



ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO.**

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL.

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL.**

**CREACIÓN DE UNA ZONA FRANCA EN LA PROVINCIA
DE IMBABURA, CANTÓN IBARRA**

AUTOR: JAIRO SANTIAGO JARAMILLO VINUEZA.

DIRECTOR: ING. César Ruiz Vaca

COORDIRECTOR: ECO. JUAN CARLOS ERAZO

SANGOLQUÍ, MARZO DEL 2008

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero dar gracias a Dios por haberme permitido realizar este proyecto, por darme la capacidad y vocación para lograr un objetivo más.

A los docentes de la ESPE que fueron mis maestros y en especial al Director de mi tesis Señor. Ing. César Ruiz Vaca, tutor y guía del desarrollo de mi proyecto por su dedicación, revisión y apoyo constante al mismo.

También a quienes han sido testigos de mi trabajo.

EL AUTOR

DEDICATORIA

Con especial afecto y cariño dedico este humilde y sencillo trabajo, en el que sintetizo el sublime amor y sacrificio de mi querida madre, mi amantísima esposa, hijos e hija; como recompensa a su inconmensurable apoyo y comprensión, a mi familia que ha sido un pilar fundamental en mi ascenso profesional y personal.

EL AUTOR



**ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO.**

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL.

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

JAIRO SANTIAGO JARAMILLO VINUEZA

DECLARO QUE:

La tesis de grado titulada CREACIÓN DE UNA ZONA FRANCA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA, CANTÓN IBARRA. Ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de esta tesis de grado.

SANGOLQUÍ, 24 DE MARZO DEL 2008

JAIRO SANTIAGO JARAMILLO VINUEZA



ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO.

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL.

AUTORIZACIÓN

Yo, TEC. JAIRO SANTIAGO JARAMILLO VINUEZA. Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo CREACIÓN DE UNA ZONA FRANCA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA, CANTÓN IBARRA, contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

SANGOLQUÍ, 24 DE MARZO DEL 2008

JAIRO SANTIAGO JARAMILLO VINUEZA



ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO.

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL.

CERTIFICADO

DIRECTOR: ING. CÉSAR RUIZ VACA

COORDIRECTOR: ECO. JUAN CARLOS ERAZO

CERTIFICAN:

Que la tesis titulada CREACIÓN DE UNA ZONA FRANCA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA, CANTÓN IBARRA, realizada por el señor JAIRO SANTIAGO JARAMILLO VINUEZA, ha sido dirigida y revisada periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el reglamento de estudiantes de la Escuela Politécnica de Ejército.

Debido a la importancia del tema tanto para empresarios, estudiantes así como para los profesionales en formación SI se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto, el cual contiene los archivos en formato portátil d Acrobat (PDF).

Autorizan a nombre del autor, señor JAIRO SANTIAGO JARAMILLO VINUEZA, para que se entregue a la señorita ING. FANNY CEVALLOS, Coordinadora de la Carrera de INGENIERÍA COMERCIAL.

SANGOLQUÍ, 24 DE MARZO DEL 2008

ING. CÉSAR RUIZ

DIRECTOR

ECO. JUAN CARLOS ERAZO

CODIRECTOR

INDICES

CAPITULO I INTRODUCCIÓN

1.1 Importancia.....	1
1.2 Justificación.....	1
1.3 Objetivos.....	2
1.3.1 Objetivo General.....	2
1.3.2 Objetivos Específicos.....	2

CAPITULO II INVESTIGACIÓN

2.1 Objetivos de la investigación.....	2
2.2 Identificación del servicio.....	2
2.3 Características del servicio.....	3
2.4 Investigación de mercado.....	5
2.4.1 Metodología de la Investigación.....	5
2.4.2 Técnicas de levantamiento de la información.....	5
2.4.3 Procesamiento de la información	5
2.4.4 Análisis de resultados.....	5
2.4.5 Desarrollo de la Investigación.....	6
2.4.6 Tamaño del Universo.....	6
2.4.7 Segmentación del mercado.....	8
2.4.8 Tamaño de la Muestra.....	10
2.4.9 Diseño de instrumentos y prueba piloto.....	10
2.4.10 Resultados de la investigación.....	10-43

2.5 Análisis – Conclusión – Interpretación.....	44-52
2.6 Proyecciones.....	53
2.7 Conclusiones	53

CAPITULO III ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Tamaño del proyecto.....	54
3.2 Factores determinantes del proyecto.....	54
3.3 Capacidad de prestación de servicios.....	55
3.4 Localización del proyecto.....	56-60
3.5 Ingeniería del servicio.....	60-64
3.6 Ingeniería del proyecto.....	64
3.6.1 Marco jurídico.....	64-65
3.6.2 Plan estratégico.....	66-68
3.6.3 Organización.....	69
a) Organigrama de la IMBAZONA.....	69
b) Manual de procesos códigos de regímenes	69
c) Manual de puestos: distribución y los perfiles.....	70
3.7 Ingeniería del sistema de mercadeo y comercialización.....	71
3.7.1 Diagrama de Flujo.....	71-72
3.7.2 Requerimiento de recursos humanos.....	73
3.7.3 Requerimiento de infraestructura y equipamiento.....	73-74
3.8 Estimación de las Inversiones.....	74
3.9 Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo (plano).....	75

3.10	Determinación de estrategias:.....	76
CAPITULO IV ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA		
4.1	Presupuestos.....	76
4.1.1	Presupuestos de Inversión.....	77-79
4.1.2	Presupuestos de Operación.....	80-81
4.2	Estructura Financiera.....	81
4.3	Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias).....	82
4.4	Flujos Netos de Fondos o Flujo de Caja.....	83-84
4.5	Evaluación	85
4.5.1	Periodo de Recuperación de la Inversión.....	85
4.5.2	Valor Actual Neto.....	85
4.5.3	Tasa Interna de Retorno.....	85
4.5.4	Punto de Equilibrio.....	86
4.5.5	Relación Beneficio/Costo.....	86
4.5.6	Análisis de Sensibilidad.....	86-88
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		
5.1	Conclusiones.....	88
5.2	Recomendaciones.....	88
5.3	Bibliografía.....	89
5.4	Anexos.....	90-113

INTRODUCCIÓN

Ante la actual realidad de la apertura comercial del mundo y frente a la situación crítica que vive el Ecuador, los ecuatorianos debemos buscar con nuestra creatividad una salida digna que nos permita no solamente tener la posibilidad de generar ideas y sueños para el bienestar personal propio, sino que pensemos en la sociedad y en el País; toda vez que en el mundo de relaciones con tendencias a la globalización cada vez más amplias, nos vemos obligados a tomar diariamente mejores decisiones en los negocios.

Las pequeñas empresas que sostenían un alto porcentaje de mano de obra calificada y no calificada del país, ahora por las circunstancias económicas que atravesamos ha tenido que despedir sino a todos, a una buena parte de su personal; nos hacen pensar que es vital importancia que el estado garantice políticas y leyes claras, y con un sentido de orientación a la producción, nos brinde una oportunidad a la creación de una zona franca en la ciudad de Ibarra, generando fuentes de empleo en los lugares de influencia, con hombre y mujeres líderes y deseosos de procurar el cambio, confiados en sí mismos, en su capacidad de crear hoy, el Ecuador del mañana y aprovechar las ventajas comparativas en términos de clima, suelo, riqueza natural y mineral que tenemos, para que podamos ser gestores de este proyecto que les pongo en consideración e impulse al desarrollo para el bien del País.

CAPITULO I INTRODUCCIÓN

1.4 Importancia

Encontré gran interés sobre este tema porque en este sector del país no existe una Zona Franca, y es importante emprender una nueva alternativa de competitividad, que tanto los empresarios e industriales del norte del país, como las autoridades gubernamentales seccionales y la comunidad misma, analicen la imperiosa necesidad de establecer una Zona Franca en la ciudad de Ibarra, esto permitirá promover el empleo, la generación de divisas, la inversión extranjera, la transferencia tecnológica y el incremento de las exportaciones de bienes y servicios.

1.5 Justificación

El establecimiento de una Zona Franca Permitirá propender el desarrollo de zonas geográficas deprimidas del País, así como también gozar de los beneficios que otorgan a los usuarios en lo relacionado a la exención de ciertos tributos e impuestos, por su condición de tratarse de un espacio geográfico extraterritorial.

Tanto los comercializadores e industriales, estarán en la capacidad de minimizar costos al tener un ahorro en lo relacionado con fletes internos, contrato de seguros, y otros gastos adicionales que incurriría en tener sus insumos, materias primas o subproductos permitiendo ofrecer un producto terminados a costos moderados; así mismo la creación de esta zona franca permitirá a los comercializadores contar con productos extranjeros a costos reducidos y en forma directa sin intermediarios.

Además permitirá generar mano de obra, reduciendo de esta manera los índices de desempleo en la provincia de Imbabura e impulsar al desarrollo económico social de la región norte del País.

1.6 Objetivos

1.3.3 Objetivo General

- a) Crear una Zona Franca en la Provincia de Imbabura, cantón Ibarra.

1.3.4 Objetivos Específicos

- a) Realizar la investigación para la Zona Franca
- b) Formular propuestas técnicas para la organización, establecimiento y funcionamiento de la Zona Franca.
- c) Determinar las inversiones que se requieren para la implantación de la Zona Franca, y los ingresos y egresos que se generarían.
- d) Determinar los resultados y beneficios que se obtendrían con la Zona Franca.

CAPITULO II INVESTIGACIÓN

2.8 Objetivos de la investigación

Determinar si es necesario la creación de una Zona Franca en la provincia de Imbabura, Cantón Ibarra.

Proponer a los industriales y comercializadores la funcionalidad de una Zona Franca en este sector.

2.9 Identificación del servicio

Tal como señala textualmente la Ley de Zona Francas en el capítulo III artículo 3 “Zona franca es el área del territorio nacional delimitada y autorizada por el Presidente de la República, mediante decreto ejecutivo, sujeta a los regímenes de carácter especial determinados en esta Ley, en materias de comercio exterior, aduanera, tributaria, cambiaria, financiera, de tratamiento de capitales y laboral, en la que los usuarios debidamente autorizados se dedican a la producción y comercialización de bienes para la exportación o reexportación, así como a la prestación de servicios vinculados con el comercio internacional o a la prestación de servicios turísticos, educativos y hospitalarios”.

2.10 Características del servicio

En la actualidad hay una gran confrontación a nivel de la opinión pública, entre el paradigma antiguo de las Zonas Francas con los nuevos desarrollos integrados y multiusos.

Bajo el antiguo paradigma, las Zonas Francas de exportación tienen el objetivo de promover principalmente las exportaciones, la generación de divisas, la creación de empleo, la transferencia tecnológica entre las más citadas.

Normalmente este tipo de Zonas Francas cuenta con una zona física relativamente pequeña, delimitada para control aduanero y en la cual únicamente empresas de exportación podían ubicarse. El marco legal vigente permite la exoneración de impuestos, la posibilidad de importar insumos libres de impuestos y procedimientos aduaneros simplificados.

Si vemos los nuevos desarrollos que se han estado gestando en la actualidad, encontramos Zonas Francas “multiusos”, las cuales son mucho más integradas; sigue prevaleciendo una zona delimitada dedicada a la exportación, pero son proyectos mucho más grandes, donde el riesgo para el inversionista es menor, porque si la Zona

Franca de exportación tiene éxito, lo único que hay que hacer es correr las barreras para expandir el proyecto.

Las Zonas Francas han sido instrumentos de primer orden en el desarrollo del comercio exterior de aquellos países que han utilizado este mecanismo; han permitido un incremento del intercambio comercial y facilitado el proceso de apertura al mundo, se han constituido en un polo de desarrollo económico y social, han fomentado las exportaciones y la generación de divisas, han fortalecido la transferencia tecnológica y el desarrollo de zonas geográficas deprimidas.

Las Zonas Francas han sido una excelente respuesta al proceso de globalización, pues la manera en que los bienes manufacturados se producen, se distribuyen y se venden, ha cambiado sustancialmente. Aproximadamente el 70% del costo final de un producto corresponde a logística, entonces el hecho de que un bien manufacturado se haya producido con mano de obra con costos bajos o con una serie de incentivos fiscales, tiene realmente poca importancia en un entorno global de producción.

Las Zonas Francas son un instrumento de política comercial que tiene el efecto de expandir y modernizar la economía a través de la formación y expansión del capital, transferencia tecnológica y generación de empleo (efectos directos), además de la generación de divisas y el aumento de la productividad de los factores.

En síntesis el servicio que ofrece las Zonas Francas son:

Industriales, que se destinarán al procesamiento de bienes para la exportación o reexportación;

Comerciales, que se destinarán a la comercialización internacional de bienes para la importación, exportación o reexportación;

De servicios, que se destinarán a la prestación de servicios internacionales; y,

De servicios turísticos, que se encargará de promover y desarrollar la prestación de servicios en la actividad turística destinados al turismo receptivo y de manera subsidiaria al turismo nacional.

2.11 Investigación de mercado

2.4.11 Metodología de la Investigación

La investigación es fáctica ya que la recopilación de la información se lo desarrollará mediante visitas a las empresas tanto industriales como comerciales que cumplan con una condición fundamental que es la de estar legalmente constituidas.

El método de investigación a aplicarse es el deductivo ya que analizando ciertas características principales de las organizaciones realizaremos una generalización en cuanto al interés y a la posibilidad de implementar una Zona Franca en la ciudad de Ibarra.

2.4.12 Técnicas de levantamiento de la información.

En función de la información que se requiere obtener se ha considerado adecuado, aplicar las siguientes técnicas: encuesta, observación directa e investigación bibliográfica.

2.4.13 Procesamiento de la información

Una vez levantada la información, el procesamiento de lo hará en base a una hoja electrónica cuyo formato se encuentra en el **ANEXO “1”**

2.4.14 Análisis de resultados

Una vez que los datos obtenidos sean tabulados éstos serán analizados mediante el uso de la estadística para formular conclusiones que permitan determinar la implementación de una zona franca, el análisis se lo desarrollará por tipo de actividad y en forma consolidada o integrada.

2.4.15 Desarrollo de la Investigación

A fin de alcanzar los objetivos previstos para la investigación se ha identificado primeramente los involucrados directos o beneficiarios directos de la implementación de una zona franca, siendo ellos los empresarios e industriales localizados en la ciudad de Ibarra.

2.4.16 Tamaño del Universo

En la provincia de Imbabura de acuerdo con la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías, existen alrededor de 40 empresas legalmente constituidas dedicadas a la comercialización de productos importados y 15 dedicadas a la transformación, producción y comercialización de bienes o productos terminados.

A continuación se presenta la nómina de las empresas comerciales e industriales localizadas en la ciudad de Ibarra:

EMPRESAS COMERCIALES

1. AEROAUTO CIA L TDA
2. APNHOTURS
3. AGENCIAS DEL NORTE
4. AGIP ECUADOR SA
5. AGROTRANSCOM

6. AGRO. IMPOR, JACOME MEJIA
7. ALBAJO KOSTO
8. ALMACEN AMADOR DAVILA CIA L TDA
9. ALMACEN CARLOS ARIAS
10. ALMACENES TIA SA
11. AUTOVENTAS WAY
12. COMANDATO
13. COMERCIAL HIDROBO
14. COMILLANTA
15. DISCOMNORTE S.C.C
16. DISMAC
17. DIST ARIAS CIA L TDA
18. DISTRIBUIDORA SHIW Y AN
19. DISTRIBUIDORA COLON
20. DISTRIBUIDORA DIME
21. DISTRIBUIDORA QUISUR
22. DISTRIBUIDORA DIPROFAR
23. DISTRIBUIDORA MANTILLA JACOME E HIJOS C.L.
24. DISTRIBUIDORA J.M.C.
25. DISTRIBUIDORA UBIDIA J.F CIA L TDA
26. DSTRIBUIDORA J.C.C. CIA. LTDA.
27. ECUAWAGEN S.A.
28. EDITORES M.M.A. ASOCIADOS CIA. LTDA.
29. EFEGE SCREEN CIA LTDA.
30. EL REPUESTO
31. EQUINORTE
32. ESCUTECON SA.
33. FERRINDUSTRIAL SA.
34. FERRY TECHOS JUNIOR
35. FERRO-LOPEZ
36. FERROMUNDO

37. FERROELECTRICO
38. FERRONORTE
39. GASSA GRUPO AUTOM- SA
40. IMBAUTO

EMPRESAS INDUSTRIALES

1. TEXTGARDENIA S.A.
2. PUNTOBYTEX CIA. LTDA.
3. FEXIBAMBA S.A.
4. INEDECSA S.A.
5. FLORECOT S.A.
6. YURIBARRA CIA. LTDA.
7. PILNORTE S.A.
8. PORESTFLOR CIA. LTDA.
9. AGROPECUARIA LA MAGDALENA S.A.
10. FLORETUM S.A.
11. ZULAC S.A.
12. AGROMORO CIA. LTDA.
13. AMADOREXPORT S.A.
14. IVABEN SIDERURGICA INDUSTRIAL S.A.
15. RICHELIEU S.A.

2.4.17 Segmentación del mercado

De las empresas indicadas para el presente estudio se han considerado aquellas que geográficamente se encuentran localizadas en el área de influencia establecido en el proyecto, esto es, la ciudad de Ibarra; por lo que, a continuación se indican las empresas tanto comerciales como industriales localizadas en la ciudad de Ibarra:

EMPRESAS COMERCIALES

1. AEROAUTO CIA L TDA
2. AGENCIAS DEL NORTE
3. AGIP ECUADOR SA
4. AGROTRANSCOM
5. ALBAJO KOSTO
6. ALMACEN AMADOR DAVILA CIA L TDA
7. ALMACEN CARLOS ARIAS
8. ALMACENES TIA SA
9. AUTOVENTAS WAY
10. COMERCIAL HIDROBO
11. COMILLANTA
12. DIST ARIAS CIA L TDA
13. FERRO-LOPEZ
14. DISTRIBUIDORA SHIW Y AN
15. DISTRIBUIDORA DIME
16. DISTRIB MANTILLA JACOME E HIJOS C.L.
17. EFEGE SCREEN CIA LTDA.
18. EL REPUESTO
19. FERRINDUSTRIAL SA.
20. DISTRIBUIDORA COLON

EMPRESAS INDUSTRIALES

1. TEXTGARDENIA S.A.
2. PUNTOBYTEX CIA. LTDA.
3. FEXIBAMBA S.A.
4. INEDECOSA S.A.
5. FLORECOT S.A.

6. YURIBARRA CIA. LTDA.
7. PILNORTE S.A.
8. PORESTFLOR CIA. LTDA.
9. AGROPECUARIA LA MAGDALENA S.A.
10. FLORETUM S.A.

2.4.18 Tamaño de la Muestra

Para obtener la mayor cantidad de información posible se ha decidido involucrar en el proceso de levantamiento de información a todas las empresas localizadas en la ciudad de Ibarra, esto es, una muestra de 30 empresas divididas en 20 comerciales y 10 industriales.

2.4.19 Diseño de instrumentos y prueba piloto

Una vez identificados los involucrados en el proyecto se diseñó una encuesta particularizada para cada uno de ellos, a su vez, la idoneidad de la herramienta fue validada mediante una aplicación piloto que nos permitió perfeccionar el instrumento a fin de levantar la información con un mayor grado de objetividad.

Los formatos de las encuestas definitivas se encuentran en el **ANEXO “2”**

2.4.20 Resultados de la investigación

El procesamiento de los instrumentos de investigación nos permiten presentar los resultados de manera independiente por cada tipo de organización y un informe o resultado consolidado del sector empresarial de la ciudad de Ibarra.

La tabulación de las encuestas constan en el ANEXO “3”, para las empresas Industriales y en el ANEXO “4”, para las empresas comerciales, a continuación se presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

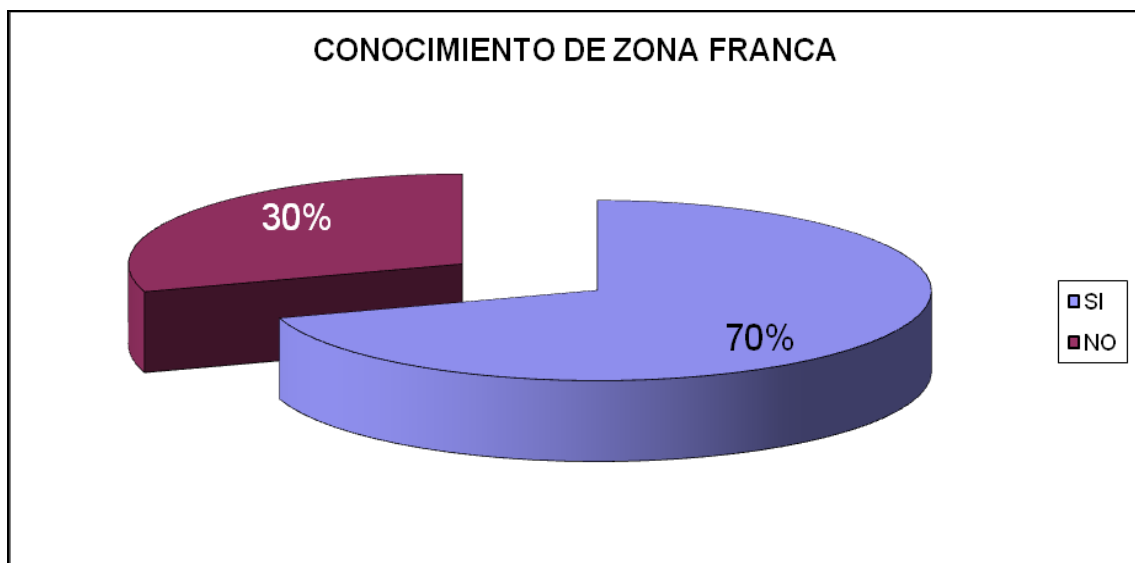
1. ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES

Pregunta 1

Con respecto a la pregunta ¿Conoce usted que es una Zona Franca?, de las 10 empresas industriales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 3 empresas indican que no conocen
- ✓ 7 empresas indican que si conocen

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



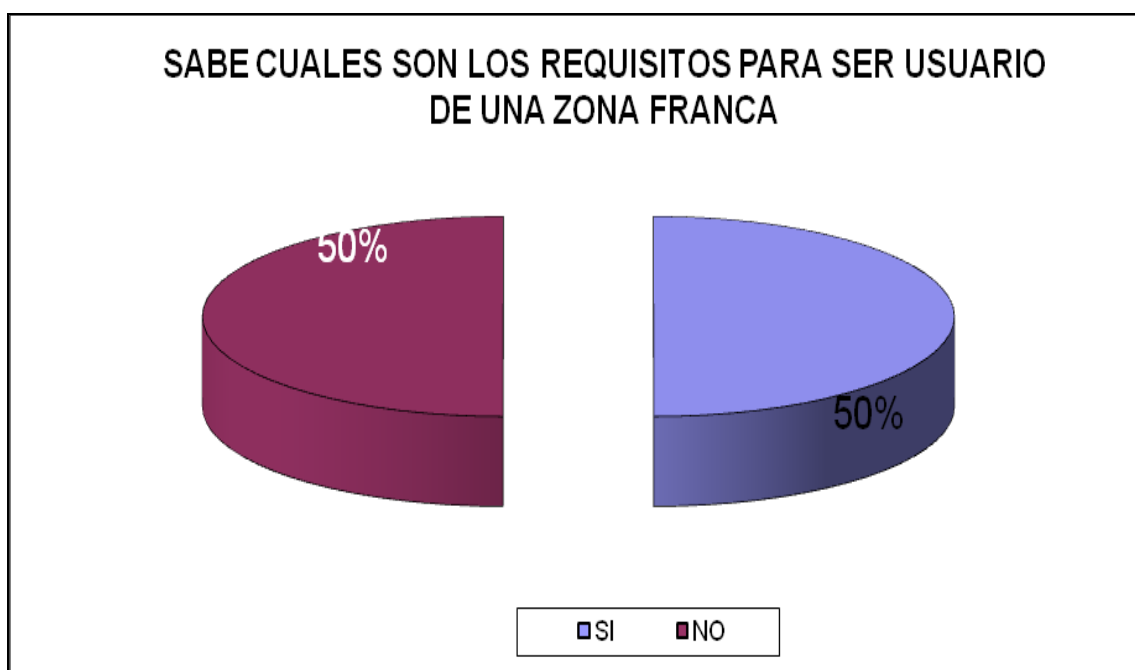
De lo anterior se determina que la mayoría de las empresas industriales encuestadas, si conocen sobre lo que es una Zona Franca.

Pregunta 2

Con respecto a la pregunta ¿Conoce los requisitos para ser un usuario en una Zona Franca?, de las 10 empresas industriales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 5 empresas indican que no conocen
- ✓ 5 empresas indican que si conocen

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



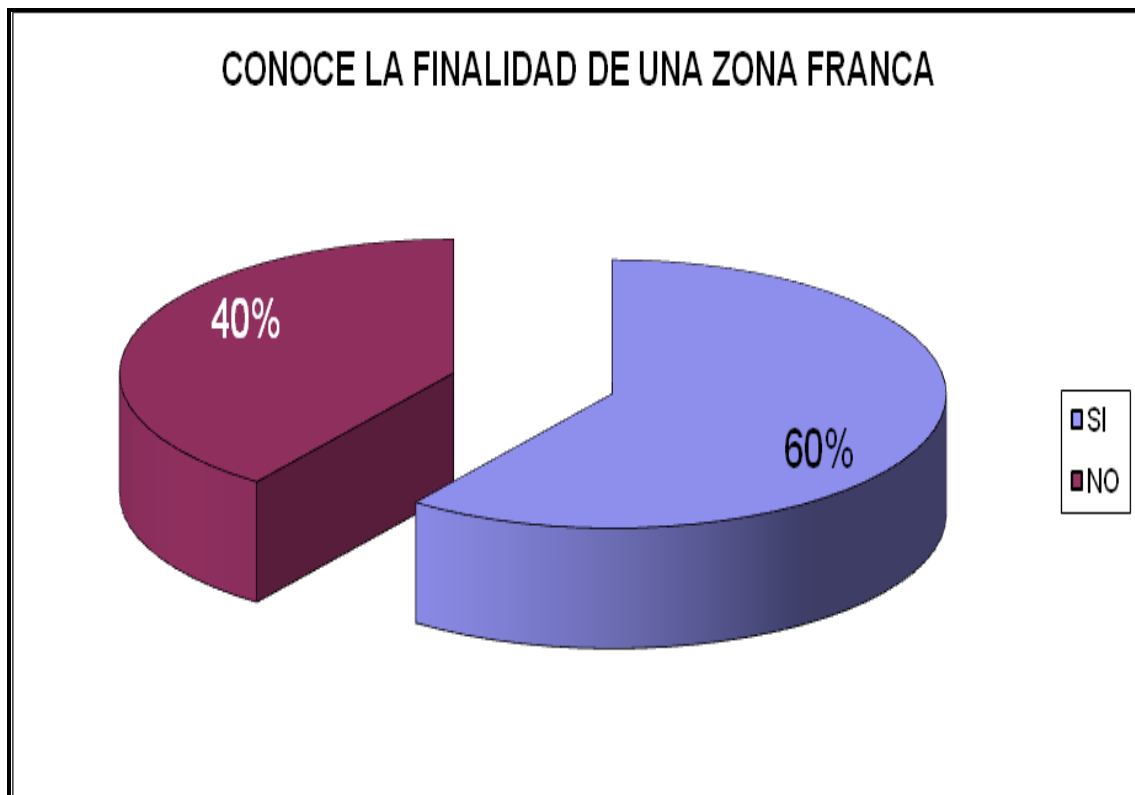
De lo anterior se determina que el 50% de las empresa industriales encuestadas, si conocen los Requisitos para ser usuario de una sobre lo que es una Zona Franca; y un 50% no conocen.

Pregunta 3

Con respecto a la pregunta ¿Conoce usted la finalidad de una Zona Franca?, de las 10 empresas industriales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 4 empresas indican que no conocen
- ✓ 6 empresas indican que si conocen

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



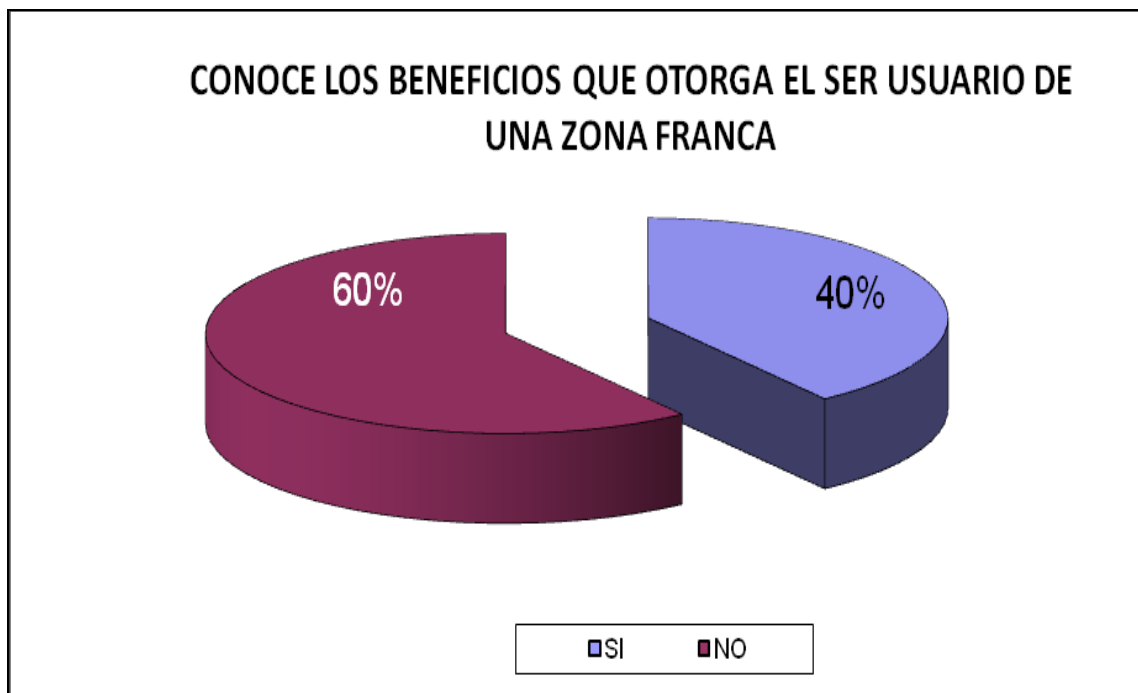
De lo anterior se determina que el 60% de las empresa industriales encuestadas, si conocen cual es la finalidad que persigue una Zona Franca; y un 40% no conocen.

Pregunta 4

Con respecto a la pregunta ¿Conoce Usted de los beneficios que le otorga el ser usuario de una Zona Franca?, de las 10 empresas industriales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 6 empresas indican que no conocen
- ✓ 4 empresas indican que si conocen

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



De lo anterior se determina que el 40% de las empresa industriales encuestadas, si conocen los beneficios que una zona franca otorga a sus usuarios; y un 60% no conocen.

Pregunta 5

Con respecto a la pregunta ¿Cuál es el Producto que su empresa fabrica o produce?, de las 10 empresas industriales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ BLUSAS
- ✓ CALENTADORES
- ✓ CAMISAS
- ✓ CAMISETAS
- ✓ MEDIAS
- ✓ BOXER

- ✓ CHOMPAS
- ✓ COLCHAS
- ✓ SABANAS
- ✓ BUFANDAS
- ✓ LENCERÍAS
- ✓ FALDAS
- ✓ PIJAMAS
- ✓ TOALLAS
- ✓ SELLOS BORDADOS
- ✓ BANDERAS
- ✓ GORRAS
- ✓ TERNOS
- ✓ PONCHOS
- ✓ ABRIGOS
- ✓ PAÑUELOS
- ✓ CORBATAS
- ✓ PANTALONETAS
- ✓ MANTELES
- ✓ SERVILLETAS
- ✓ TERNOS DE BAÑO
- ✓ LICRAS
- ✓ CORTINAS
- ✓ FLORES
- ✓ FRUTAS
- ✓ VEHÍCULOS (ENSAMBLAN)
- ✓ ENVASES PLASTICOS
- ✓ TAPAS PLASTICAS
- ✓ LIBROS
- ✓ CUADERNOS
- ✓ REVISTAS
- ✓ TIENDAS DE CAMPAÑA (CAMPERS)

- ✓ VEHICULOS DE TURISMO (ENSAMBLAN)
- ✓ FERTILIZANTES
- ✓ ADITIVOS
- ✓ ABONOS QUIMICOS
- ✓ INSECTICIDAS

Pregunta 6

Con respecto a la pregunta ¿Cuáles son los insumos, materias primas o subproductos que su empresa importa?, de las 10 empresas industriales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ UREA 46 % NITROGENO
- ✓ FOSFATO DIAMONICO 18-46-00
- ✓ MURIATO DE POTASIO 00-00-60
- ✓ TRIPLE 15-15-15
- ✓ STIMUFOL ABONO FOLIAR
- ✓ CUPROSAN 311 D
- ✓ TILT 250 EC
- ✓ TRIZIMAN-D
- ✓ TITAN 80 PM
- ✓ AZUFRE MICRON 80% PM
- ✓ ZINEB 75%
- ✓ MALEXONE SUPER (PARAQUAT)
- ✓ AGRONIL 360 (PROPANIL)
- ✓ ECUAMINA 600
- ✓ STAVRON (DIURON 80%)
- ✓ GESAPRIM 80 PM / MEGAPRIM
- ✓ ARROSOLO 3 + 3
- ✓ MONITOR 600
- ✓ EVISECT 'S

- ✓ MALATHION 25% PM
- ✓ DIMETOATO DIMEPAC 40 EC
- ✓ FURADAN 5% GRAN
- ✓ MOCAP 15 G
- ✓ GRAMOXONE
- ✓ SEMILLAS
- ✓ PARTES Y PIEZAS PARA VEHICULOS
- ✓ HILO
- ✓ LANA
- ✓ POLIPROPILENO
- ✓ BOBINAS DE PAPEL
- ✓ TELAS
- ✓ FIBRAS SINTETICAS
- ✓ COLORANTES
- ✓ CASAS PRE-FABRICADAS
- ✓ ETIQUETAS
- ✓ BOTONES METALICOS
- ✓ CIERRES
- ✓ CHATARRA
- ✓ ALGODÓN

Pregunta 7

Con respecto a la pregunta ¿De que País le llegan las materias primas, insumos o subproductos?, de las 10 empresas industriales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 4 empresas indican que sus materias primas, insumos o subproductos le llegan desde Estados Unidos.
- ✓ 3 empresas indican que sus materias primas, insumos o subproductos le llegan desde Países Asiáticos; como la China, Japón, Turquía entre otros.

- ✓ 3 empresas indican que sus materias primas, insumos o subproductos le llegan desde Otros Países por lo general con países con convenios, así Colombia, Perú, Venezuela, entre otros.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



De lo anterior se determina que el 40% de las empresa industriales encuestadas, realizan sus importaciones de insumos desde EEUU; un 30% lo realizan desde Países Asiáticos y un 30% los realizan desde Países que tienen convenio como la CAN, ALADI, MERCOSUR.

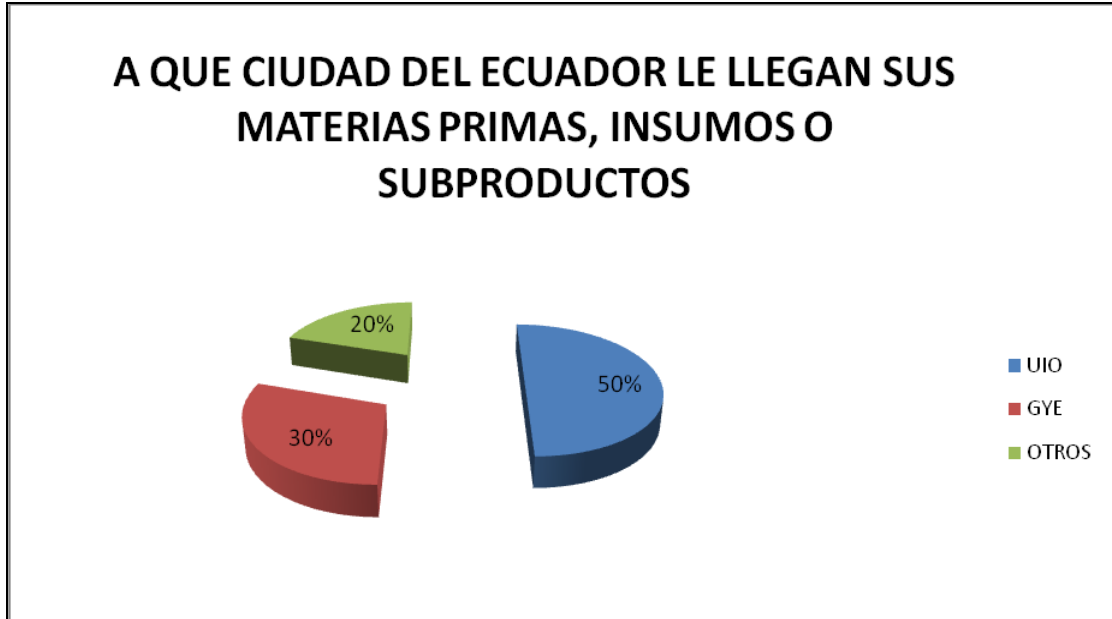
Pregunta 8

Con respecto a la pregunta ¿A que ciudad del Ecuador le llegan sus materias primas, insumos o subproductos?, de las 10 empresas industriales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 5 empresas indican que sus materias primas, insumos o subproductos le llegan a la ciudad de Quito.
- ✓ 3 empresas indican que sus materias primas, insumos o subproductos le llegan a la ciudad de Guayaquil.

- ✓ 2 empresas indican que sus materias primas, insumos o subproductos le llegan a la ciudad Latacunga, Manta, Tulcán, entre otras ciudades.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



De lo anterior se determina que el 50% de las empresa industriales encuestadas, le llegan sus insumos a la ciudad de Quito; un 30% llegan a la ciudad de Guayaquil y un 20% llegan a otras ciudades como Latacunga, Manta, entre otras ciudades.

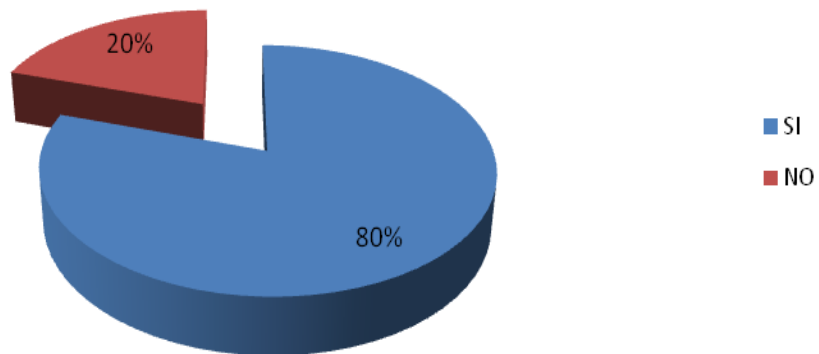
Pregunta 9

Con respecto a la pregunta ¿Exporta sus productos terminados?, de las 10 empresas industriales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 8 empresas indican que si Exportan sus productos terminados.
- ✓ 2 empresas indican que no Exportan.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:

EXPORTA SUS PRODUCTOS TERMINADOS



De lo anterior se determina que el 80% de las empresa industriales encuestadas, si Exportan sus productos terminados; y un 20% no Exportan.

Pregunta 10

Con respecto a la pregunta ¿Qué vía utiliza para Exportar sus productos terminados?, de las 10 empresas industriales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 5 empresas indican que Exportan sus productos terminados vía Aérea.
- ✓ 3 empresas indican que Exportan sus productos terminados vía Marítima.
- ✓ 2 empresas indican que Exportan sus productos terminados vía Terrestre.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



De lo anterior se determina que el 50% de las empresa industriales encuestadas, realizan sus Exportaciones vía Aérea; un 30% Exportan vía Marítima y un 20% realizan sus Exportaciones vía Terrestre.

Pregunta 11

Con respecto a la pregunta ¿Desde que ciudad del Ecuador exporta sus productos terminados?, de las 10 empresas industriales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 5 empresas indican que Exportan sus productos terminados desde la ciudad de Quito.
- ✓ 3 empresas indican que Exportan sus productos terminados desde la ciudad de Guayaquil.

- ✓ 2 empresas indican que Exportan sus productos terminados desde Tulcán, Latacunga entre otras ciudades.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



De lo anterior se determina que el 50% de las empresa industriales encuestadas, realizan sus Exportaciones desde Quito; un 30% Exportan desde Guayaquil y un 20% realizan sus Exportaciones desde Tulcán, Latacunga entre otras ciudades.

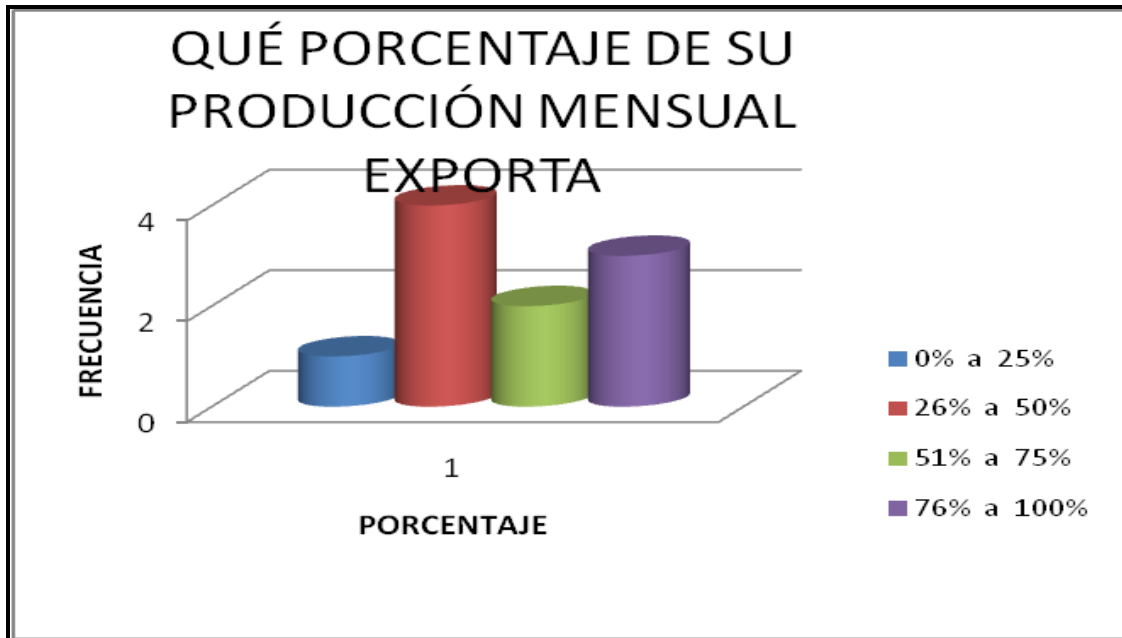
Pregunta 12

Con respecto a la pregunta ¿Qué porcentaje de su producción mensual exporta?, de las 10 empresas industriales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 4 empresas indican que Exportan sus productos terminados, dentro de un rango del 26% a 50% de su producción mensual, el resto lo abastece al mercado local.
- ✓ 3 empresas indican que Exportan sus productos terminados, dentro de un rango del 51% a 75% de su producción mensual, el resto lo abastece al mercado local.

- ✓ 2 empresas indican que Exportan sus productos terminados, dentro de un rango del 76% a 100% de su producción mensual.
- ✓ 1 empresa indica que Exportan sus productos terminados, dentro de un rango del 0% a 25% de su producción mensual, el resto lo abastece al mercado local.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



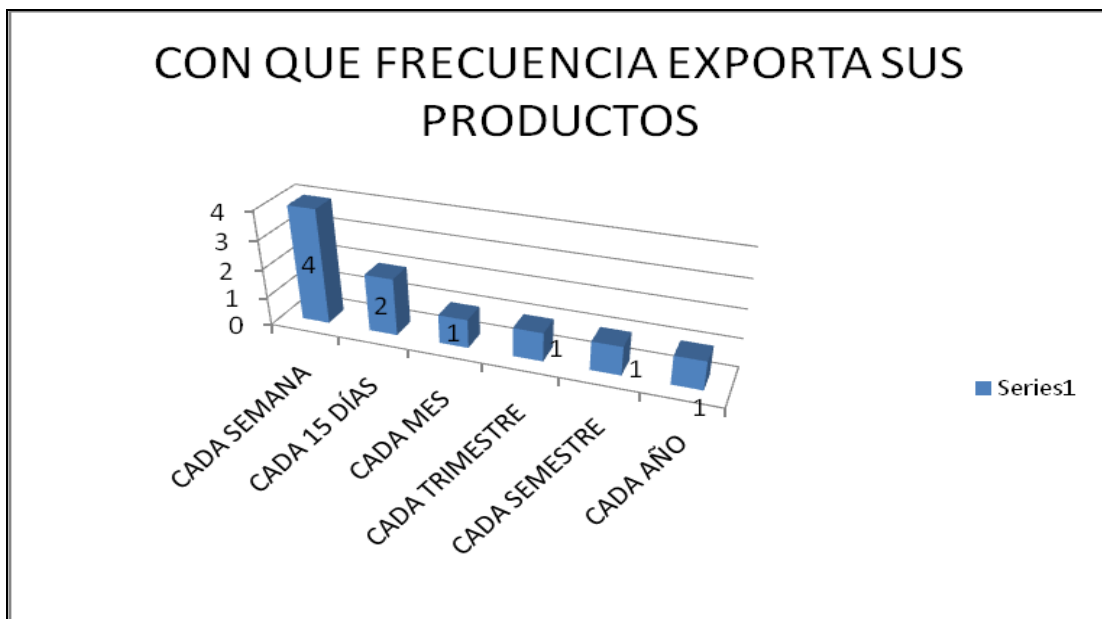
De lo anterior se determina que el 40% de las empresa industriales encuestadas, realizan sus Exportaciones dentro del rango del 26% al 50% de su producción mensual; un 30% Exportan dentro de un rango del 76% al 100% de su producción mensual; un 20% realizan sus Exportaciones en un rango del 51% al 75% y un 10% realizan sus Exportaciones dentro de un rango del 0% al 50%. De lo anterior se determina que la mayoría de empresas industriales exportan sus productos en el rango del 26% al 50%.

Pregunta 13

Con respecto a la pregunta ¿Con que frecuencia exporta sus productos terminados?, de las 10 empresas industriales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 4 empresas indican que Exportan sus productos terminados, cada semana.
- ✓ 2 empresas indican que Exportan sus productos terminados, cada 15 días.
- ✓ 1 empresa indica que Exportan sus productos terminados, cada mes.
- ✓ 1 empresa indica que Exportan sus productos terminados, cada trimestre.
- ✓ 1 empresa indica que Exportan sus productos terminados, cada semestre.
- ✓ 1 empresa indica que Exportan sus productos terminados, cada año.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:

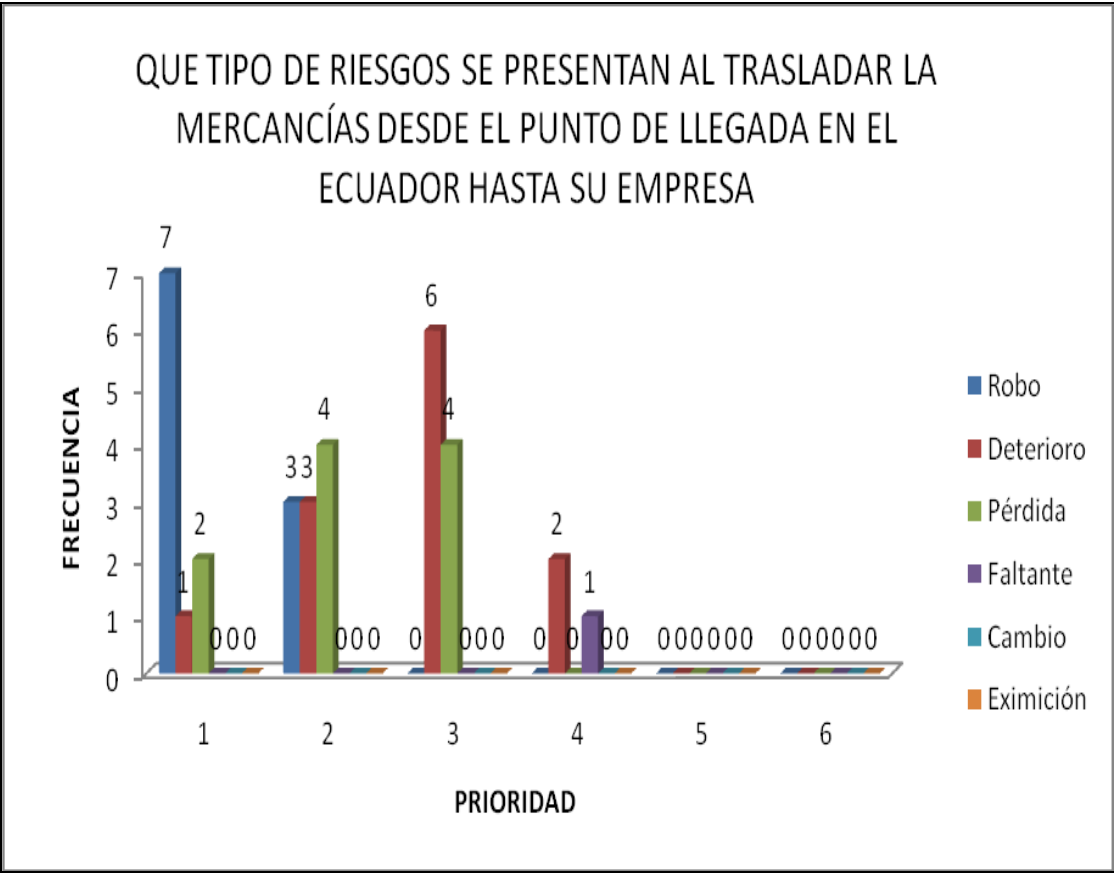


De lo anterior se determina que el 40% de las empresa industriales encuestadas, realizan sus Exportaciones cada semana; un 20% Exportan cada 15 días; un 10% realizan sus Exportaciones cada mes; un 10% realizan sus Exportaciones cada trimestre; un 10% realizan sus Exportaciones cada semestre; un 10% realizan sus Exportaciones cada año.

Pregunta 14

Con respecto a la pregunta ¿Qué tipo de riesgo se presentan al trasladar su mercancía desde el punto de llegada en el Ecuador hasta su empresa?, de las 10 empresas industriales estudiadas se concluye que en orden de importancia los riesgos que se presentan son: el robo, la pérdida y el deterioro.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:

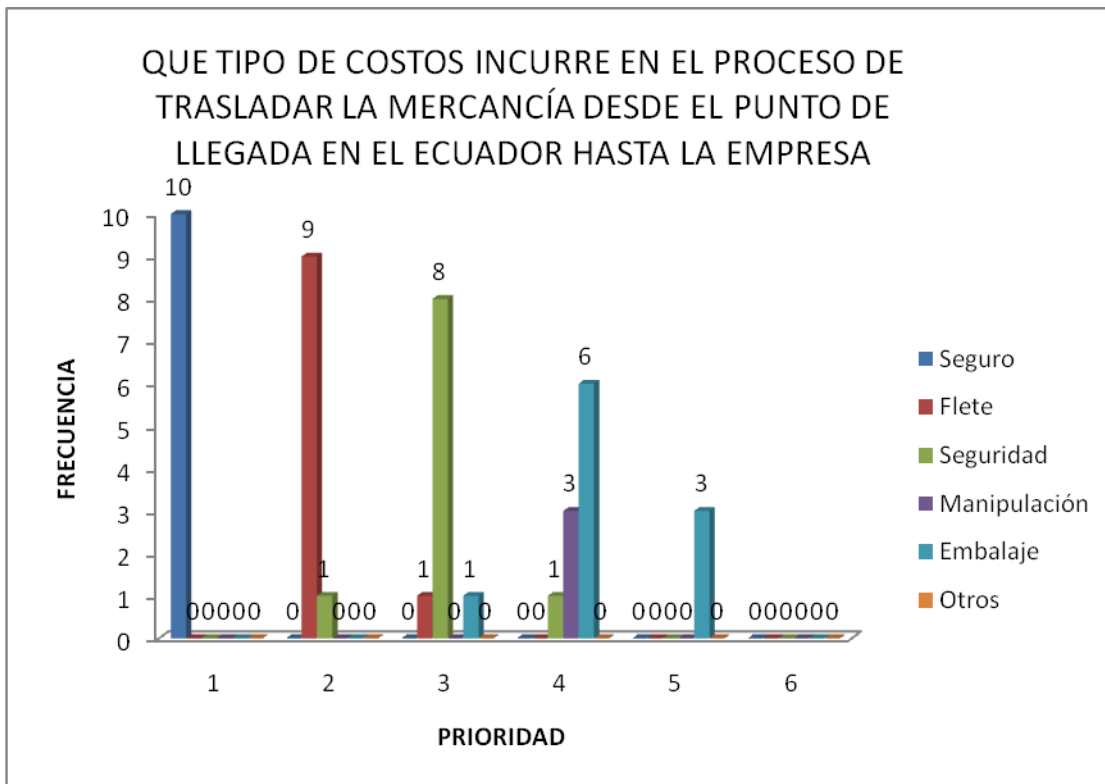


De lo anterior se determina que de las empresas industriales encuestadas el mayor índice de riesgo se presentan en el robo en un 70%, seguido de un 20% por pérdida y un 10% por deterioro, considerando la importancia que los encuestados dieron a las alternativas que se hizo mención en la encuesta.

Pregunta 15

Con respecto a la pregunta ¿Qué tipo de costos incurre en el proceso de trasladar su mercancía desde el punto de llegada en el Ecuador hasta su empresa?, de las 10 empresas industriales estudiadas se concluye que en orden de importancia los costos que mas incurren: Seguro, Flete, Seguridad y Embalaje.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



De lo anterior se determina que el mayor índice de costos que incurren las empresas industriales son en Seguro como prioridad 1, seguido por el Flete con prioridad 2, finalmente la Seguridad con prioridad 3, considerando la importancia que los encuestados, dieron a las alternativas que se hizo mención en la encuesta.

CONCLUSIÓN EMPRESAS INDUSTRIALES

Del análisis realizado a las empresas industriales se concluye que:

1. Existe un conocimiento claro de lo que es una Zona Franca, de su finalidad y de los requisitos necesarios para ser un usuario activo, pero desconocen de los beneficios que una zona franca puede ofrecer.
2. Importan insumos, en su mayoría desde Países Asiáticos y EEUU, y en menor porcentaje son importados desde países de América Latina.
3. Gran parte de los productos terminados son exportados al exterior lo que implica que una mínima parte de estos productos son comercializados en el mercado local, es decir que un 70% de su producción mensual es exportado frecuentemente, es por ello que es imperiosa la necesidad de crear una zona franca en ese sector, permitiendo a los industriales gozar de los beneficios que le otorgaría este lugar extraterritorial.
4. El traslado tanto de insumos, como de sus productos terminados, desde el punto de embarque hasta la empresa; y desde la empresa hasta el punto de embarque respectivamente, durante este trayecto son susceptibles a riesgos como: robo, pérdida y deterioro de sus mercancías.
5. En el traslado tanto de insumos, como de sus productos terminados, desde el punto de embarque hasta la empresa y desde la empresa hasta el punto de embarque respectivamente, se presentan costos por concepto de seguro, flete, seguridad y por manipulación; los mismos que son factibles minimizarlos al crear una Zona Franca en este sector del País.
6. Exportan productos terminados con gran frecuencia, en tal virtud no será necesario trasladar sus mercancías hasta el punto de embarque, simplemente los deja en la zona franca y realizaría los trámites pertinentes de aduana en ese lugar.

7. Considerando que la mayoría de las exportaciones e importaciones se las realiza vía aérea, la localización de una zona franca en este sector sería estratégico, por la proximidad del aeropuerto “Mariscal Sucre”; a más que se propendería la habilitación de un aeropuerto internacional en la ciudad de Ibarra que permita la operatividad de vuelos comerciales.

8. La tramitología en materia aduanera, implica un beneficio para los usuarios ya que todos los traslados de mercancías hasta un punto de embarque están bajo potestad de la aduana, es decir el usuario solo deberán cancelar una tasa por vigilancia aduanera de \$25 dólares y una tasa de control de \$40 usd. Por cada contenedor ya sea de 20 o 40 pies. Permitiendo minimizar costos por seguridad privada y por contratación de un seguro. Las gestiones se las podrá realizar en las instalaciones de la aduana, instaladas en toda zona franca, esto permitira agilizar el comercio exterior.

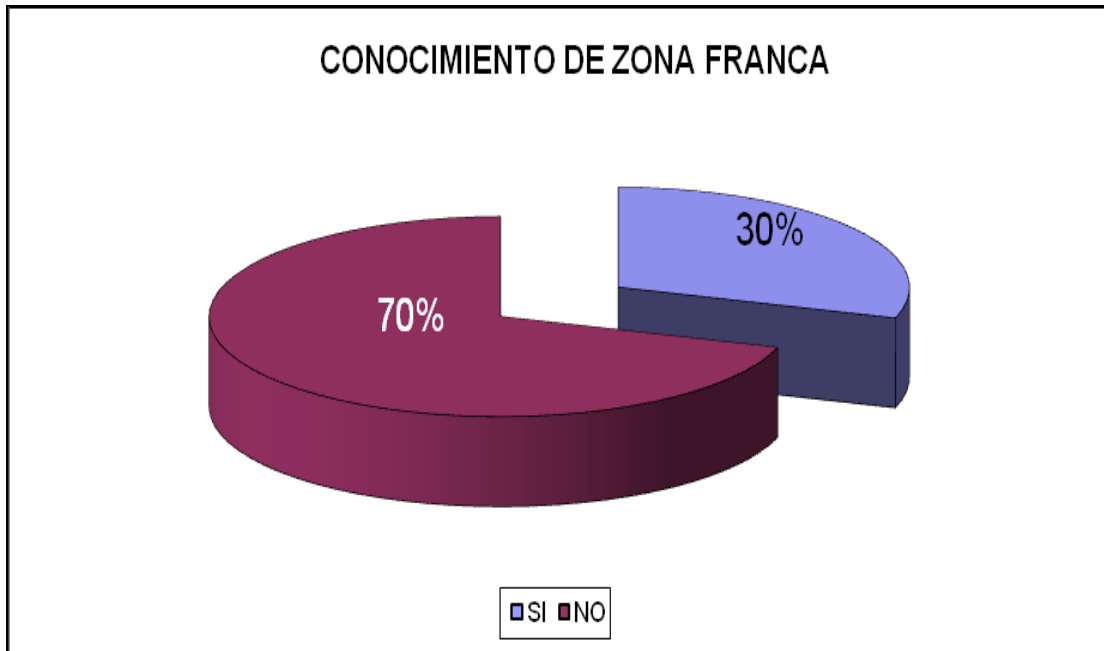
2. ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES

Pregunta 1

Con respecto a la pregunta ¿Conoce usted que es una zona franca?, de las 20 empresas comerciales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 14 empresas indican que no conocen
- ✓ 6 empresas indican que si conocen

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



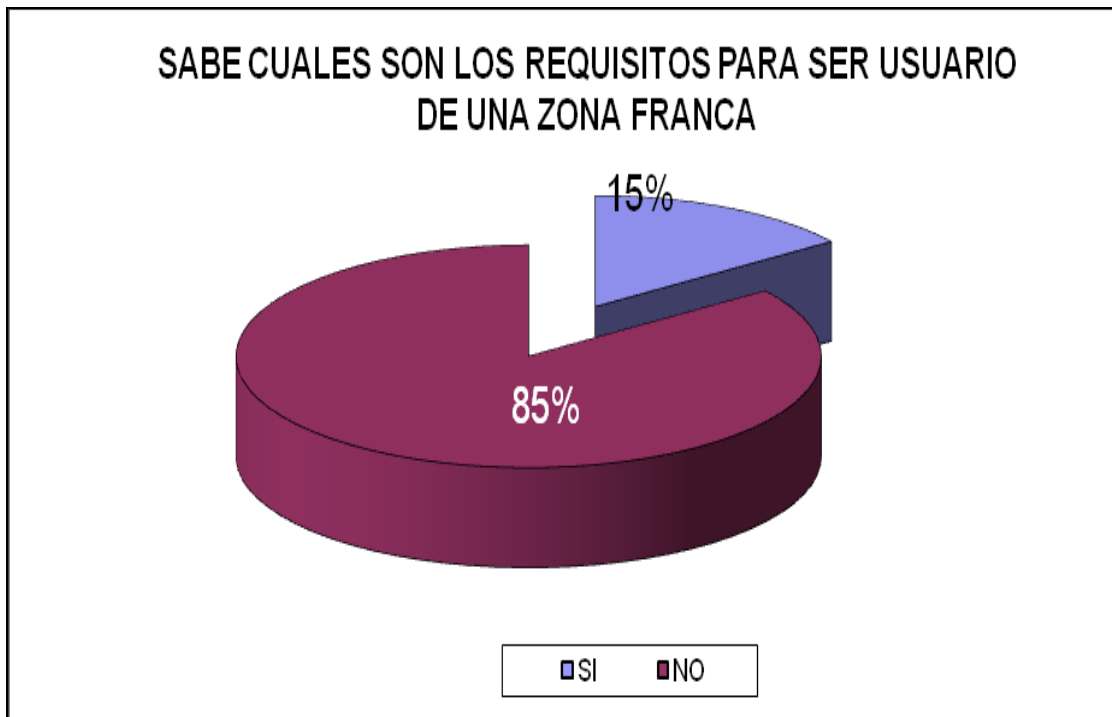
De lo anterior se determina que la mayoría de las empresas comerciales encuestadas, no conocen sobre lo que es una Zona Franca, es decir un 70% no conoce y un 30% si conoce.

Pregunta 2

Con respecto a la pregunta ¿Sabe cuales son los requisitos para ser Usuario de una Zona Franca?, de las 20 empresas comerciales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 17 empresas indican que no conocen
- ✓ 3 empresas indican que si conocen

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



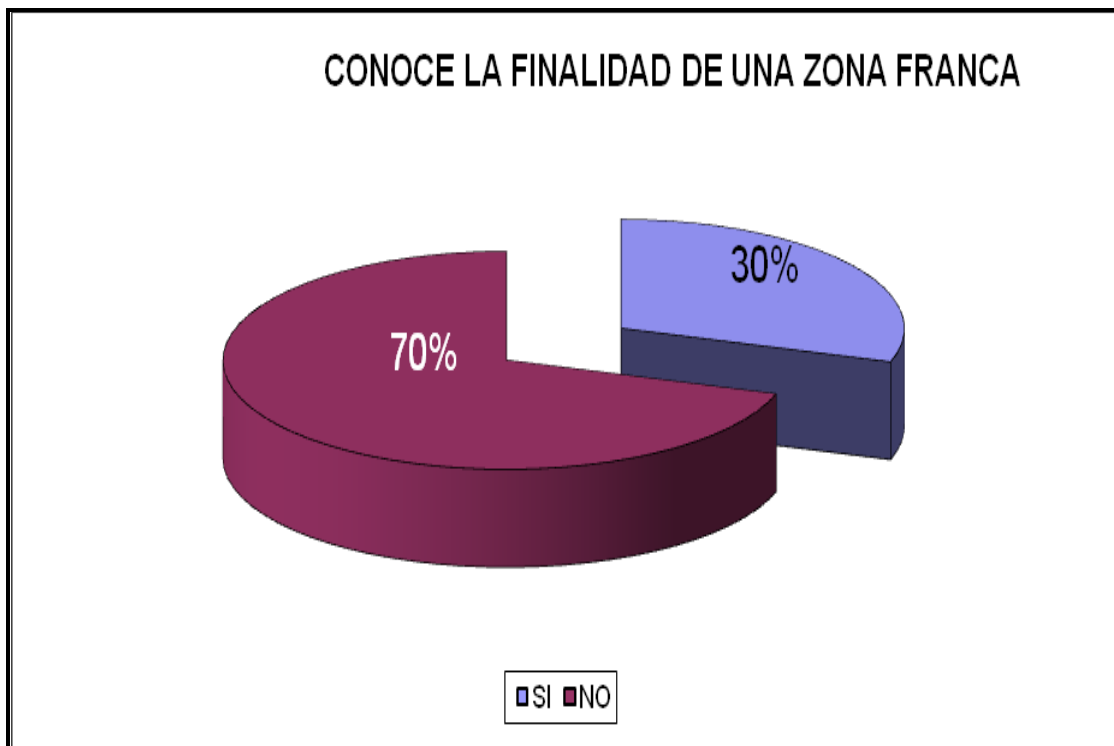
De lo anterior se determina que la mayoría de las empresas comerciales encuestadas, no Saben cuales son los requisitos para ser Usuario de una Zona Franca, es decir un 85% no saben y un 15% si saben de los requisitos.

Pregunta 3

Con respecto a la pregunta ¿Conoce la finalidad de una Zona Franca?, de las 20 empresas comerciales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 14 empresas indican que no conocen
- ✓ 6 empresas indican que si conocen

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



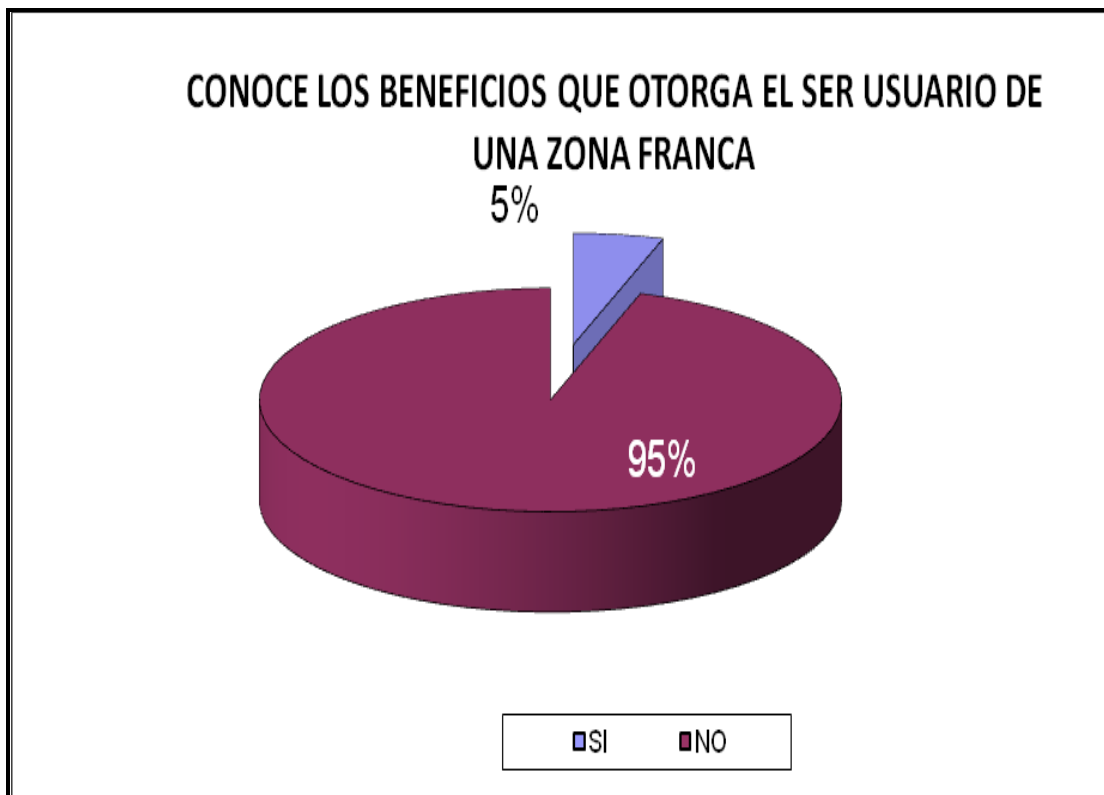
De lo anterior se determina que la mayoría de las empresas comerciales encuestadas, no conocen sobre la finalidad de una Zona Franca, es decir un 70% no conoce y un 30% si conoce.

Pregunta 4

Con respecto a la pregunta ¿Conoce los beneficios que otorga el ser Usuario de una Zona Franca?, de las 20 empresas comerciales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 19 empresas indican que no conocen
- ✓ 1 empresa indica que si conoce

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



De lo anterior se determina que la mayoría de las empresas comerciales encuestadas, no conocen sobre los beneficios que otorga el ser Usuario de una Zona Franca, es decir un 95% no conoce y un 5% si conoce.

Pregunta 5

Con respecto a la pregunta ¿Qué Productos su empresa Importa?, de las 20 empresas comerciales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ TELEVISORES
- ✓ MICROONDAS
- ✓ REFRIGERADORAS
- ✓ DVD'S
- ✓ CINE EN CASA
- ✓ OLLAS ARROCERAS

- ✓ EQUIPOS DE SONIDO
- ✓ MP3
- ✓ PLAY STATION
- ✓ LAVADORAS
- ✓ SECADORAS
- ✓ LICUADORAS
- ✓ EXTRACTOR DE JUGOS
- ✓ BATIDORAS
- ✓ CAMARAS FOTOGRAFICAS
- ✓ FILMADORAS
- ✓ RADIO GRABADORAS
- ✓ GUAFLERAS
- ✓ TOSTADORAS
- ✓ PLANCHAS
- ✓ ALICATES
- ✓ DESTORNILLADORES
- ✓ FOCOS
- ✓ BISUTERIA
- ✓ JUGUETES
- ✓ RELOJES DE PARED
- ✓ PORTARETRATOS
- ✓ TELEFONOS
- ✓ LAMPARAS
- ✓ BICICLETAS
- ✓ ANDADORES
- ✓ CORRALES
- ✓ ADORNOS
- ✓ VENTILADORES
- ✓ CALCULADORAS
- ✓ GAFAS
- ✓ MALETAS

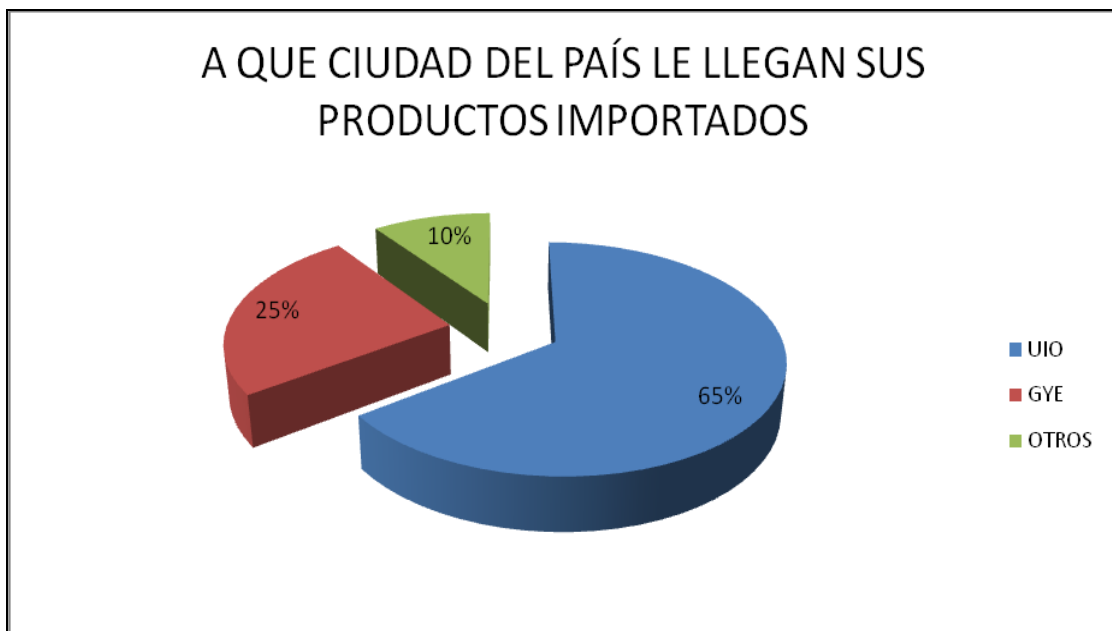
- ✓ PORTEROS ELECTRICOS
- ✓ ENTENALLAS
- ✓ DUCHAS ELECTRICAS
- ✓ INTERCOMUNICADORES
- ✓ CERAMICA
- ✓ GRIFERÍA
- ✓ TUBERIAS
- ✓ DISPERSORES
- ✓ MANGUERAS
- ✓ ESCALERAS
- ✓ BROCAS
- ✓ TALADROS
- ✓ BISAGRAS
- ✓ CALEFONES
- ✓ PERCIANAS
- ✓ COMPRESORES
- ✓ MONITORES
- ✓ CPU'S
- ✓ ESCANER
- ✓ CONECTORES
- ✓ TONNER
- ✓ INFOCUS
- ✓ PROYECTORES
- ✓ UPS'S
- ✓ REGULADORES
- ✓ PARLANTES
- ✓ TORNILLOS
- ✓ ARMELLAS
- ✓ LINTERNAS

Pregunta 6

Con respecto a la pregunta ¿A qué ciudad del País le llegan sus productos importados?, de las 20 empresas comerciales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 13 empresas indican que sus productos importados le llegan a ciudades como Tulcán, Latacunga, Manta, entre otras.
- ✓ 5 empresas indican que sus productos importados le llegan a la ciudad de Guayaquil
- ✓ 2 empresas indican que sus productos importados le llegan a la ciudad de Quito.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



De lo anterior se determina que el 10% de las empresa comercializadoras encuestadas, les llegan sus productos importados por otras ciudades como Tulcán,

Latacunga, Manta, entre otras ciudades; un 25% de las empresas indican que les llegan por Guayaquil y un 65% indican que les llegan por Quito.

Pregunta 7

Con respecto a la pregunta ¿Qué vía utiliza para importar sus productos hasta el punto de llegada en el Ecuador?, de las 20 empresas comerciales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 13 empresas indican que sus productos importados le llegan por vía Aérea.
- ✓ 5 empresas indican que sus productos importados le llegan por vía Marítima.
- ✓ 2 empresas indican que sus productos importados le llegan por vía Terrestre.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



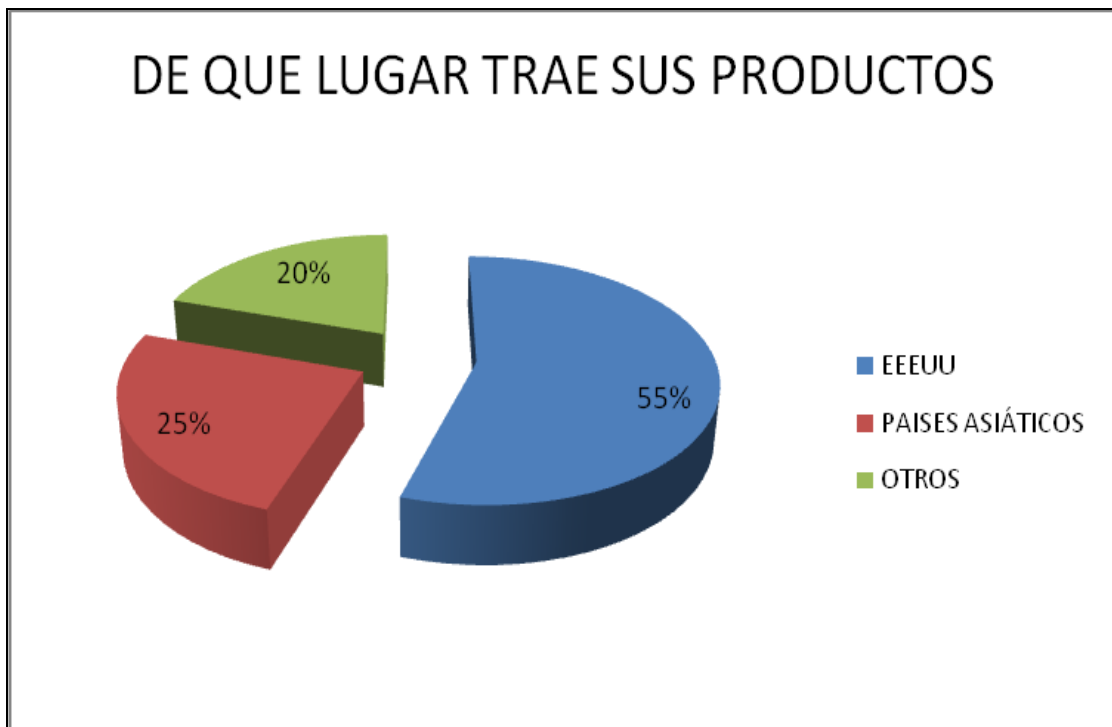
De lo anterior se determina que el 65% de las empresa comercializadoras encuestadas, les llegan sus productos importados por vía Aérea; un 25% de las empresas indican que les llegan por vía marítima y un 10% indican que les llegan por vía Terrestre.

Pregunta 8

Con respecto a la pregunta ¿De qué lugar trae sus productos importados?, de las 20 empresas comerciales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 11 empresas indican que sus productos importados le traen desde EEUU.
- ✓ 5 empresas indican que sus productos importados le traen desde Países Asiáticos como: la China, Japón, Turquía entre otros.
- ✓ 4 empresas indican que sus productos importados le traen desde Colombia, Perú, Venezuela entre otros Países.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



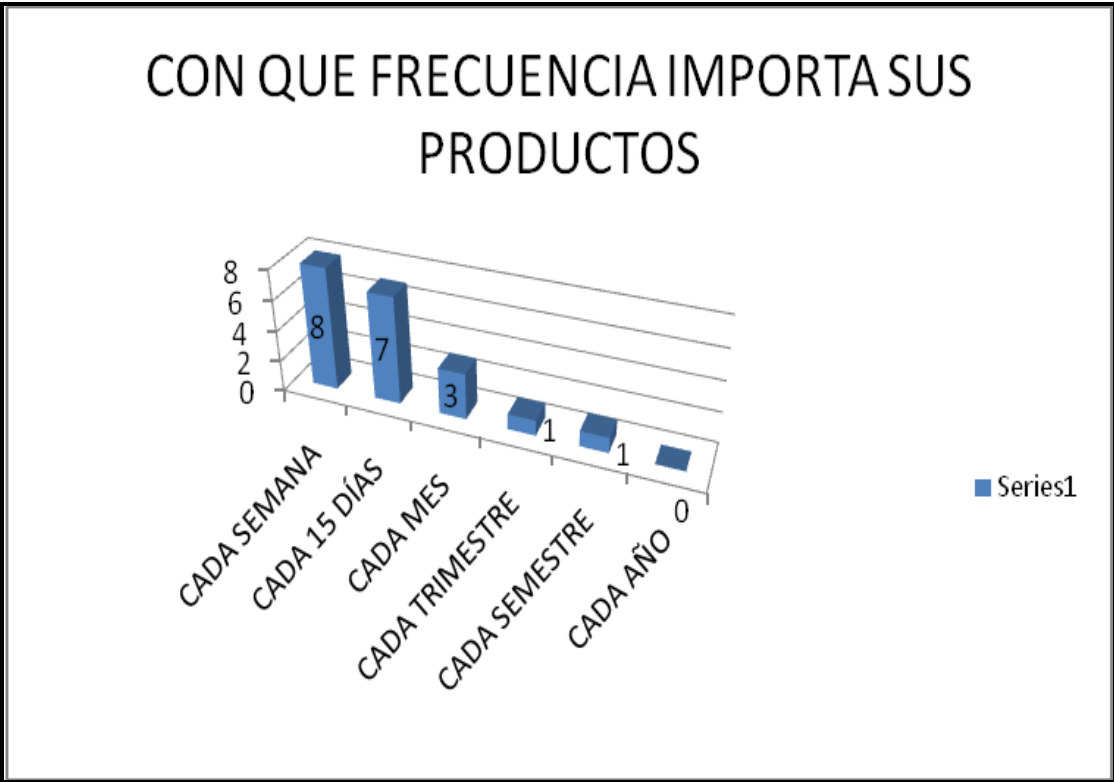
De lo anterior se determina que el 55% de las empresas comerciales encuestadas, les traen sus productos importados desde EEUU; un 25% de las empresas indican que les traen desde Países Asiáticos como: la China, Japón, Turquía entre otros y un 20% indican que les traen desde Colombia, Perú, Venezuela entre otros Países.

Pregunta 9

Con respecto a la pregunta ¿Con qué frecuencia importa sus productos?, de las 20 empresas comerciales estudiadas las respuestas son las siguientes:

- ✓ 8 empresas indican que Importan sus productos, cada semana.
- ✓ 7 empresas indican que Importan sus productos, cada 15 días.
- ✓ 3 empresas indican que Importan sus productos, cada mes.
- ✓ 1 empresa indica que Importa sus productos, cada trimestre.
- ✓ 1 empresa indica que Importa sus productos, cada semestre.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:

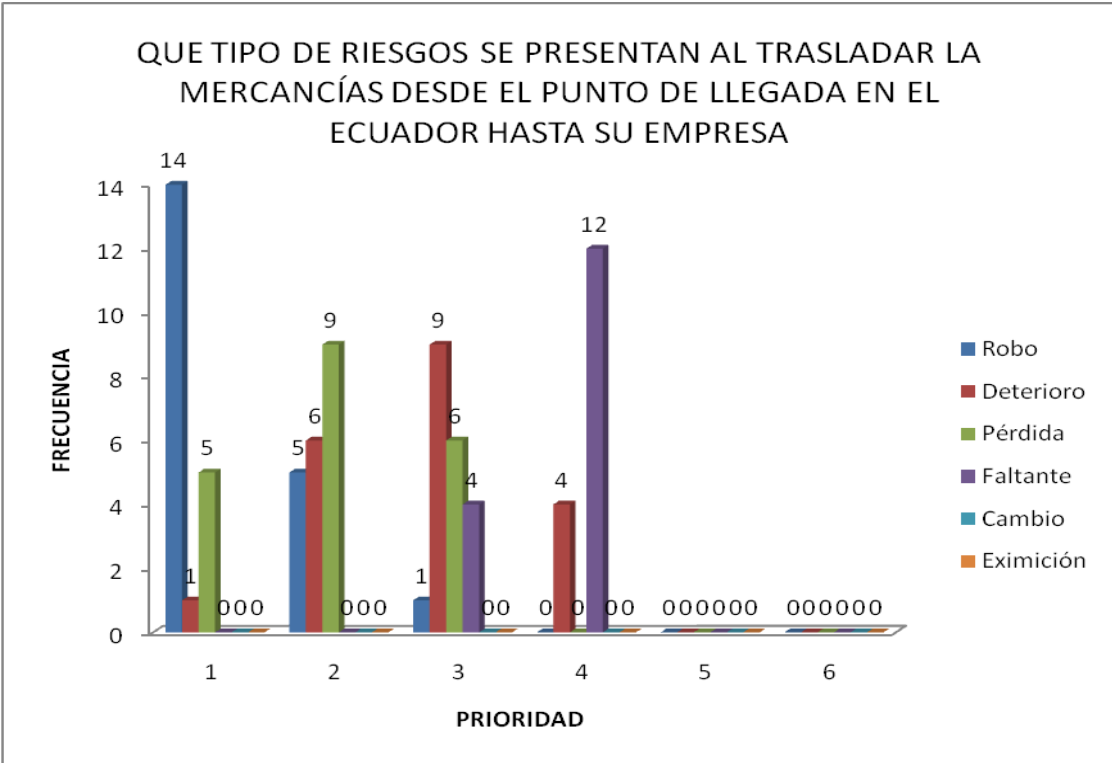


De lo anterior se determina que el 40% de las empresa comercializadoras encuestadas, realizan sus Importaciones cada semana; un 35% Importan cada 15 días; un 15% realizan sus Importaciones cada mes; un 5% realizan sus Importaciones cada trimestre; un 5% realizan sus Importaciones cada semestre, cada año de las empresas encuestadas no se pronunciaron.

Pregunta 10

Con respecto a la pregunta ¿Qué tipo de riesgo se presentan al trasladar su mercancía desde el punto de llegada en el Ecuador hasta su empresa?, de las 20 empresas comerciales estudiadas se concluye que en orden de importancia los riesgos que se presentan son: el robo, faltantes, la pérdida y el deterioro.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:

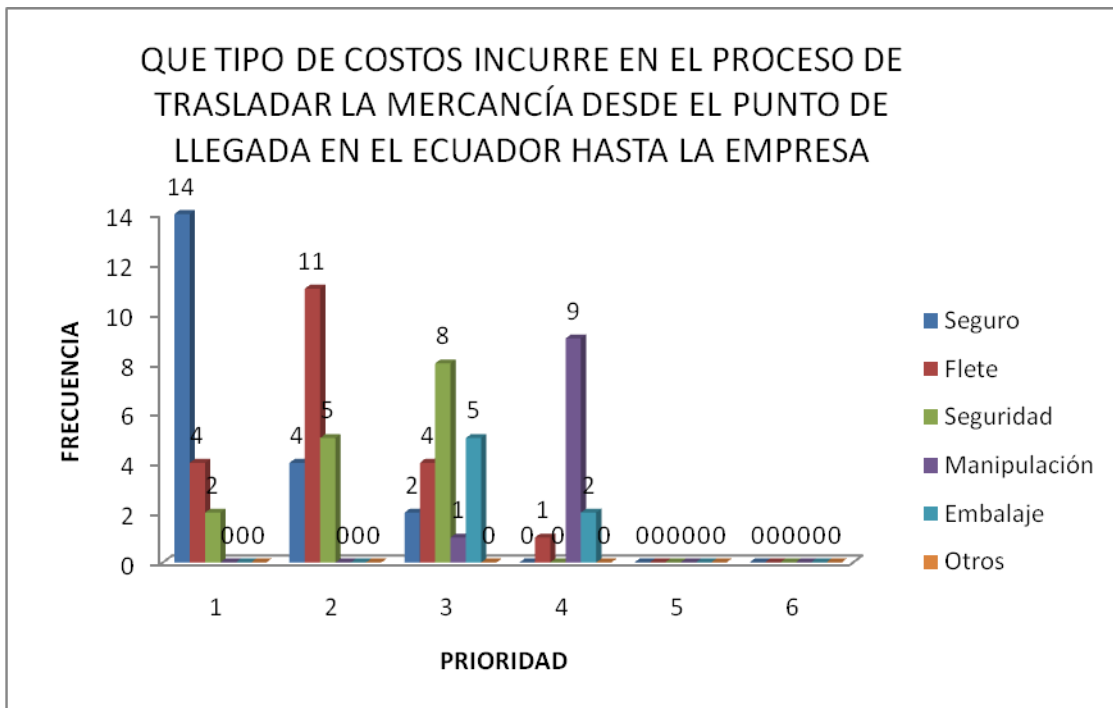


De lo anterior se determina que el mayor índice de riesgo se presentan por robo, faltantes, pérdidas y deterioro, es decir según las empresas comerciales encuestadas el robo en un 70%, seguido de un 60% por faltantes y un 45% por pérdida y deterioro, considerando la importancia que los encuestados dieron a las alternativas que se hizo mención en la encuesta, infiriendo que las 20 empresas son el 100%

Pregunta 11

Con respecto a la pregunta ¿Qué tipo de costos incurre en el proceso de trasladar su mercancía desde el punto de llegada en el Ecuador hasta su empresa?, de las 20 empresas comerciales estudiadas se concluye que en orden de importancia los costos que más incurren son por concepto de: Seguro, Flete, Manipulación y Seguridad.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:



De lo anterior se determina que el mayor índice de costos que incurren las empresas comercializadoras encuestadas son el 70% por Seguro, seguido de un 55% por Flete, un 45% por manipulación y un 40% por Seguridad, considerando la importancia que

los encuestados dieron a las alternativas que se hizo mención en la encuesta, infiriendo que las 20 empresas son el 100%

CONCLUSIÓN EMPRESAS COMERCIALES

Del análisis realizado a las empresas comerciales se concluye que:

1. Existe un desconocimiento de lo que es una Zona Franca, de su finalidad, de los requisitos necesarios para ser un usuario activo y de los beneficios que una zona franca puede ofrecer.
2. Importan productos terminados, en su mayoría desde Países Asiáticos y EEUU, y en menor porcentaje son importados desde países de América Latina.
3. El 55% de las empresas comerciales encuestadas, les traen sus productos importados desde EEUU; un 25% de las empresas indican que les traen desde Países Asiáticos como: la China, Japón, Turquía entre otros y un 20% indican que les traen desde Colombia, Perú, Venezuela entre otros Países
4. El 10% de las empresas comerciales encuestadas, les llegan sus productos importados por otras ciudades como Tulcán, Latacunga, Manta, entre otras ciudades; un 25% de las empresas indican que les llegan por Guayaquil y un 65% indican que les llegan por Quito.
5. El 65% de las empresas comerciales encuestadas, les llegan sus productos importados por vía Aérea; un 25% de las empresas indican que les llegan por vía marítima y un 10% indican que les llegan por vía Terrestre.

6. El traslado de sus productos importados desde el punto de llegada hasta la compañía, las empresas comerciales manifiestan que durante este trayecto son susceptibles a riesgos como: robo, faltantes, pérdida y deterioro de sus mercancías.
7. El traslado de sus productos importados desde el punto de llegada hasta la compañía, las empresas comerciales manifiestan que durante este trayecto los costos que más incurren son por concepto de: Seguro, Flete, Manipulación y Seguridad.
8. El 40% de las empresa comerciales encuestadas, realizan sus Importaciones cada semana; un 35% Importan cada 15 días; un 25% realizan sus Importaciones esporádicamente.
9. Considerando que la mayoría de las exportaciones e importaciones se las realiza vía aérea, la localización de una zona franca en este sector sería estratégico, por la proximidad del aereopuerto “Mariscal Sucre”; a más que se propendería la habilitación de un aereopuerto internacional en la ciudad de Ibarra que permita la operatividad de vuelos comerciales.
10. La tramitología en materia aduanera, implica un beneficio para los usuarios ya que no tendran necesidad de recibir sus productos importados en Quito, Guayaquil, entre otras ciudades, Permitiendo minimizar costos por seguridad privada y por contratación de un seguro, simplemente relizará los trámites en las inatalaciones de la aduana en la Zona Franca y prodrá retirar sus productos desde la zona franca.

3. ANÁLISIS GLOBAL

Las empresas industriales y comerciales son parte de un grupo o sector que lo podemos definir como el sector empresarial de la ciudad de Ibarra, por lo que se ha

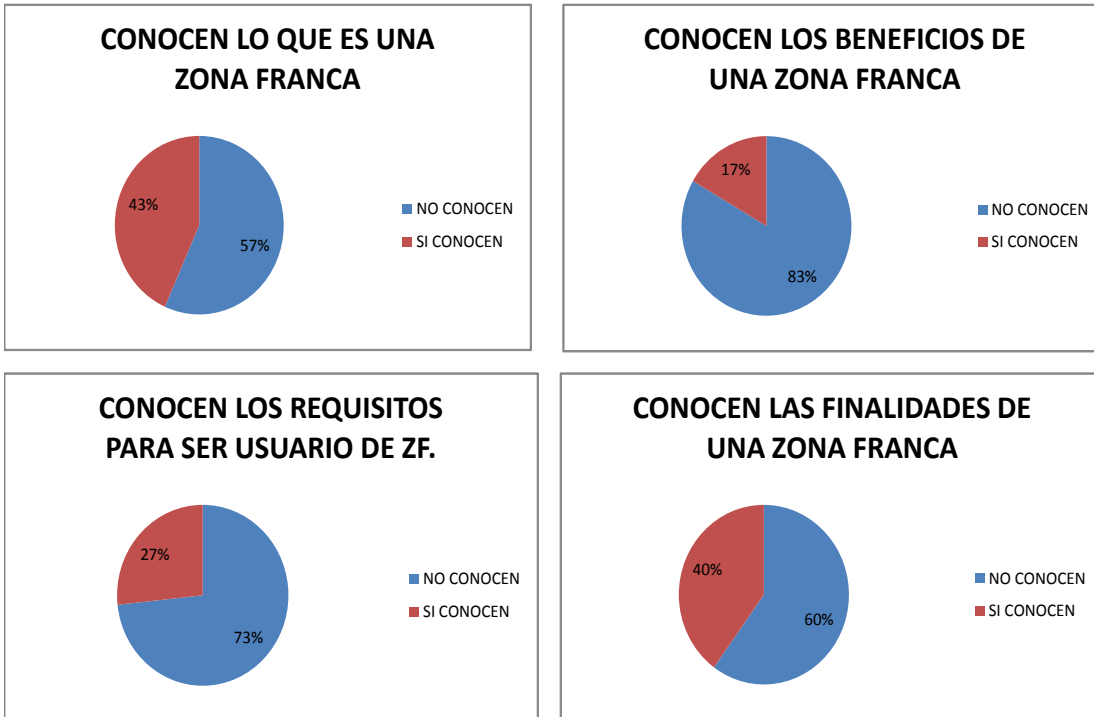
desarrollado un tercer análisis con un enfoque global para determinar desde ésta perspectiva la factibilidad de implantar una zona franca que involucre a éstos dos tipos de empresas.

Con respecto al conocimiento de una Zona Franca, su finalidad, beneficios que otorga y requisitos para ser un usuario de una Zona Franca; analizando las respuestas tanto de las empresas comerciales como industriales tenemos lo siguiente:

De las 30 empresas analizadas se determina que 17 no conocen lo que es una Zona Franca y 13 si conocen; en lo relacionado a su finalidad 18 empresas no conocen cual es la finalidad de una zona franca y 12 si conocen; en lo concerniente a los beneficios que otorga una zona franca 25 empresas no conocen y 5 si conocen; finalmente, en lo que respecta a los requisitos que se necesita para ser un usuario de zona franca 22 empresas no conoce y 8 empresas si conoce.

Los resultados obtenidos gráficamente lo podemos presentar de la siguiente manera:

ZONA FRANCA		REQUISITOS		FINALIDAD		BENEFICIOS	
NO CONOCEN	SI CONOCEN	NO CONOCEN	SI CONOCEN	NO CONOCEN	SI CONOCEN	NO CONOCEN	SI CONOCEN
17	13	22	8	18	12	25	5



2.12 Análisis – Conclusión – Interpretación

De lo anterior se determina que de todas las empresas encuestadas el 57% no conocen lo que es una Zona Franca y un 43% si conocen, lo cual constituye un referente para afianzar la idea de crear una zona franca en la ciudad de Ibarra, puesto que esto permitirá que la personas involucradas en el comercio se familiaricen con los conceptos y de esta manera reducir los porcentajes de desconocimiento.

Así mismo según los resultados que arrojó la encuesta será imprescindible, hacer conocer a los comerciales e industriales lo sencillo y practico que resulta ser un usuario de una zona franca, obviamente proporcionándoles una herramienta de apoyo para que sepa respecto de los requisitos, de esta manera gozar de los beneficios que obtendría al ser un usuario.

Para los profesionales en formación, será necesario hacerles conocer respecto de los manuales de procedimientos para cada régimen dependiendo del destino final de los productos terminados, los insumos y de los productos importados, y cual es la finalidad de una zona franca.

En lo que se relaciona con los costos adicionales que se presenta para trasladar los productos importados hasta las empresas serán minimizados por efecto de la funcionalidad de la creación de un zona franca esto permitirá que el importador realice su negociación en términos, en donde el proveedor le enviara el producto solicitado hasta la Zona Franca de la ciudad de Ibarra (IMBAZONA), permitiendo al importados realizar los tramites en las oficinas de la aduana y nacionalizar sus productos sin tener que trasladarse a otra ciudad.

En lo que se relaciona con los riesgos que se presentan al trasladar los productos importados hasta las empresas, se reducirán considerablemente, por efecto de la funcionalidad de la creación de un zona franca esto permitirá que el importador realice su negociación en términos, en donde el proveedor le enviará el producto solicitado hasta la Zona Franca de la ciudad de Ibarra (IMBAZONA), permitiendo al importador realizar los trámites en las oficinas de la aduana y nacionalizar sus productos sin tener que trasladarse a otra ciudad.

ZONAS FRANCAS EN EL PAÍS

Actualmente existen 12 zonas francas en el Ecuador, de las cuales en operación se encuentran 5 y las restantes, una vez que han sido aprobadas, están en fase de construcción.

ZONAS FRANCAS EN ECUADOR

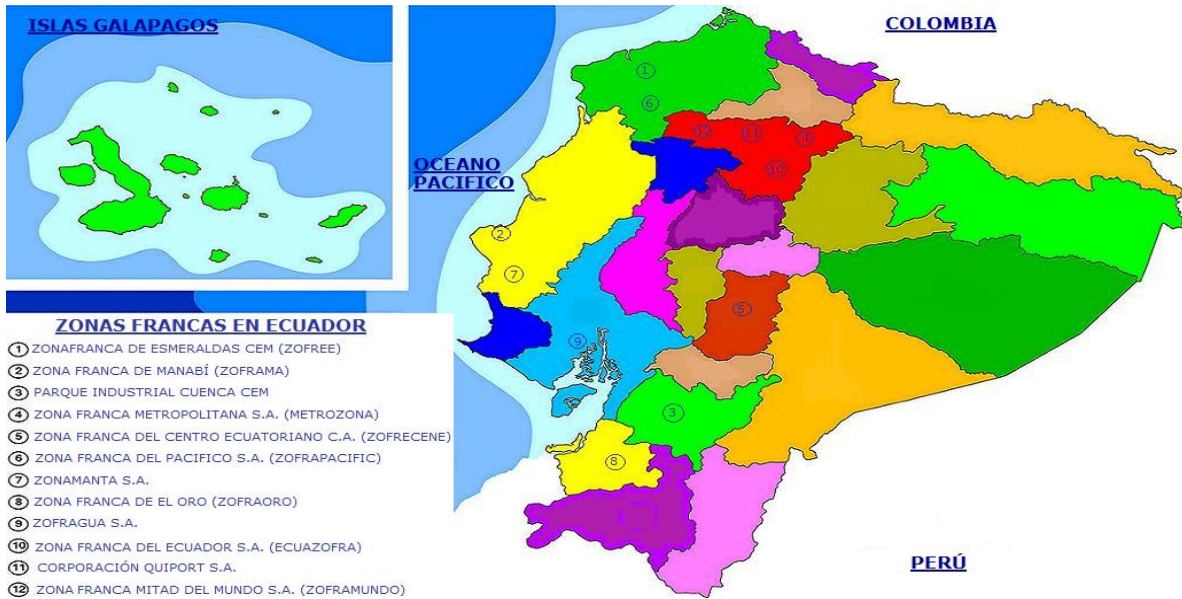
EN OPERACIÓN						
NOMBRE	DIRECCION	REPRESENTANTE	TELEFONO	FAX	MAIL	WEB
Zona Franca de Esmeraldas CEM (ZOFREE)	Av. Jaime Roldós Aguilera, recinto portuario Esmeraldas, Esmeraldas	Ing. Fernando Moncayo / Gerente General	593-6-2728500 / 01	593-6-728504	zofree@uotelconet.net / zofree@esmeral.net	www.zofree.com
Zona Franca de Manabí - ZOFRAMA	La Pila - Montecristi - Manabí	Abg. Fernando Lozada / Gerente General.	593-5-2615418 / 19 / 2931878 / 77	593-5-931866 / 2615428	zoframa@ma.pro.ec	www.zoframa.com
Parque Industrial Cuenca CEM	Panamericana Sur Km. 7,5 Shucay - Cuenca, Azuay	Ing. Marcelo Lasso / Presidente Ejecutivo	593-7-2830122 / 2849385	593-7-2830122 / 2849385	zofrac@agilweb.net	www.zofrac.com
Zona Franca Metropolitana S.A. (METROZONA)	Barrio San Vicente, parroquia Yariquí - Quito, Pichincha	Sr. Andrés Ponce / Presidente	593-2-2790174 / 75	593-2-2790176	j.diaz@metrozona.com	www.metrozona.com
NO OPERATIVAS						
NOMBRE	DIRECCION	REPRESENTANTE	TELEFONO	FAX	MAIL	WEB
Zona Franca del Centro Ecuatoriano (ZOFRAECENE)	C.A. Riobamba, Chimborazo					
Zona Franca del Pacífico S.A. (ZOFRAPACIFIC)	Km. 13 vía Quinindé - Esmeraldas					

NUEVAS EMPRESAS AUTORIZADAS 2001 - 2003, EN FASE DE CONSTRUCCIÓN						
NOMBRE	DIRECCION	REPRESENTANTE	TELEFONO	FAX	MAIL	WEB
ZONAMANTA S.A.	Vía San Juan de Manta (Las Chacras), a 350 m al sur de la vía a circunvalación - Manta, Manabí	Ab. Roger Castro Coronel / Gerente General	593-5-2628890 / 4218	593-5-2620586	zoframanta@hotmail.com	
Zona Franca de El Oro ZOFRAORO	Av. Paquisha Km. 5 Machala, El Oro	Ldo. Hernán Díaz / Gerente General	593-7-2961107		zofraoro@hotmail.com	www.zofraoro.com
ZOFRAGUA S.A.	Junto a Autoridad Portuaria - Guayaquil, Guayas	Ing. Hans Collin M. / Gerente General	593-4-2684170 / 71	593-4-2684075		www.zofragua.org / www.zofragua-gye.com
ZONA FRANCA DEL ECUADOR S.A. ECUAZOFRA	Km. 8 de la vía Yariquí - Checa a 32 Km. de Quito, en el sitio Guadalupe - Parroquia Checa, Quito, Pichincha	Ing. Eduardo Vicente Gallegos Chávez / Presidente	593-2-29005807	593-2-2501049	ecuzaofra@andinasnet.net	
Corporación QUIPORT S.A.	Calle Antonio Ulloa No. 31-264 y Av. Mariana de Jesús - Quito, Pichincha	Sr. Michael Huang / Gerente	593-2-2500645 / 47 / 48	593-2-2505439	mibu@adocananda.com	
Zona Franca Mitad del Mundo S.A. (ZOFRAMUNDO)	Calacali - Quito, Pichincha	Sr. Jaime Fernando Benavides Suasnavas				

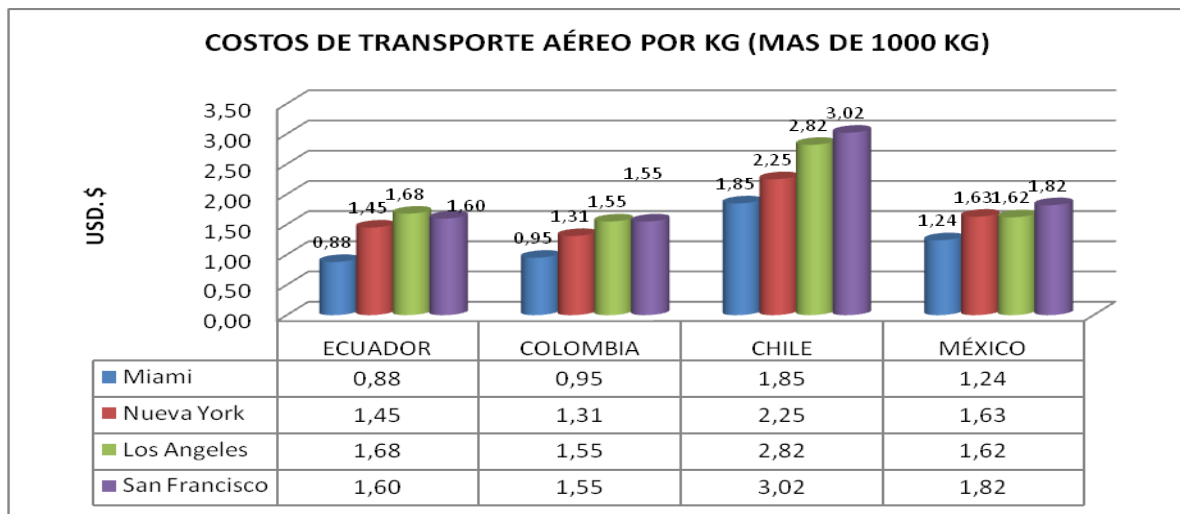
Fuente: Consejo Nacional de Zonas Francas - CONAZOFRA (Ave. Eloy Alfaro 330-350 y Amazonas, Edificio MAG - MICIP, 02-2223612/2225494)

Elaborado por: Promoción de Inversiones - CORPEI

La localización geográfica de las zonas francas, gráficamente se puede observar en el siguiente mapa:



Análisis de precios, mercadeo y comercialización



Los costos por flete en el Ecuador desde Quito y/o Guayaquil hasta las distintas ciudades en el extranjero utilizando vía aérea son bajos en comparación con Chile y México; pero con Colombia es algo elevado sus costos tal como lo demuestra el gráfico, es decir, si se considera como ejemplo por 1000 kg. de determinada mercancía, El flete desde Quito a Miami es de 880 USD.

**Costos comparados de transporte marítimo
para algunos países de América Latina**

TARIFAS DE TRANSPORTE MARITIMO								
PAIS	TRANSPORTE MARITIMO		CONTENEDOR 20 ''			CONTENEDOR 40 ''		
	ORIGEN	DESTINO	Tarifa Promedio	Tarifa Alta	Tarifa Baja	Tarifa Promedio	Tarifa Alta	Tarifa Baja
ECUADOR ***	Guayaquil	Miami	\$1.535	\$1.870	\$1.200	\$2.755	\$3.865	\$2.100
		Nueva York	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$2.983	\$3.865	\$2.100
		Los Ángeles	\$2.275	\$2.275	\$2.275	\$2.920	\$2.920	\$2.920
COLOMBIA	Cartagena	Miami	\$1.350	\$1.600	\$1.100	\$2.950	\$4.000	\$1.900
		Nueva York**	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.250	\$1.500	\$1.000
		Los Ángeles	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$2.950	\$4.000	\$1.900
	Buenaventura	Miami	\$1.800	\$1.800	\$1.800	\$3.350	\$4.400	\$2.300
		Nueva York**	\$1.175	\$1.500	\$850	\$1.100	\$1.100	\$1.100
		Los Ángeles	\$1.350	\$1.900	\$800	\$1.100	\$1.100	\$1.100
CHILE	Valparaíso	Miami	\$1.950	\$1.950	\$1.950	\$4.100	\$5.400	\$2.800
		Nueva York**	\$1.375	\$1.550	\$1.200	\$1.650	\$1.650	\$1.650
		Los Ángeles	\$1.750	\$1.750	\$1.750	\$3.700	\$5.000	\$2.400
		San Francisco	\$1.750	\$1.750	\$1.750	\$3.700	\$5.000	\$2.400
HONDURAS	Puerto Cortes	Miami	\$1.525	\$1.525	\$1.525	\$1.830	\$1.830	\$1.830
		Newark, NJ	\$2.425	\$2.425	\$2.425	\$2.910	\$2.910	\$2.910
		Los Ángeles	\$2.490	\$2.750	\$2.230	\$2.965	\$3.140	\$2.790
MEXICO	Veracruz	Miami	\$1.700	\$1.700	\$1.700	\$2.040	\$2.040	\$2.040
		Nueva York	\$2.400	\$2.400	\$2.400	\$2.880	\$2.880	\$2.880
	Manzanillo	Los Ángeles	\$1.453	\$1.340	\$1.565	\$1.783	\$1.890	\$1.675
		San Francisco	\$1.453	\$1.340	\$1.565	\$1.783	\$1.890	\$1.675
COSTA RICA	Puerto Limón	Miami	\$1.900	\$1.900	\$1.900	\$2.280	\$2.280	\$2.280
		Los Ángeles	\$2.385	\$2.120	\$2.650	\$2.915	\$3.180	\$2.650
		San Francisco	\$2.385	\$2.120	\$2.650	\$2.915	\$3.180	\$2.650
REP.DOMINICANA	Río Haina	Miami	\$975	\$1.100	\$1.100	\$1.450	\$1.350	\$1.350
		Nueva York**	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.250	\$1.250	\$1.250
		Long Beach	\$2.675	\$2.675	\$2.675	\$2.938	\$3.040	\$2.835

Fuente: www.maersksealand.com / Araujo Ibarra y Asociados

Comité de Zonas Francas de las Américas

Estudio del canon de operación o pagos por la concesión de operación para parques industriales de zonas francas y empresas usuarias en algunos países de América

País	¿Los desarrolladores de parques (concesionarios o administradores), deben pagar al gobierno por el derecho a la concesión para operar una zona franca al gobierno? ¿En caso afirmativo cuál es el monto anual?	¿Existe algún impuesto a la exportación de productos de zona franca? ¿En caso afirmativo cuál es el monto?	¿Pagan las empresas que operan dentro de los parques de zona franca algún tipo de derecho de operación o canon al gobierno? ¿En caso afirmativo cuál es el monto?
Argentina	Se refiere al caso particular de la Zona Franca la Plata. El concesionario esta obligado a un pago mensual del 2,5% sobre su facturación.	No existe.	No pagan.
Nicaragua	Cada desarrollador de parque debe pagar al gobierno US\$500, una sola vez como derecho de trámites de inscripción y una garantía de US\$10.000, pero no existe ningún pago posterior en una base mensual o anual.	No existe.	Cuando el usuario esta operando en un parque privado o estatal, no paga nada adicional al gobierno. Las empresas bajo zona franca, pero fuera de parque industrial sí tienen que pagar US\$ 0.50 por metro cuadrado ocupado al gobierno por uso del régimen. El pago corresponde un 50% a la Corporación de Zonas Francas y 50% restante a la Comisión Nacional de Zonas Francas.
Estados Unidos	Los desarrolladores de zonas francas denominados "Grantees" en inglés o concesionarios en español, tienen el derecho de operar otorgado por el Ministerio Federal de Comercio. Hay un pago de una sola vez por el derecho de uso por un monto de US\$1.600.00. Posterior a este pago no existe ningún otro pago anual o mensual.	No se aplica ningún arancel o impuesto de cualquier clase a la mercancía que se reexporta directamente de una zona franca.	No pagan.
Perú	La Ley de Zofratacna no contempla ningún pago o derecho de explotación.	No existe ningún impuesto a las exportaciones vía	Se cobra un derecho mensual por funcionamiento (no es alquiler) por lote de 675 m2, según el nivel de las

		Zona Franca.	ventas C.I.F.
Uruguay	Los concesionarios pagan un 5% sobre el ingreso por concepto de arrendamientos.	No existe.	No pagan.
El Salvador	No pagan.	No existe.	No pagan.
Ecuador	En el Ecuador, los Administradores de Zonas Francas no requieren pagar ningún monto al gobierno ni a la entidad reguladora de zonas francas (CONAZOFRA en Ecuador), por el derecho de operar.	No existe.	Las empresas que operan dentro de las zonas francas del Ecuador (USUARIOS) sí pagan un derecho de operación al CONAZOFRA. Según el artículo 9 de la Ley de Zonas Francas de nuestro país, el usuario debe pagar mensualmente el 1% sobre los gastos generados (incluyendo todos los costos de funcionamiento), a excepción de las adquisiciones de materia prima, insumos y maquinaria.
Costa Rica	No hay que pagar.	No existe.	Para las empresas procesadoras de exportación, empresas administradoras y las que operan astilleros y diques secos o flotantes para la construcción, reparación o mantenimiento de las embarcaciones el canon es el siguiente: *Para las restantes actividades, 0.3% de sus ventas mensuales. En el caso de empresas instaladas fuera de los parques industriales, las tarifas mencionadas se duplican.
República Dominicana	Cada desarrollador de parque debe pagar US\$2,296, una sola vez como derecho y un pago mensual de US\$0,0051 por pie cuadrado ocupado.		Las empresas usuarias deben pagar una sola vez la suma de US\$612. En caso de empresas fuera de parques de zona franca, éstas deben pagar una tarifa mensual de US\$46.
Paraguay	Dentro del proceso de licitación se establece un pago anual de explotación por un monto de USD\$50.000	Existe un impuesto del 0,5% sobre el valor FOB exportado.	No pagan.

COMITÉ DE ZONAS FRANCAS DE LAS AMERICAS

Detalle de costos de alquiler de espacios en parques industriales de Zona Franca

(para algunos Países de América latina, año 2005)

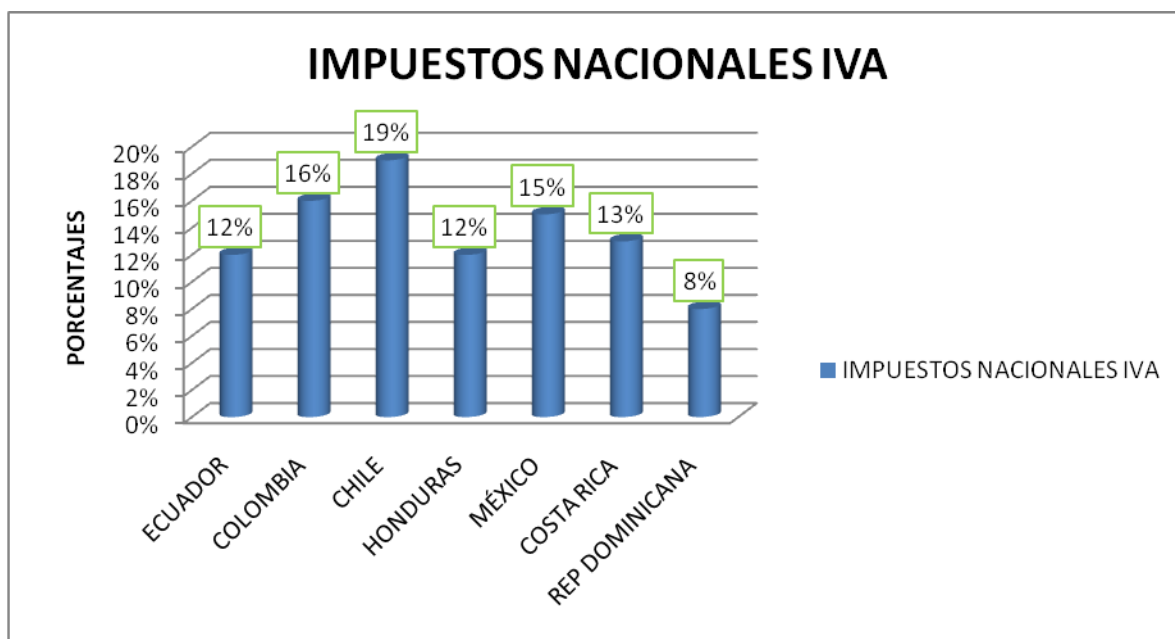
País	Administración	Costo M ² Mensual		Costo M ² Anual	
		Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo
República Dominicana	Pública	\$0,54	\$3,23	\$6,48	\$38,76
	Privada	\$1,79	\$4,93	\$21,48	\$59,16
Honduras	Privada	\$2,53	\$4,10	\$30,36	\$49,20
Panamá ⁽¹⁾	Público	\$1,65	\$2,40	\$19,80	\$28,80
	Público (terreno)	\$0,20	\$0,35	\$2,40	\$4,20
Perú	Público	\$0,22	\$1,00	\$2,64	\$12,00
	Público (terreno)	\$0,33	\$0,60	\$3,96	\$7,20
Costa Rica	Privado	\$2,50	\$8,00	\$30,00	\$96,00
Ecuador	Privado	\$3,50	\$4,00	\$42,00	\$48,00
	Privado (terreno)	\$0,25	\$0,35	\$3,00	\$4,20
El Salvador	Privado	\$2,90	\$3,77	\$34,80	\$45,24
Guatemala	Privado	\$3,50	\$4,50	\$42,00	\$54,00
Nicaragua	Privado	\$2,50	\$4,00	\$30,00	\$48,00
Puerto Rico	Público	\$5,83	\$6,72	\$69,96	\$80,64
Argentina	Privado	\$0,74	\$0,74	\$8,86	\$8,86
Chile ⁽²⁾	Público	\$1,00	\$3,07	\$12,00	\$36,88
	Público (terreno)	\$0,63	\$1,00	\$7,56	\$12,00
Guatemala	Privado	\$3,50	\$5,00	\$42,00	\$60,00
Colombia	Privado	\$2,00	\$5,50	\$24,00	\$66,00
	Privado (terreno)	\$1,00	\$1,50	\$12,00	\$18,00
Bolivia	Privado	\$1,78	\$1,78	\$21,36	\$21,36
	Privado (terreno)	\$0,20	\$0,20	\$2,40	\$2,40

(1) Información de la Zona Libre de Colón.

(2) Información de La Zona Libre de Iquique. Alquiler dentro del Mall \$40 M² al mes.

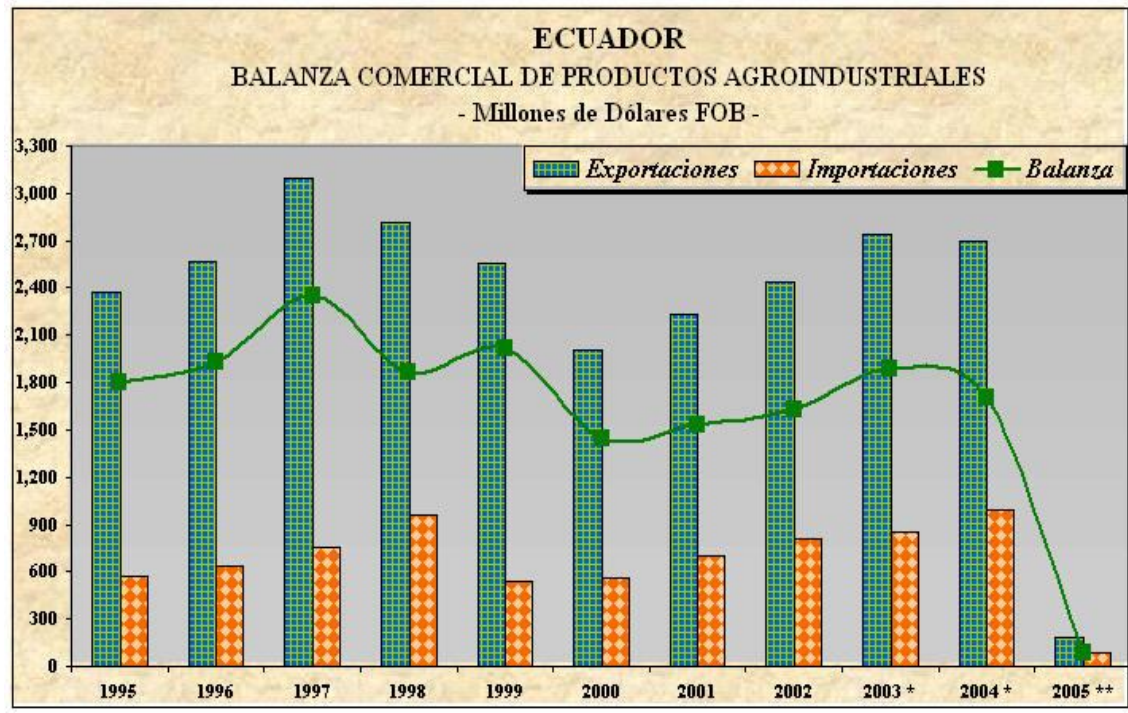
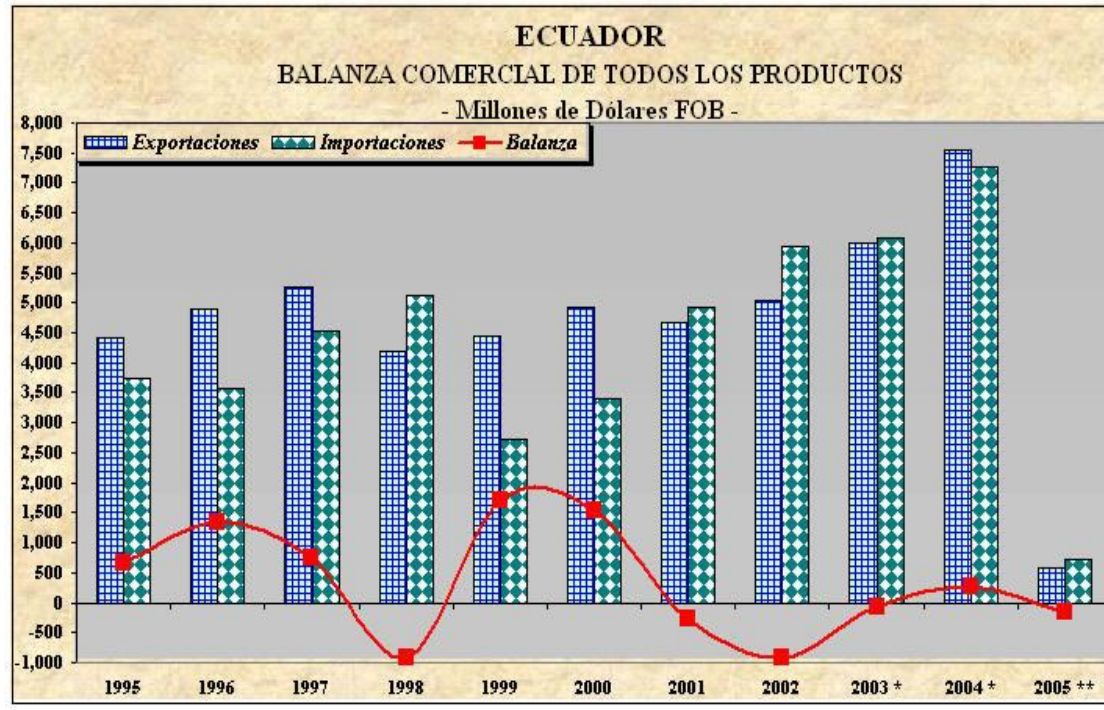
**Costos tributarios Comparados
Para algunos Países de América Latina**

IMPUESTOS NACIONALES		
	RENTA	IVA
ECUADOR	25% / 15%	12%
COLOMBIA	38.50%	16%
CHILE	17%	19%
HONDURAS	35%	12%
MÉXICO	n.d.	15%
COSTA RICA	30%	13%
REP DOMINICANA	25%	8%



El Impuesto al Valor Agregado IVA, es el 12% tanto en Ecuador como en Honduras, en comparación con Países como Colombia, Chile, México y Costa Rica; este impuesto es mas alto, pero no es el caso de República Dominicana cuyo IVA es del 8%.

ECUADOR BALANZA COMERCIAL



2.13 Proyecciones

El Análisis de los dos años anteriores en donde los volúmenes de recaudaciones de impuestos por concepto de exportaciones e Importaciones en el país, refleja un incremento de 283.981,5 USD. Comparando cifras de recaudaciones efectuadas en el 2006 y 2007, pero la provincia que más ingresos por concepto de impuestos al comercio exterior es Guayaquil, la proyección que se persigue con la creación de una Zona Franca en la ciudad de Ibarra es de aportar al erario nacional directamente, es decir nuestro sector empresarial esta en la capacidad de desarrollar sus actividades comerciales e industriales en Ibarra, de esta manera no habrá necesidad de realizar costos adicionales como fletes internos, contratación de un seguro, contratación de asesoría en aduanas, entre otros gastos que actualmente incurren el sector empresarial e industrial, además que generaría fuentes de empleo, e impulsaría las inversiones.

Permitiendo a este sector deprimido, desarrollarse como una Provincia rica en producción, turismo y otros ámbitos, consiguiendo materia prima, insumos y subproductos a precio moderados y sin el involucramiento de intermediarios que exageran los precios, encareciendo de esta manera los productos finales, así mismo los importadores no tendrán que trasladarse a ciudades como Quito o Guayaquil para obtener productos de origen EEUU y de los Países asiáticos simplemente realizarán su término de negociación que sea entregado en Zona franca de la ciudad de Ibarra (IMBAZONA).

2.14 Conclusiones

- ✓ En la ciudad de Ibarra es un lugar estratégico crear una Zona Franca por la proximidad a los puertos, aeropuertos y lugares de frontera.
- ✓ Los empresarios de la provincia de Imbabura, minimizarán costos y maximizarán recursos disponibles.
- ✓ Se reducirían los riesgos por concepto de pérdidas, robo, entre otros riesgos existentes con la creación de esta Zona Franca.

CAPITULO III ESTUDIO TÉCNICO

3.11 Tamaño del proyecto

Considerando los resultados obtenidos en el estudio de mercado el tamaño del proyecto está previsto inicialmente para atender a 10 empresas tanto comerciales como de producción.

La distribución del tamaño del proyecto es para atender a 3 empresas comerciales y 7 empresas industriales.

3.12 Factores determinantes del proyecto

Por la importancia y los beneficios que genera una Zona Franca es muy probable que el número de interesados en pertenecer crezca progresivamente en razón de aspectos como:

Los recursos financieros disponibles, el sector empresarial de la provincia de Imbabura, el gobierno seccional y entidades privadas; estarán interesadas en aportar económicamente en la consecución de este proyecto puesto que obtendrán beneficios de todo ámbito una vez que este en funcionamiento.

La magnitud de la demanda, para satisfacer la demanda de los potenciales usuarios que se incorporarán en la Zona Franca de Ibarra (IMBAZONA), son necesario un mínimo de 10 hectáreas de terreno, con proyección a extenderse, allí se construiría naves acondicionadas según la actividad que cada usuario vaya ha desempeñar dentro de la Zona Franca.

Las incidencias tecnológicas, los usuarios podrán importar las maquinarias y equipos más sofisticados tecnológicamente dependiendo del proceso productivo que van a desarrollar, gravados con tarifa cero en relación a IVA e impuestos al comercio exterior.

La localización, deberá estar ubicada estratégicamente en un lugar donde estén dotados de servicios básicos como: agua potable, alcantarillado, teléfonos, servicios, carretera y transporte, con fácil acceso a los mercados internos o externos de materia prima e insumos, mano de obra, energía eléctrica, etc.

3.13 Capacidad de prestación de servicios

En función del tipo de actividad a la que se dedican las empresas del sector analizado, la Zona Franca implementará servicios orientados a cubrir las necesidades de las empresas industriales del sector textil y de las empresas comerciales en general.

La Zona Franca prestará, entre otros, los siguientes servicios:

- ✓ Alquiler y/o venta de lotes comerciales o industriales.
- ✓ Alquiler y/o venta de Naves comerciales o industriales.
- ✓ Dotación de servicios de electricidad, agua potable, transporte, telecomunicaciones y manejo de carga.
- ✓ Sistema de vigilancia permanente, Monitoreo de carga y control de accesos.
- ✓ Sala de exhibición y conferencias para promoción empresarial.
- ✓ Centro de capacitación y selección de mano de obra especializada y semi-especializada.
- ✓ Servicio de almacenamiento y mantenimiento de contenedores, restaurantes, servicentro industrial.
- ✓ Contactos y facilidades cuando el usuario utilice otros puntos de embarque o desembarque.
- ✓ Gestión en favor de los usuarios, de líneas de crédito para construcción de naves comerciales e industriales u otras actividades productivas.
- ✓ Servicios de consultoría, asesoría mercantil, societaria, tributaria, aduanera, contable y laboral.
- ✓ Base de datos para comercio exterior.

- ✓ Almacenamiento ilimitado de bienes importados y para su exportación.
- ✓ Servicio aduanero durante las horas laborales en las puertas de IMBAZONA.

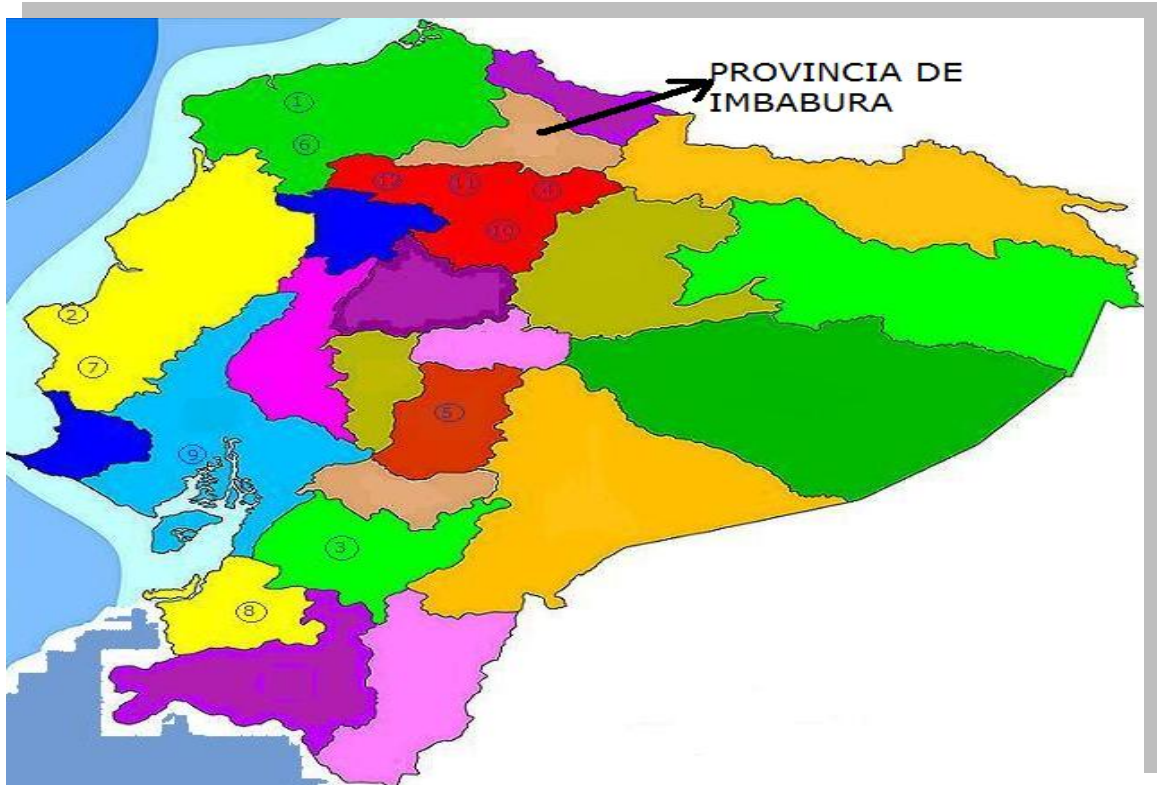
3.14 Localización del proyecto

Considerando la optimización de los procesos de distribución, industrialización, comercialización y venta de productos; la Zona Franca deberá estar ubicada estratégicamente en un lugar donde exista disponibilidad de: servicios básicos (agua potable, alcantarillado, teléfonos, energía eléctrica), infraestructura vial y transporte, con fácil acceso a los mercados internos o externos de materia prima e insumos y mano de obra.

Entre otros factores determinantes para la localización y ubicación de la Zona Franca se encuentra el lugar de emplazamiento y las dimensiones de las instalaciones, es decir, para ubicar este espacio extraterritorial mínimo serán necesario 10 hectáreas, distribuidas en primera instancia en naves, espacios libres, cuartos refrigerados e instalaciones administrativas.

Macrolocalización

El proyecto diseñado constituye una propuesta para localizar la Zona Franca en la Provincia de Imbabura, cantón Ibarra.



NOMBRE: MAPA DE ECUADOR LOCALIZANDO LA PROVINCIA DE IMBABURA

FUENTE: http://www.codeso.com/TurismoEcuador/Mapa_Imbabura.html



NOMBRE: MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA LOCALIZANDO LA CIUDAD DE IBARRA

FUENTE: http://www.codeso.com/TurismoEcuador/Mapa_Imbabura.html

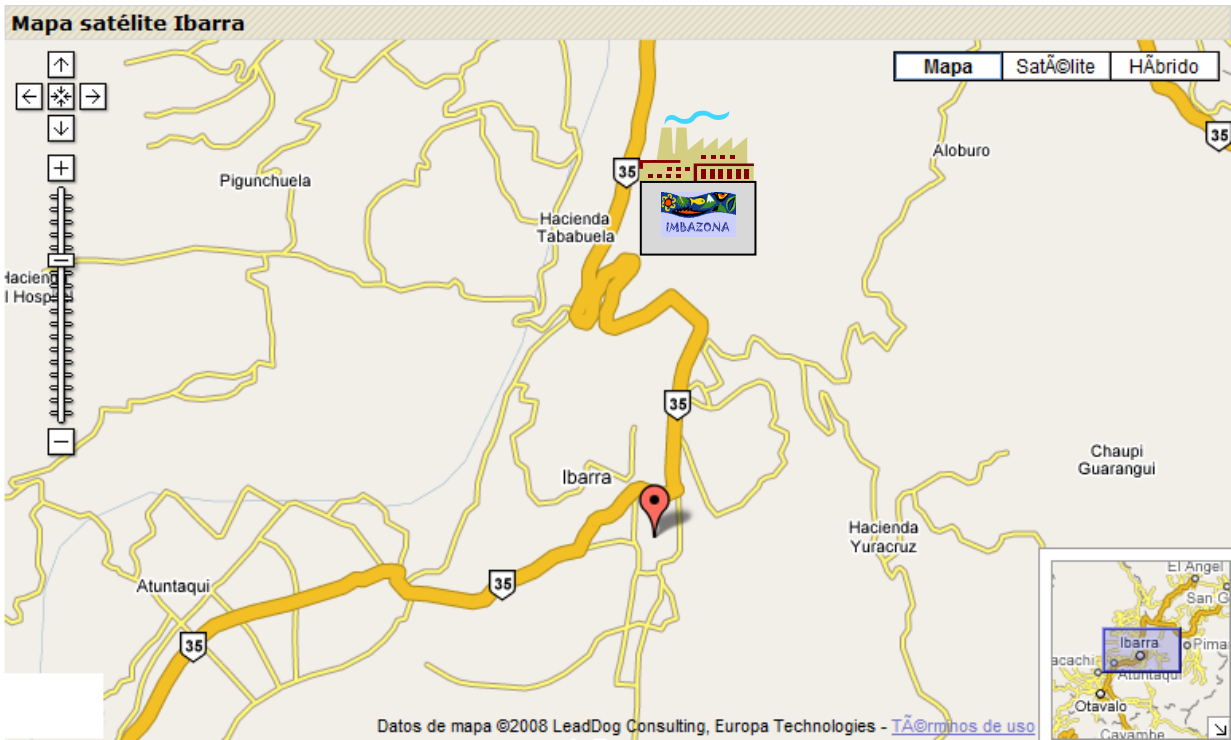
La Provincia de Imbabura limita al Norte con la Provincia del Carchi, al Sur con la Provincia de Pichincha, al Este con la Provincia de Sucumbíos y al Oeste con la Provincia de Esmeraldas, se encuentra en la parte norte del Ecuador.

Micro localización:

<i>Localización</i>	<i>Ponderación</i>	<i>Servicios Básicos</i>	<i>Proximidad a aeropuertos, puertos y puntos fronterizos</i>	<i>Posibilidad de extenderse</i>	<i>Fácil Acceso</i>	<i>Promedio</i>
El Sector de la Florida	0.35	10	07	04	05	6.50
Panamericana norte Km. 8 Vía a Tulcán	0.35	09	09	10	10	9.50
Sector Sur de la ciudad de Ibarra Al Final de la Av. El retorno	0.35	09	08	08	09	8.50
El Sector de Chorlavi	0.35	09	07	05	07	7.00
El Sector de Tanguarín	0.35	09	07	04	08	7.00

Nombre: TABLA DE POSIBLES LUGARES DE LOCALIZACION DE IMBAZONA

Fuente: http://www.codeso.com/TurismoEcuador/Mapa_Imbabura.html



NOMBRE: MAPA DE IBARRA PROYECTANDO LA POSIBLE UBICACIÓN DE IMBAZONA

FUENTE: http://www.guiarte.com/mapas-destinos/satelite_poblacion_ibarra.html

La ubicación de la Zona Franca, considerando este método sería en la Panamericana Norte Km. 15 vía a Tulcán, en vista de que en ese sector existen servicios básicos, existe una gran extensión de terreno para en un futuro ampliar la capacidad operativa, las carreteras son de primer orden y la proximidad a los distintos lugares importantes relacionados con la actividad de cada usuario es óptima tal como se lo demuestra en el cuadro siguiente:

CUADRO EXPLICATIVO DE LAS DISTANCIAS Y SU TIEMPO ESTIMADO DE DEMORA, DESDE IMBAZONA HASTA LOS DISTINTO LUGARES IMPORTANTES, CONSIDERANDO QUE LA ZONA FRANCA DE IBARRA ESTA LOCALIZADA EN LA PANAMERICANA NORTE KM. 15 VÍA A TULCAN		
LUGARES IMPORTANTES	KILOMETRAJE DESDE IMBAZONA	TIEMPO ESTIMADO A 60 km/hora
AEROPUERTO "MARISCAL SUCRE"	130	2 HORAS 10 MINUTOS

PUENTE INTERNACIONAL "RUMICHACA"	115	1 HORA 55 MINUTOS
PUERTO DE ESMERALDAS	332	5 HORAS 32 MINUTOS
EMPRESAS TEXTILES DE ANTONIO ANTE	26	26 MINUTOS
EMPRESAS FLUORICULTURAS CAYAMBE	50	50 MINUTOS
PROYECTO PUERTO SAN LORENZO	160	2 HORAS 40 MINUTOS
CIUDAD DE IBARRA	16	16 MINUTOS
CIUDAD DE TULCÁN	95	1 HORA 35 MINUTOS
CIUDAD DE OTAVALO	36	36 MINUTOS

NOMBRE: TIEMPO ESTIMADO DE RECORRIDO DE CARGA DESDE IMBAZONA HASTA DISTINTOS LUGARES DE IMPORTANCIA

FUENTE: CALCULO ESTIMADO Y PERSONALIZADO

3.15 Ingeniería del servicio.

- ✓ La Zona Franca denominada IMBAZONA, justifica su nombre ya que IMBA son las primeras cuatro letras de Imbabura que corresponde al nombre de su Provincia, cuya capital es Ibarra; ZONA que hace referencia a Zona Franca, su logotipo o distintivo tiene relación con sus recursos naturales que existen en esta región así tenemos:



- ✓ La Zona Franca de Ibarra (IMBAZONA), ofrecerá sus servicios en base a las políticas administrativas que se perfilen, creando un reglamento interno de funcionalidad.

- ✓ Los costos por los servicios que ofrece, se registrarán en valores referenciales, y dependiendo de la economía de un País. así podemos señalar costos preliminares:

- Por concepto de Compra de un bien inmueble:

DESCRIPCIÓN	COSTO POR m²	ALÍCUOTA
TERRENOS con CERRAMIENTO DE 1000m ²	30 usd.	0.001% de su utilidad generada en el mes
NAVES DE 1000m ²	75 usd.	0.001% de su utilidad generada en el mes

- Por concepto de Arriendo de un bien inmueble:

DESCRIPCIÓN	COSTO POR m²	ALÍCUOTA
TERRENOS con CERRAMIENTO DE 1000m ²	0.85 usd.	0.001% de su utilidad generada en el mes
NAVES DE 1000m ²	1.00 usd.	0.001% de su utilidad generada en el mes

- Por concepto de Alquiler de Maquinaria:

DESCRIPCIÓN	COSTO POR HORA OPERACIÓN	OBSERVACIÓN
MONTACARGAS	30 usd.	no se considera la cantidad manipulada,

		tampoco incluye fracción de tiempo.
PORTA CONTENEDORES	40 usd.	no se considera la cantidad manipulada, tampoco incluye fracción de tiempo.
GRUAS	45 usd.	no se considera la cantidad manipulada, tampoco incluye fracción de tiempo.

➤ Por concepto de Servicios Básicos:

✚ Por energía eléctrica:

DESCRIPCIÓN	COSTO POR (Kvh) CONSUMIDO	OBSERVACIÓN
ENERGÍA ELÉCTRICA	0.80 usd.	En base a Resolución de la Junta de Accionistas

✚ Por Agua Potable:

DESCRIPCIÓN	COSTO POR (mml) CONSUMIDO	OBSERVACIÓN

AGUA POTABLE	0.50 usd.	En base a Resolución de la Junta de Accionistas
--------------	-----------	---

 Por Teléfono:

DESCRIPCIÓN	COSTO POR (Min) CONSUMIDO	OBSERVACIÓN
TELÉFONO	0.20 usd.	En base a Resolución de la Junta de Accionistas

➤ Por concepto de otros servicios:

DESCRIPCIÓN	COSTO POR MES	OBSERVACIÓN
INTERNET	40 usd.	En base a Resolución de la Junta de Accionistas
GUARDIANÍA	40 usd.	En base a Resolución de la Junta de Accionistas
DESCRIPCIÓN	COSTO POR TRÁMITE	OBSERVACIÓN
CONSUTORÍA,	15 usd.	En base a

<p>ASESORÍA y ELABORACIÓN DE TRAMITES ANTE LA CAE</p>		<p>Resolución de la Junta de Accionistas</p>
---	--	--

- ✓ El acondicionamiento de la infraestructura física y administrativa, será coherente a los proyectos que las empresas Comerciales, Industriales y de Servicios tengan, al instalarse en IMBAZONA.

3.16 Ingeniería del proyecto

3.6.4 Marco jurídico

Para la creación de una Zona Franca se debe tomar en cuenta las siguientes normas jurídicas:

- Ley de Zonas Francas y su reglamento;
- Ley Orgánica de Aduanas y su reglamento;
- Ley de Compañías.
- Ley Tributaria.

Los pasos que se deben seguir para la creación de la Zona Franca son:

1. Constituir la empresa de sociedad anónima denominada IMBAZONA.
2. Conformar la sociedad anónima con 5 socios los mismos que pueden ser los principales usuarios de la Zona Franca a crearse. Los socios de la compañía deberán realizar la inversión o el aporte correspondiente de tal forma que en sus activos aparezca la disponibilidad de terrenos.
3. Obtener la personería jurídica mediante resolución de la Superintendencia de Compañías.

4. Solicitud de certificación de nombre, en la sección de denominaciones, del Registro Mercantil, como IMBAZONA.
5. Inscripción de la escrituras públicas en el registro de la propiedad, una vez que la empresa este acreditada en la cámara de comercio de Ibarra.
6. Solicitud para el establecimiento y administración de la zona franca dirigida al Presidente Constitucional de la República, y debe ser presentada ante el Director Ejecutivo del CONAZOFRA, quien notificará inmediatamente al Secretario General de la Administración sobre su presentación.

La solicitud contendrá, a más de la información general del estudio de factibilidad, lo siguiente:

- a) Número de RUC, y número patronal del solicitante;
 - b) Acreditación legal del representante legal de la empresa;
 - c) Señalamiento exacto de la superficie a utilizarse y su localización;
 - d) Información sobre las instalaciones y edificios a construirse o adecuarse;
 - e) Número y clase de los potenciales usuarios;
 - f) Servicios a instalarse para facilitar el comercio internacional;
 - g) Información sobre el posible empleo directo que pueda generar;
 - h) Impacto socio - económico general sobre la región donde se ubique la zona franca;
 - i) El capital social pagado de la empresa: y,
 - j) Estudio de Impacto Ambiental.
7. Pronunciamento y decreto ejecutivo que permita el funcionamiento de la zona franca, emitido por el Presidente de la República.
 8. Edificación, composición y funcionamiento de las operaciones en la Zona Franca IMBAZONA.
 9. Captación de usuarios potenciales que deseen operar el IMBAZONA, empresas que deberán solicitar instalarse en esta Zona Franca. Ver formato de solicitud **ANEXO “5”**

3.6.5 Plan estratégico

ANALISIS FODA

Fortalezas

- ✓ Recursos humanos calificados.
- ✓ Infraestructura física adecuada para los potenciales usuarios.
- ✓ Ubicación geográfica óptima.
- ✓ Enlaces de comunicación tecnificadas con las distintas organizaciones relacionadas.
- ✓ Seguridad jurídica para los posibles usuarios que operen en Zona Franca.

Debilidades

- ✓ Falta de promoción de los servicios y beneficios de una Zona Franca.
- ✓ Falta de proyectos para fortalecer y crear Zonas francas en lugares deprimidos del País.
- ✓ Falta de una cultura tributaria
- ✓ Diferencias económicas y sociales entre las provincias y/o regiones
- ✓ No existe cultura de autonomías

Oportunidades

- ✓ Cada región impulsa su desarrollo.
- ✓ Predisposición gubernamental de estimular la mejora en las condiciones de vida, en las provincias deprimidas del País.
- ✓ Contar con profesionales valiosos en este ámbito, que coadyuven con el desarrollo de la Provincia y del País.
- ✓ Recursos naturales prodigiosos y condiciones climáticas propicios con que cuenta el norte del País.
- ✓ Empresarios comerciales e industriales, progresistas con deseos de superación y desarrollo.
- ✓ Proximidad a puertos, aeropuertos, y lugares de fronteras.
- ✓ Fortalecimiento de la Identidad Nacional
- ✓ Liderazgo político

Amenazas

- ✓ Excesiva lentitud potencial del proceso de desarrollar las Zonas Francas en Ecuador.
- ✓ Nueva división político – administrativa que se realiza en el País.
- ✓ Inadecuada planificación del proceso de desarrollo en el ámbito de comercio exterior.
- ✓ Aumento de la burocracia en provincias y/o regiones.

MISIÓN

Brindar servicios de almacenamiento, asesoría y consultoría en comercio exterior, Alquiler y/o venta de lotes comerciales o industriales, Alquiler y/o venta de Naves comerciales o industriales, entre otros servicios, con recursos humanos calificados, infraestructura física y tecnológica de avanzada en beneficio de las empresas y de la sociedad y contribuir al desarrollo del país.

VISIÓN 2012

Ser una Zona Franca, líder en la región norte del País con servicios de excelencia y reconocida a nivel Mundial

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Son hitos en el tiempo, hasta llegar a la visión, es decir, constituyen macro actividades.

1. Incrementar el número de usuarios

➤ Estrategias:

- ✓ Promocionar por hojas volantes, trípticos, radio, televisión y medios de comunicación escrita las ventajas de una Zona Franca.
- ✓ Incrementar el nivel de satisfacción de los usuarios.
- ✓ Concientizar a los operadores del comercio exterior respecto de la correcta utilización de los manuales de procedimientos, emitidos por la CAE

2. Fomentar las exportaciones de los usuarios, a través de la utilización de los servicios que ofrece IMBAZONA.

➤ Estrategias:

- ✓ Insistir en la exoneración de tributos e impuesto a la materia prima, insumos y subproductos, a través de seminarios a los operadores involucrados en este ámbito.
- ✓ Desarrollar los mejores términos de negociación orientado a la funcionalidad de IMBAZONA.
- ✓ Crear y diseñar una base de datos que permita analizar el rendimiento de las Exportaciones desde IMBAZONA.

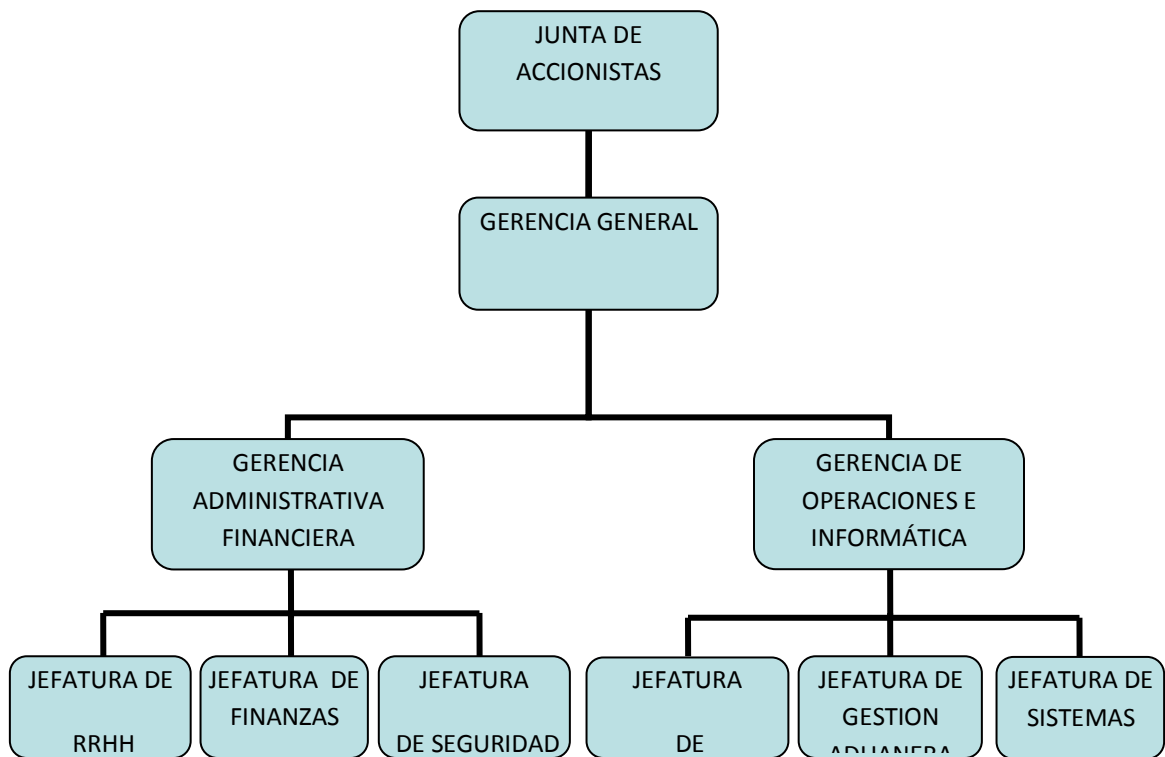
3. Fortalecer y ampliar la cobertura de IMBAZONA

➤ Estrategias:

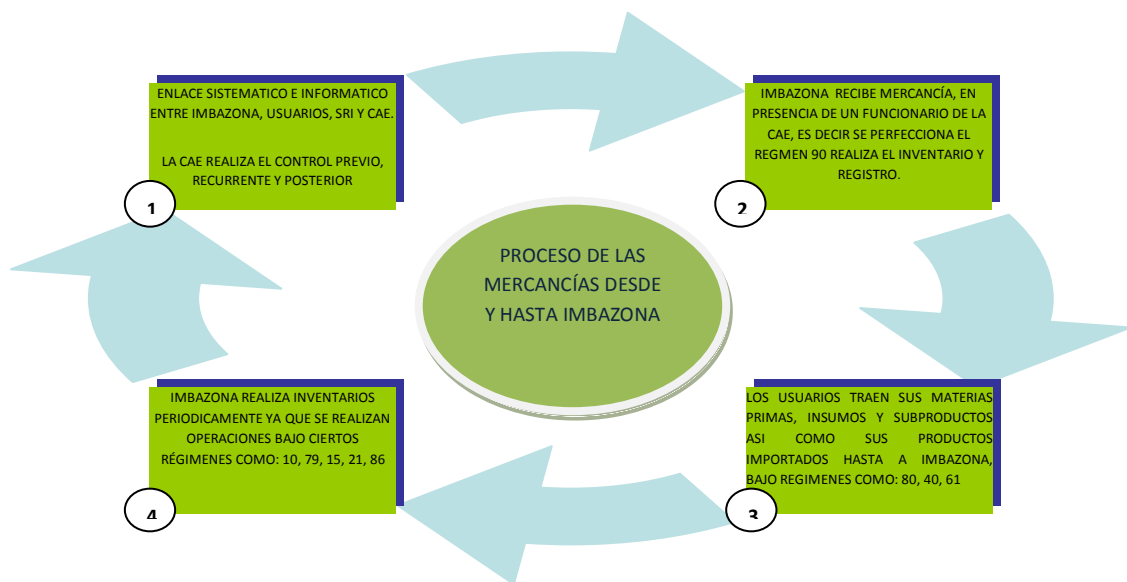
- ✓ Identificar oportunidades de Inversiones;
- ✓ Atraer inversionistas privados;
- ✓ Obtener el reconocimiento regional, nacional e internacional de la Institución como promotora de inversiones;
- ✓ Identificar necesidades de infraestructura;
- ✓ Fortalecer las actividades agrícolas, ganaderas indígenas;
- ✓ Incrementar las actividades del comercio y otros servicios;
- ✓ Buscar el permanente desarrollo organizacional, gerencial y tecnológico de la institución

3.6.6 Organización

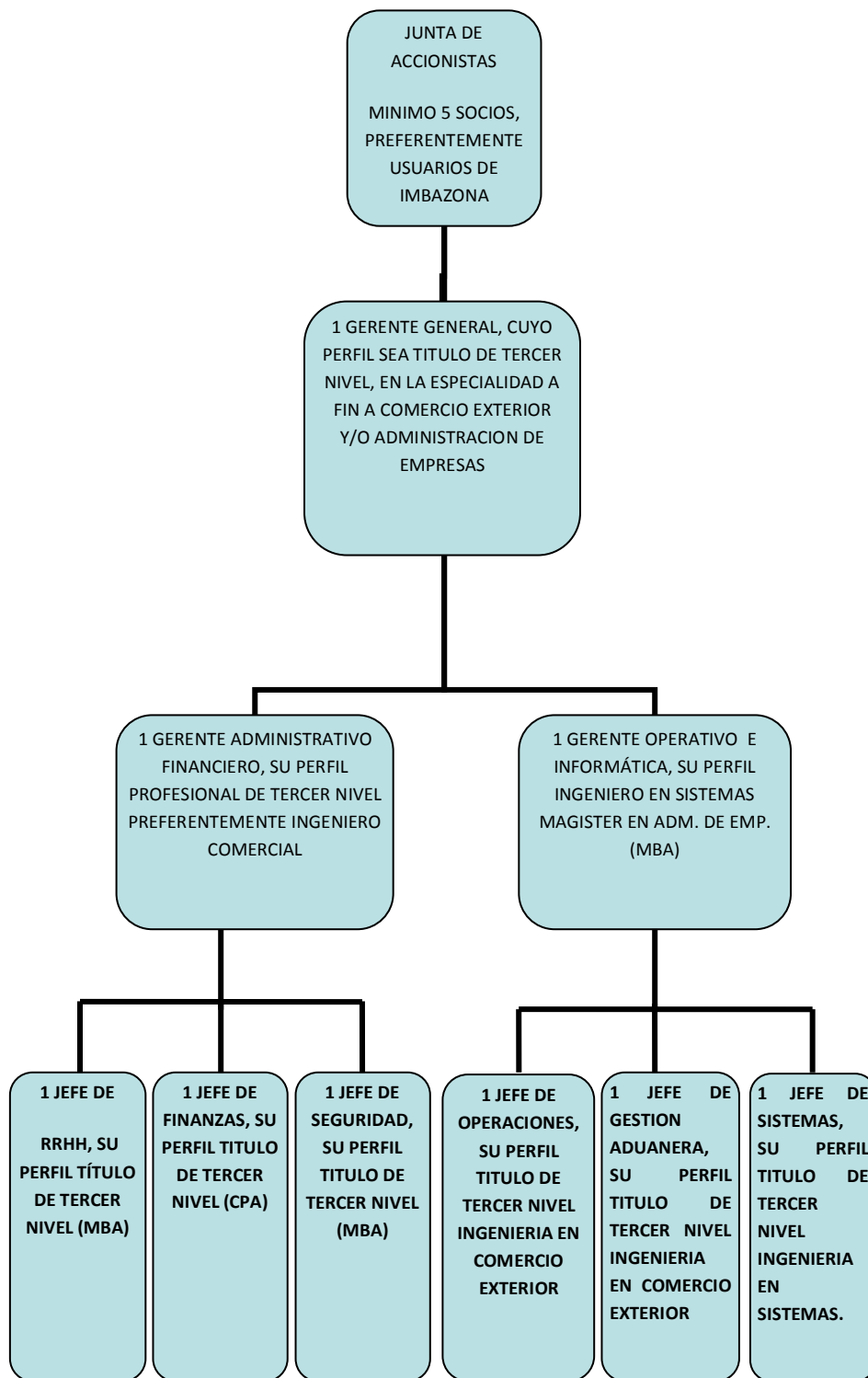
d) Organigrama de la IMBAZONA



e) Manual de procesos códigos de regímenes ANEXO “6”



f) Manual de puestos: distribución y los perfiles



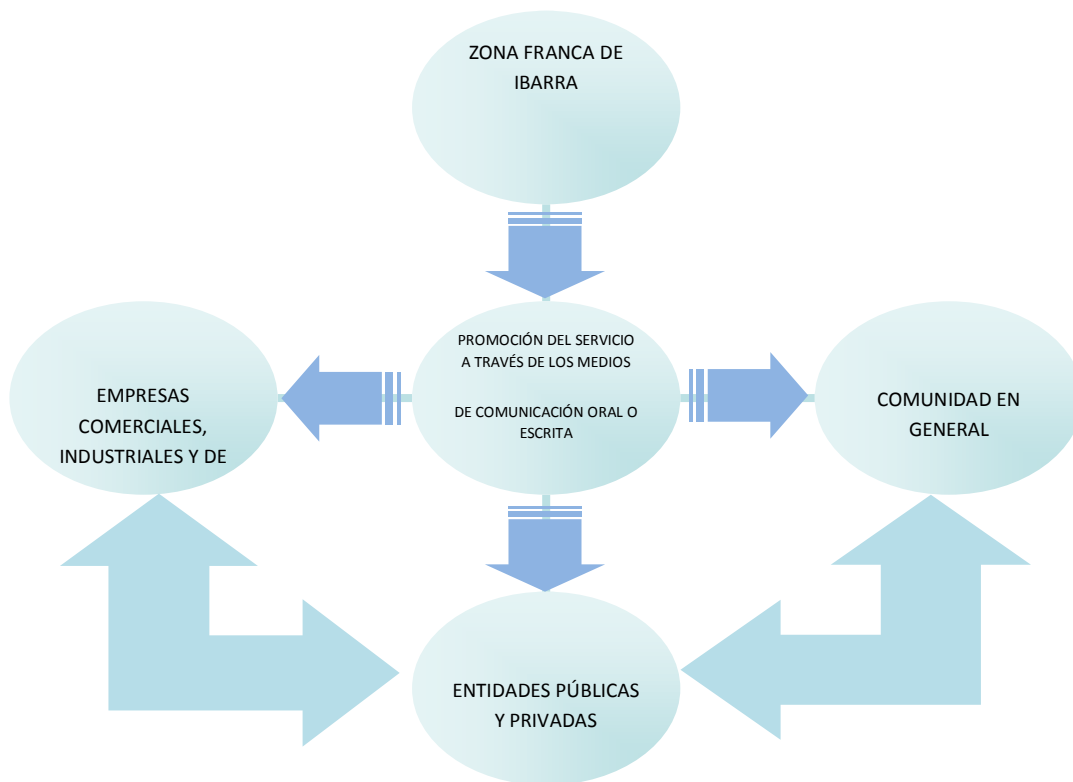
3.17 Ingeniería del sistema de mercadeo y comercialización

Describir como ejercer la promoción del servicio, es decir, la promoción, divulgación de IMBAZONA, se lo puede realizar por cuatro frentes:

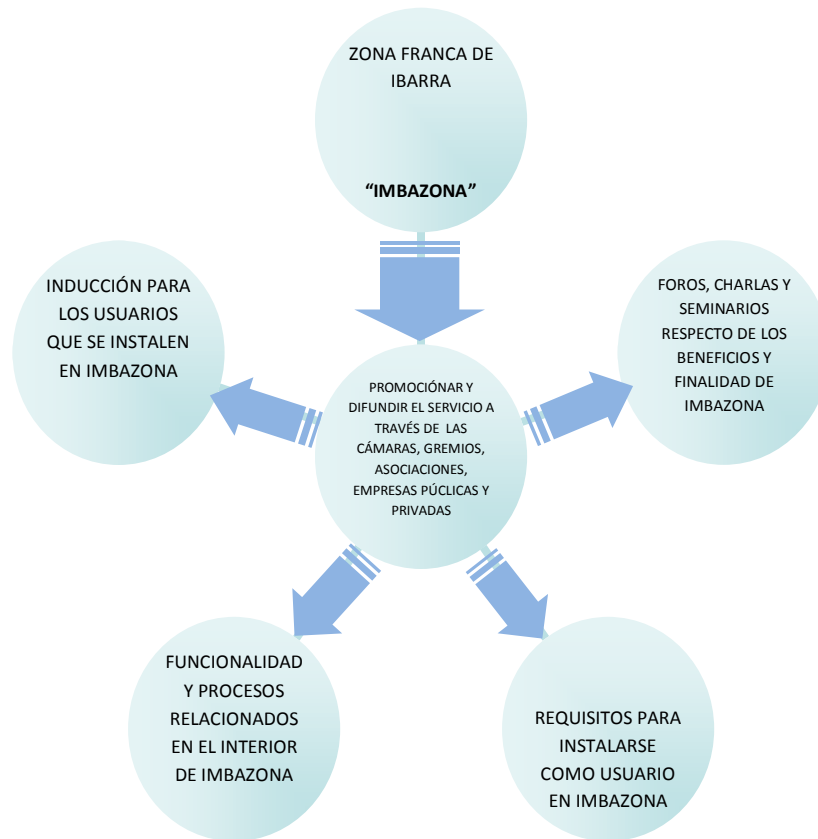
- ✓ A través de los diferentes medios de comunicación sean escritos o hablados.
- ✓ A través de las cámaras, gremios, asociaciones, entidades Públicas y Privadas.
- ✓ Directamente a los empresarios
- ✓ Creación de una página web (www.imbazona.com.ec) pagina Web tentativo

3.7.4 Diagrama de Flujo

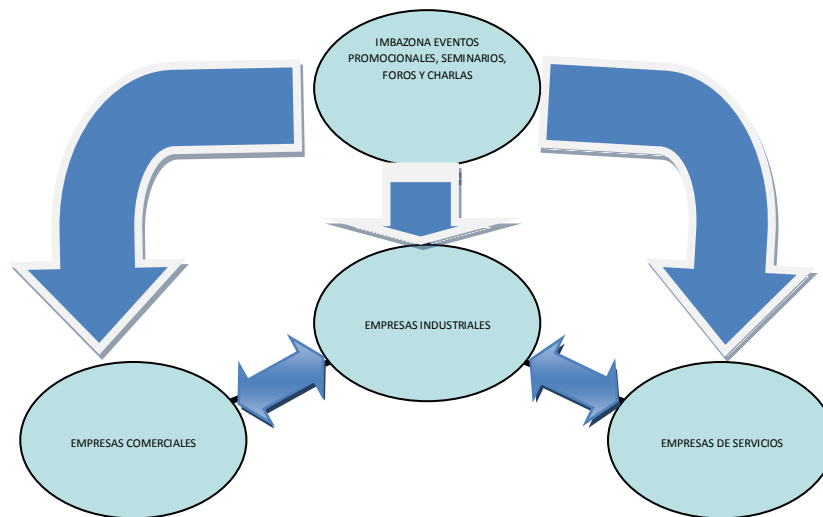
- ✓ **A través de los medios de comunicación oral y escrita, gráfico**



- ✓ **A través de las cámaras, gremios entre otros organismos relacionados, gráfico**



✓ **A través de un contacto directo con los empresarios e industriales, gráfico**



3.7.5 Requerimiento de recursos humanos

Listado de recursos humanos que se requiere, obtenido del organigrama.

1. Gerente General
2. Gerente Administrativo-Financiero
3. Gerente Operativo y de Gestión Aduanera.
4. Jefe de recursos humanos
5. Jefe del departamento Financiero
6. Jefe del departamento de Gestión Aduanera
7. Jefe del departamento de Operaciones.
8. Jefe del departamento de Sistemas informáticos
9. Jefe de Seguridad Física
10. Guardias.
11. Jardinero.
12. Mensajero.

3.7.6 Requerimiento de infraestructura y equipamiento

Listado – características técnicas

Infraestructura física

➤ Administrativa

- ✓ Construcción de una planta de hormigón armado acondicionando oficinas para las labores administrativas, en un área de 500 m².
- ✓ Construcción de oficinas para la CAE, en un área de 56m².
- ✓ Instalaciones de alumbrado, cableado del sistema eléctrico.
- ✓ Instalaciones del sistema de agua potable.

➤ Operativa

- ✓ 3 naves de 1000 m² cada una de construcción mixta.
- ✓ 2 terrenos con cerramiento acondicionados para almacenaje de mercancías de gran volumen.

- ✓ 1 nave de 500 m² acondicionados para mercancías que necesitan refrigeración.
- ✓ 1 báscula de capacidad de 50 toneladas mínimo
- ✓ 1 garita de 12 m² para receptor y emitir comprobantes de pesos.

Equipamiento

➤ Administrativo

- ✓ 5 Computadoras
- ✓ 2 Impresoras
- ✓ 1 Biométrico o Reloj – tarjetero.
- ✓ 1 Copiadora.
- ✓ 1 Teléfono Fax.
- ✓ 1 Archivador de 4 gavetas
- ✓ 5 Escritorios.
- ✓ 10 Sillas ejecutivas.

➤ Operativa

- ✓ 1 Vehículo.
- ✓ 1 Grúa para carga y descarga de mercancía a granel.
- ✓ 1 Montacargas.
- ✓ 1 Porta contenedores.
- ✓ 1 Sistema de comunicaciones.
- ✓ 1 Sistema de alarmas.

3.18 Estimación de las Inversiones

Las inversiones que se deben desarrollar para una Zona Franca están directamente relacionadas con:

Terreno

Construcciones

Equipamiento para las áreas administrativas y operativas.

Vehículos

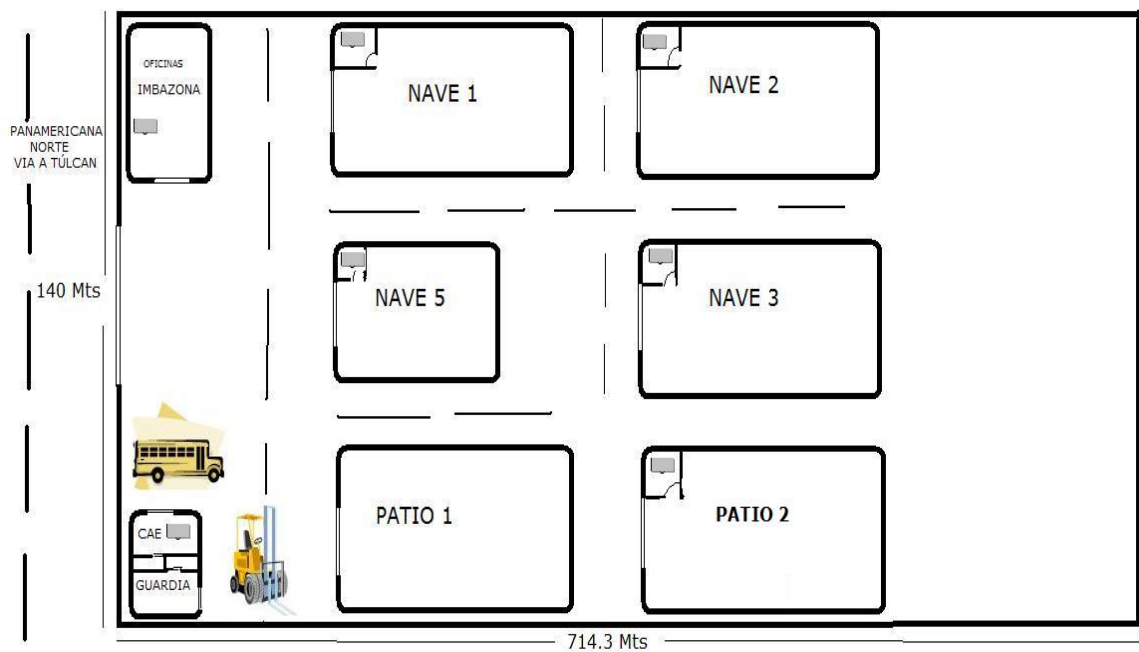
Maquinaria

Licencias de software

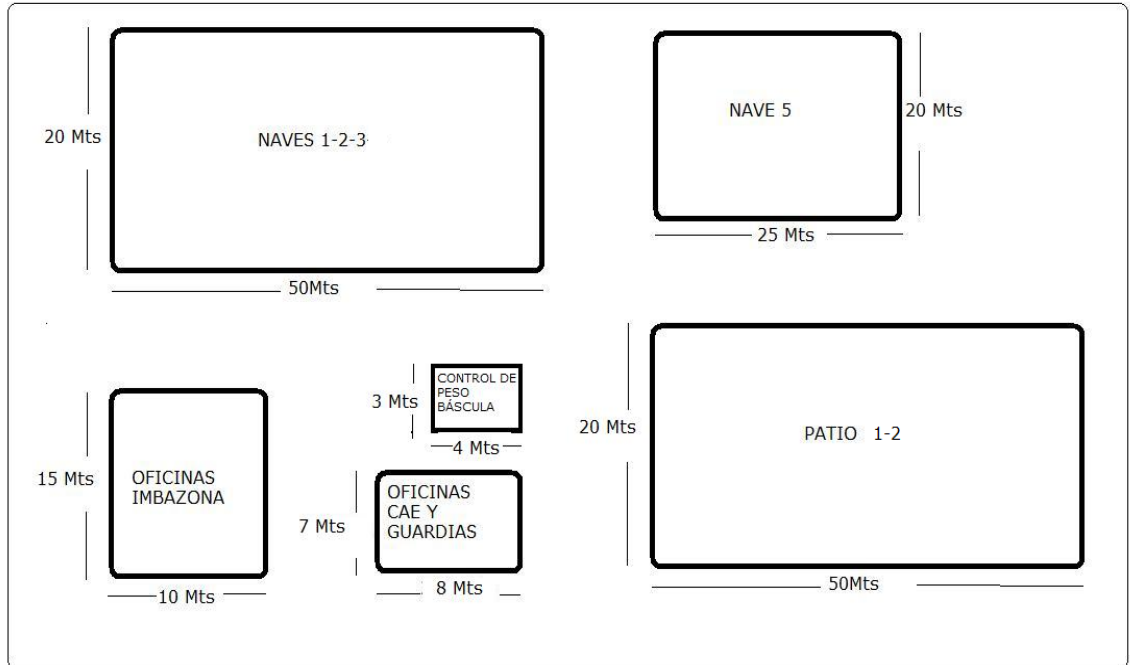
3.19 Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo (plano)

Plano básico de cómo se distribuirán los espacios al interior de la Zona Franca

PLANO DE IMPLANTACIÓN DEL PROYECTO DE CREACION DE IMBAZONA



MEDIDAS DE LA INFRAESTRUCTURA:



3.20 Determinación de estrategias

La principal estrategia para alcanzar los objetivos de la Zona Franca es la de promocionar los servicios a los empresarios de la ciudad de Ibarra y de la Región Norte del País.

CAPITULO IV ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

4.6 Presupuestos

Las organizaciones hacen parte de un medio económico en el que predomina la incertidumbre, por ello deben planear sus actividades si pretenden sostenerse en un entorno cada vez más competitivo, puesto que cuanto mayor sea la incertidumbre, mayores serán los riesgos por asumir.

Es decir, cuanto menor sea el grado de acierto de predicción o de acierto, mayor será la investigación que debe realizarse sobre la influencia que ejercerán los factores no controlables por la gerencia sobre los resultados finales que persigue una organización.

El presupuesto surge entonces como una herramienta moderna del planteamiento y control al reflejar el comportamiento de indicadores económicos y en virtud de sus relaciones con los diferentes aspectos administrativos contables y financieros de la organización, es por ello que a continuación se hace un análisis detallado de los diferentes presupuestos que se requieren para poner en funcionamiento la Zona Franca.

4.1.3 Presupuestos de Inversión

Las inversiones que demanda el proyecto se relacionan particularmente con la adquisición de los siguientes bienes

DETALLE DEL BIEN	CANT.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
TERRRENO	1	150000	150000,00
NAVES DE 1000 m ²	3	100000	300000,00
CERRAMIENTOS CON MALLA METALICA DE 1000 m ²	2	20000	40000,00
NAVES DE 500 m ²	1	50000	50000,00
LICENCIAS DE SOFTWARE	2	5000	10000,00
EDIFICACIÓN INFRAESTRUCTURA ADMINISTRATIVAS.	1	15000	15000,00
BÁSCULA	1	5000	5000,00
VEHICULO	1	15000	15000,00
GRUA	1	60000	60000,00
MONTACARGAS	1	50000	50000,00
PORTA CONTENEDORES	1	75000	75000,00
SISTEMA DE COMUNICACIÓN Y ALARMA	1	10000	10000,00

			780000
--	--	--	--------

El total de inversiones será financiado de la siguiente manera:

DETALLE DEL BIEN	VALOR	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	
		SOCIOS	CREDITO BANCARIO
TERRRENO	150000,00	150000	0
NAVES DE 1000 m ²	300000,00	300000	0
CERRAMIENTOS CON MALLA METALICA DE 1000 m ²	40000,00	40000	0
NAVES DE 500 m ²	50000,00		50000
LICENCIAS DE SOFTWARE	10000,00		10000
EDIFICACIÓN INFRAESTRUCTURA ADMINISTRATIVAS.	15000,00	15000	0
BÁSCULA	5000,00	5000	0
VEHICULO	15000,00	15000	0
GRUA	60000,00		60000
MONTACARGAS	50000,00		50000
PORTA CONTENEDORES	75000,00		75000
SISTEMA DE COMUNICACIÓN Y ALARMA	10000,00	10000	0
	780000	535000	245000

Del cuadro anterior se determina que el financiamiento será en un 68,59% por parte de los socios y el 31,41% mediante crédito bancario a 5 años plazo.

Activos Fijos

Del total de inversiones, el valor que corresponde a activos fijos es de \$ 975000 con el siguiente detalle:

DETALLE DEL BIEN	PRECIO TOTAL
TERRRENO	150000,00
NAVES DE 1000 m ²	300000,00
CERRAMIENTOS CON MALLA METALICA DE 1000 m ²	40000,00
NAVES DE 500 m ²	50000,00
EDIFICACIÓN INFRAESTRUCTURA ADMINISTRATIVAS.	15000,00
BÁSCULA	5000,00
VEHICULO	15000,00
GRUA	60000,00
MONTACARGAS	50000,00
PORTA CONTENEDORES	75000,00
	760000,00

Activos Intangibles

Del total de inversiones, el valor que corresponde a activos intangibles es de \$ 20000 con el siguiente detalle:

DETALLE DEL BIEN	PRECIO TOTAL
LICENCIAS DE SOFTWARE	10000,00
SISTEMA DE COMUNICACIÓN Y ALARMA	10000,00
	20000,00

Capital de trabajo

Debido a que el proyecto requiere de la realización de actividades pre operacionales y de un monto para cubrir los primeros períodos operativos se requiere como capital de trabajo el valor correspondiente a USD\$ 13000, desglosado de la siguiente manera:

Pre operacionales (diferidos que hay que amortizar)

DESCRIPCIÓN	VALOR USD \$
TRAMITES DE LEGALIZACIÓN	800
PAGO DE TASAS	500
PROYECTO DE IMPLANTACIÓN	1500
DISEÑO Y ELABORACION DE PLANOS	3500
TOTAL	6300

Operacionales

DESCRIPCIÓN	VALOR USD \$
REMUNERACIONES	2700
SERVICIOS BASICOS	2000
COMBUSTIBLE	800
ASESORÍA Y CONSULTORÍA	1200
TOTAL	6700

TOTAL USD\$ 13000

Cronograma de Inversión

Las inversiones que demanda el proyecto están distribuidas en el tiempo de la siguiente manera:

	Tiempo			
	1 TRI	2 TRI	3 TRI	4 TRI
Activos Fijos	100%			
Activos Intangibles		40%	40%	20%
Capital de trabajo	100%			

4.1.4 Presupuesto de Operación

El presupuesto de operación se relaciona con los ingresos, valores que la Zona Franca percibirá por cumplir con su finalidad; y los egresos que debe efectuar para cumplir con su funcionalidad, a continuación se detalla cada uno de los presupuestos, tanto de ingresos como de egresos:

a. Presupuestos de Ingresos

Arriendo	Unidad medida	Costo unitario	Cantidad	Costo total por mes	Costo total por año
NAVE 1	m2	4	1000	4000	48000
NAVE 2	m2	4	1000	4000	48000
NAVE 3	m2	4	500	2000	24000
TERRENO CON CERRADO	m2	3	1000	3000	36000
TERRENO CON CERRADO	m2	3	1000	3000	36000
TOTAL					192000

Alquiler	Unidad medida	Costo unitario	Cantidad	Costo total por mes	Costo total por año
----------	---------------	----------------	----------	---------------------	---------------------

MONTACARGAS	h/t	40	60	2400	28800
PORTACONTENEDORES	h/t	40	60	2400	28800
GRUA	h/t	40	60	2400	28800
BASCULA	c/v	3	600	1800	21600
VEHICULO	c/f	5	600	3000	36000
TOTAL					144000

Rubros por servicios	Tasa mensual	Cantidad de beneficiarios	Total por mes	Total por año
SERVICIOS BÁSICOS	200	10	2000	24000
TRÁMITES	600	10	6000	72000
ALÍCUOTAS	25	10	250	3000
TOTAL				99000

INGRESOS CON PROYECCIÓN A 5 AÑOS

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ARRIENDOS	192000,00	196800,00	201720,00	206763,00	211932,08
ALQUILERES	144000,00	147600,00	151290,00	155072,25	158949,06
SERVICIOS	99000,00	101475,00	104011,88	106612,17	109277,48
Total	435000,00	445875,00	457021,88	468447,42	480158,61

b. Presupuestos de egresos

RUBROS	Unidad de medida	Costo unitario	Consumo estimado	Costo total por mes	Costo total por año
Agua	m3	0,15	150	22,5	270
Luz	Kvh	0,15	1000	150	1800
Teléfono				50	600
Internet				50	680
Mano de obra				10000	10000
Depreciación maq. y eq.					38000
Amortización de diferidos				100	100
Pago del préstamo de inversión				5000	60000
Pago al SRI				250	3000
Total					114450

EGRESOS CON PROYECCIÓN A 5 AÑOS

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	270,00	276,75	283,67	290,76	298,03
Luz	1800,00	1845,00	1891,13	1938,40	1986,86
Teléfono	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Internet	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00
Mano de obra	10000,00	10250,00	10506,25	10768,91	11038,13
Depreciación maq. y eq.	38000,00	36100,00	34295,00	32580,25	30951,24
Amortización de diferidos	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Pago del préstamo de inversión	60000,00	55000,00	55000,00	40000,00	35000,00
Pago al SRI	3000,00	3075,00	3151,88	3230,67	3311,44

total	114450,00	107926,75	106507,92	90188,99	83965,70
-------	-----------	-----------	-----------	----------	----------

4.7 Estructura Financiera

LA ESTRUCTURA FINANCIERA

La estructura financiera es la forma en que se financian los activos de una empresa. "Cada uno de los componentes de la estructura patrimonial: Activo = Pasivo + Patrimonio Neto, tiene su costo, que está relacionado con el riesgo: "La deuda es menos riesgosa que el Capital, porque los pagos de intereses son una obligación contractual y porque en caso de quiebra los tenedores de la deuda tendrán un derecho prioritario sobre los activos de la empresa. Los dividendos, la retribución de capital son derechos residuales sobre los flujos de efectivo de la compañía, por lo tanto son más riesgosos que una deuda, por lo tanto, el costo de la deuda deberá ser más bajo que en rendimiento del capital, porque es menos riesgoso."

La estructura financiera inicial de la Zona Franca es la siguiente:

Activos	Valor
Corrientes	6.700,00
Fijos	1.015.000,00
Diferidos	6.300,00
Total Activos	1.028.000,00

Pasivo	Valor
Corriente	13.000,00
Largo Plazo	245.000,00
Total Pasivos	258.000,00

Patrimonio	Valor
Capital	770.000,00
Total Patrimonio	770.000,00

Total Pasivo y Patrimonio	1.028.000,00
----------------------------------	---------------------

Del cuadro anterior podemos determinar que los activos totales de la Zona Franca son financiados en un 74,40% por parte de los accionistas, mientras que el restante 25,60% son inversiones financiadas a través de un crédito bancario, lo cual es una distribución porcentual razonable dadas las características y el entorno en el que se desarrolla una Zona Franca.

Es necesario considerar a demás que del total de endeudamiento, el 94,96% representa un crédito bancario a largo plazo mientras que la diferencia 5,04% es endeudamiento a corto plazo que financia los rubros pre operacional y operacional en un período de tiempo de 3 meses.

4.8 Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA PRIMER AÑO

Ventas	435000
- Costo de servicios	114450
Utilidad bruta del servicio	320550
- Costos operativos	13350
Mano de obra	10000
Servicios básicos	3350
Utilidad en operación	307200
- Gastos Financieros	60000
Préstamos	60000
Utilidad antes de Impuestos	247200
25% Impuestos	61800

Utilidad a disposición de socios

185400

4.9 Flujos Netos de Fondos o Flujo de Caja

INVERSIONES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TERRRENO	150000,00					
NAVES DE 1000 m ²	300000,00					
CERRAMIENTOS CON MALLA METALICA DE 1000 m ²	40000,00					
NAVES DE 500 m ²	50000,00					
LICENCIAS DE SOFTWARE	10000,00					
EDIFICACIÓN INFRAESTRUCTURA ADM.	15000,00					
BÁSCULA	5000,00					
VEHICULO	15000,00					
GRUA	60000,00					
MONTACARGAS	50000,00					
PORTA CONTENEDORES	75000,00					
SISTEMA DE COMUNICACIÓN Y ALARMA	10000,00					
Total	780000,00					
INGRESOS						
ARRIENDOS		192000,00	196800,00	201720,00	206763,00	211932,08

ALQUILERES		144000,00	147600,00	151290,00	155072,25	158949,06
SERVICIOS		99000,00	101475,00	104011,88	106612,17	109277,48
Total		435000,00	445875,00	457021,88	468447,42	480158,61
EGRESOS						
SERVICIOS BASICOS						
AGUA		270,00	276,75	283,67	290,76	298,03
ENERGIA ELECTRICA		1800,00	1845,00	1891,13	1938,40	1986,86
TELEFONO		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
INTERNET		680,00	680,00	680,00	680,00	680,00
MANO DE OBRA		10000	10250,00	10506,25	10768,91	11038,13
DEPRECIACION MAQ Y EQ.		38000	36100	34295	32580,25	30951,24
AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS		100	100	100	100	100
PAGO DEL PRESTAMO DE INV.		60000	55000,00	55000,00	40000,00	35000,00
PAGO AL SRI		3000	3075,00	3151,88	3230,67	3311,44
Total		114450,00	107926,75	106507,92	90188,99	83965,70
FLUJO DE CAJA	-780000,00	320550,00	337948,25	350513,96	378258,43	396192,91

4.10 Evaluación

En razón de que es un proyecto de inversión la evaluación se centrará en el análisis de parámetros económicos como son: Período de Recuperación de la Inversión, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, punto de Equilibrio y Relación Beneficio/Costo

4.5.1 Período de Recuperación de la Inversión

AÑOS	FLUJOS			
0	Inversión	-780000,00		-780000,00
1	Año 1	320550,00		320550,00
2	Año 2	337948,25		337948,25
3	Año 3	350513,96		350513,96
4	Año 4	378258,43		378258,43
5	Año 5	396192,91		396192,91
				1003463,54

Tasa mínima anual de rendimiento

Tasa bancaria	12%
+ Inflación	3%
+ Aspiración socios	10%
+ Riesgo	5%
	30%

PRIMER AÑO	320550,00		
------------	-----------	--	--

SEGUNDO AÑO	337948,25		
780000,00	658498,25	=	121501,75

La inversión se recupera en 2,31 años

4.5.2 Valor Actual Neto

El valor actual neto descontado a la tasa mínima anual de rendimiento de 30%, es un valor positivo por lo que el proyecto de creación de la Zona Franca es viable, factible.

VAN= \$ 848.369,35

4.5.3 Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno= TIR 34,1%

La tasa interna de retorno es de 34,1%, valor que al ser comparado con las diferentes ofertas del mercado financiero es atractivo por lo que se puede decir que el proyecto de creación de la Zona Franca es muy rentable.

4.5.4 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un valor referencial que permite determinar un monto de ingresos y egresos con los cuales la Zona Franca ni pierde ni gana, dicho valor se no puede ser cuantificado en términos de unidades de venta ya que la Zona Franca ofrece servicios de arriendos, alquileres, entre otros servicios, por lo que el punto de equilibrio se establece como el monto de ingresos que debe generar para cubrir sus costos totales, dicho valor es de: 114450 dólares.

4.5.5 Relación Beneficio/Costo

Relación beneficio costo= total de ingresos / total de egresos

Total ingresos 2286502,90

Total egresos 503039,36

Relación beneficio costo= 4,55

La relación beneficio/costo para la Zona Franca es un valor superior a 1, ya que sus ingresos son superiores a sus egresos, lo que significa que existe un adecuado margen de rentabilidad.

4.5.6 Análisis de Sensibilidad

El proyecto de creación de Zona Franca es sensible a variable como: disponibilidad de infraestructura física, maquinaria y equipos, por lo que al variar estos elementos, es decir si prescindimos del arriendo de un patio cerrado, se obtienen los siguientes resultados:

Balance de Pérdidas y Ganancias.

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA PRIMER AÑO

Ventas	274200
- Costo de servicios	76450
Utilidad bruta del servicio	<hr/> 197750
- Costos operativos	13350

Mano de obra	10000
Servicios básicos	3350
Utilidad en operación	184400
- Gastos Financieros	60000
Préstamos	60000
Utilidad antes de Impuestos	124400
25% Impuestos	31100
Utilidad a disposición de socios	93300

PRIMER AÑO	161500,00		
SEGUNDO AÑO	172978,25		
TERCER AÑO	179618,46		
CUARTO AÑO	201424,67		
760000,00	715521,37	=	44478,63

La inversión se recupera en 4,21 Años

VAN

	FLUJOS	
0	Inversión	-760000,00
1	Año 1	161500,00
2	Año 2	172978,25
3	Año 3	179618,46

4	Año 4	201424,67
5	Año 5	213401,03

VAN= \$ 168.922,41

TIR

Tasa Interna de Retorno= TIR 7%

La tasa interna de retorno es de 7%, valor que al ser comparado con las diferentes ofertas del mercado financiero no es atractivo por lo que se puede decir que el proyecto de creación de la Zona Franca no es rentable.

Relación Costa/Beneficio

Relación beneficio costo= total de ingresos / total de egresos

Total ingresos 1441285.28

Total egresos 503039,36

Relación beneficio costo= 2,87

La relación beneficio/costo para la Zona Franca es un valor superior a 1, ya que sus ingresos son superiores a sus egresos, lo que significa que existe un moderado margen de rentabilidad.

CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.5 Conclusiones

- ✓ El proyecto de creación de una Zona Franca en la ciudad de Ibarra es viable, y factible, luego del análisis del VAN, TIR, C/B y Período de recuperación que fueron analizados.
- ✓ La presente tesis puede constituir como una guía o un manual de procedimientos, que permita a empresarios, industriales y comunidad en general crear una Zona franca en cualquier sitio deprimido del Ecuador.
- ✓ Con la ejecución de este proyecto bajaría notablemente los altos índices de desempleo que existe en la región norte del País.

5.6 Recomendaciones

- ✓ Que este proyecto sea un instrumento de consulta, y soporte técnico para entidades públicas o privadas que tengan deseos de superación a nivel de los negocios.
- ✓ Que los profesionales en formación escojan temas de importancia en su plan de tesis a tal punto que permita su desarrollo óptimo, es decir, que su finalidad sea ejecutable y aporte al desarrollo del país.

5.7 Bibliografía

- ✓ Ley de Aduanas y su reglamento
- ✓ Ley de Zonas Francas y su reglamento.
- ✓ Ley Tributaria
- ✓ Ley de Compañía
- ✓ Superintendencia de Bancos.
- ✓ Empresas legalmente constituidas en Imbabura

- ✓ <http://www.zoframa.com/documentos/REGLAMENTO%20INTERNO%20ODE%20ZONA%20FRANCA%20MANABI%20ZOFRAMA%20S.A..doc>
- ✓ <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/judicial/PAGINAS/R.O.Sup.Marzo.19.2001.htm#anchor548396>
- ✓ http://www.aduana.gov.ec/contenido/Zona_Franca.html
- ✓ <http://www.metrozona.com/solicitud.doc>
- ✓ <http://www.metrozona.com/infraestructura.html>
- ✓ http://www.metrozona.com/donde_se_encuentra.html
- ✓ <http://www.metrozona.com/reglamento.html>
- ✓ <http://www.bce.fin.ec/indicadores>
- ✓ <http://www.reingex.com/>

5.8 Anexos

ANEXO "1"

EMPRESAS COMERCIALES

EMPRESAS INDUSTRIALES

		PREGUNTAS										
ORD.	EMPRESAS INDUSTRIALIZADORAS	1		2		3		4		7		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	EEUU	PAISES ASIÁTICOS	OTROS
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
TOTAL SIN CONTESTADAS												
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	EEUU	PAISES ASIÁTICOS	OTROS
TOTAL CONTESTADAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ANEXO "2"

ENCUESTA PARA COMERCIALIZADORES QUE OPERAN EN LA PROVINCIA DE IMBABURA

Marque con una (x) la opción que crea usted, que bajo su criterio se ajuste a su realidad, solo debe realizar su consignación en una sola de las alternativas planteadas, según sea el caso.

1. ¿Conoce Usted que es una Zona Franca?

Sí

No

2. ¿Conoce los requisitos para ser un usuario en una Zona Franca?

Sí

No

3. ¿Conoce usted la finalidad de una Zona Franca?

Sí

No

4. ¿Conoce Usted de los beneficios que le otorga el ser usuario de una Zona Franca?

Sí

No

5. ¿Qué Productos su empresa Importa?



6. ¿A que ciudad del País le llegan sus productos Importados?

<input type="radio"/>	Quito
<input type="radio"/>	Guayaquil
<input type="radio"/>	Otros

7. ¿Qué vía utiliza para Importar sus productos, hasta el punto de llegada en el Ecuador?

<input type="radio"/>	Terrestre
<input type="radio"/>	Aérea
<input type="radio"/>	Marítima

8. ¿De que lugar trae sus productos?

<input type="radio"/>	EEUU
<input type="radio"/>	Países Asiáticos
<input type="radio"/>	Otros

9. ¿Con que frecuencia Importa sus productos?

<input type="radio"/>	Cada Semana	<input type="radio"/>	Cada trimestre
<input type="radio"/>	Cada 15 días	<input type="radio"/>	Cada semestre
<input type="radio"/>	Cada mes	<input type="radio"/>	Cada año

10. ¿Qué tipo de riesgos se presentan al trasladar la mercadería desde el punto de llegada en el Ecuador hasta su empresa?

<input type="radio"/>	Robo de la mercancía	<input type="radio"/>	Faltantes de mercancías
<input type="radio"/>	deterioro de la mercancía	<input type="radio"/>	Cambio de mercancías
<input type="radio"/>	pérdida de la mercancía	<input type="radio"/>	Eximción de Responsabilidad al transportista

11. ¿Qué tipo de costos incurre en el proceso de trasladar la mercadería desde el punto de llegada en el Ecuador hasta la empresa, y señale su prioridad o importancia en función del valor que dicho costo representa para la empresa?

<input type="radio"/>	Poliza de seguro	<input type="radio"/>	Manipulación y estibaje
<input type="radio"/>	Flete	<input type="radio"/>	Embalajes adicionales
<input type="radio"/>	Seguridad Armada	<input type="radio"/>	Otros

ENCUESTA PARA INDUSTRIALES QUE OPERAN EN LA PROVINCIA DE IMBABURA

Marque con una (x) la opción que crea usted, que bajo su criterio se ajuste a su realidad, solo debe realizar su consignación en una sola de las alternativas, según sea el caso.

1. ¿Conoce Usted que es una Zona Franca?

Sí

No

2. ¿Conoce los requisitos para ser un usuario en una Zona Franca?

Sí

No

3. ¿Conoce usted la finalidad de una Zona Franca?

Sí

No

4. ¿Conoce Usted de los beneficios que le otorga el ser usuario de una Zona Franca?



Sí



No

5. ¿Cuál es el Producto que su empresa fabrica o produce?

6. ¿Cuáles son los insumos, materias primas o subproductos que su empresa importa?

7. ¿De que País le llegan las materias primas, insumos o subproductos?



EEUU



Países Asiáticos



Otros

8. ¿A que ciudad del Ecuador le llegan sus materias primas, insumos o subproductos?

<input type="radio"/>	Quito
<input type="radio"/>	Guayaquil
<input type="radio"/>	Otros _____

9. ¿Exporta sus productos terminados?

<input type="radio"/>	Sí
<input type="radio"/>	No

10. ¿Qué vía utiliza para Exportar sus productos terminados?

<input type="radio"/>	Terrestre
<input type="radio"/>	Aérea
<input type="radio"/>	Marítima

11. ¿Desde que ciudad del Ecuador exporta sus productos terminados?

<input type="radio"/>	Quito
<input type="radio"/>	Guayaquil
<input type="radio"/>	Otros _____

12. ¿Qué porcentaje de su producción mensual Exporta?



- 0% - 25%
- 26% - 50%
- 51% - 75%
- 75% - 100%

13. ¿Con que frecuencia exporta sus productos?



- Cada Semana
- Cada 15 días
- Cada mes



- Cada trimestre
- Cada semestre
- Cada año

14. ¿Qué tipo de riesgos se presentan al trasladar la mercadería desde la empresa al punto de embarque?



- Robo de la mercancía
- deterioro de la mercancía
- pérdida de la mercancía



- Faltantes de mercancías
- Cambio de mercancías
- Eximición de Responsabilidad al transportista

15. ¿Qué tipo de costos incurre en el proceso de trasladar la mercadería desde la empresa al punto de embarque, y señale su prioridad o importancia en función del valor que dicho costo representa para la empresa?



- Poliza de seguro
- Flete
- Seguridad Armada



- Manipulación y estibaje
- Embalajes adicionales
- Otros

ANEXO "3"

		PREGUNTAS										
ORD.	EMPRESAS INDUSTRIALIZADORAS	1		2		3		4		7		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	EEUU	PAISES ASIÁTICOS	OTROS
1	TEXGARDENIA S.A.	X		X		X		X		X		
2	PUNTOBYTEX CIA. LTDA.	X		X		X		X		X		
3	FEXIMBA S.A.	X		X		X		X		X		
4	INEDECSA S.A.	X		X		X		X			X	
5	FLORECOT S.A.		X		X	X			X		X	
6	YURIBARRA CIA. LTDA.	X			X		X		X		X	
7	PILNORTE S.A.	X		X			X		X			X
8	FORESTFLOR CIA. LTDA.	X			X	X			X			X
9	AGROPECUARIA LA MAGDALENA S.A.		X		X		X		X			X
10	FLORETUM S.A.		X		X		X		X			X
TOTAL SIN CONTESTADAS												
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	EEUU	PAISES ASIÁTICOS	OTROS
TOTAL CONTESTADAS		7	3	5	5	6	4	4	6	3	3	4

PREGUNTAS

8			9		10			11		
UIO	GYE	OTROS	SI	NO	TERRESTRE	AÉREA	MARÍTIMA	UIO	GYE	OTROS
X			X			X		X		
X			X			X		X		
X			X			X		X		
X			X			X		X		
X			X			X		X		
	X		X				X		X	
		X	X		X					X
		X	X		X					X
	X			X			X		X	
	X			X			X		X	

UIO	GYE	OTROS	SI	NO	TERRESTRE	AÉREA	MARÍTIMA	UIO	GYE	OTROS
5	3	2	8	2	2	5	3	5	3	2

PREGUNTAS

12				13					
0% a 25%	26% a 50%	51% a 75%	76% a 100%	CADA SEMANA	CADA 15 DÍAS	CADA MES	CADA TRIMESTRE	CADA SEMESTRE	CADA AÑO
	X			X					
	X			X					
	X			X					
	X								X
		X			X				
		X			X				
			X					X	
			X			X			
			X				X		
X				X					

0% a 25%	26% a 50%	51% a 75%	76% a 100%	CADA SEMANA	CADA 15 DÍAS	CADA MES	CADA TRIMESTRE	CADA SEMESTRE	CADA AÑO
1	4	2	3	4	2	1	1	1	1

14						15					
ROBO	DETERIORO	PERDIDA	FALTANTE	CAMBIO	EXIMICIÓN	SEGURO	FLETE	SEGURIDAD	MANIPULACIÓN	EMBALAJE	OTROS
1	2	3				1	2	3		4	
1	3	2				1	2	3		4	
2	3	1				1	2	3		4	
1	3	2				1	2	3	4	5	
1	3	2				1	2	3	4	5	
1	2	3				1	2	4		3	
2	3	1	4			1	2	3		4	
1	3	2				1	2	3	4	5	
1	2	3				1	2	3		4	
2	1	3				1	3	2		4	

0 0 0 9 10 10 0 0 0 7 0 10

ROBO	DETERIORO	PERDIDA	FALTANTE	CAMBIO	EXIMICIÓN	SEGURO	FLETE	SEGURIDAD	MANIPULACIÓN	EMBALAJE	OTROS
10	10	10	1	0	0	10	10	10	3	10	0

1	CONOCE QUE ES UNA ZF										
2	CONOCE LOS REQUISITOS PARA SER UN USUARIO EN UNA ZF										
3	CONOCE LA FINALIDAD DE UNA ZF										
4	CONOCE LOS BENEFICIOS QUE OTORGA EL SER USUARIO DE UNA ZF										
5	CUÁL ES EL PRODUCTO QUE SU EMPRESA FABRICA O PRODUCE										
6	CUÁLES SON LOS INSUMOS, MATERIAS PRIMAS O SUBPRODUCTOS QUE SU EMPRESA IMPORTA										
7	DE QUE PAÍS LE LLEGAN LAS MATERIAS PRIMAS, INSUMOS O SUBPRODUCTOS										
8	A QUE CIUDAD DEL ECUADOR LE LLEGAN SUS MATERIAS PRIMAS, INSUMOS O SUBPRODUCTOS										
9	EXPORTA SUS PRODUCTOS TERMINADOS										
10	QUÉ VÍA UTILIZA PARA EXPORTAR SUS PRODUCTOS TERMINADOS										
11	DESDE QUE CIUDAD DEL ECUADOR EXPORTA SUS PRODUCTOS TERMINADOS										
12	QUÉ PORCENTAJE DE SU PRODUCCIÓN MENSUAL EXPORTA										
13	CON QUE FRECUENCIA EXPORTA SUS PRODUCTOS										
14	QUÉ TIPO DE RIESGOS SE PRESENTAN AL TRASLADAR LA MERCADERÍA DESDE LA EMPRESA AL PUNTO DE EMBARQUE										
15	QUÉ TIPO DE COSTOS INCURRE EN EL PROCESO DE TRASLADAR LA MERCADERÍA DESDE LA EMPRESA AL PUNTO DE EMBARQUE, Y SEÑALE SU PRIORIDAD O IMPORTANCIA EN FUNCIÓN DEL VALOR QUE DICHO COSTO REPRESENTA PARA LA EMPRESA										

	PRIORIDAD					
	1	2	3	4	5	6
Robo	7	3	0	0	0	0
Deterioro	1	3	4	2	0	0
Pérdida	2	0	4	0	0	0
Faltante	0	0	2	6	0	0
Cambio	0	0	0	2	6	0
Eximición	0	0	0	0	0	8
	10	6	10	10	6	8

	PRIORIDAD					
	1	2	3	4	5	6
Seguro	10	0	0	0	0	0
Flete	0	8	2	0	0	0
Seguridad	0	2	8	0	0	0
Manipulación	0	0	0	6	2	0
Embalaje	0	0	0	2	6	0
Otros	0	0	0	0	0	4
	10	10	10	8	8	4

ANEXO "4"

PREGUNTAS

ORD.	EMPRESAS COMERCIALIZADORAS	1		2		3		4		6		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	UIO	GYE	OTROS
1	AEROAUTO CIA L TDA	X			X		X		X	X		
2	AGENCIAS DEL NORTE		X		X	X			X	X		
3	AGIP ECUADOR SA		X		X		X		X	X		
4	AGROTRANSCOM		X		X		X		X	X		
5	ALBAJO KOSTO		X		X	X			X	X		
6	ALMACEN AMADOR DAVILA CIA L TDA	X			X		X		X		X	
7	ALMACEN CARLOS ARIAS	X		X			X		X			X
8	ALMACENES TIA SA		X		X	X			X			X
9	AUTOVENTAS WAY		X		X		X		X	X		
10	COMERCIAL HIDROBO		X		X		X		X	X		
11	COMILLANTA	X		X			X		X	X		
12	DIST ARIAS CIA L TDA		X		X	X		X		X		
13	FERRO-LOPEZ	X			X		X		X	X		
14	DISTRIBUIDORA COLON		X		X		X		X		X	
15	DISTRIBUIDORA DIME		X		X		X		X		X	
16	DISTRIB MANTILLA JACOME E HIJOS C.L.		X		X		X		X	X		
17	EFEGE SCREEN CIA LTDA.		X		X		X		X	X		
18	EL REPUESTO		X		X		X		X	X		
19	FERRINDUSTRIAL SA.	X		X		X			X		X	
20	DISTRIBUIDORA SHIW Y AN		X		X	X			X		X	

TOTAL SIN CONTESTADAS

SI NO SI NO SI NO SI NO UIO GYE OTROS

TOTAL CONTESTADAS

6 14 3 17 6 14 1 19 13 5 2

PREGUNTAS

7			8			9					
TERRESTRE	AÉREA	MARÍTIMA	EEUU	PAISES ASIÁTICOS	OTROS	CADA SEMANA	CADA 15 DÍAS	CADA MES	CADA TRIMES	CADA SEMESTRE	CADA AÑO
	X		X			X					
	X		X			X					
	X		X			X					
	X				X		X				
	X				X		X				
X		X		X			X				
X					X			X			
	X		X					X			
	X		X					X			
	X		X					X			
		X		X		X					
		X		X		X					
	X		X			X					
	X		X			X					
	X		X			X					
		X		X					X		
		X		X						X	

TERRESTRE AÉREA MARÍTIMA EEUU PAISES ASIÁTICOS OTROS CADA SEMANA CADA 15 DÍAS CADA MES CADA TRIMES CADA SEMESTRE CADA AÑO
 2 13 5 11 5 4 8 7 3 1 1 0

PREGUNTAS

10						11					
ROBO	DETERIORO	PERDIDA	FALTANTE	CAMBIO	EXIMICIÓN	SEGURO	FLETE	SEGURIDAD	MANIPULACI	EMBALAJE	OTROS
1	2	3	4			1	2	3		4	
1	3	2	4			1	2	3		4	
2	3	1	4			1	2	3	4		
1	4	2	3			1	3	2	4		
1	3	2	4			1	3	2	4		
1	2	3	4			1	2	3	4		
2	3	1	4			1	2	3			
1	4	2	3			1	2	3	4		
1	2	3				2	1			3	
2	1	3				2	1			3	
2	3	1	4			1	2	3	4		
1	4	2	3			1	4	2	3		
1	3	2	4			3	1	2	4		
1	2	3	4			2	1	3	4		
3	2	1				3	2	1			
1	3	2				1	3	2			
2	3	1	4			2	3	1	4		
1	4	2	3			1	2			3	
1	3	2	4			1	2			3	
1	2	3	4			1	2			3	
0	0	0	4	20	20	0	0	5	10	13	20
ROBO	DETERIORO	P+ERDIDA	FALTANTE	CAMBIO	EXIMICIÓN	SEGURO	FLETE	SEGURIDAD	MANIPULACI	EMBALAJE	OTROS
20	20	20	16	0	0	20	20	15	10	7	0

- 1 CONOCE QUE ES UNA ZF
- 2 CONOCE LOS REQUISITOS PARA SER UN USUARIO EN UNA ZF
- 3 CONOCE LA FINALIDAD DE UNA ZF
- 4 CONOCE LOS BENEFICIOS QUE OTORGA EL SER USUARIO DE UNA ZF
- 5 QUE PRODUCTO SU EMPRESA IMPORTA
- 6 A QUE CIUDAD DEL PAÍS LE LLEGAN SUS PRODUCTOS IMPORTADOS
- 7 QUE VÍA UTILIZA PARA IMPORTAR SUS PRODUCTOS, HASTA EL PUNTO DE LLEGADA EN EL ECUADOR
- 8 DE QUE LUGAR TRAE SUS PRODUCTOS
- 9 CON QUE FRECUENCIA IMPORTA SUS PRODUCTOS
- 10 QUE TIPO DE RIESGOS SE PRESENTAN AL TRASLADAR LA MERCANCÍAS DESDE EL PUNTO DE LLEGADA EN EL ECUADOR HASTA SU EMPRESA
- 11 QUE TIPO DE COSTOS INCURRE EN EL PROCESO DE TRASLADAR LA MERCANCÍA DESDE EL PUNTO DE LLEGADA EN EL ECUADOR HASTA LA EMPRESA

	PRIORIDAD					
	1	2	3	4	5	6
Robo	14	5	1	0	0	0
Deterioro	1	6	9	4	0	0
Pérdida	5	9	6	0	0	0
Faltante	0	0	4	12	0	0
Cambio	0	0	0	0	0	0
Eximición	0	0	0	0	0	0
	20	20	20	16	0	0

	PRIORIDAD					
	1	2	3	4	5	6
Seguro	14	4	2	0	0	0
Flete	4	11	4	1	0	0
Seguridad	2	5	8	0	0	0
Manipulación	0	0	1	9	0	0
Embalaje	0	0	5	2	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
	20	20	20	12	0	0

ANEXO "5"

REGÍMENES CÓDIGOS

Actualización del catalogo de códigos de regímenes aduanero.

Código	Descripción Régimen
10	IMPORTACIÓN A CONSUMO
11	IMPORTACIÓN A CONSUMO CON FRANQUICIA ARANCELARIA
12	EXPORTACIÓN BAJO REPOSICIÓN CON FRANQUICIA ARANCELARIA
15	ORDEN DE EMBARQUE
20	IMPO.- ADMISIÓN TEMPORAL CON REEXP. EN EL MISMO ESTADO
21	IMPO.- ADMISIÓN TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO ACTIVO
24	IMPO. - FERIAS INTERNACIONALES
31	REIMP. DE MERCANCÍAS EXPORTADAS TEMPORALMENTE PARA PERFECCIONAMIENTO PASIVO
32	REIMPORTACIÓN DE MERCANCÍAS EXPORTADAS TEMPORALMENTE
40	EXPORTACIÓN A CONSUMO
50	EXPO. TEMPORAL CON REIMPORTACIÓN EN EL MISMO ESTADO
51	EXPO. TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO PASIVO
53	EXPO. CON DEVOLUCIÓN CONDICIONADA DE TRIBUTOS (DRAWB.)

60	REEXP. DE MERCANCÍAS EN EL MISMO ESTADO
61	REEXPORTACIÓN DE MERCANCÍAS QUE FUERON IMPORTADAS PARA PERFECCIONAMIENTO ACTIVO
70	IMPO.- DEPOSITO ADUANERO COMERCIAL PUBLICO
71	IMPO.- DEPOSITO ADUANERO COMERCIAL PRIVADO
72	IMPO.- DEPOSITO ADUANERO INDUSTRIAL
73	IMPO.- ALMACÉN LIBRE (IN BOND O DUTY FREE)
74	IMPO. - MAQUILAS
61	REEXPORTACIÓN DE PRODUCTOS MAQUILADOS
61	REEXPORTACIÓN DE PRODUCTOS TRANSFORMADOS EN DEPOSITO INDUSTRIAL
60	REEXPORTACIÓN DE MERCANCÍAS QUE FUERON IMPORTADAS A DEPOSITO COMERCIAL
60	REEXPORTACIÓN DE MERCANCÍAS INGRESADAS A ALMACENES LIBRES
79	EXPORTACIÓN A CONSUMO DESDE ZONA FRANCA
80	TRANSITO ADUANERO
81	TRANSBORDO
83	REEMBARQUE
84	TRANSFERENCIA DE INSUMOS /NO SUJETOS A CAMBIO DE ESTADO
85	TRANSFERENCIA DE PRODUCTOS COMPENSADORES
86	DESTRUCCIÓN DE SOBRANTES

87	REGULARIZACIÓN POR PÉRDIDA O DESTRUCCIÓN
88	VENTA EN ALMACENES LIBRES
90	ZONA FRANCA
91	TRAFICO POSTAL INTERNACIONAL Y COURIER
92	TRAFICO FRONTERIZO
93	ZONA DE LIBRE COMERCIO
94	COURIER EXPORTACIÓN

NOMBRE: TABLA REGÍMENES ADUANEROS.

FUENTE: www.aduana.gov.ec

ANEXO "6"



SOLICITUD PARA INSTALARSE EN IMBAZONA

EMPRESA.

RAZÓN SOCIAL	
R.U.C.	

REPRESENTANTE LEGAL	
CÉDULA DE IDENTIDAD	
CIUDAD	
DIRECCIÓN	
TELÉFONO	
FAX	

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.

AÑO DE CONSTITUCIÓN	
NACIONALIDAD	
DOMICILIO LEGAL	
CAPITAL AUTORIZADO	
CAPITAL PAGADO	

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN

NACIONAL	%
-----------------	---

EXTRANJERO	%
-------------------	---

EMPLEO A GENERAR.

CATEGORÍA	INICIAL	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Personal Ejecutivo					
Personal especializado					
Obreros calificados					
Obreros no calificados					
Total					

INVERSIÓN (USD \$).

CATEGORÍA	INICIAL	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Construcciones					
Maquinaria y Equipo					
Capital de Trabajo					
Otros					

...SOLO PARA INDUSTRIAS...

PRODUCTOS A FABRICAR

PRODUCTO	MATERIAS PRIMAS	NACIONALES	EXTRANJEROS

PROCESO DE FABRICACIÓN

DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO DE FABRICACIÓN

ACTIVIDAD

INDUSTRIAL	
• PRODUCCIÓN	
• MAQUILADORA	
• ARTESANAL	

COMERCIAL	
SERVICIOS	
• LOGÍSTICOS	
• FINANCIEROS	
• SEGUROS	
• TURÍSTICOS	
• MÉDICOS	
• GENERALES	

PRODUCTO

<p>DEFINICIÓN GENERAL DEL PRODUCTO O PRODUCTOS A OPERAR EN ZONAS FRANCAS</p>

ÁREA REQUERIDA (Metros cuadrados).

	INICIAL	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Área de galpones					
Área Oficinas					
Área de Lotes o Patios					
Instalaciones especiales					
Total					

SERVICIOS PÚBLICOS

ENERGÍA ELÉCTRICA (Kvh)	
AGUA	
FIBRA ÓPTICA	
TELÉFONO (# de líneas)	

LA EMPRESA DEBE ADJUNTAR

- ✓ Copia notariada de la Escritura de Constitución de la empresa (Empresas Nacionales – 2 Copias notariadas).

- ✓ Copia de la Escritura de Constitución de la empresa con el Certificado Consular (Empresas extranjeras, según Art. 17 de la Ley de Zonas Francas), que acredite la existencia legal de la compañía en el país de origen. (2 Copias Certificadas).
- ✓ Nombramiento de Representante Legal de la Compañía notariado (Empresas nacionales – 2 Copias notariadas).
- ✓ Nombramiento del Representante Legal de la Compañía o Poder Especial nombrando un Representante Legal de la empresa, con el Certificado Consular en el país de origen de la compañía (Empresas extranjeras, 2 Copias Certificadas).
- ✓ Copia del Certificado de la Superintendencia de Compañías que acredite la existencia legal de la empresa (Empresas nacionales).
- ✓ Copia del R.U.C. (Empresas nacionales y extranjeras).
- ✓ Estudio de Impacto Ambiental (Empresas nacionales y extranjeras que realicen cualquier actividad industrial, comercial o de prestación de servicios).

GLOSARIO DE TERMINOS

Aduana, es un servicio público que tiene a su cargo principalmente la vigilancia y control de la entrada y salida de personas, mercancías y medios de transporte por las fronteras y zonas aduaneras de la República; la determinación y la recaudación de las obligaciones tributarias causadas por tales hechos; la resolución de los reclamos, recursos, peticiones y consultas de los interesados; y, la prevención, persecución y sanción de las infracciones aduaneras.

Agente de Aduana, es la persona natural o jurídica cuya licencia otorgada por el Gerente General de la Corporación Aduanera le faculta a gestionar de manera habitual y por cuenta ajena, el despacho de las mercancías, debiendo para el efecto firmar la declaración aduanera.

Extraterritorialidad, espacio de territorio donde es considerado un sitio extranjero.

Exención o Exoneración Tributaria, es la exclusión o la dispensa legal de la obligación tributaria, establecida por razones de orden público, económico o social.

Delito Aduanero, consiste en el ilícito y clandestino tráfico internacional de mercancías, o en todo acto de simulación, ocultación, falsedad o engaño que induzca a error a la autoridad aduanera,

realizados para causar perjuicios al fisco, evadiendo el pago total o parcial de impuestos o el cumplimiento de normas aduaneras, aunque las mercancías no sean objeto de tributación.

Fáctica, estudio real de un determinado tema

Regímenes, son tratamiento de las mercancías que ingresan o salen del Ecuador.

Potestad, responsabilidad asumida por un ente regulador.

Tributos al Comercio Exterior, son los derechos arancelarios establecidos en los respectivos aranceles; los impuestos establecidos en leyes especiales; y las tasas por servicios aduaneros.

Potestad Aduanera, es el conjunto de derechos y atribuciones que la ley y el reglamento otorgan de manera privativa a la Aduana para el cumplimiento de sus fines.

Zona Primaria, es la parte del territorio aduanero en la que se habilitan recintos para la práctica de los procedimientos aduaneros.

Zona Secundaria, es la parte del territorio aduanero, que no se encuentra contemplada como zona primaria.

Zona Franca, es el régimen liberatorio que por el principio de extraterritorialidad, permite el ingreso de mercancías, libre de pago de impuestos, a espacios autorizados y delimitados del territorio nacional.

Zona de Libre Comercio, es el régimen que permite el intercambio de mercancías, libre del pago de impuestos aduaneros, entre países integrantes de una zona de territorio delimitado y de mercancías originarias de los mismos, sujeto a las formalidades aduaneras previstas en los respectivos convenios internacionales.