

Proyecto de Implementación de un Instituto de Calificación e Investigación de Comercio Exterior en Guayaquil

Maricela del Carmen Bravo Cruz
Ricardo Daniel Bajaña Flores
Milton Ismael Paredes Aguirre
M. Sc. Ivonne Moreno Aguí
Facultad de Economía y Negocios (FEN)
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
marbravo@espol.edu.ec
ridabaja@espol.edu.ec
isparede@espol.edu.ec
imoreno@espol.edu.ec

Resumen

Dado el clima de incertidumbre y los constantes cambios en el entorno económico, el sector de Comercio Exterior buscará alternativas que le permitan integrarse y mejorar su competitividad. En este sentido, la presente investigación se realizó con el objetivo de mejorar el desarrollo de la exportación en nuestro país y dar un control que permita ver la información más clara de lo que se debe realizar a la hora de llevar a cabo el proceso de exportación, para de esa forma, hacerlo con mayor agilidad, además, este Instituto de Calificación e Investigación de Comercio Exterior (ICICE) serviría de controlador de los Agentes de Aduana y Exportadores, también, presentará datos estadísticos, estudios de avance e interacción de los Exportadores en el Mercado Internacional, charlas continuas de nuevas oportunidades de inversión, nuevos mercados de consumo para que el Exportador Ecuatoriano pueda abrirse paso a otros mercados. A través de la Investigación de Mercado (Análisis Estadísticos, Encuestas a conocedores del comercio Exterior y Opiniones de Comerciantes) se demostró que Exportadores, Importadores y Agentes de Aduana tienen gran aceptación a las ideas presentadas en las encuestas y al proyecto que se desea realizar a través de ellas, tales como: Identificación de Acuerdos y Tratados que permiten un comercio ventajoso, Estudio de Impacto de medidas Gubernamentales, Analizar la competencia identificando los principales participantes del mercado, procedencia ó destino de los productos que comercializan, precios, volúmenes, tributación y más, entre otros. Es decir que la propuesta tuvo una muy buena aceptación y por ende nuestro proyecto tendría una considerable demanda.

Palabras claves: Entorno Económico, Competitividad, Controlador, Tributación, Comercio Ventajoso.

Abstract

Given the climate of uncertainty and constant changes in the economic environment, the foreign trade sector will look for alternatives that allow you to integrate and improve their competitiveness. In this sense, this research was conducted with the aim of improving the export development in our country and give control to allow more clear view of what must be done in carrying out the export process so in that way, do it with greater flexibility, in addition, this Rating and Research Institute of Foreign Trade (RRIFT) Controller would Customs Agents and Exporters also present statistical data, progress and interaction studies of Exporters in the Market International talks ongoing new investment opportunities, new consumer markets for the Ecuadorian exporters can make their way to other markets. Through Market Research (Statistical Analysis, Surveys and connoisseurs of Foreign Trade Dealers Reviews) showed that exporters, importers and customs officials have wide acceptance of the ideas presented in the surveys and the project you want to make a Through them, such as: Identification of agreements and treaties that allow a trade advantage, Impact of Government measures, analyze the competition by identifying key market participants, origin or destination of the products they sell, prices, volumes, taxation and Moreover, among others. This means that the proposal was very well received and therefore our project would have a considerable demand.

1. Introducción

La importancia del buen desempeño de las relaciones internacionales en el desarrollo político, comercial y cultural a nivel mundial es primordial hoy en día para el logro del desarrollo integral de las naciones. No hay una sola nación que pueda considerarse autosuficiente a sí misma y que no necesite del concurso y apoyo de los demás países, aún las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen y que por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales suplen sus necesidades y carencias en otras zonas. Las condiciones climatológicas propias de cada nación hacen intercambiar con otras zonas donde se producen bienes necesarios para la supervivencia y desarrollo de áreas vitales entre naciones. El desarrollo del Comercio Exterior e Internacional hace que los países prosperen, al aprovechar sus activos y luego intercambiar con otros países, lo que a su vez ellos producen mejor.

El desarrollo del presente trabajo, constituirá la aplicación de un modelo de análisis y desarrollo estratégico para organizaciones de Comercio Exterior, en virtud de que, en la provincia del Guayas existe un número considerable de tales organizaciones que han sido catalogadas como referentes nacionales al aportar activamente al crecimiento del Comercio Exterior y al impulso de éste en nuestro país, para así, mejorar las condiciones de vida de importantes sectores de bajos ingresos y de los suyos mismos.

Dado el clima de incertidumbre y los constantes cambios en el entorno económico, el sector de Comercio Exterior buscará alternativas que le permitan integrarse y mejorar su competitividad. En este sentido, la presente investigación se realizará con el objetivo de diseñar un plan estratégico para el fortalecimiento de la estructura financiera en el área de Comercio Exterior a partir del diagnóstico de la situación de la Gestión Empresarial y la Estructura Financiera.

La razón de esta idea surgió con el afán de mejorar el desarrollo de la exportación en nuestro país y dar un control que permita ver la información más clara de lo que se debe realizar a la hora de llevar a cabo el proceso de exportación, para de esa forma, hacerlo con mayor agilidad.

Los Importadores de todo el país deben verificar si los productos que adquieren en el exterior cumplen los requisitos del IINEN del comprador y de las Instituciones del Estado, antes de presentar las declaraciones aduaneras. Para esto, la recomendación es buscar un organismo acreditado por el INEN y por

el Gobierno para que realice las certificaciones solicitadas, cumpliendo todos los requisitos.

El Instituto de Calificación e Investigación de Comercio Exterior (ICICE) quiere mantener un nexo constante entre el sector público y privado para establecer de forma conjunta los lineamientos de corto, mediano y largo plazo que impulsen las relaciones comerciales del país con el exterior.

La idea de este proyecto nació en el momento en que encontramos una necesidad en el proceso de exportación para el mercado Ecuatoriano. Nuestra idea se basa en que al momento en que una persona, sea natural o jurídica, desea exportar, ya sea por primera vez o no, cuente con todos los requerimientos establecidos por la Corporación Aduanera del Ecuador (CAE), este futuro o vigente exportador además se encontrará en la capacidad de poder lidiar, con un Agente Aduanero y entender la función que tiene este participante del proceso de exportación de su producto.

2. Objetivo General

Establecer un tránsito organizado hacia un comercio con instrumentos, recursos y procedimientos técnicos de control y un proceso operativo delegado al sector privado con claros parámetros e indicadores de gestión, que permitan en última instancia contar con un sistema aduanero que controle y facilite los procesos de Comercio Exterior con instrumentos que brinden agilidad, transparencia y eficiencia.

2.1 Objetivos Específicos

Consolidar el modelo de apertura que genere un incremento de la competitividad de los sectores productivos del país y asegure espacios para las exportaciones de bienes y servicios bajo la constante búsqueda de una diversificación de la producción y las exportaciones, así como de la diversificación de mercados seguros y estables. La política de privilegiar la orientación exportadora del comercio buscando redefinir las estructuras productivas hacia las tendencias de consumo de los bienes y servicios Ecuatorianos por parte de los mercados externos.

Desarrollar un sistema de información bastante completo orientado hacia el funcionamiento del Comercio. El reto fundamental en ese plano es desarrollar la conectividad y capacidad de Gestión Gremial, Institucional y Empresarial para aprovechar y darle sentido a la información.

Lograr un crecimiento económico al desarrollo de la Industria Exportadora, contribuyendo al mantenimiento de equilibrios macroeconómicos, al

bienestar de su población mediante el acceso a bienes y servicios de calidad a buenos precios, a la generación de empleo y el respeto a estándares laborales, entre otros.

Es una herramienta que busca un mejor abastecimiento, estabilidad en el tipo de cambio y competitividad de sectores exportadores. Estos objetivos incluyen el encuentro de alianzas estratégicas comerciales para el país que le permitan mejorar sus condiciones comerciales tanto en el aprovisionamiento de productos como en la apertura de mercados para su producción y exportaciones.

Aumentar el intercambio de bienes, mejorar el abastecimiento de materias primas, diversificar las exportaciones, mejorar las condiciones específicas de la balanza comercial, diversificación de socios comerciales, etc.

Promover el establecimiento de alianzas comerciales involucrándose de manera activa en proceso de negociación e integración económica, privilegiando los esquemas de integración sub-regional ya forjados, utilizarlos como una plataforma hacia procesos con terceros especialmente dirigidos hacia sus principales socios comerciales y hacia los mercados más grandes.

3. Estudio de Mercado

Los objetivos de la investigación de mercado son determinar: Perfil del consumidor, nivel de aceptación del producto, preferencias del consumidor, demanda del producto y canal principal.

La población son todos los Exportadores, Importadores y Agentes de Aduana que trabajan en la ciudad de Guayaquil, estos son alrededor de 799, según datos de la CAE y la Autoridad Portuaria de Guayaquil.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a expertos del Comercio Exterior, lo principal que se quiso evaluar es la importancia que tiene el manejo de la información relacionada al Comercio Exterior y la facilidad de obtenerla para nuestros clientes target y se pudo notar que es muy importante este tipo de información.

Por otra parte, las encuestas nos revelan que Exportadores, Importadores y Agentes de Aduana mostraron gran aceptación a las ideas presentadas en las encuestas y al proyecto que se desea realizar a través de ellas, tales como Identificar proveedores, Identificación de empresas que provean productos sustitutos, Evaluación de créditos a Exportadores e

Importadores y el posible impacto de las medidas gubernamentales.

Para efectuar un correcto posicionamiento del ICICE, se usará una estrategia de publicidad basándose en la importancia de la información en el Comercio Exterior. La estrategia busca llegar a los posibles clientes por medio de una agresiva campaña publicitaria basada en la emoción y la presentación de una campaña de ayuda.

Según las encuestas, el target del producto respondió que el medio de comunicación que le facilitó el encuentro a la información es el Internet. Por tanto, el primer paso para dar a conocer al ICICE es por medio de campañas fuertes a través de la Web, asociándonos con empresas como Multitrabajos.com y periódicos locales Online.

4. Estudio Técnico - Organizacional

Misión

Capacitar e informar a las empresas exportadoras de la ciudad de Guayaquil sobre temas relacionados al comercio exterior, por medio de personas especializadas, utilizando tecnología de punta, de manera que garantice la excelencia y competitividad de nuestros clientes en el mercado internacional, comprometidos a contribuir activamente al desarrollo del Estado Ecuatoriano cuidando el medio ambiente.

Visión

Ser la empresa líder en proveer información sobre el comercio exterior de nuestro país dentro de los próximos cinco años.

Logo



Figura 1. Logo del ICICE.

Al realizar el logo se pensó, en cómo se quería representar a la empresa en un gráfico y se nos ocurrió fusionar dos elementos que fueron: El ojo humano y el mundo. Estos elementos fusionados nos dan el mensaje de tener una perspectiva mundial, al alcance de nuestra vista. Y en cuanto a los colores, se usaron: el azul oscuro que es el color de la tecnología y que también inspira confianza; el negro que es un

color elegante y el blanco que es el color de la pureza.

Esta sección también incluye a todas las personas necesarias para que el Instituto de Calificación e Investigación de Comercio Exterior funcione de la mejor manera. Las variables evaluadas para este tema son costo unitario de cada persona, el desempeño que se le asignaría, la situación laboral del mercado, las leyes y regulaciones existentes, para lo cual es necesario tener un local para la oficina, de tal manera se diseñó un modelo de las instalaciones de las oficinas que operarán en el Instituto de Calificación e Investigación de Comercio Exterior.

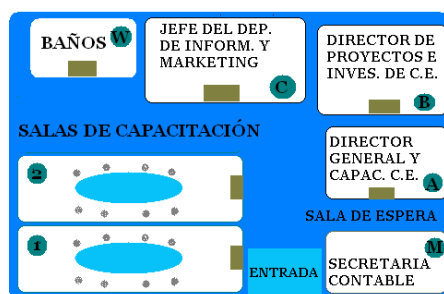


Figura 2. Bosquejo de la oficina

Cada oficina se equipará de los elementos esenciales tales como escritorios, sillas y equipos de informática.

Las salas de capacitación tendrán una mesa de conferencia con capacidad para ocho personas, además, se implementará herramientas tecnológicas para las charlas de aprendizaje de Comercio Exterior.

5. Estudio Financiero

Para la realización de este proyecto hemos considerado dos posibilidades: 50% financiamiento propio y 50% préstamo en la Corporación Financiera Nacional (CFN), el cual cuenta con una tasa activa del 11.50% y cuya deuda se amortizara en 4 años.

A partir del Flujo de Caja que constituye uno de los elementos más importantes del estudio de nuestro proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella. El Flujo de Caja del proyecto está proyectado a 5 años, con una tasa incremental del 2.86%, que es la tasa de crecimiento de la Industria (Education and Training Services) afecta directamente a la demanda y se toma en cuenta la inflación de 4.31% que afecta a los costos en los cuales incurrirá el ICICE durante este proyecto.

Para conocer cuán atractivo, desde el punto de vista financiero es el negocio propuesto, se tomarán en cuenta dos criterios de los más utilizados por

evaluadores de proyectos: El Valor Neto Actual (VNA ó VAN) y la Tasa Interna de Retorno (IRR – TIR). El criterio de la Tasa Interna de Retorno (TIR) se evalúa en el proyecto en función de una única Tasa de Rendimiento por periodo con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual, la “TIR” “representa la Tasa de Interés más alta que un Inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo (principal e interés acumulado) se pagará con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo, la cual sería 94.07%.

Según el criterio de la Tasa Interna de Retorno, se acepta el proyecto si la $TIR > TMAR$ según este criterio el Proyecto de Implementación de un Instituto de Calificación e Investigación de comercio Exterior en Guayaquil debe ponerse en marcha ya!

6. Agradecimientos

Agradecemos a aquellas personas que nos ayudaron para la realización de este proyecto de tesis tales como amigos, compañeros de trabajo, personas relacionadas al Comercio Exterior quienes accedieron a las entrevistas para la investigación de este proyecto, profesores y todos aquellos que aportaron con sus conocimientos y experiencias a la búsqueda de mejoras del comercio en nuestro país. De manera muy personal al Ing. Andrés Romero por su apoyo incondicional en el desarrollo de esta Investigación y de manera muy especial le damos nuestro mayor sentimiento de gratitud a nuestra Directora de Proyecto, M. Sc. Ivonne Moreno Aguí quien con su talento, dedicación y juicio supo orientarnos para obtener un gran resultado de nuestro trabajo.

7. Bibliografía

7.1 Textos

[1] “Investigación de Mercados” Segunda Edición. Editorial McGraw- Hill Traducido por Corona Hortensia. Harris, Edgar E.

[2] “Elementos de Investigación”. Quinta Edición. Ediciones Omega, Barcelona 1983. Lamson Whitney, Federico.

[3] “Manual Práctico para desarrollar Proyectos de Investigación de Tesis”. Segunda Edición 1999. William, Edinson.

[4] “Dirección de Marketing”. Décima Edición. Pearson Educación. México 2001. Kotler, Philip.

[5] "Preparación y Evaluación de Proyectos".
Editorial McGraw Hill. Cuarta edición, 2000. Sapag
Chain, Nassir y Reinaldo.

7.2 Internet

www.corpei.org
www.aduana.gov.ec
www.bce.fin.ec
www.arazaecuador.com

www.proexant.org.ec/HT_Arazá.htmlwww.tonisa.com
www.medicina21.com/doc.php?op=especialidad3&iid=2889
www.ecuadorencifras.com
www.bce.gov.ec
www.superban.gov.ec
www.eluniverso.com
www.finance.yahoo.com