120.00
Circuito cerrado de televisión	58.00	63.00	70.00	76.00	83.00	91.00	100.00	109.00	118.00	129.00
COSTO POR EQUIPO										
Alarmas de intrusión	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00
Controles de acceso	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Circuito cerrado de televisión	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
COSTO TOTAL ANUAL										
Alarmas de intrusión	4,875.00	5,250.00	5,775.00	6,300.00	6,900.00	7,500.00	8,250.00	9,000.00	9,825.00	10,725.00
Controles de acceso	2,700.00	2,950.00	3,250.00	3,550.00	3,900.00	4,250.00	4,650.00	5,050.00	5,500.00	6,000.00
Circuito cerrado de televisión	17,400.00	18,900.00	21,000.00	22,800.00	24,900.00	27,300.00	30,000.00	32,700.00	35,400.00	38,700.00
TOTALES	24,975.00	27,100.00	30,025.00	32,650.00	35,700.00	39,050.00	42,900.00	46,750.00	50,725.00	55,425.00

Elaborado por: Liliana Salazar

Tomando en cuenta los datos ya establecidos anteriormente, se obtiene el costo de ventas, el mismo que se presenta a continuación:

Tabla 64. Costo de ventas

COSTO DE VENTAS											
DETALLE	Cantidad Anual	Costo Unit. Año 1	Costo Unit. Año 2	Costo Unit. Año 3	Costo Unit. Año 4	Costo Unit. Año 5	Costo Unit. Año 6	Costo Unit. Año 7	Costo Unit. Año 8	Costo Unit. Año 9	Costo Unit. Año 10
Costo producto	65	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00
Mano de Obra directa	65	37.84	38.41	35.99	34.19	32.32	30.66	28.90	27.46	26.13	24.77
Costo General de Instalación	65	13.75	14.25	14.75	15.25	15.75	16.25	16.75	17.25	18.00	18.75
Proceso logístico	65	81.63	84.63	45.10	46.76	48.48	50.26	52.10	54.01	55.99	58.04
COSTO UNITARIO ALARMA		208.22	212.29	170.84	171.20	171.55	172.17	172.75	173.72	175.12	176.56
Costo producto	54	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Mano de Obra directa	54	37.84	30.73	28.79	27.35	25.85	24.53	23.12	21.97	20.91	19.82
Proceso logístico	54	42.55	44.12	34.73	36.00	37.32	38.69	40.11	41.58	43.11	44.69
COSTO UNITARIO CONTROLES ACCESO		130.40	124.85	113.52	113.35	113.17	113.22	113.23	113.55	114.02	114.51
Costo de importación	58	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Mano de Obra directa	58	37.84	38.41	35.99	34.19	32.32	30.66	28.90	27.46	26.13	24.77
Costo General de Instalación	58	13.75	14.25	14.75	15.25	15.75	16.25	16.75	17.25	18.00	18.75
Proceso logístico	58	257.53	266.98	116.90	121.19	125.64	130.25	135.03	139.99	145.13	150.46
COSTO UNITARIO CCTV		609.12	619.64	467.64	470.63	473.71	477.16	480.68	484.70	489.26	493.98

Elaborado por: Liliana Salazar

A continuación se presenta la proyección de las ventas de los equipos de seguridad importados:

Tabla 65. Proyección del costo de ventas

PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE VENTAS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO UNITARIO DE EQUIPOS										
ALARMAS	208.22	212.29	170.84	171.20	171.55	172.17	172.75	173.72	175.12	176.56
CONTROLES	130.40	124.85	113.52	113.35	113.17	113.22	113.23	113.55	114.02	114.51
CCTV	609.12	619.64	467.64	470.63	473.71	477.16	480.68	484.70	489.26	493.98
COSTO TOTAL										
ALARMAS	13,534.59	14,860.30	13,154.75	14,380.80	15,782.60	17,217.00	19,002.50	20,846.40	22,940.72	25,248.08
CONTROLES	7,041.36	7,366.15	7,378.70	8,047.85	8,827.26	9,623.70	10,530.39	11,468.55	12,542.20	13,741.20
CCTV	35,329.07	39,037.32	32,734.57	35,767.88	39,317.93	43,421.56	48,068.00	52,832.30	57,732.68	63,723.42
TOTAL COSTO ANUAL	55,905.02	61,263.77	53,268.02	58,196.53	63,927.79	70,262.26	77,600.89	85,147.25	93,215.60	102,712.70

Elaborado por: Liliana Salazar

A continuación se detalla los valores por mano de obra directa e indirecta del proyecto.

Tabla 66. Análisis salarial

ANÁLISIS SALARIAL												
DETALLE	No. Emp.	Sueldo básico anual	Sueldo básico mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	IESS	Fondos de Reserva	Vacaciones	Valor mensual año 1	Valor anual año 1	Valor mensual año 2	Valor anual año 2
Jefe de comercio exterior	1	10390.60	700.00	58.33	29.50	78.05	0.00	0.00	865.88	10390.60	957.05	11484.63
Técnico	1	6289.20	400.00	33.33	29.50	44.60	0.00	0.00	507.43	6089.20	559.53	6714.36
Total Sueldos y salarios	2	16679.80	1100.00	91.67	59.00	122.65	0.00	0.00	1373.32	16479.80	1516.58	18199.00

Elaborado por: Liliana Salazar

7.7.2.2 Gastos

En estos gastos son un referente a las actividades de administración, las mismas que se desarrollarán en la oficina de la empresa.

Los gastos en los que se incurrirá en la ejecución del proyecto son los siguientes:

7.7.2.2.1 Gastos suministros de oficina

Tabla 67. Gastos suministros de oficina

SUMINTROS DE OFICINA						
DETALLE	U. Medida	Consumo Mensual	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Mensual	AÑO 1
Cartucho de tinta	unidad	1	12.00	25.00	25.00	300.00
Resma de papel bond	unidad	2	24.00	3.80	7.60	91.20
Folders de cartón	unidad	5	60.00	0.15	0.75	9.00
Hojas membretados	unidad	30	360.00	0.15	4.50	54.00
Sobres	unidad	30	360.00	0.20	6.00	72.00
Tarjetas de presentación	unidad	60	720.00	0.30	18.00	216.00
Block de facturas	unidad	2	24.00	13.00	26.00	312.00
Esferos	unidad	6	72.00	0.30	1.80	21.60
Cuadernos	unidad	3	36.00	1.20	3.60	43.20
TOTAL SUMINTROS DE OFICINA			1,668.00	44.10	93.25	1,119.00

Elaborado por: Liliana Salazar

7.7.2.2.2 Gastos servicios básicos

Tabla 68. Gastos servicios básicos

DETALLE	VALOR	
	MENSUAL	ANUAL
Servicio de luz eléctrica	15.00	180.00
Servicio de agua potable	18.00	216.00
Servicio telefónico	25.00	300.00
Servicio de internet	38.00	456.00
TOTAL GASTOS SERVICIOS BÁSICOS		1,152.00

Elaborado por: Liliana Salazar

7.7.2.2.3 Depreciaciones

Tabla 69. Depreciación

DEPRECIACIONES			
ACTIVO	VALOR	% ANUAL	VALOR ANUAL
Muebles y enseres	560.00	10%	56.00
Equipos de oficina	1,030.00	10%	103.00
Equipos de computación	1,750.00	33%	583.33
TOTALES	3,340.00		742.33

Elaborado por: Liliana Salazar

7.7.2.2.4 Gasto publicidad

Tabla 70. Gasto publicidad

GASTO PUBLICIDAD			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	AÑO 1
Gastos de ventas			
Creación de la página web	1	784.00	784.00
Presentación de la empresa	4	280.00	1,120.00
Flyers	2500	0.10	250.00
TOTAL			2,154.00

Elaborado por: Liliana Salazar

En resumen se obtiene lo siguientes gastos:

Tabla 71. Gastos

GASTOS	
DETALLE	AÑO 1
Gasto sueldos y salarios	16,479.80
Gasto instalación y mejoras	550.00
Gasto plan de marketing	2,154.00
Suministro de oficina	1,119.00
Gastos servicios básicos	1,152.00
Gasto de puesta en marcha	1,100.00
TOTAL	22,554.80

Elaborado por: Liliana Salazar

Para la proyección de los gastos se ha considerado el índice de inflación presentado a diciembre del 2014, según datos del Banco Central del Ecuador fue de 3,67%.

A continuación se observa la proyección de los gastos:

7.7.2.3 Proyección de los gastos

Tabla 72. Proyección de gastos

PROYECCION DE GASTOS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sueldos y salarios	16,479.80	18,199.00	18,840.91	19,506.39	20,196.29	20,911.51	21,652.98	22,421.66	23,218.56	24,044.69
Gasto instalación y mejoras	550.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gasto plan de marketing	2,154.00	839.73	870.54	902.49	935.62	969.95	1,005.55	1,042.45	1,080.71	1,120.37
Suministros de oficina	1,119.00	1,160.07	1,202.64	1,246.78	1,292.54	1,339.97	1,389.15	1,440.13	1,492.98	1,547.78
Gastos Servicios Básicos	1,152.00	1,194.28	1,238.11	1,283.55	1,330.65	1,379.49	1,430.12	1,482.60	1,537.01	1,593.42
Gasto de puesta en marcha	1,100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL	22,554.80	21,393.07	22,152.21	22,939.21	23,755.10	24,600.93	25,477.80	26,386.85	27,329.26	28,306.26

Elaborado por: Liliana Salazar

7.8 ESTADOS FINANCIEROS

El análisis de los ingresos y de los gastos es importante para la toma de decisiones oportunas y ejecución del proyecto.

7.8.1 Estado de resultados

Tabla 73. Estado de resultados

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas	76,590.16	83,082.22	79,164.67	86,120.83	94,193.64	102,967.91	113,115.09	123,262.27	133,824.64	146,205.12
Total Ingresos	76,590.16	83,082.22	79,164.67	86,120.83	94,193.64	102,967.91	113,115.09	123,262.27	133,824.64	146,205.12
Costos directos										
Inventario importado	24,975.00	27,100.00	30,025.00	32,650.00	35,700.00	39,050.00	42,900.00	46,750.00	50,725.00	55,425.00
Mano de Obra Directa	6,089.20	6,714.36	6,947.79	7,189.78	7,440.65	7,700.73	7,970.36	8,249.88	8,539.66	8,840.07
Costo de materiales instalación	2,150.04	2,409.96	2,757.72	3,105.60	3,510.50	3,957.52	4,489.80	5,049.45	5,722.02	6,503.52
Total Costos Directos	33,214.24	36,224.32	39,730.51	42,945.38	46,651.15	50,708.25	55,360.16	60,049.33	64,986.68	70,768.59
Costos indirectos										
Logística de importación	22,540.89	23,368.14	11,586.91	12,012.15	12,452.99	12,910.02	13,383.82	13,875.00	14,384.22	14,912.12
Total Costos indirectos	22,540.89	23,368.14	11,586.91	12,012.15	12,452.99	12,910.02	13,383.82	13,875.00	14,384.22	14,912.12
Administrativos										
Sueldos y salarios	10,390.60	11,484.63	11,893.13	12,316.61	12,755.64	13,210.78	13,682.63	14,171.79	14,678.90	15,204.62
Suministros de oficina	1,119.00	1,160.07	1,202.64	1,246.78	1,292.54	1,339.97	1,389.15	1,440.13	1,492.98	1,547.78
Gastos servicios básicos	1,152.00	1,194.28	1,238.11	1,283.55	1,330.65	1,379.49	1,430.12	1,482.60	1,537.01	1,593.42
Amortizaciones	1,650.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciaciones	742.33	742.33	742.33	742.33	742.33	742.33	742.33	742.33	742.33	742.33
Total gastos administrativos	15,053.93	14,581.31	15,076.21	15,589.27	16,121.16	16,672.57	17,244.22	17,836.85	18,451.23	19,088.15
Ventas										
Gasto plan de marketing	2,154.00	839.73	870.54	902.49	935.62	969.95	1,005.55	1,042.45	1,080.71	1,120.37
Total gastos ventas	2,154.00	839.73	870.54	902.49	935.62	969.95	1,005.55	1,042.45	1,080.71	1,120.37
Intereses	624.04	396.09	145.19	-	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total gastos financieros	624.04	396.09	145.19	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION DE IMPUESTOS	3,003.07	7,672.64	11,755.31	14,671.54	18,032.71	21,707.11	26,121.34	30,458.64	34,921.81	40,315.89
Participación Laboral (15%)	450.46	1,150.90	1,763.30	2,200.73	2,704.91	3,256.07	3,918.20	4,568.80	5,238.27	6,047.38
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	2,552.61	6,521.74	9,992.01	12,470.81	15,327.81	18,451.04	22,203.14	25,889.84	29,683.54	34,268.50
Impuesto a la renta (22%)	561.57	1,434.78	2,198.24	2,743.58	3,372.12	4,059.23	4,884.69	5,695.76	6,530.38	7,539.07
UTILIDAD NETA	1,991.03	5,086.96	7,793.77	9,727.23	11,955.69	14,391.81	17,318.45	20,194.08	23,153.16	26,729.43

Elaborado por: Liliana Salazar

7.8.2 Flujo neto de fondos

El flujo neto de fondos o flujo de caja contiene los ingresos o entradas en efectivo del proyecto y los egresos o salidas de capital a fin de viabilizar el proyecto. A continuación se observa su detalle:

Tabla 74. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA											
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
UTILIDAD NETA		1,991.03	5,086.96	7,793.77	9,727.23	11,955.69	14,391.81	17,318.45	20,194.08	23,153.16	26,729.43
Activos Fijos	-3,340.00										
Inversión Capital trabajo	-11,761.79										
Inversión diferidos	-1,650.00										
Crédito Bancario	7,500.00										
(+) Depreciaciones		742.33	742.33	742.33	742.33	742.33	742.33	742.33	742.33	742.33	742.33
(+) Amortizaciones		1,650.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(+) Valor Residual											1,166.67
(-) Capital de la deuda		2,264.40	2,492.35	2,743.25							
(-) Reinversión					1,750.00			1,750.00			1,750.00
(+) Capital de trabajo											11,761.79
FLUJO DE EFECTIVO	-9,251.79	2,118.96	3,336.94	5,792.85	8,719.56	12,698.02	15,134.15	16,310.78	20,936.41	23,895.49	38,650.22

Elaborado por: Liliana Salazar

7.9 EVALUACIÓN FINANCIERA

7.9.1 Determinación de la tasa de descuento

El costo de oportunidad o tasa de descuento viene dado por la siguiente fórmula:

Costo de Oportunidad = costo de los recursos propios + costo de los recursos ajenos + TLR + inflación

$$K_o = \text{Tasa Pasiva} * (\% \text{ recursos propios}) + (\text{tasa activa} * (1 - t) * (\% \text{ recursos ajenos})) + \text{TLR} + \text{inflación}$$

Tabla 75. Tasa de descuento

Costo de Oportunidad	
FACTOR	%
Tasa pasiva	7,1 6%
Tasa activa	9,6 3%
Recursos ajenos	44 %
Recursos propios	56 %
t=tasa impositiva vigente	0,3 37
inflación	3,6 700
Riesgo país	5,4 6
Costo de Oportunidad	9,2 0%

7,16%	56%	9,63%	0,663	0,44					
0.0403853	+	0.027834628			+	5,46	+	3,67	= 9,20%
(%recursos propios)		(tasa activa x (1-t)x(%recursos ajenos))				PAR		Inflación	

Elaborado por: Liliana Salazar

Costo de Oportunidad = 9,20%

7.9.2 Criterios de evaluación

Para lograr el propósito se considera los siguientes métodos de evaluación:

7.9.2.1 Valor Actual Neto

Según los datos recolectados y analizados en el presente proyecto se obtiene:

Tabla 76. VAN

VALOR ACTUAL NETO (VAN)			
AÑOS	FLUJO ANUAL	(1+ i)n CASTIGO	FLUJO ACTUALIZADO
		Inversión	(9,251.79)
Año 1	2,118.96	1.0920	1,940.48
Año 2	3,336.94	1.1924	2,798.45
Año 3	5,792.85	1.3021	4,448.84
Año 4	8,719.56	1.4219	6,132.45
Año 5	12,698.02	1.5527	8,178.25
Año 6	15,134.15	1.6955	8,926.20
Año 7	16,310.78	1.8514	8,809.85
Año 8	20,936.41	2.0217	10,355.73
Año 9	23,895.49	2.2077	10,823.79
Año 10	38,650.22	2.4107	16,032.45
VAN			69,194.70

Elaborado por: Liliana Salazar

$$VAN = -9.251,79 + \frac{2,118.96}{(1 + 0,0920)^1} + \frac{3,336.94}{(1 + 0,0920)^2} + \frac{5,792.85}{(1 + 0,0920)^3} + \frac{8,719.56}{(1 + 0,0920)^4} + \frac{12,698.02}{(1 + 0,0920)^5} + \frac{15,134.15}{(1 + 0,0920)^6} + \frac{16,310.78}{(1 + 0,0920)^7} + \frac{20,936.41}{(1 + 0,0920)^8} + \frac{23,895.49}{(1 + 0,0920)^9} + \frac{38,650.22}{(1 + 0,0920)^{10}}$$

VAN= 69,194.70 dólares.

El VAN que se percibiría con la apertura del negocio es de **USD. 69,194.70**; cifra que es el resultado de traer los flujos de efectivo a valor presente, visualizando al ser positivo, que

la empresa no compromete sus recursos económicos, por lo que se puede concluir que la puesta en marcha del negocio es factible.

7.9.2.2 Tasa Interna de Retorno

Con el fin de poder determinar si es conveniente o no para el emprendedor invertir, la TIR, debe ser comparada frente a otras opciones de inversión, que le brinden iguales o mejores réditos, para el cálculo de la TIR se toman en cuenta los siguientes datos:

Tabla 77. TIR

Tasa Interna De Retorno (TIR)					
AÑOS	FNC	VAN 45%		VAN 46%	
0	-9,251.79	1	(9,251.79)	1	(9,251.79)
1	2,118.96	1.45	1,461.35	1.46	1,451.34
2	3,336.94	2.10	1,587.13	2.13	1,565.46
3	5,792.85	3.05	1,900.15	3.11	1,861.38
4	8,719.56	4.42	1,972.53	4.54	1,919.04
5	12,698.02	6.41	1,981.05	6.63	1,914.13
6	15,134.15	9.29	1,628.36	9.69	1,562.57
7	16,310.78	13.48	1,210.32	14.14	1,153.47
8	20,936.41	19.54	1,071.42	20.65	1,014.10
9	23,895.49	28.33	843.34	30.14	792.76
10	38,650.22	41.08	940.75	44.01	878.26
VAN		\$ 5,344.61		\$ 4,860.72	

Elaborado por: Liliana Salazar

$$TIR = \left[\frac{Van(+)}{Van(+)-Van(-)} \right] [(Tasa\ Van(-) - Tasa\ Van(+)) + Tasa\ Van(+)]$$

$$TIR = \left[\frac{5,344.60}{5,344.60 - 4,860.72} \right] [0,46 - 0,45] + 0,45$$

$$TIR = \left[\frac{5,344.60}{483,89} \right] [(0,01)] + 0,45$$

$$TIR = [11,05][0,01] + 0,45$$

$$TIR = 0,560452 = 56,04\%$$

En la presente propuesta se considera una relación con el costo de oportunidad siendo este del 9,20%. Así, entonces se puede observar que la TIR supera al costo de oportunidad (56,04% > 9,20%), en tal virtud la apertura del negocio, es una opción aceptable y ejecutable, de acuerdo a los parámetros preestablecidos.

7.9.2.3 Período de Recuperación de la Inversión

El período de recuperación de la inversión es calificado como un indicador de fácil cálculo y aplicación, el mismo que permite medir la liquidez del proyecto, así como también el riesgo relativo, anticipando los sucesos en el corto plazo.

Tabla 78. Período de recuperación de la inversión

AÑOS	FLUJO ANUAL	CASTIGO	FLUJO ACTUALIZADO
Inversión			(9,251.79)
Año 1	2,118.96	1.0920	1,940.48
Año 2	3,336.94	1.1924	2,798.45
Año 3	5,792.85	1.3021	4,448.84
Año 4	8,719.56	1.4219	6,132.45
Año 5	12,698.02	1.5527	8,178.25
Año 6	15,134.15	1.6955	8,926.20
Año 7	16,310.78	1.8514	8,809.85
Año 8	20,936.41	2.0217	10,355.73
Año 9	23,895.49	2.2077	10,823.79
Año 10	38,650.22	2.4107	16,032.45

Elaborado por: Liliana Salazar

- $PRI = (3) + \frac{4,448.84}{6,132.45}$
- $PRI = (3) + 0,7254$
- $PRI = 0.7254 \times 12 = 8,7055$

La inversión asignada a la puesta en marcha del presente proyecto, será recuperada a partir del año 3, con 8 meses aproximadamente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Con la investigación de campo realizada, se determinó que existe una demanda insatisfecha creciente de 2.389 empresas que estarían dispuestas adquirir equipos de seguridad electrónica que se pretende importar para ofertar en el mercado ecuatoriano. Del total de la demanda establecida se pretende satisfacer el 6%, ofertando un total de 143 equipos de seguridad electrónica a empresas de la ciudad de Quito, la tendencia de crecimiento de la demanda ha sido establecida de acuerdo al crecimiento de las empresas en la ciudad siendo del 8,06% para los 10 años de proyección del estudio.

Se puede determinar como una oportunidad el nivel de inseguridad que enfrenta el país y el notable crecimiento delincriminal en la ciudad de Quito, ya que los equipos de seguridad electrónica que se pretende importar pasaron de ser necesidades suntuarias a necesidades primarias.

Los equipos de seguridad electrónica le permite a una empresa proteger las diferentes áreas dentro de las instalaciones, sobre robos, emergencia, incendio, monitoreados a través de una central, permitiéndole al usuario o responsable la conexión en tiempo real desde

cualquier ordenador o dispositivo con conexión a internet, contando además que este equipos también ayuda en el control del personal, control de perdidas internas, entre otros.

El precio ha sido establecido en base a la competencia considerado una sobre tasa del 45% de las salvaguardias impuestas por el Gobierno Nacional a las importaciones de un grupo de 2.800 productos.

El estudio financiero establece una inversión inicial para la puesta en marcha del proyecto de creación de un departamento de comercio exterior para la importación de productos de seguridad electrónica asciende a USD. 16,751.79. El proyecto evaluado financieramente muestra una TIR positiva del 56,04% que supera el costo de oportunidad y un VAN de USD. 69,194.70, mostrando factibilidad para la presente propuesta lo que asegura el funcionamiento y éxito del presente proyecto.

RECOMENDACIONES

Se recomienda aprovechar la demanda existente en el mercado. Además se recomienda evaluar los medios de comunicación en los que la empresa realizará su publicidad y propaganda, para determinar si la información llega de forma precisa al cliente potencial y lograr un posicionamiento en la mente del consumidor.

Se debe aprovechar la oportunidad actual en aspectos de inseguridad que atraviesa el Ecuador, analizando y tomando en cuenta las tendencias, las nuevas formas de delinquir, posibles cambios jurídicos; investigación que nos permitirá estar preparados para cualquier cambio asegurando el éxito a largo plazo.

Analizar constantemente el mercado tecnológico de equipos de seguridad electrónica, lo que permitirá que en cada importación que se realice estos equipos sean de última tecnología, novedosos y de fácil uso para el consumidor final, de modo que imponga diferencia en el mercado, con precios competitivos, cumpliendo con las expectativas de los clientes, logrando fidelidad y frecuencia de consumo.

Monitorear de forma constante la variación de los impuestos aduaneros y medidas establecidas por la autoridad en el caso de importaciones de este tipo de productos.

Se recomienda poner en marcha el presente proyecto, puesto que la evaluación financiera muestra que es rentable y las condiciones de retorno de la inversión son aceptables luego de que la investigación ha demostrado la factibilidad.

Se recomienda a los socios de la empresa innovar y diversificar la línea de negocio actual, la cual tiene cierta relación con esencia principal que es la seguridad y con ello una nueva fuente de ingresos, lo que permitirá fortalecer su posicionamiento en el mercado, aumentar su cartera de clientes, ganar experiencia en el área de comercio exterior con la posibilidad de ampliar su gama de productos importando a futuro nuevas mercancías en las diferentes ramas de la seguridad.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA

- Area de Pymes.* (2012). Recuperado el Febrero 1, 2013, de <http://www.areadepymes.com>
- Guia del importador.* (2012). Recuperado el 2013, de <https://docs.google.com/>
- Aduana del Ecuador SENA. (2012, Diciembre). *Procedimientos para Importar.* Recuperado el Enero 21, 2015, de Aduana del Ecuador SENA: http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action
- Aduana del Ecuador, SENA. (2014, Abril). *Regímenes Aduaneros.* Recuperado el enero 21, 2015, de Aduana del Ecuador, SENA: http://www.aduana.gob.ec/pro/special_regimes.action
- Art. 108 COPCI. (2010). Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. En Asamblea Nacional, *Libro V de la Competitividad Sistemática y de la Facilitación Aduanera* (pág. 42). Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial.
- Art. 134 COPCI. (2010). Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. En Asamblea Nacional, *Libro V de la Competitividad Sistemática y de la Facilitación Aduanera* (pág. 47). Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial.
- Art. 140 COPCI. (2010). Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión. En Asamblea Nacional, *Libro V de la Competitividad Sistemática y de la Facilitación Aduanera* (pág. 48). Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial.
- Art. 53 Segundo Inciso Reg. COPCI. (2011). *Registro Oficial N° 452 Reglamento del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.* Quito: Registro Oficial.

- Art. 66 Reg. COPCI. (2011). *Registro Oficial N° 452 Reglamento del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Registro Oficial.
- Art. 67 Reg. COPCI. (2011). *Registro Oficial N° 452 Reglamento del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Registro Oficial.
- Art. 72 Reg. COPCI. (2011). *Registro Oficial N° 452 Reglamento del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Registro Oficial.
- Art. 73 Literal b) Reg. COPCI. (2011). *Registro Oficial N° 452 Reglamento del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Registro Oficial.
- Art. 73 Literal c) Reg. COPCI. (2011). *Registro Oficial N° 452 Reglamento del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Registro Oficial.
- Art. 73 Reg. COPCI. (2011). *Registro Oficial N° 452 Reglamento del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Registro Oficial.
- Art. 73, Literal a) Reg. COPCI. (2011). *Registro Oficial N° 452 Reglamento del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Registro Oficial.
- Art. 76 Reg. COPCI. (2011). *Registro Oficial N° 452 Reglamento del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Registro Oficial.
- Baca Urbina, G. (2005). *Evaluación de Proyectos* (Tercera Edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Inflación*. Quito: Registro oficial.
- CGB. (s.f.). CGB. Obtenido de CGB: <http://cgbseguridad.com/>

- Comercio Exterior. (2011). *Incoterms 2010*. Recuperado el Mayo 28, 2012, de Comercio exterior.com.ec: <http://comercioexterior.com.ec/qs/content/incoterms-2010>
- Comercio Exterior. (2011). *Incoterms 2010*. Recuperado el Febrero 01, 2013, de Comercio exterior.com.ec: <http://comercioexterior.com.ec/qs/content/incoterms-2010>
- Diario El Comercio. (2014, mayo 8). Las crías de mascotas nacen en quirófanos. *Tendencias El Comercio*, pág. 14.
- Ecuapass. (2015). *Tributos partida arancelaria*. Obtenido de Ecuapass: http://ecuapass.aduana.gob.ec/ipt_server/ipt_flex/ipt_arancel.jsp
- Estrada, P. (2006). *Como Hacer Importaciones* (Primera ed.). Quito: Abya-Yala.
- Giros us. (2011, Agosto 18). *Giro Directo*. Recuperado el Enero 31, 2013, de Giro. us: <http://www.giro.us/internacional/inversiones/giro-directo/>
- Johansson, J. (2001). *La manera Japonesa de hacer Marketing*. Colombia: Norma.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Malhotra, N. (2000). *Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015, Marzo 6). *Resolución No. 011-2015*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior: <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/Resoluci%C3%B3n-011-2015.pdf>
- OCAVIP CIA. LTDA. (2014). *Quienes somos*. Recuperado el Octubre 18, 2014, de OCAVIP CIA. LTDA.: <http://www.ocavip.com/empresa.html>
- Parmerlee, D. (2000). *La preparación del plan de marketing*. Barcelona: GRANICA.
- Pérez, L. (2005). *Marketing Social: Téorico y práctico*. Madrid: Díaz Santos.

PRO ECUADOR. (2014, julio 07). *Guía Comercial Ecuador*. Recuperado el Marzo 22, 2015, de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/05/PROEC_GC2014_ECUADOR1.pdf

Provisual. (2001 - 2014). *www.provisual.com*. Obtenido de www.provisual.com: <http://www.provisual.com/>

Salazar, J. (2014, julio 23). Antecedentes Historicos de OCAVIP CIA. LTDA. (L. Salazar, Entrevistador)

Sapag, N. (2007). *Preparación y evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.

SEGURTRONIC. (2011). *Monitoreo de alarmas 24 horas*. Ecuador.

SRI. (2012). *Impuesto a la salida de divisas*. Recuperado el Enero 31, 2013, de Servicio de rentas internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/isd>

Televisonic Tec. (2013). *Soluciones Integrales*. Recuperado el Octubre 18, 2014, de Televisonic Tec Tecnología y Servicio: <http://www.televisonic.com/soluciones.htm>

Vacas E., J. (2014, Julio 13). *Comunidad todo Comercio Exterior*. Obtenido de Flujograma de la Declaración Aduanera de Importación a través de ECUAPASS: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/flujograma-de-la-declaracion-aduanera-de-importacion-a-trav-s-de>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

Como egresados de la Universidad Tecnológica Equinoccial, me encuentro desempeñando la elaboración de un trabajo de investigación denominado “Proyecto de factibilidad para la creación de un departamento de comercio exterior en la empresa OCAVIP. Cía., Ltda., para la importación de equipos de seguridad electrónica desde MIAMI-EEUU”, para lo cual pedimos de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas. La información obtenida será confidencial y será usada solo con fines estadísticos.

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

Datos Generales

a. Género del encuestado

Masculino

Femenino

b. Ubicación de la empresa

Norte

Centro

Sur

c. Tipo de actividad

Comercial

Producción

Servicios

Industrial

Preguntas

1. ¿Cuenta la empresa con algún equipo de seguridad de Vigilancia Privada?

Si

No

Si su respuesta fue NO, pase a la pregunta 5

2. La empresa que le brinda este servicio de seguridad es:

Eprovic

Segsalvas Cía. Ltda.

Ecua Security Cía. Ltda.

Senapro Cía. Ltda.

Otros ¿Cuál? _____

3. ¿Cómo califica Usted el servicio que le brinda la empresa?
- Excelente ()
 Bueno ()
 Regular ()
 Malo ()
4. ¿Actualmente qué tipo de transmisión utiliza para el sistema de alarma?
- Internet ()
 Teléfono ()
 GPRS ()
 Radio ()
5. ¿Conoce usted o le han proporcionado información sobre los equipos de seguridad electrónica?
- Si ()
 No ()
6. ¿Utilizaría usted equipos de seguridad electrónica en su empresa, sabiendo que brinda mejores beneficios?
- Si ()
 No ()
7. De los siguientes equipos de seguridad cuál preferiría para la empresa
- Alarmas de intrusión ()
 Controles de acceso ()
 Circuito cerrado de televisión ()
8. ¿Qué factor considera importante para adquirir el equipo?
- Precio ()
 Calidad ()
 Fácil instalación ()
9. ¿Qué le gustaría recibir adicional a los equipos de seguridad?
- Mantenimiento ()
 Asesoramiento ()
 Garantía ()
 Financiamiento ()
10. ¿Por qué medios le gustaría recibir información sobre los productos?
- Internet ()
 Trípticos ()
 Prensa/revistas ()
11. ¿Su empresa está interesado en adquirir equipos de seguridad electrónica?
- Si ()
 No ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 2. Proforma

 SECURITY - SUPORT			Tel: 1-305-593-0840 Fax: 1-305-593-0743 mail@security-depot.com		
Miami, 2051 NW 112th Ave. Suite 117, Miami, FL 33172					
CLIENTE: LILIANA SALAZAR RUC: DIRECCIÓN: CIUDAD: Quito - Ecuador		CÓDIGO: TELÉFONO: VÍA ENVÍO:		FECHA VENCIMIENTO: 15-dic-14	VENDEDOR: 03
				O/COMPRA	O/VENTA
CANT.	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	Precio Unitario	Valor Total	
61	DG27PQ	Alarmas de intrusión	75,00	4.575,00	
52	X5070	Controles de acceso	30,00	1.560,00	
55	CCT4513	Circuito cerrado de televisión	300,00	16.500,00	
SON: veinte y cuatro mil quinientos dos 35/100 dólares de Estados Unidos de			SUBTOTAL	22.635,00	
			DESCUENTO		
			BASE IMPONIBLE		
			0% IVA		
			8,25% IVA	1.867,39	
			TOTAL →	24.502,39	
Entregado			Cliente		

El siguiente cuadro muestra la amortización anual del crédito.

Anexo 3. Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Valores Iniciales:			Valores Finales:	
Capital:	7.500,00		Total Pagado:	8.665,31
Plazo:	3 años		Interés Total:	1.165,31
Tasa Anual:	9,63 %		Cuota Mensual:	240,70
Tasa Mensual:	0,80 %			
Periodos	Interés	Cuota Mensual	Pago capital	Saldo insoluto
0				7.500,00
1	60,19	240,70	180,52	7.319,48
2	58,74	240,70	181,96	7.137,52
3	57,28	240,70	183,42	6.954,10
4	55,81	240,70	184,90	6.769,20
5	54,32	240,70	186,38	6.582,82
6	52,83	240,70	187,88	6.394,94
7	51,32	240,70	189,38	6.205,56
8	49,80	240,70	190,90	6.014,66
9	48,27	240,70	192,44	5.822,22
10	46,72	240,70	193,98	5.628,24
11	45,17	240,70	195,54	5.432,70
12	43,60	240,70	197,11	5.235,60
13	42,02	240,70	198,69	5.036,91
14	40,42	240,70	200,28	4.836,63
15	38,81	240,70	201,89	4.634,74
16	37,19	240,70	203,51	4.431,23
17	35,56	240,70	205,14	4.226,09
18	33,91	240,70	206,79	4.019,30
19	32,25	240,70	208,45	3.810,85
20	30,58	240,70	210,12	3.600,73
21	28,90	240,70	211,81	3.388,92
22	27,20	240,70	213,51	3.175,41
23	25,48	240,70	215,22	2.960,19
24	23,76	240,70	216,95	2.743,25
25	22,01	240,70	218,69	2.524,56
26	20,26	240,70	220,44	2.304,11
27	18,49	240,70	222,21	2.081,90
28	16,71	240,70	224,00	1.857,91
29	14,91	240,70	225,79	1.632,11
30	13,10	240,70	227,61	1.404,51
31	11,27	240,70	229,43	1.175,08
32	9,43	240,70	231,27	943,80
33	7,57	240,70	233,13	710,67
34	5,70	240,70	235,00	475,67
35	3,82	240,70	236,89	238,79
36	1,92	240,70	238,79	0,00
TOTALES	1.165,31	8.665,31	7.500,00	

Elaborado por: Liliana Salazar