



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA INGENIERÍA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR
CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

CREACIÓN DE LA EMPRESA DE ASESORAMIENTO EN COMERCIO EXTERIOR “M&M” ASESORES S.A, PARA FACILITAR LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE EMPRESAS PRODUCTORAS Y MIPYMES EN LA CIUDAD DE QUITO – PICHINCHA – ECUADOR EN EL AÑO 2016.

AUTORES:

Mario Carlos Salazar Pazmiño

Betsy Monserath Arévalo Montero

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por los Sr (es). Mario Carlos Salazar Pazmiño, Betsy Monserrath Arévalo Montero, quienes han cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

ING. OSCAR IVÁN GRANIZO PAREDES

DIRECTOR

ING. JUAN CARLOS ALARCÓN GAVILANES

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, Mario Carlos Salazar Pazmiño, Bettsy Monserrath Arévalo Montero, declaramos que el presente trabajo de titulación es de nuestra autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autores, asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 17 de Marzo del 2017

Mario Carlos Salazar Pazmiño

C.C 060424637-1

Bettsy Monserrath Arévalo Montero

C.C 060358241-2

DEDICATORIA

Con el más grande cariño y entusiasmo que aflora desde los más profundo de nuestro ser, dedicamos este Trabajo de titulación a nuestros queridos Padres y hermanas, que desde el primer instante supieron ayudarme con esfuerzo y voluntad.

A ellos que nos enseñaron el verdadero camino de la grandeza, el estudio, a ellos que nos alimentaron, que nos vistieron, que nos dieron lo necesario para vivir, a ellos que con amor y comprensión hicieron de nosotros jóvenes de ejemplo de la sociedad actual. A ellos dedicamos este trabajo.

En este trabajo de titulación hemos puesto todo el interés y anhelo en las largas noches de investigación, de algunos días de recopilación de datos; por ello, ofrecemos a nuestros padres de parte de Mario Carlos Salazar Pazmiño: MARIO SALAZAR, MARILUZ PAZMIÑO y por parte de Monserrath Arévalo a su madre NANCY MONTERO, que representan para nosotros el oro sin precio y que vivirán en el más vivo recuerdo.

Mario Carlos Salazar Pazmiño
Bettsy Monserrath Arévalo Montero

AGRADECIMIENTO

Con frases cortas pero sinceras, queremos manifestar nuestro más profundo agradecimiento a todos quienes nos ayudaron a culminar este Trabajo de Titulación. En la realización de esta investigación, nos permitieron enriquecernos de muchos conocimientos en el área de Comercio Exterior, por ello nuestro reconocimiento.

En primer lugar debemos expresar nuestra gratitud al Ing. Oscar Iván Granizo Paredes y al Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes, quienes con mentalidad abierta, y generosa comprensión, dirigieron esta investigación.

También nuestro agradecimiento a los Ingenieros profesores de tan prestigiosa institución, que con abnegación y sacrificada labor han hecho posible que nuestros conocimientos vayan ampliándose cada vez más.

A nuestros amigos y compañeros, que en todo momento estaban preguntando y nos incitaban a culminar el presente trabajo.

A nuestras hermanas, quienes con comprensión veían nuestro esfuerzo para ser un hombre y una mujer de provecho para la patria, vaya que para ellas nuestro profundo reconocimiento, ya que sin su apoyo no hubiésemos podido culminar una etapa tan importante de nuestras vidas.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de cuadros	ix
Índice de tablas	x
Índice de gráficos.....	x
Índice de ilustraciones	x
Índice de anexos.....	xi
Resumen ejecutivo	xii
Summary.....	xiii
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del Problema	2
1.1.2 Delimitación del Problema.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN	3
1.3 OBJETIVOS	4
1.3.1 Objetivo General	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	5
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	5
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
2.2.1 Artículos de la Constitución del Ecuador.....	7
2.2.2 Plan Nacional del Buen Vivir	8
2.2.3 Código orgánico de la producción, comercio e inversiones, COPCI.....	20
2.2.4 Inconterms.....	26
2.2.5 Contenedores.....	34

2.2.6	Dimensiones de los contenedores	37
2.2.7	¿Cuáles son los tipos de embalaje más comunes en las mercancías de exportación?	40
2.2.8	Tipos de transportes en exportación.....	43
2.2.9	Póliza de seguro de transporte de mercancías.....	46
2.2.10	La competitividad del Ecuador en el mercado global	48
2.3	IDEA A DEFENDER	49
2.3.1	Idea General	49
2.3.2	Ideas Específicas	50
2.4	VARIABLES	50
2.4.1	Variable Independiente	50
2.4.2	Variable Dependiente.....	50
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		51
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	51
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	51
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA	51
3.4	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	52
3.4.1	Método inductivo - deductivo	52
3.4.2	Método descriptivo.....	53
3.4.3	Técnicas.....	53
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		65
4.1	PRESENTACIÓN.....	65
4.2	COSTOS	66
4.2.1	Costos por Servicios.....	66
4.2.2	Costos de Importaciones y Exportaciones	67
4.3	CONSTITUCION DE LA EMPRESA	68
4.3.1	Organigrama.....	72
4.3.3	Presupuesto del Proyecto	81
4.3.4	Inversión de activos fijos.	81
4.3.5	Depreciaciones	82
4.3.6	Capital de Trabajo	83
4.3.7	Gastos Operacionales	85
4.4	OBJETIVOS	86
4.4.1	Objetivos Generales	86

4.4.2	Objetivos específicos	86
4.5	ALIZANZAS ESTRATEGICAS.....	86
4.6	ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	87
4.7	CONTENIDO DE LA PROPUESTA	88
4.7.1	Manual de procesos para importaciones y exportaciones	88
4.7.2	Recopilación de Datos- Proceso Externo Exportaciones	91
	CONCLUSIONES	94
	RECOMENDACIONES.....	95
	BIBLIOGRAFÍA	96
	ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Objetivos plan del buen vivir	8
Cuadro 2: Ruta PRO ECUADOR	24
Cuadro 3: Dimensiones de los contenedores	37
Cuadro 4: Tipos y descripciones de contenedores	38
Cuadro 5: Servicios.....	66
Cuadro 6: Impostaciones y Exportaciones.....	67
Cuadro 7: Notas	67
Cuadro 8: Organigrama estructural.....	73
Cuadro 9: Agente de Aduana.....	73
Cuadro 10: Secretaria.....	74
Cuadro 11: Contador.....	75
Cuadro 12: Recursos Humanos.....	76
Cuadro 13: Coordinador de Comercio Exterior.....	77
Cuadro 14: Digitador	79
Cuadro 15: Gastos de Preinversión.....	80
Cuadro 16: Presupuesto	81
Cuadro 17: Administración.....	82
Cuadro 18: Operaciones.....	82
Cuadro 19: Capital de Trabajo.....	83
Cuadro 20: Capital de Trabajo.....	84
Cuadro 21: Gastos Operacionales.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Actividad que practica la empresa, comercio exterior, comercio interno	54
Tabla 2: Le gustaría realizar actos de comercio interior.....	55
Tabla 3: Comercio exterior importaciones y exportaciones	56
Tabla 4: Frecuencia al realizar las exportaciones o importaciones	57
Tabla 5: Factor por lo que usted contrata un servicio.....	58
Tabla 6: Le interesa realizar exportaciones o importaciones.....	59
Tabla 7: Conocimiento de procedimientos	60
Tabla 8: Contratación de servicios de asesoría.....	61
Tabla 9: Contratación de empresa de asesoría legal o intermediario	62
Tabla 10: Búsqueda de un servicio	63

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Actividad que practica la empresa, comercio exterior, comercio interno	54
Gráfico 2: Le gustaría realizar actos de comercio interior.....	55
Gráfico 3: Comercio exterior importaciones y exportaciones	56
Gráfico 4: Frecuencia al realizar las exportaciones o importaciones	57
Gráfico 5: Factor por lo que usted contrata un servicio.....	58
Gráfico 6: Le interesa realizar exportaciones o importaciones.....	59
Gráfico 7: Conocimiento de procedimientos	60
Gráfico 8: Contratación de servicios de asesoría.....	61
Gráfico 9: Contratación de empresa de asesoría legal o intermediario	62
Gráfico 10: Búsqueda de un servicio	63

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Contenedores	34
Ilustración 2: Nombres de contenedores.....	36

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 2: Procesos	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 3: Fotos.....	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN EJECUTIVO

La creación de la empresa de asesoramiento en comercio exterior “M&M” asesores S.A, para facilitar las exportaciones e importaciones de empresas productoras y mipymes en la ciudad de Quito – Pichincha – Ecuador en el año 2016. Se desarrolla a través de relaciones y acuerdos internacionales que han logrado aumentar las importaciones y exportaciones del país para lo cual nace la empresa “M&M” asesores S.A que mediante procesos lograra que empresas productoras y mipymes logren alcanzar un mercado meta en el exterior ya que el desconociendo de estos procesos permiten que nuestra empresa sea parte latente de este cambio, convirtiéndose en un socio estratégico para las mipymes. Para esto se ha desarrollado un manual de importaciones y uno de exportaciones estándar que tiene una iniciación de búsqueda de mercado o proveedor, capacidad de producción, transporte, seguros, certificaciones con su debida importación o exportación independientemente de la actividad económica a la que la empresa se dedique. Estas actividades se logran por las alianzas estratégicas, estrategias de comercialización y de marketing que nos permitirá entregar un servicio de calidad a nuestros clientes. Para la creación de la empresa se formó un capital de 30.000\$ que se dividen entre los dos accionistas, para lo cual la constitución de la empresa tiene un valor de 2.500\$ y el resto es destinado a la compra y gastos administrativos para la debida adecuación de la empresa. Es factible las operaciones de la empresa ya que existen un sin número de mipymes que tienen capacidad de producción aunque desconocen del proceso de comercialización de mercancías internacionalmente.

Palabras claves: EMPRESA DE ASESORAMIENTO. EXPORTACIONES. IMPORTACIONES. MIPYMES. RELACIONES INTERNACIONALES. ACUERDOS INTERNACIONALES. COMERCIALIZACIÓN. ACTIVIDAD ECONÓMICA. COMERCIO EXTERIOR. ALIANZAS ESTRATEGICAS.

Ing. Oscar Iván Granizo Paredes
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

SUMMARY

Creation of the consulting Company in foreign trade "M & M" Assessors S.A, to facilitate exports and imports of producing companies and mipymes in the city of Quito, Pichincha Province – Ecuador in 2016. It is developed through international relations and agreements that have succeeded in increasing the country's imports and exports, for which the company M & M Assessors SA is born. Through its processes, it will be able to reach out to foreign producers, of these processes allow our company to be a latent part of this change, becoming a strategic partner for the mypimes. For this, an imports manual and an exports standard manual have been developed to search of market or supplier, production capacity, transport, insurance, certifications with import or export; independently of the economic activity of the company. This activity is achieved by strategic alliances, commercial strategies and marketing that will allow to deliver a quality service to customers. A capital of \$ 30,000 was created for the creation of the company that are divided between two shareholders, for which the company's constitution has a value of \$ 2,500 and the rest is allocated to the purchase and administrative expenses for the proper adaptation of the company. The operations of the company are feasible since there are a number of mypimes that have production capacity but are unaware of the process of merchandise marketing internationally.

KEYWORDS: CONSULTING COMPANY, EXPORTS, IMPORTS, MIPYMES, INTERNATIONAL RELATIONS, MARKETING, ECONOMIC ACTIVITIES, FOREIGN TRADE, STRATEGIC ALLIANCE.

INTRODUCCIÓN

Ecuador estos últimos años ha visto un gran potencial en presentar productos tradicionales y no tradicionales para expandirse en un mercado internacional muy competitivo.

Actualmente las empresas ven la necesidad de crecer económicamente expandiéndose más allá del mercado nacional, lo ven como una actividad prioritaria para la empresa, ya que este tipo de negocios son a largo plazo llegando a incrementar la oferta y la demanda de su producto.

El crecimiento del comercio exterior se va potenciando por la nueva variedad de productos que amplía nuestra oferta exportable, los productos no tradicionales causan demasiado interés en nuevos países.

Para el empresario cubrir esta necesidad es todo un reto, empieza a buscar oportunidades en mercados internacionales, al momento de poner en marcha estas oportunidades se encuentra con una dificultad al desconocer paso a paso lo que debe hacer para que su producto tenga apertura en cualquier mercado internacional.

Como empresa tenemos una amplia oferta de servicios, tenemos la oportunidad de trabajar de la mano con grandes empresas de transporte, seguros y contamos con personal profesional que lograra que importar o exportar no sea una dificultad para nuestro cliente. Nuestro propósito es presentar de manera fácil el manejo de las principales practicas sobre el comercio internacional de mercancías, en aspectos importantes como los jurídicos, económicos, logísticos, certificaciones entre otros.

Nuestra principal meta es ser los pioneros en procesos simplificados de comercio exterior, nuestro servicio será el mejor del país, implementaremos la mejor tecnología, con profesionales de punta que tienen el compromiso de satisfacer a nuestros clientes y la mejora continua de nuestros procesos.

El desarrollar procesos por cada uno de nuestros clientes, conocer a fondo el desarrollo de estos procesos acortara tiempos y dinero, ser para nuestros clientes un auténtico departamento externo de logística, aportando soluciones personalizadas y adecuadas a las particularidades de sus productos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La falta de conocimientos de estrategias encaminadas al comercio internacional de las empresas productoras de materia prima, empresas de transformación o de productos terminados en la ciudad de Quito, por lo que mediante capacitaciones de Pro-Ecuador no dimos cuenta de esta falencia y falta de conocimiento de aquellas personas que quieren empezar con una exportación, por este motivo buscan una asesoría que resulta muy costosa, lo que provoca que estas empresas desistan de exportar, el cual nos motivó a realizarla siguiente investigación, considerando que la capacitación es muy efectiva y al mismo tiempo una capacitación no es suficiente para saber todos los requisitos, documentos, costos que una exportación o importación necesita. Por lo que es de vital importancia que la administración de cada empresa implemente un conjunto de políticas y procedimientos en los que se define la responsabilidad y actividades requeridas para una negociación y tomar una decisión adecuada.

Tomando como eje principal que no es suficiente una empresa de logística, es necesario y recomendable tener la asesoría de personas capacitadas en comercio exterior

1.1.1 Formulación del Problema

¿Cómo” M&M “Asesores S.A aportaría con el desarrollo de Exportaciones e Importaciones de Pequeñas y medianas empresas (mipymes) de la ciudad de Quito Pichincha Ecuador, mediante manuales de procedimientos que facilitarían las transacciones Comerciales Internacionales, generando empleo así como ingresos para los involucrados?

1.1.2 Delimitación del Problema

Área: Comercial

Campo: Comercio Exterior

Objeto: Exportaciones e Importaciones

Delimitación espacial: Provincia de Pichincha.

Delimitación temporal: 2016

1.2 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación es relevante ya que la empresa “M&M” ASESORES S.A. tienen la capacidad de colaborar con la asesoría y el cumplimiento del manual de comercio exterior por la falta de conocimientos en actividades comerciales internacionales, falta de procesos, certificaciones y requisitos que son necesarios para exportar o importar.

No existen investigaciones o experiencias previas que hayan sido realizados por otros investigadores. La falta de información en el área de Comercio Exterior y sus aplicaciones con llevan a que los empresario de pequeñas y medianas empresas decaigan en transacciones internacionales, por este motivo estas empresas generan pérdidas económicas, malas relaciones con los clientes, no saber sobre llevar una negociación, pago excesivo de impuestos (aranceles) y en su defecto productos inadecuados por falta de certificaciones y baja producción.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Desarrollar manuales de comercio exterior valido en el proceso de importaciones o exportaciones a cada empresa asesorada, aplicado al mejoramiento de las relaciones internacionales en base a la empresa “M&M” ASESORES S.A. en la ciudad de Quito en el periodo 2016.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Permitir un eficiente control de transacciones comerciales internacionales.
- Constituir normas de desempeño para relacionar los productos ofertados con los requeridos en mercados internacionales, y garantizar que los resultados sean de utilidad.
- Proponer un sistema adecuado de relaciones exteriores control de mercado que permita asegurar la disponibilidad de recursos económicos para cumplir los compromisos y obligaciones de empresas que soliciten el servicio.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

A pesar de que no era república, la forma en que se adaptaron las estructuras productivas en la colonia, son el inicio de una tendencia que a priori comenzaría a determinar el futuro comercial del Ecuador. Conocer nuestra vida colonial en materia de comercio exterior es poder hacer un análisis exhaustivo de nuestras exportaciones del porqué de las mismas, de sus estructuras productivas y de las necesidades de bienes importados.

Desde sus inicios, el comercio exterior estuvo afectado por la falta de autonomía propia de la colonia, pues al ser una real Audiencia dependíamos mucho del Virreinato del Perú, en una política monopólica implantada por la Corona en la administración de sus colonias, aislándolas del resto del mundo por medio del Consejo de Indias y la Casa de la Contratación de Sevilla, instituciones creadas para manejar la política y comercio colonial, la Corona Española prohibió que otros reinos tengan contacto con la América Española. Sumemos a esto el bloqueo para la venta del cacao ecuatoriano impuesto por decreto obtenido desde Caracas penalizando casi por tres siglos a la agricultura de la costa ecuatoriana.

Por una falta de planificación de los gobiernos en las conquistas de los mercados de ultramar, el Ecuador continuó siendo un país desconocido para los importadores europeos de materias primas y productos originarios de nuestro país.

Se debe recordar que durante la época colonial, la quina que había sido una fuente principal de ingresos para la audiencia de Quito, se conoció en los mercados internacionales hasta mediados del siglo XIX, por el nombre de “corteza peruana” (peruvian bark).

La pobre concepción de los ecuatorianos sobre cómo introducir y mercadear nuestros productos en los países consumidores, se aprecia en su forma más elocuente, en la deficiente comercialización del sombrero de paja toquilla manabita y cuencana, el cual

a partir de la segunda mitad del siglo XIX se convirtió en el segundo o tercer ingreso más importante de divisas para el Ecuador y, a pesar de ello, este auténtico producto ecuatoriano, por una miopía de “marketing”, se conoció en los mercados internacionales como el “sombrero de Panamá” (Panamá hat) (Iturralde D. O., s.f.)

Ecuador cuenta en la actualidad con varios productos emblemáticos que se los viene cultivando y explotando desde hace tiempo, a estos se denomina productos tradicionales. Entre estos productos está el cacao, catalogado como uno de los mejores del mundo, el banano, el café, los productos del mar. Se puede manifestar que estos productos le han dado una identidad propia a nuestro país. Además de estos productos tradicionales, el país cuenta con otros productos que al momento se venden bien en el exterior y cuentan con mercados ubicados en los diferentes continentes del mundo, contamos por ejemplo con las flores, el mango, la maracuyá, la piña, el brócoli, el palmito, varios productos artesanales, diversidad de cerámicas, sombreros, etc. A estos se les denomina productos no tradicionales y de a poco se van posicionando en el mercado, con destinos asegurados. A pesar de los buenos augurios, estos productos todavía no llegan a los niveles que han llegado los productos tradicionales que en el pasado y en el presente se constituyen en una fuente de sustento de la economía ecuatoriana.

La creación de una empresa que facilite el comercio internacional en todos sus ámbitos servirá para gestionar las más importantes actividades que son necesarias en este tipo de mercados, es decir empezando desde coordinación, documentación, logística, transporte, aranceles, seguros de los bienes importados y exportados de igual manera presentando una amplia gama de empresas con las que trabajamos de la mano para entregar un servicio de calidad, prestando así un servicio completo de asesoría a mipymes.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Artículos de la Constitución del Ecuador

M&M toma en cuenta los siguientes artículos de la constitución del Ecuador como base para conformar su empresa basándose en lo que rige la ley y las normas para exportar e importar, facilitando y apoyando nuestro servicio como empresa:

- Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:
 1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
 2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
 3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
 4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
 5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
 6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

- Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

(Constitución del Ecuador 2008).


2.2.2 Plan Nacional del Buen Vivir

El Sumak Kawsay fortalece la cohesión social, los valores comunitarios y la participación activa de individuos y colectividades en las decisiones relevantes, para la construcción de su propio destino y felicidad. Se fundamenta en la equidad con respeto a la diversidad, cuya realización plena no puede exceder los límites de los ecosistemas que la han originado. No se trata de volver a un pasado idealizado, sino de encarar los problemas de las sociedades contemporáneas con responsabilidad histórica.

El Buen Vivir ofrece alternativas para construir una sociedad más justa. Supera los límites de las visiones convencionales de desarrollo, que reducen el concepto a una noción exclusiva de crecimiento económico.

Es por eso que nuestra empresa aportara para el fortalecimiento y desarrollo del plan del buen vivir basándose en 4 objetivos fundamentales

Cuadro 1: Objetivos plan del buen vivir

	Objetivo 8: Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible
8,1	Invertir los recursos públicos para generar crecimiento económico sostenido y transformaciones estructurales
8.1.a.	Priorizar la asignación de recursos públicos bajo criterios de satisfacción de necesidades, generación de capacidades y oportunidades, y acumulación de capital en sectores productivos generadores de valor.
8.1.b.	Fortalecer el rol de la planificación de la inversión pública con enfoque integral, para la toma de decisiones y la planificación plurianual.
8.1.e.	Impulsar la nueva institucionalidad del sector financiero público, orientado a promover la transformación de la matriz productiva, la inclusión financiera democrática para la igualdad, la soberanía alimentaria, el desarrollo territorial y la vivienda de interés social.

8,2	Consolidar el papel del Estado como dinamizador de la producción y regulador del mercado
8.2.a.	Establecer requisitos de desempeño a los incentivos, como la contratación plurianual que promueva la inversión privada orientada a la sustitución de importaciones, los encadenamientos productivos locales, la generación de trabajo nacional, la desagregación y transferencia tecnológica y la reinversión de utilidades.
8.2.b.	Optimizar el gasto tributario y aplicar incentivos tributarios para la producción, el empleo, la reinversión de capital y la sostenibilidad biofísica, en función del cumplimiento de criterios de desempeño y la incorporación de trabajo local y el componente nacional en el proceso productivo, manteniendo criterios de progresividad.
8.2.c.	Aplicar y fortalecer mecanismos de control para asegurar el pago oportuno y justo de salarios y utilidades, así como el pago a precio justo por bienes y servicios generados por el trabajo sin relación de dependencia.
8.2.d.	Promover la canalización del ahorro hacia la inversión productiva con enfoque territorial e incentivar la colocación de crédito para la producción nacional de bienes y servicios.
8.2.e.	Identificar, controlar y sancionar las prácticas de abuso de poder de mercado.
8.2.g.	Regular y controlar los precios relativos de la economía: precios de sustentación para el productor, precios al consumidor, etc.
8,3	Fortalecer el manejo sostenible de las finanzas públicas
8.3.a.	Garantizar la transparencia en la contratación pública y maximizar la eficiencia del gasto público.
8.3.b.	Manejar el endeudamiento público en condiciones favorables para el país y de forma sostenible en el largo plazo.

8.3.c.	Optimizar y focalizar los beneficios e incentivos fiscales para el desarrollo social y productivo.
8.3.d.	Desarrollar planes de contingencia que permitan enfrentar escenarios de crisis y la contracción de los ingresos fiscales.
8.3.e.	Establecer mecanismos para fortalecer la ejecución de competencias de los GAD, buscando incrementar su capacidad de gestión fiscal.
8.3.f.	Optimizar la gestión financiera de las empresas públicas.
8.3.g.	Optimizar la gestión de los pasivos contingentes de carácter fiscal.
8,5	Afianzar la sostenibilidad de la balanza de pagos
8.5.a.	Administrar los riesgos a la sostenibilidad de la balanza de pagos y establecer un sistema integral de balanza de pagos y un sistema integral de divisas.
8.5.b.	Garantizar el ingreso efectivo al país de las divisas generadas por exportaciones de bienes y servicios, y por la inversión extranjera y nacional.
8.5.c.	Crear y fortalecer los mecanismos de financiamiento y de cobertura de riesgos para las exportaciones y generación de divisas.
8.5.d.	Planificar e implementar restricciones y desincentivos regulatorios a importaciones.
8,6	Mantener la sostenibilidad biofísica de los flujos económicos
8.6.a.	Planificar, regular y controlar los flujos de comercio exterior.
8.6.b.	Minimizar la huella ecológica del sistema de transporte de bienes y servicios mediante la reducción de distancias de provisión de los mismos y el fomento a la soberanía alimentaria.
8,8	Minimizar el riesgo sistémico de la economía
8.8.a.	Incorporar instrumentos de resguardo de la balanza de pagos en negociaciones internacionales y mecanismos legales, dentro de la normativa vigente, que se activen en caso de contingencias.

8,9	Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario
8.9.a.	Impulsar la formación técnica y especializada dirigida al sector popular, en el marco de su incorporación en los procesos de sustitución de importaciones y la transformación de la matriz productiva.
8.9.d.	Establecer condiciones preferentes a los actores de la economía popular en el acceso a financiamiento y facilidad de tasas de interés, para emprendimientos y/o la ampliación de su actividad productiva existente.
8.9.f.	Regular la cadena de producción en lo referente a precios y a la definición de precios de sustentación, para establecer condiciones de comercio justo y la reducción de la intermediación en la producción popular y rural.
8.9.g.	Crear un sistema de información de los actores de la economía popular, considerando la oferta productiva y exportable, así como la formación técnica y especializada.
8,1	Articular la relación entre el Estado y el sector privado
8.10.a.	Incentivar las inversiones nacionales y extranjeras, otorgándoles estabilidad en el tiempo y articulándolas a los objetivos nacionales de desarrollo.
8.10.b.	Establecer mecanismos integrales para fortalecer el clima de negocios, la inversión en el país, y promover la imagen del Ecuador a nivel internacional.
8.10.c.	Impulsar el financiamiento al desarrollo de nuevas industrias y/o sectores priorizados.
8.10.d.	Impulsar la formación técnica y especializada dirigida al sector privado nacional, en el marco de su incorporación en los procesos de sustitución de importaciones y en la producción de los sectores priorizados.
8.10.e.	Impulsar el otorgamiento de crédito a empresas extranjeras exclusivamente para la importación de productos ecuatorianos.
8.10.f.	Promover la inversión extranjera directa como complementaria a la inversión nacional, orientada a cumplir con los objetivos de desarrollo y

	bajo criterios de responsabilidad con el Estado, con los trabajadores, con la sociedad y con el ambiente.
8.10.h.	Desarrollar un marco normativo que garantice la priorización de encadenamientos productivos locales en la contratación pública, incluyendo la subcontratación.
8.10.i.	Aplicar incentivos sujetos a resultados al sector privado, hacia la inclusión productiva de los actores de la economía popular y solidaria y del sector rural.
8.10.j.	Contratar trabajadores locales en los diferentes niveles de encadenamiento productivo territoriales bajo condiciones dignas.
	Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.
9,1	Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos
9.1.a.	Implementar mecanismos de incentivos en actividades económicas, especialmente del sector popular y solidario, las Mipymes, la agricultura familiar campesina, así como las de trabajo autónomo que se orienten a la generación y conservación de trabajos dignos y garanticen la igualdad de oportunidades de empleo para toda la población.
9.1.g.	Fortalecer los programas enfocados en la incorporación de mujeres y de grupos de atención prioritaria al mercado de trabajo, ya sea de forma remunerada o mediante el apoyo de sus emprendimientos
9.1.h.	Fortalecer los programas que promuevan la permanencia en el país de personas trabajadoras, así como generar mecanismos de reinserción laboral y productiva que fomenten el retorno voluntario de los emigrantes ecuatorianos.
9,2	Promover el trabajo juvenil en condiciones dignas y emancipadoras que potencie sus capacidades y conocimientos

9.2.a.	Fortalecer los programas enfocados en la incorporación de jóvenes al mercado laboral, ya sea a través de un primer empleo o de forma remunerada, a través de pasantías, las mismas que requieren de validación como experiencia profesional.
9.2.b.	Apoyar el desarrollo de los emprendimientos juveniles en ámbitos de financiamiento, capacitación, transferencia tecnológica y gestión empresarial.
9.2.c.	Implementar incubadoras de proyectos, vinculadas a las prioridades del país, que fomenten una cultura de emprendimiento.
9.2.d.	Profundizar el conocimiento emancipador, como fuente de innovación y desarrollo de formas de producción alternativas que generen trabajos con valor agregado.
9.2.e.	Priorizar el desarrollo de iniciativas económicas vinculadas al desarrollo de las TIC, aprovechando las capacidades desarrolladas en software y de los recursos de la biodiversidad, creando espacios e infraestructura pertinente, que sustenten su productividad.
9.2.f.	Implementar estrategias para dignificar los autoempleos de subsistencia, propendiendo a su incorporación al sector laboral formal.
9,3	Profundizar el acceso a condiciones dignas para el trabajo, la reducción progresiva de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales
9.3.a.	Fortalecer la normativa y los mecanismos de control para garantizar condiciones dignas en el trabajo, estabilidad laboral de los trabajadores y las trabajadoras, así como el estricto cumplimiento de los derechos laborales sin ningún tipo de discriminación.
9.3.b.	Asegurar el pago de remuneraciones justas y dignas sin discriminación alguna que permitan garantizar la cobertura de las necesidades básicas del trabajador y su familia, y que busquen cerrar las brechas salariales existentes entre la población.

9.3.c.	Profundizar el acceso a prestaciones de seguridad social eficientes, transparentes, oportunas y de calidad para todas las personas trabajadoras y sus familias, independiente de las formas de trabajo que desempeñen, con énfasis en la población campesina y los grupos vulnerables.
9.3.d.	Profundizar la seguridad social transnacional, a través de convenios y acuerdos con los Estados de destino en los que se encuentren la población migrante.
9.3.e.	Establecer mecanismos que aseguren entornos laborales accesibles y que ofrezcan condiciones saludables y seguras, que prevengan y minimicen los riesgos del trabajo.
9.3.f.	Implementar estrategias que lleven a reducir la informalidad, especialmente mecanismos enfocados a remover barreras de entrada al sector formal, así como a simplificar el pago de impuestos y la aplicación del código tributario.
9.3.g.	Promover medidas que impulsen la existencia y el funcionamiento de organizaciones de trabajadoras y trabajadores, que permitan garantizar el cumplimiento de los derechos y obligaciones laborales.
9,4	Establecer y garantizar la sostenibilidad de las actividades de autoconsumo y auto sustento, así como de las actividades de cuidado humano con enfoque de derechos y de género
9.4.a.	Actualizar la normativa (Código de Trabajo), conforme a las características actuales del mercado de trabajo, en cuanto a ramas ocupacionales, tanto profesionales, técnicas, artesanales y de oficios calificados, para orientar adecuadamente las acciones de apoyo del Estado hacia las actividades productivas.
9.4.d.	Fortalecer las actividades de auto sustento y autoconsumo a través de mecanismos específicos para la seguridad de tenencia de recursos, valoración de los saberes y acceso a activos productivos.

9.4.e.	Fomentar y apoyar la creación de redes de cooperación y reproducción de actividades de auto sustento, autoconsumo y de cuidado humano a nivel territorial.
--------	--

9,5	Fortalecer los esquemas de formación ocupacional y capacitación articulados a las necesidades del sistema de trabajo y al aumento de la productividad laboral
9.5.a.	Fomentar la capacitación tanto de trabajadores y trabajadoras, como de personas en búsqueda de trabajo, con el objeto de mejorar su desempeño, productividad, empleabilidad, permanencia en el trabajo y su realización personal.
9.5.b.	Fomentar la colaboración tripartita (Estado, sector privado y trabajadores) en la planificación de la capacitación y la formación ocupacional que incremente la empleabilidad y la productividad laboral.
9.5.c.	Fortalecer la normativa para el desarrollo de la formación ocupacional y capacitación para el trabajo, superando formas estereotipadas o sexistas de ocupación laboral.
9.5.d.	Definir y estructurar los programas de formación ocupacional y capacitación para el trabajo, en función de la demanda actual y futura del sistema de trabajo, con la participación de los trabajadores y empleadores.
9.5.e.	Generar, sistematizar, consolidar y difundir, información relevante y oportuna, para la formulación de programas de capacitación y formación para el trabajo.
	Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva.
10,1	Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional
10.1.a.	Impulsar y fortalecer las industrias estratégicas claves y sus encadenamientos productivos, con énfasis en aquellas que resultan de la reestructuración de la matriz energética, de la gestión soberana de los sectores estratégicos y de las que dinamizan otros sectores de la economía en sus procesos productivos.

10,2	Promover la intensidad tecnológica en la producción primaria, de bienes intermedios y finales
10.2.a.	Articular la investigación científica, tecnológica y la educación superior con el sector productivo, para una mejora constante de la productividad y competitividad sistémica, en el marco de las necesidades actuales y futuras del sector productivo y el desarrollo de nuevos conocimientos.
10.2.b.	Tecnificar los encadenamientos productivos en la generación de materias primas y la producción bienes de capital, con mayor intensidad tecnológica en sus procesos productivos.
10.2.c.	Crear y fortalecer incentivos para fomentar la inversión privada local y extranjera que promueva la desagregación, transferencia tecnológica y la innovación.
10.2.d.	Implementar mecanismos de reactivación y utilización óptima de la capacidad instalada del Estado en actividades de producción y de generación de trabajo.
10.2.e.	Fomentar la sustitución selectiva de importaciones, considerando la innovación y tecnología como componentes fundamentales del proceso productivo, con visión de encadenamiento de industrias básicas e intermedias.
10.2.f.	Asegurar que los encadenamientos productivos de las industrias estratégicas claves, los sectores prioritarios industriales y de manufactura, generen desagregación y transferencia tecnológica en sus procesos productivos.
10.2.g.	Articular los programas de innovación participativa en el sector rural, en sistemas formales e informales, con acceso y uso de TIC para incrementar la cobertura de los servicios y fomentar el intercambio de conocimientos entre actores locales.

10,5	Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micro, pequeñas y medianas empresas –Mipymes– en la estructura productiva
10.5.a.	Establecer mecanismos para la incorporación de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas y de servicios, en cadenas productivas vinculadas directa o indirectamente a los sectores prioritarios, de conformidad con las características productivas por sector, la intensidad de mano de obra y la generación de ingresos.
10.5.b.	Promocionar y fomentar la asociatividad, el fortalecimiento organizativo, la capacidad de negociación, la creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización, para mejorar la competitividad y reducir la intermediación en los mercados.
10.5.c.	Fortalecer los mecanismos para reducir los márgenes de intermediación de la producción y comercialización en el mercado local.
10.5.d.	Ampliar la capacidad innovadora, fomentar el desarrollo científico y tecnológico, y la capacitación especializada, para mejorar la diversificación y los niveles de inclusión y competitividad.
10.5.e.	Impulsar el acceso a servicios financieros, transaccionales y garantía crediticia, en el marco de un modelo de gestión que integre a todo el sistema financiero nacional.
10.5.f.	Fortalecer e impulsar el crecimiento adecuado del sector financiero popular y solidario, articulado a las iniciativas de desarrollo territorial productivo y de servicios.
10.5.g.	Simplificar los trámites para los emprendimientos productivos y de servicios de los micros, pequeñas y medianas unidades productivas.
10.5.h.	Implementar un sistema integrado de información para el sector productivo y de servicios, con énfasis en las micro, pequeñas y medianas unidades de producción.
10.5.i.	Fomentar, incentivar y apoyar la generación de seguros productivos solidarios, de manera articulada, al sistema de protección y seguridad social.

10,6	Potenciar procesos comerciales diversificados y sostenibles en el marco de la transformación productiva
10.6.a.	Profundizar la sustitución selectiva de importaciones, en función de las condiciones productivas potenciales en los territorios, que reserven mercados locales y aseguren una escala mínima de producción para el desarrollo de los sectores prioritarios, industrias intermedias conexas y la generación de industrias básicas.
10.6.b.	Impulsar la oferta productiva de los sectores prioritarios, incluido el cultural, para potenciar sus encadenamientos productivos, diversificar los mercados de destino, fortalecer el comercio electrónico, los servicios postales, la integración regional.
10.6.c.	Incrementar, mejorar y diversificar la oferta exportable de bienes y servicios, con la incorporación de nuevos actores, especialmente de las Mipymes y de la EPS.
10.6.d.	Establecer medidas comerciales relativas a importaciones y barreras no arancelarias, necesarias para promover el desarrollo industrial y que garanticen la sostenibilidad del sector externo.
10.6.e.	Asegurar procesos de negociación de acuerdos comerciales y de protección a inversiones que fomenten la transformación productiva mediante la acumulación de capital dentro del territorio nacional y fortalecimiento del trabajo de ecuatorianos y ecuatorianas en los sectores primario, industrial y manufacturero, y de servicios.
10.6.f.	Asegurar procesos de negociación de acuerdos comerciales y de protección a inversiones que fomenten la desagregación y transferencia tecnológica dentro del territorio nacional, así como el impulso a procesos soberanos de contratación pública.
10.6.g.	Asegurar procesos de negociación de acuerdos comerciales y de protección a inversiones, que eviten una competencia desleal entre proveedores ecuatorianos e internacionales, y promuevan una prestación justa y de calidad en los servicios.

2.2.3 Código orgánico de la producción, comercio e inversiones, COPCI

“M&M” impulsara a que las empresas trabajen de la mano para poder desarrollar estos objetivos citados con el fin de aportar con nuestro país de manera pertinente, generando empleo, instruyendo a las personas para que su desarrollo económico vaya de la mano con su desarrollo humano creando así un buen ambiente laboral logrando el crecimiento favorable de la empresa. Es importante citar que el estado apunta a desarrollar las exportaciones e importaciones para un desarrollo económico basado también en sus leyes es por esto que citamos a la COPCI:

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eficiente;
- b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;

- c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;
- d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
- e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;
- f. Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza;
- g. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables;
- h. Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo;
- i. Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos;
- j. Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados;
- k. Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter

macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico -institucional;

l. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;

m. Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador;

n. Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;

o. Fomentar y diversificar las exportaciones;

p. Facilitar las operaciones de comercio exterior;

q. Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley;

r. Incorporar como un elemento transversal en todas las políticas productivas, el enfoque de género y de inclusión económica de las actividades productivas de pueblos y nacionalidades;

s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente;

t. Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica. **(COPCI, 2015)**

La investigación se lleva a cabo por las actividades productivas de materias primas o productos terminados de parte de las pequeñas y medias empresas, fundamentadas en una planificación sectorial completa y coherente en base de las necesidades de estas empresas de llevar su producto a un mercado externo más exigente, que dé a conocer su producto a nivel internacional.

“Se denominan materias primas a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se transformarán en bienes de consumo” (diccionario, ABC de la economía)

Se conoce como producto terminado al objeto destinado al consumidor final. Se trata de un producto, por lo tanto, que no requiere de modificaciones o preparaciones para ser comercializado (definiciones.com)

Mipymes es una empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros.

Al momento de que las empresas generan la necesidad o construyen una oportunidad de ingresar sus productos a mercados internacionales, aparecen determinadas incógnitas como:

¿Qué necesitamos?

¿Qué mercado es bueno para mi producto?

¿Qué costos generaría?

¿A quién recorro?

¿Cómo exporto o Importo?

Este tipo de interrogantes generan más que un temor a fracasar, el impedimento a llevar su producto a un mercado desconocido ,tornándose en una de las mayores complicaciones al momento de expandirse como empresa y que el mercado externo conozca la actividad económica a la que se dedica.

En los últimos de años el estado ha desarrollado estrategias para mejorar e incentivar las exportaciones no tradicionales del Ecuador, impulsando a pequeñas y medianas empresas a relacionarse con las entidades encargadas de fomentar las exportaciones permitiendo que sea posible una alianza estratégica con otros países del mundo mediante: Ferias Internacionales, Macro ruedas, Ferias Nacionales entre otros.

Estas estrategias de Estado a simple vista son fáciles a realizar por las empresas, al momento que estas optan por buscar como aliado al estado debe cumplir con ciertas

Los Empresarios al darse cuenta que se torna en una barrera, buscan otras alternativa que no sea la del estado para poder realizar este proceso , lastimosamente el único medio que tienes para importar y exportar sin tener experiencia como empresa, es contratando una empresa de logística las que generan costos altos y al mismo tiempo estas empresas solo generan la documentación por su servicio , dejando el proceso con vacíos que la empresa desconoce y se vuelve un problema al momento de realizar este proceso .

El comercio exterior no es una nueva moda del siglo XXI, es tan antiguo como cualquier actividad comercial. El comercio exterior, como cualquier otra actividad comercial, está basada en el intercambio de mercancías y de servicios entre empresas ubicadas en diferentes países (entre residentes y no residentes). Cuando se habla del intercambio entre naciones el concepto recibe el nombre de Comercio Internacional. Las relaciones de intercambio entre países miembros de la Unión Europea de la que forma parte España recibe el nombre de Comercio Intracomunitario.

(Manual Práctico de Comercio Exterior, Cuarta Edición)

El comercio internacional suele ser utilizado como sinónimo de comercio mundial o comercio exterior. Esta modalidad comercial implica la existencia de economías abiertas (es decir, dispuestas a permitir el ingreso de bienes procedentes de otros países). (Definición de comercio internacional.)

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio). Las actividades son aquellas acciones o procesos que llevan a cabo los individuos o las organizaciones. (Definición de costo.)

El adjetivo económico, por su parte, alude a lo vinculado a la economía (la ciencia dedicada al análisis de la satisfacción de las necesidades materiales de las personas a partir de recursos que son escasos). (Definición de actividad económica.)

Las ferias internacionales son una importante herramienta del marketing, un gran escaparate comercial y un medio de comunicación importante. Las ferias tienen una vertiente publicitaria y una estrategia de venta. (Definición de ferias internacionales.)

La logística es el conjunto de los medios y métodos que permiten llevar a cabo la organización de una empresa o de un servicio. La logística empresarial implica un cierto orden en los procesos que involucran a la producción y la comercialización de mercancías. (Definición de logística.)

García Fonseca Cándido, 2004. Elementos de Comercio Exterior. México: Trillas.

2.2.4 Incoterms

Incoterms son los términos que definen claramente cuáles son las obligaciones recíprocas entre compradores y vendedores dentro de un contrato internacional.

El objetivo de los Incoterms es establecer un conjunto de términos y reglas de carácter facultativo, que permite acordar los derechos y las obligaciones del vendedor y del comprador en las transacciones comerciales internacionales, por lo que se puede utilizar en contratos de compra venta con el extranjero. Además implican obligaciones vinculadas a los documentos, transferencia de riesgos y los costos que deberían ser asumidos por el importador o el exportador.

Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato. El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional.

Los Incoterms determinan:

- El alcance del precio.
- En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- El lugar de entrega de la mercadería.
- Quién contrata y paga el transporte
- Quién contrata y paga el seguro
- Qué documentos tramita cada parte y su costo.

CFR - CIF - CIP - CPT - DAF - DDP - DDU - DEQ - DES - EXW - FAS - FCA - FOB

2.2.4.1 Tipos de incoterms

a) EXW (En Fábrica)

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de transporte, de igual manera no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de seguro. Sin embargo el vendedor debe proporcionar la información pertinente de seguro o de transporte para facilitar la contratación de los mismos por parte del comprador.

El vendedor debe entregar la mercancía poniéndola a disposición del comprador en el punto acordado, y no cargada en ningún vehículo de recogida. El vendedor debe entregar la mercancía en la fecha acordada o dentro del plazo acordado.

El vendedor corre con todos los riesgos de pérdida o daño causados a la mercancía hasta que se haya puesto a disposición del comprador en el punto acordado, excepto si el comprador no da aviso suficiente de ir a retirar la mercancía desde la fecha acordada o la fecha de expiración del contrato, siempre y cuando la mercancía sea objeto del contrato.

El vendedor debe de pagar todos los costos hasta que la mercancía se haya entregado al comprador, incluidos los del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador no tiene ninguna obligación ante el vendedor de formalizar un contrato de transporte, ni de seguro.

El comprador debe pagar todos los costos relativos a la mercancía posterior a su recepción, pagar costos en el caso de que no haya dado aviso suficiente al vendedor de retirar la mercancía, pagar costos relativos a los trámites aduaneros que conlleva una exportación y reembolsar los gastos en que haya incurrido el vendedor posterior a la entrega relativos a trámites para la exportación.

b) FCA (Franco Porteador)

El vendedor debe contratar el transporte en las condiciones usuales a riesgos y expensas del comprador, en el caso de que lo solicite el comprador, o de ser una práctica comercial del país del exportador; de igual manera el vendedor deberá asumir los costos para el trámite de exportación. Si este no es el caso, el comprador deberá llevar a cabo la contratación del transporte desde el lugar de entrega designado.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de contratar el seguro, sin embargo si es de interés para el comprador, el vendedor debe proporcionar la información necesaria para que se lleve a cabo esta contratación.

El vendedor debe entregar la mercancía al transportista o a la persona designada por el comprador en el punto acordado y dentro del plazo acordado.

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

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

El comprador corre con todos los riesgos y pérdida de la mercancía desde que ha recibido la misma. En el caso de que el comprador no haya notificado si éste iba a realizar el contrato de transporte o la persona designada, o en el caso de que la persona designada no se quiera hacer cargo de la mercancía, el comprador tendrá que asumir los riesgos y costos siempre y cuando la mercancía sea objeto del contrato.

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

c) CPT (Transporte Pagado Hasta)

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor debe contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta el lugar de destino designado. Hay que tomar en cuenta que en éste término, se considera que la mercancía ha sido entregada cuando se la ha entregado al transportista, desde éste punto el riesgo corre por cuenta del comprador. Sin embargo, el vendedor paga el transporte hasta el punto de destino designado. Cabe recalcar que la ruta deberá ser la más usual, y en el caso de que no se haya designado una ruta en específico deberá ser la que más le convenga al vendedor.

El vendedor debe proporcionar al comprador el documento de transporte, el mismo debe de permitir al comprador realizar algún reclamo al transportista, al igual que vender la mercancía en tránsito mediante la transferencia del documento

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de seguro. Sin embargo, el vendedor debe de proporcionar a riesgos y

expensas del comprador la información necesaria para que el comprador pueda contratar el seguro, o viceversa.

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

El comprador deberá asumir los costos desde el punto de entrega (es decir desde que se ha entregado la mercancía al transportista) hasta el lugar de destino designado (salvo que se haya designado lo contrario en el contrato de transporte).

El comprador deberá proporcionar la información necesaria al vendedor para que se lleve a cabo el trámite de transporte y de exportación.

d) CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta)

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor debe contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta el lugar de destino designado. Hay que tomar en cuenta que en éste término, se considera que la mercancía ha sido entregada cuando se la ha entregado al transportista, desde éste punto el riesgo corre por cuenta del comprador. Sin embargo, el vendedor paga el transporte hasta el punto de destino designado. Cabe recalcar que la ruta deberá ser la más usual, y en el caso de que no se haya designado una ruta en específico deberá ser la que más le convenga al vendedor.

El vendedor deberá realizar la contratación del seguro al menos con la cobertura mínima. El mismo deberá cubrir como mínimo el precio dispuesto en el contrato más un 10%. Asegurará la mercancía desde el punto de entrega al menos hasta el punto del lugar designado. El seguro deberá contratarse con una Compañía de Seguros de buena reputación y dar derecho al comprador o cualquier persona que tenga interés asegurable sobre la mercancía a reclamar directamente sobre el asegurador.

El vendedor debe proporcionar al comprador el documento de transporte, el mismo debe de permitir al comprador realizar algún reclamo al transportista, al igual que vender la mercancía en tránsito mediante la transferencia del documento.

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

El comprador deberá asumir los costos de seguro adicional a la cobertura mínima que es pagada por el vendedor.

El comprador deberá asumir los costos desde el punto de entrega (es decir desde que se ha entregado la mercancía al transportista) hasta el lugar de destino designado (salvo que se haya designado lo contrario en el contrato de transporte).

e) FOB (Franco a Bordo)

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada. En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

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

El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado como mercancía objeto del contrato. El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.

f) CFR (Costo y Flete)

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor tiene la obligación de contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta puerto de destino designado, o en el caso de que se haya acordado, un punto específico en dicho puerto designado. El vendedor deberá proporcionar un transporte por la ruta usual en un buque del tipo normalmente utilizado para el transporte del tipo de mercancía vendida. Se considera la mercancía entregada cuando está puesta a bordo del buque o cuando se proporciona la mercancía así entregada. Cabe recalcar que éste término difiere el momento de la entrega de la mercancía, con el momento al cual el vendedor tiene obligación de asumir los costos, dando así que el riesgo se transmite al comprador cuando la mercancía está a bordo del buque, pero el vendedor tiene que asumir los costos cuando la mercancía llega al puerto de destino designado.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo. El vendedor debe proporcionar al comprador el documento de transporte, el mismo debe de permitir al comprador realizar algún reclamo al transportista, al igual que vender la mercancía en tránsito mediante la transferencia del documento.

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

El comprador deberá asumir todos los costos desde que la mercancía ha sido entregada, incluyendo los costos relativos a la mercancía mientras está en tránsito hasta su llegada al puerto de destino, salvo que tales costos y gastos fueran por cuenta del vendedor según el contrato de transporte.

g) CIF (Costo, Seguro y Flete)

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor tiene la obligación de contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta puerto de destino designado, o en el caso de que se haya acordado, un punto específico en dicho puerto designado. El vendedor deberá proporcionar un transporte por la ruta usual en un buque del tipo normalmente utilizado para el transporte del tipo de mercancía vendida. Se considera la mercancía entregada cuando está puesta a bordo del buque o cuando se proporciona la mercancía así entregada. Cabe recalcar que éste término difiere el momento de la entrega de la mercancía, con el momento al cual el vendedor tiene obligación de asumir los costos, dando así que el riesgo se transmite al comprador cuando la mercancía está a bordo del buque, pero el vendedor tiene que asumir los costos cuando la mercancía llega al puerto de destino designado.

El vendedor deberá realizar la contratación del seguro al menos con la cobertura mínima. El mismo deberá cubrir como mínimo el precio dispuesto en el contrato más un 10%. Asegurará la mercancía desde el punto de entrega al menos hasta el puerto de destino designado. El seguro deberá contratarse con una Compañía de Seguros de buena reputación y dar derecho al comprador o cualquier persona que tenga interés asegurable sobre la mercancía a reclamar directamente sobre el asegurador. En el caso de que el comprador esté interesado de contratar coberturas adicionales de seguro, será a expensas de él mismo, y deberá proporcionar la

información necesaria al vendedor para que facilite la obtención de esa cobertura adicional. El vendedor debe proporcionar al comprador el documento de transporte, el mismo debe de permitir al comprador realizar algún reclamo al transportista, al igual que vender la mercancía en tránsito mediante la transferencia del documento. El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador deberá asumir todos los costos desde que la mercancía ha sido entregada, incluyendo los costos relativos a la mercancía mientras está en tránsito hasta su llegada al puerto de destino, salvo que tales costos y gastos fueran por cuenta del vendedor según el contrato de transporte.

(Malca G. Oscar, 2005.)

2.2.5 Contenedores



Ilustración 1: Contenedores

Elaborado por: China Abaca. (Empresa China)

Año: 2016

Existen diferentes medidas y tipos de contenedores marítimos o containers que permiten transportar casi todo tipo de mercancía de forma segura y protegida por vía marítima.

Los contenedores marítimos más usados a nivel mundial son los equipos de 20 y 40 pies, con un volumen interno aproximado de 32,6 m³ y 66,7 m³ respectivamente.

La carga máxima del container puede variar según la naviera y el tipo de contenedor. Los contenedores de 20 pies tienen un peso bruto máximo de unas 29 t (carga + peso del contenedor) y los de 40 pies de unas 32 t.

Como en muchas ocasiones el contenedor se traslada en camión hasta el cliente final, hay que atenerse a la legislación vigente en cada país sobre pesos máximos en camiones. La tara o peso del contenedor puede variar desde 1,8 t hasta 4 t para los contenedores de 20 pies y de 3,2 t hasta 4,8 t para los containers de 40 pies.

La siguiente tabla le muestra los diferentes tipos de contenedor con sus medidas y capacidades.

No sólo podemos clasificar los contenedores en función del material del que estén fabricados, sino también, claro está, por sus características externas y sus dimensiones. Comenzaremos por los tipos de contenedores que podemos encontrar:

- **Dry Van**: Es el contenedor estándar, el más utilizado en todo el mundo. Está herméticamente cerrado y carece de refrigeración o ventilación
- **Metálicos**: Al contrario que el Dry Van, no se cierra herméticamente. Se suele usar por carretera más que para transporte marítimo y se emplea generalmente para transportar residuos.
- **High Cube**: Son los contenedores estándar pero con un tamaño mucho mayor. Se caracterizan por su gran altura (casi 3 metros).
- **Reefer**: Son los contenedores refrigerados, para el transporte de mercancías que precisen frío o calor. Incorporan un termostato para seleccionar la temperatura constante durante el trayecto. Dada su utilidad, deben ir conectados constantemente (camión, barco, terminales...). Funcionan con corriente trifásica.
- **Open Top**: Como su propio nombre indica, están abiertos por la parte de arriba, carecen de techo. Este tipo de contenedores se utilizan para mercancías cuya altura sobrepasa la de un High Cube. Ha de tenerse en cuenta que, al sobrepasar la carga la altura estandarizada del contenedor, se cobraran suplementos por el resto de mercancía que no haya podido transportarse debido a esta circunstancia.

- **Flat Rack**: Al igual que el Open Top, se utilizan para cargas con dimensiones que sobrepasen las de las medidas estándar. Este tipo de contenedores suelen carecer también de laterales y, en algunos casos, hasta de las paredes frontal y posterior, quedando únicamente la base. Como en los anteriores, van ligados a suplementos en función del espacio que ocupe la carga a bordo del barco.
- **Collapsible Flat Rack**: Iguales que los *Flat Rack*, pero con la característica añadida de que sus laterales son plegables sobre la base.
- **Open Side**: Estos sólo están abiertos por uno de sus laterales, manteniendo el techo, la base y el resto de paredes. También se les aplica suplemento, por tratarse de cargas con mayor longitud.
- **Tank o contenedor cisterna**: Se usan para transportar líquidos a granel. Una serie de vigas de acero contienen un tanque en el que se almacena la mercancía. Pueden apilarse y viajar en cualquier tipo de transporte.
- **Flexi-Tank**: La diferencia con el contenedor cisterna normal es que en su interior disponen de un depósito flexible fabricado en polietileno, llamado flexibag.
- **Eurocontenedor**: Se está estudiando la posibilidad de incorporar una nueva medida de contenedor que se adecúe a los pallets europeos o europallets, el principal problema reside en que los buques están preparados para albergar los contenedores actuales.

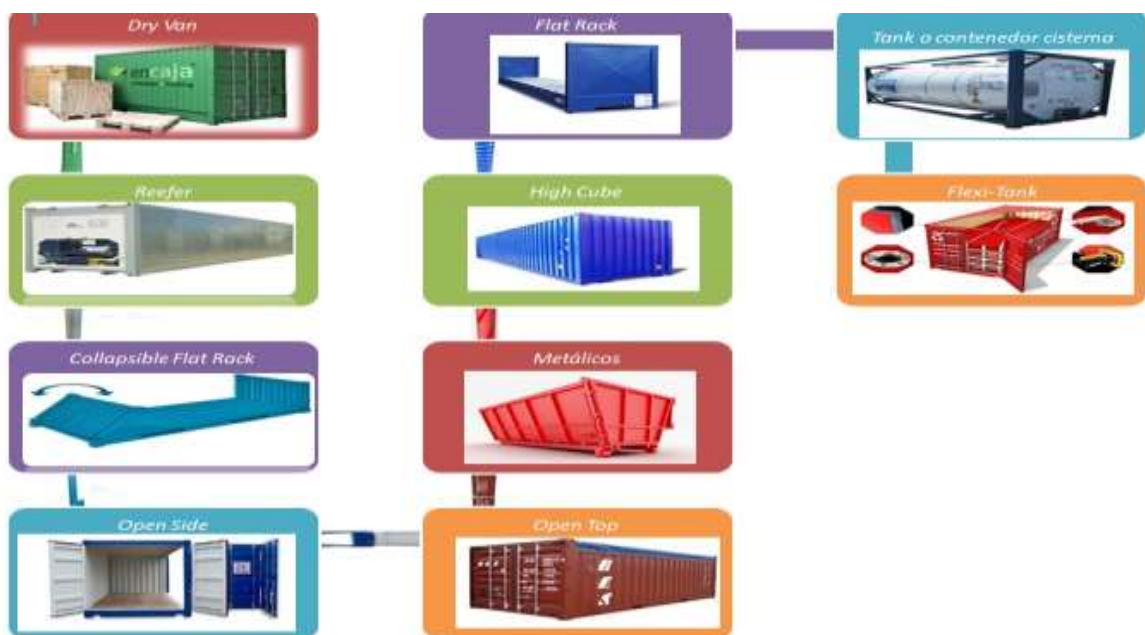


Ilustración 2: Nombres de contenedores

Elaborado por: Freire (TODO COMERCIO EXTERIOR)

Año: 2015

2.2.6 Dimensiones de los contenedores

Como ya hemos comentado, estos recipientes de carga están estandarizados. Su ancho se fija en 2,44 metros, el alto varía entre 2,60 metros y 2,90 metros y el largo puede ir desde los 2,44 metros hasta los 16,15 metros.

Generalmente, la unidad de medida utilizada en los contenedores es el pie y los más utilizados y estandarizados son los de 20 y 40 pies de largo (alrededor de 6 y 12 metros, respectivamente).

Cuadro 3: Dimensiones de los contenedores

Contenedor	20'	40'	20'	40'	20'	40'	20'	40'	20'	40'	20'	40'	20'	40'
	Capacidad (en m ³)		Carga máxima (en Kgs)		Tara (en Kgs)		Peso bruto (en Kgs)		Largo (en metros)		Ancho (en metros)		Alto (en metros)	
Dry Van	32,60	67,70	28.180	28.750	2.300	3.750	30.480	32.500	5,90	12,03	2,35	2,35	2,39	2,39
High Cube	x	76,40	x	28.560	x	3.940	x	32.500	x	12,03	x	2,35	x	2,70
Reefer	24,30	48,50	22.000	25.980	3.400	4.500	25.400	30.480	5,03	10,05	2,23	2,23	2,17	2,17
Open Top	32,30	65,90	28.120	23.660	2.360	4.150	30.480	30.480	5,90	12,03	5,90	2,35	2,33	2,33
Flat Rack	21 Lt	X	27.635	X	2.845	X	32.480	X	5,91	x	2,10	X	2,10	X
Tank	27,60	54,80	27.610	25.030	2.870	5.450	30.480	30.480	5,90	12,03	2,15	2,24	2,18	2,03

Elaborado por: Freire (TODO COMERCIO EXTERIOR)










Año: 2015

NOTA: La carga máxima puede variar en función del tipo de transporte. Por ejemplo, no en todos los países se permite el mismo peso máximo para camiones y no todos los barcos soportan la misma carga, dependerá del tipo de transporte utilizado y la normativa de cada país.

Éstos son los contenedores a utilizar en un transporte marítimo según las necesidades de espacio y acondicionamiento, de la carga a transportar.

Cuadro 4: Tipos y descripciones de contenedores

TIPOS DE CONTENEDORES

20 Pies Standard 20' x 8' x 8'6"			Descripción	
Tara	2300 kg / 5070 lb		Disponible para cualquier carga seca normal. Ejemplos: bolsas, pallets, cajas, tambores, etc.	
Carga Max. Max. P. B.	28180 kg/62130 lb 30480 kg/67200 lb	Apertura Puerta 2340 mm / 7'8" 2280 mm / 7'6"		
Medida	Internas			
Largo:	5898 mm / 19'4"			
Ancho:	2352 mm / 7'9"			
Altura:	2393 mm / 7'10"			
Capacidad Cub.	33,2 m3 / 1172 R3			
40 Pies Standard 40' x 8' x 8'6"			Descripción	
Tara	3750 kg / 8265 lb		Disponible para cualquier carga seca normal. Ejemplos: bolsas, pallets, cajas, tambores, etc.	
Carga Max. Max. P. B.	28750 kg / 63385 lb 32500 kg / 71650 lb	Apertura Puerta 2340 mm / 7'8" 2280 mm / 7'6"		
Medidas	Internas			
Largo:	12032 mm / 39'6"			
Ancho:	2352 mm / 7'9"			
Altura:	2393 mm / 7'10"			
Capacidad Cub.	67,7 m3 / 2390 R3			
40 Pies High Cube 40' x 8' x 9'6"			Descripción	
Tara	3940 kg / 8685 lb		Disponibles para cargas voluminosas. Ejemplo: tabaco, carbon.	
Carga Max. Max. P. B.	28560 kg / 62965 lb 32500 kg / 71650 lb	Apertura Puerta 2340 mm / 7'8" 2285 mm / 8'0"		
Medidas	Internas			
Largo:	12032 mm / 39'6"			
Ancho:	2352 mm / 7'9"			
Altura:	2698 mm / 8'10"			
Capacidad Cub.	76,4 m3 / 2700 R3			
20 Pies 20' x 8' x 8'6"			Descripción	CONTENEDORES REFRIGERADOS INTEGRALES O REEFER
Tara	3080 kg / 6790 lb		Con equipo propio de generación de frío. Diseñado para el transporte de carga que requiere temperaturas constantes sobre bajo cero. Ejemplo: carne, pescado, frutas, etc.	
Carga Max. Max. P. B.	27400 kg / 60410 lb 30480 kg / 67200 lb	Apertura Puerta 2276 mm / 7'5" 2261 mm / 7'5"		
Medidas	Internas			
Largo:	5444 mm / 17'10"			
Ancho:	2268 mm / 7'5"			
Altura:	2272 mm / 7'5"			
Capacidad Cub.	28,1 m3 / 992 R3			
40 Pies High Cube 40' x 8' x 9'6"			Descripción	CONTENEDORES REFRIGERADOS INTEGRALES O REEFER
Tara	4850 kg / 10690 lb		Con equipo propio de generación de frío. Diseñado para el transporte de carga que requiere temperaturas constantes sobre bajo cero. Ejemplo: carne, pescado, frutas, etc.	
Carga Max. Max. P. B.	29150 kg / 64270 lb 34000 kg / 74960 lb	Apertura Puerta 2276 mm / 7'5" 2501 mm / 8'2"		
Medidas	Internas			
Largo:	11561 mm / 37'11"			
Ancho:	2268 mm / 7'5"			
Altura:	2253 mm / 8'4"			
Capacidad Cub.	67 m3 / 2366 R3			
Open top 20 Pies Open Top 20' x 8' x 8'6"			Descripción	OTRO TIPO DE CONTENEDORES
Tara	2360 kg / 5200 lb		Presentan el techo removible de lona, especialmente diseñado para transporte de cargas pesadas o dimensiones extras. Permiten la carga y descarga superior. Ejemplos: maquinarias pesadas, planchas de mármol, etc.	
Carga Max. Max. P. B.	28120 kg / 62000 lb 30480 kg / 67200 lb	Apertura Puerta 2300 mm / 7'8" 2215 mm / 7'6"		
Medidas	Internas			
Largo:	5898 mm / 19'4"			
Ancho:	2345 mm / 7'9"			
Altura:	2346 mm / 7'9"			
Capacidad Cub.	32,4 m3 / 1144 R3			
		Apertura techo Largo 5492 mm / 18' Ancho 2184 mm / 7'3"		
Open top 40 Pies Open Top 40' x 8' x 8'6"			Descripción	
Tara	2360 kg / 5200 lb		Presentan el techo removible de lona, especialmente diseñado para transporte de cargas pesadas o dimensiones extras. Permiten la carga y descarga superior. Ejemplos: maquinarias pesadas, planchas de mármol, etc.	
Carga Max. Max. P. B.	30140 kg / 66750 lb 32500 kg / 71650 lb	Apertura Puerta 2340 mm / 7'8" 2244 mm / 7'6"		
Medidas	Internas			
Largo:	12024 mm / 39'6"			
Ancho:	2352 mm / 7'9"			
Altura:	2324 mm / 7'7"			
Capacidad Cub.	65,7 m3 / 2320 R3			
		Apertura techo Largo 11874 mm / 38'11" Ancho 2184 mm / 7'		
Flatrack tipo fijo no plegable 20 y 40 Pies Flatrack 20'/40' x 8' x 8'6"			Descripción	
Tara	4030 kg / 8880 lb	46' flat 5000 kg / 8580 lb	Con terminales fijos o rebatibles, sin laterales. Diseñados para el transporte de Carga de grandes dimensiones. Ejemplo: maquinaria, etc.	
Carga Max. Max. P. B.	28470 kg / 62730 lb 32500 kg / 71650 lb	40' flat 40000 kg / 90000 lb 45000 kg / 99100 lb		
Medidas	Internas	Internas		
Largo:	5940 mm / 19'6"	12132 mm / 39'9"		
Ancho:	2345 mm / 7'8"	2400 mm / 7'10"		
Altura:	2346 mm / 7'8"	2135 mm / 7'		
Contenedor Plataforma de 20' y 40'			Descripción	SOLO PARA REFERENCIA
Diseñados para el transporte de carga de grandes dimensiones o extrapeso. Ejemplo: maquinaria rodante, etc.				

Elaborado por: Freire (TODO COMERCIO EXTERIOR)

Año: 2015

2.2.7 ¿Cuáles son los tipos de embalaje más comunes en las mercancías de exportación?

En términos generales, muchos consideran al embalaje y al acondicionamiento como sinónimos o en su defecto se opina que embalaje es la protección que se le da al producto para su transporte, pero en realidad debemos considerar lo siguiente:

Embalaje: Es el material destinado a la protección de mercancías en su transporte y distribución, incluyendo el relleno utilizado en el interior. Estos materiales pueden estar hechos de paja, papel, madera, y comprenden también las telas impermeabilizadas o no, cuerdas, cercos, etc. que envuelven al producto exteriormente para su transporte. Se considera embalaje a: cajas, bidones, tambores, jabs, cilindros, cestos, sacos, (embalaje ulterior), etc.

Acondicionamiento: Es el elemento que contiene al producto de forma inmediata, tales como:

Los frascos, botellas, jarrones, fundas, entre otras, que contengan líquidos u otras mercancías,

Los cartones, simples o forrados, los saquillos, las cajas y cajetillas que contengan galletas, chocolates, té, etc.

Los soportes tales como: rodillos, tabletas, bobinas, marcos, etc. sobre las cuales están enrollados el papel, la tela, etc.

Las envolturas, tales como: forros, fundas de todo tipo, camisolas de papel, cartón, tejidos y en general todas las materias que envuelven los objetos de forma inmediata.

El acondicionamiento y el embalaje son parte sustancial e importante en un proceso de exportación, ya que utilizando el adecuado, está garantizada la calidad del producto durante su transporte y posterior comercialización; y además, si el embalaje y acondicionamiento son los adecuados, influirá favorablemente en la contratación de la póliza de seguro de transporte internacional, tanto para el exportador como para el

importador, obteniendo así una prima de seguro más baja, por la disminución de los riesgos.

2.2.7.1 Embalajes más Comunes

a) Pallets

Los pallets sirven para agrupar mercaderías que se embalan dentro de cajas de maderas o cartón, láminas de metal, etc., facilitando así el transporte. Los pallets pueden ser de madera o plástico.

Estos pallets pueden asegurarse, adicionalmente, cubriéndolos con forros de papel o plástico y envolvente o adherencia térmica.

b) Embalaje de Madera:

La IPPC (The International Plant Protection Convention), organismo perteneciente a la ONU, regula y autoriza a nivel internacional la elaboración y aplicación de pallets y embalajes de madera para su utilización en exportación a través de una reglamentación denominada NIMF-15 (Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias).

Esta norma exige el cumplimiento de 2 requisitos básicos:

Certificado de Origen del Pallet.

Certificado del tipo de tratamiento aplicado para su sanitización.

Para cumplir con el segundo certificado, se requiere saber:

Tratamiento Térmico HT (Heat Treatment)

Fumigación con Bromuro de Metilo MB

El tratamiento térmico, es de carácter permanente, mientras que el tratamiento con bromuro de metilo debe ser renovado cada 2 meses.

La Norma Internacional sobre Medidas Fitosanitarias NIMF-15 fue adoptada por la FAO (FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION) en el año 2002 (y actualizada en el 2006) para reducir el riesgo de introducción y diseminación de plagas.

c) El sello del Pallet Sanitizado

En Ecuador, el sello para certificar que el pallet está libre de plagas y que se ha sometido a uno de los dos tratamientos ya mencionados, debe detallar:

El logo de IPPC, código del productor / proveedor, ejemplo: EC-R-130 (EC: Ecuador, R: inicial de provincia, 130: número de registro), HT (tratamiento térmico) o MB (bromuro de metilo), AGROCALIDAD (país).

Se puede acceder a la lista de empresas aprobadas, la norma NIMF 15 y resoluciones locales con respecto al embalaje de madera en el sitio web de Agro calidad.

Registro de Operador de Embalaje de Madera: Tanto personas naturales o jurídicas pueden registrarse, adquiriendo el formulario de registro con un costo de USD 2. El registro de operador tiene una duración de 1 año y existen dos tipos: 1) empresas que realizan el tratamiento de sanitización y 2) empresas que fabrican el embalaje de madera

2.2.7.2 Tarifario:

Empresa de tratamiento de sanitización: USD 220

Empresa de fabricación de embalaje de madera: USD 50

Nota: Por favor verificar el tarifario en el sitio web de Agrocalidad.

Para la renovación del registro de las empresas que realizan el tratamiento térmico de sanitización, debe pagarse USD 0,01 por pallet tratado. Existe una supervisión trimestral para los 2 tipos de empresa con un costo de USD 50.

- **Costo del Embalaje o Envase:**

Todos los gastos en que se incurren en los envases, embalajes o acondicionamientos se ven reflejados en su costo de producción y en su precio de venta.

(PROECUDOR 2015)

2.2.8 Tipos de transportes en exportación

A medida que pasa el tiempo el mercado ofrece facilidad y productividad en cada proceso, tanto en una empresa como en un sector comercial. Así mismo encontramos en el mercado una diversidad de medios de transporte para la movilización de la mercancía que las empresas legalmente establecidas deseen exportar.

Según una investigación realizada, para decidir qué tipo de transporte es más conveniente se debe tener en cuenta, el tipo de mercadería (perecedera, no perecedera, etc.), las distancias, el valor unitario del producto a transportar, peso y volumen, el requerimientos del cliente en términos de cómo desea recibir su producto, el costo de flete, el costo financiero del capital invertido en los inventarios en tránsito y en bodega, y la infraestructura del país de destino. Por otra parte, encontramos estos tipos de medios de transporte que se adecuan a la mercancía que se quiere exportar:

2.2.8.1 Transporte internacional marítimo

Este tipo de transporte se adapta bien al envío de grandes volúmenes. El transporte marítimo tiene dos grandes especializaciones genéricas: el transporte de cargas fraccionadas y el transporte de cargas masivas. Los buques que transportan carga fraccionada, también denominada carga general, frecuentemente se emplean en transporte de línea regular, y los que transportan cargas masivas suelen emplearse en tráficos 'errantes'. No obstante, se producen a menudo combinaciones de unos y otros tipos de tráfico. Así, hay buques de línea regular y carga fraccionada que también transportan cargas a granel en alguno de sus itinerarios.

Además de las diferentes características de las mercaderías transportadas, es diferente la forma de contratación y las normativas aplicables. En el caso de carga fraccionada o línea

regular, lo habitual es que el cargador tenga que aceptar las condiciones impuestas por la línea.

2.2.8.2 Transporte internacional aéreo

El transporte aéreo nunca debe ser descartado por meras razones de costos. Si bien las tarifas del transporte aéreo son más altas que las marítimas, una evaluación general del costo total de distribución puede mostrar, a veces, más conveniencia en la alternativa aérea, especialmente cuando se trata de productos de alto valor agregado.

Este tipo de transporte presenta ciertas ventajas:

- Ahorro de tiempo en tránsito
- Los servicios regulares y frecuentes reducen la necesidad de almacenaje en ambos extremos de la cadena de distribución.
- La respuesta a cambios del mercado puede ser efectuada velozmente.
- Menor manipulación general de la mercadería, por lo tanto reducción del costo de embalaje.
- Las primas de seguro son más bajas
- La velocidad del transporte permite incrementar la vida comercial útil de los productos perecederos.
- Es un transporte relativamente sencillo de utilizar, con una legislación poco complicada.

Para la contratación de la carga aérea, el exportador puede tratar directamente con las compañías aéreas, pero si no se tienen los conocimientos técnicos suficientes sobre carga aérea, es mejor contactar a un agente de carga aérea. Este, cumple una función primordial, asegurando que los envíos aéreos se realicen de conformidad con las normas de I.A.T.A. (Internacional Aereal Transport Association)

2.2.8.3 Transporte por carretera

El transporte por carretera es poco complejo y de fácil acceso para cualquier usuario y es el que permite la existencia del concepto “puerta a puerta”. Al existir una fuerte

competencia en la oferta de este tipo de transporte, el exportador argentino puede negociar condiciones ventajosas.

Las características más destacadas del transporte por carretera son su simplicidad, versatilidad, flexibilidad, pues permite el transporte de prácticamente cualquier tipo de mercadería, desde el lugar de producción o almacenaje, hasta el de producción o consumo, de forma rápida y relativamente económica. Se puede disponer de muchos tipos de vehículos, que se adecuan a las características de la mercadería a transportar y al viaje a realizar

2.2.8.4 Transporte multimodal

La denominación “transporte multimodal” es reciente y describe el traslado de mercaderías desde su origen hasta destino combinando distintos medios de transporte (terrestre, marítimo, aéreo) La peculiaridad de este tipo de transporte reside en la posibilidad de realizar todos estos intercambios, sin tener que estipular distintos contratos para cada cambio en el medio de transporte.

El transporte internacional multimodal es una consecuencia de los avances tecnológicos en el transporte internacional, principalmente con la utilización de contenedores o vehículos cerrados, capaces de ser transbordados de uno a otro medio de transporte sin necesidad de llevar a cabo manipulación alguna de las mercaderías contenidas en el vehículo o contenedor, los cuales –al estar precintados- permiten el tránsito aduanero por varios países, de manera simple y rápida.

La combinación de los diferentes factores que intervienen en la cadena de costos de la logística, da la oportunidad de crear ecuaciones de múltiples variables que involucran a todos los factores que forman parte del proceso (embalaje, fletes, seguros, transacciones bancarias, operaciones de aduana, costos de despacho, entrega, etc.)

En muchas de estas operaciones, tiene una importancia fundamental la existencia y calidad de las telecomunicaciones. En definitiva, la optimización de los costos de

logística a través de la selección de la información óptima de los diferentes factores, es la que va a determinar su competitividad. (Aroyo) 2015

2.2.9 Póliza de seguro de transporte de mercancías

Seguro de transporte de mercancías se da la indemnización por la aparición de un siniestro en el transporte.

Seguro de crédito a la exportación se da la indemnización por la aparición de siniestros comerciales o políticos.

(Manual Práctico de Comercio Exterior, Cuarta Edición)

El Seguro de Transporte cubre los riesgos derivados del transporte de la mercancía y de la modalidad de entrega acordada.

El elemento determinante de esta modalidad de aseguramiento es el transporte, entendido como movimiento o desplazamiento de las cosas aseguradas, y su finalidad la de cubrirlas contra los riesgos que puedan afectarlas durante su traslado de un lugar a otro, y por extensión a determinados períodos (estancias) o situaciones (carga y descarga, etc.) relacionados con el hecho del transporte.

2.2.9.1 Clases de Póliza:

- Especiales o por Viajes.

Cubren un determinado envío o transporte de mercancías, pudiendo hacerse extensivo a buques, vagones y aeronaves. Llegados al punto de destino los bienes Asegurados, termina la garantía del seguro.

- Pólizas Abiertas.

Cubren una cantidad fija correspondiente al valor de determinadas mercaderías a transportar en más de un viaje.

- Pólizas de Abono o Flotantes.

Reciben la denominación de Pólizas Flotantes o de Abono aquellos contratos establecidos a favor de un determinado Asegurado en los que ha convenido “a priori”, las condiciones especiales del seguro, clase de mercancías, viajes a cubrir y primas a percibir para cada uno de los viajes previstos.

Las Pólizas Flotantes ofrecen al Asegurador la ventaja de tener cubiertas sus expediciones desde el momento en que entran en riesgo de conocer las primas aplicables en cada caso y de proporcionarle, en principio unas primas más económicas.

El Asegurador viene obligado a incluir en la cobertura de la Póliza todas las expediciones que deban transportarse por su cuenta o interés, sin más excepción que:

1. La que reciba bajo la fórmula C.I.F. en las operaciones de importación.
2. Las que expida en régimen FOB o modalidad similar en las operaciones de exportación.
3. Aquellos casos en que por pacto expreso se excluyan de las garantías del contrato unas determinadas o específicas expediciones.

El Asegurador deberá cumplimentar los oportunos “Boletines de Aplicación”, detallando para cada expedición y en el correspondiente impreso las particularidades del envío, tales como destinatario, viaje, clase de mercancía o identificación y peso, medio de transporte empleado y en su caso nombre del buque porteador y valor garantizado.

- Pólizas s “Forfait” o Término.

Cubren hasta un límite máximo de valor y mediante una prima fija convenida todos los transportes de mercancías objeto del seguro realizado por el medio de transporte señalado en el momento de suscribir el seguro durante el periodo de tiempo convenido y con independencia del número de viajes.

El tomador es quien contrata el seguro por cuenta de otro (por ejemplo, un Transitorio que contrata para su cliente) y, el beneficiario, es el acreedor de la posible indemnización.

2.2.9.2 Personas que pueden contratar el seguro

- a) El usuario (remitente o destinatario). El seguro no es obligatorio y constituye un seguro de Daños.
- b) El Porteador o Transportista. Es un Seguro de Responsabilidad, ya que cubre la que pueda corresponderle.
- c) La Agencia que intervenga, en su caso.

SOLICITANTE:

Exportador o Importador (según los INCOTERMS), Transportistas o Transitorio.

EMISOR:

Entidades Aseguradoras autorizadas por la Dirección General de Seguros para trabajar el ramo de transporte.

DESTINATARIO:

Exportador o Importador (según los INCOTERMS), Transportistas o Transitorio.

- La Póliza debe ir siempre firmada y sellada por la Entidad aseguradora para su validez.
- Debe ser emitida sobre la base de la Ley 50/80 de Contrato de Seguro y hacer constar en la misma que se ampara en dicha norma.
- Debe estar especificado el riesgo al que se le da cobertura.
- La Póliza siempre debe ir acompañada del recibo de pago de prima.

(comercio, 2015)

2.2.10 La competitividad del Ecuador en el mercado global

La interdependencia de los Estados ha generado continuamente marcos de conducta globales sobre las cuales se deberían establecer las bases generales de actuación de un Estado en relación de los otros.

Lo podemos identificar muy fácilmente cuando nos referimos a las relaciones internacionales y al comercio exterior, en torno a este gira un sin número de indicadores como los convenios, tratados y acuerdos internacionales; la legislación interna; las instituciones públicas; la infraestructura productiva, el mejoramiento del talento humano, entre otros que deben modificarse para adaptar una posición general y unificada que permite entrar a la esfera de la competitividad con nuestros similares.

2.2.10.1 Conceptualización de competitividad interna y externa

Considerando que la competitividad es la rentabilidad que una empresa pueda generar en comparación con otra similar cuya diferencia es la aplicación de diferentes tecnologías, conocimientos y procesos productivos que la permiten finalmente perfeccionar sus productos y servicios a mejor precio que su competencia, esta no se aparta de la concepción misma de la competitividad entre los países que, a diferencia de las empresas y sus procesos productivos, entre países se mide los indicadores relacionados con los aspectos macro.

Pero ¿Cuáles son los Indicadores?, estos varían entre una institución de otra encargadas de analizarlos para proyectar los resultados, mientras una estudian indicadores de acuerdo a los bloques como el económico, productivo, talento humano y políticas públicas.

(Revista INNOVA, 2016)

2.3 IDEA A DEFENDER

Diseñar manuales de procesos en comercio exterior para cubrir los requerimientos de empresas mipymes al momento de importar o exportar, optimizando recurso que permitan la factibilidad de este proceso de transacción comercial, sin dejar vacíos que implicarían pérdidas para la empresa.

2.3.1 Idea General

Diseñar manuales de procesos en comercio exterior para cubrir los requerimientos de empresas mipymes al momento de importar o exportar, optimizando recurso que permitan

la factibilidad de este proceso de transacción comercial, sin dejar vacíos que implicarían pérdidas para la empresa.

2.3.2 Ideas Específicas

1) Estudiar los parámetros necesarios para el levantamiento del manual de procesos tales como:

- Análisis o Estudio de Mercado
- Capacidad de Producción
- Capacidad de Venta o Adquisición
- Cotizaciones
- Modalidad de Envíos o Adquisiciones
- Logística
- Pago de Tributos
- Acuerdos Comerciales
- Certificaciones
- Documentos Generados

2) Búsqueda del personal y empresas idóneas que prestaran sus servicios para realizar el proceso de comercialización con eficacia y eficiencia permitiéndonos cumplir con los requerimientos del cliente.

2.4 VARIABLES

2.4.1 Variable Independiente

Todas las estrategias de Marketing se concentran en un solo nicho de mercado que es Quito, este tipo de estrategia es conocida como mercado meta.

2.4.2 Variable Dependiente

Buscar la fidelización de nuestros clientes al momento de generar nuevos procesos que ayuden a las empresas a crecer en el mercado internacional sin miedo al fracaso

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es un proceso meticuloso y sistemático en el que se busca resolver problemas en cualquier campo de aplicación, las modalidades de investigación a realizarse se fundamenta en los paradigmas cuantitativo – cualitativo que nos permitiera diferenciar los bienes de los servicios y como se comercializan los mismos a nivel internacional determinando los factores necesarios al momento de plantear un manual de procesos de comercio exterior, teniendo en cuenta que cada empresa presentara una necesidad diferente al momento de importar y exportar.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

DESCRIPTIVAS: El propósito es describir situaciones y eventos. Decir cómo se manifiesta los procesos de exportación e importación. Buscará especificar los procesos que sean sometidos a análisis. Se selecciona una serie de parámetros dentro de la empresa en particular del requerimiento del cliente y del mercado y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga. La investigación descriptiva requiere de formular las preguntas específicas que busca dar respuestas.

EXPLICATIVA: Mediante la experiencia adquirida en capacitaciones, cursos, charlas y demás se pretende dar una explicación de las falencias en conocimiento que tienen las empresas al momento de comercializas sus productos hacia mercados internacionales.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

El tamaño de la muestra es el número de los sujetos que compone la muestra extraída de una población, para esto es necesario que los datos obtenidos sean representativos de la población que se va a analizar.

Para determinar el tamaño de la muestra se presenta la siguiente formula, la misma que es utilizada para la población finita.

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

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = Tamaño del mercado

p = grado de aceptación (si no se conoce se asume 0,5)

q = grado de rechazo = (1-p)

Z = valor de la curva de gauss (normalizada) para un cierto nivel de confianza (Para un nivel de confianza del 95%, Z = 1,964)

E = porcentaje de error tolerado (recomendado sea menor al

Por lo que reemplazando en la fórmula se tiene:

$$\frac{2500(0,5)(0,5)(1,964)^2}{(0,5)(0,5)(1,964)^2 + (0,05)^2(2500-1)}$$

$$n = 334$$

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1 Método inductivo - deductivo

Permitirá conocer más a fondo las necesidades y requerimientos de la empresa, teniendo en cuenta el problema en particular ¿Cómo? M&M “Asesores S.A aportaría con el desarrollo de Exportaciones e Importaciones de Pequeñas y medianas empresas (mipymes) de la ciudad de Quito Pichincha Ecuador, mediante manuales de procedimientos que facilitarían las transacciones Comerciales Internacionales, generando empleo así como ingresos para los involucrados?

3.4.2 Método descriptivo

Se utilizará este método en la investigación para clasificar y ordenar los datos conseguidos, y nos facilitará conseguir la interpretación y análisis obtenidos en la recolección de la información

3.4.3 Técnicas

- Encuesta

Se utilizará la encuesta como técnica que nos facilitara saber que empresas necesitan de nuestro servicio, así como los requerimientos de cada una de ellas de acuerdo a sus necesidades, proyecciones y actividad.

- Entrevista

La entrevista será un instrumento fundamental en las investigaciones, pues a través de ella se podrá recoger información de muy diversos ámbitos pudiendo así ofrecer una propuesta para generar los procesos que necesitaría la empresa al momento de realizar una importación o exportación.

3.4.4 Instrumentos

- Guía de Encuestas

RESULTADOS

En esta etapa además de la revisión y grabación de datos obtenidos se desarrollara una tabulación inicial de nuestros resultados básicos obtenidos que deberán complementarse con un análisis oportuno de cada interrogante.

“TABULACIÓN DE ENCUESTAS”

BLOQUE 1. PREGUNTAS

1. ¿Cuál es la actividad de mayor importancia en su empresa?

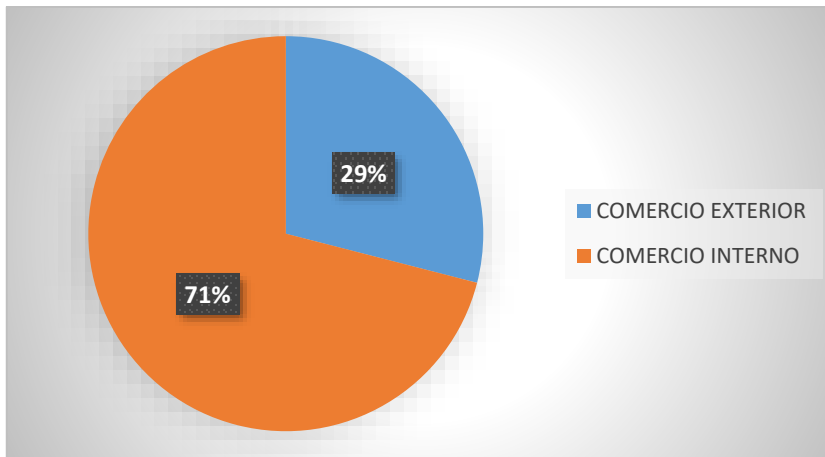
Tabla 1: Actividad que practica la empresa, comercio exterior, comercio interno

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
COMERCIO EXTERIOR	100	29%
COMERCIO INTERIOR	244	71%
TOTAL	344	100%

Fuente: Encuesta diagnóstico aplicada a la investigación de la creación de la empresa “M&M” ASESORES.

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Gráfico 1: Actividad que practica la empresa, comercio exterior, comercio interno



Fuente: Datos basados en la TABLA N.1

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Análisis:

El 71% de los encuestados realizan actividades de comercio interno y con el 29% las empresas realizan comercio exterior.

Interpretación:

Las empresas son la parte importante de esta investigación por lo que nos hace notar que tenemos un amplio espacio en el mercado en cuanto al comercio exterior.

2. ¿Si su respuesta fue comercio interior le gustaría realizar actos de comercio al exterior?

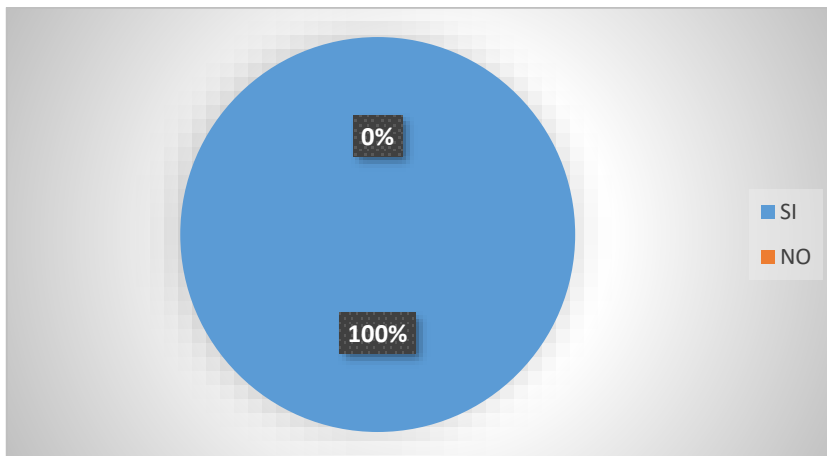
Tabla 2: Le gustaría realizar actos de comercio interior

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	344	100%
NO	0	0%
TOTAL	344	100%

Fuente: Encuesta diagnóstico aplicada a la investigación de la creación de la empresa “M&M” ASESORES.

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Gráfico 2: Le gustaría realizar actos de comercio interior



Fuente: Datos basados en la TABLA N.2

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Análisis:

El 100% de las empresas encuestadas si les gustaría realizar actos de comercio exterior.

Interpretación:

Como todos quisieran realizar actos de comercio exterior la empresa “M&M” tiene una gran apertura de mercado para su funcionamiento.

3. ¿Si su respuesta fue de comercio exterior la actividad es de importación y exportación?

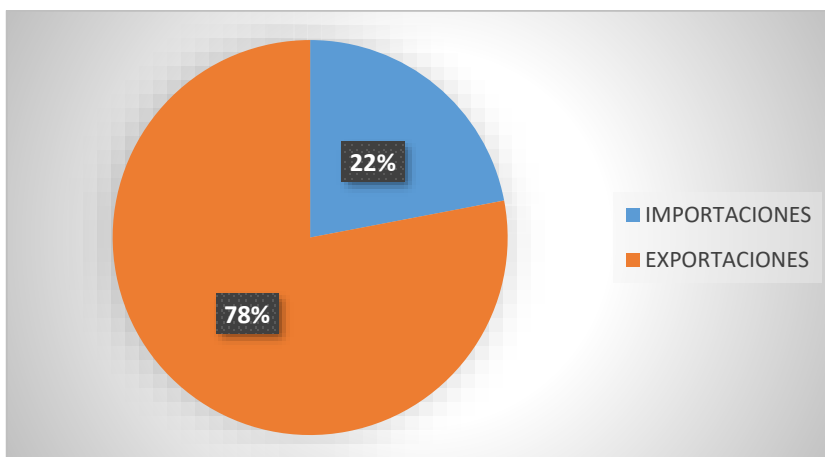
Tabla 3: Comercio exterior importaciones y exportaciones

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
IMPORTACIONES	76	22%
EXPORTACIONES	268	78%
TOTAL	344	100%

Fuente: Encuesta diagnóstico aplicada a la investigación de la creación de la empresa “M&M” ASESORES.

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Gráfico 3: Comercio exterior importaciones y exportaciones



Fuente: Datos basados en la TABLA N.3

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Análisis:

El 78% de los encuestados quieren realizar exportaciones y con el 22% realizarían importaciones.

Interpretación:

Las empresas de acuerdo a la actividad comercial o a su producción realizarían importaciones o exportaciones para su producto final.

4. ¿Con que frecuencia realiza las exportaciones o importaciones?

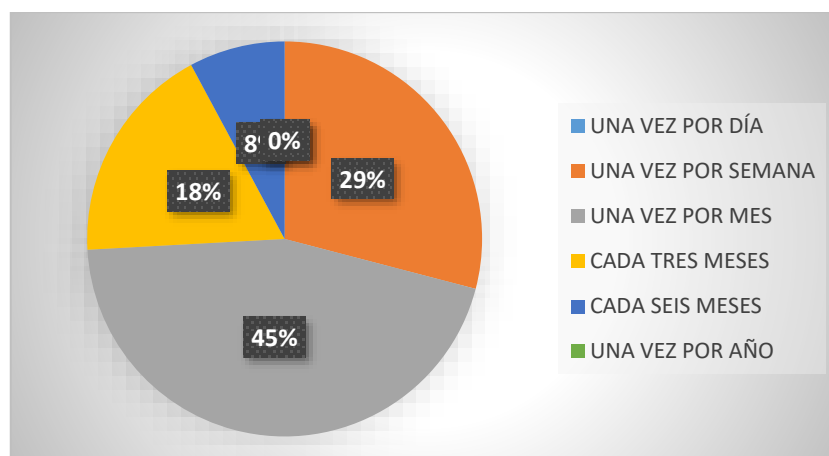
Tabla 4: Frecuencia al realizar las exportaciones o importaciones

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
UNA VEZ POR DÍA	0	0%
UNA VEZ POR SEMANA	100	29%
UNA VEZ POR MES	155	45%
CADA TRES MESES	62	18%
CADA SEIS MESES	27	8%
UNA VEZ POR AÑO	0	0%
TOTAL	344	100%

Fuente: Encuesta diagnóstico aplicada a la investigación de la creación de la empresa “M&M” ASESORES.

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Gráfico 4: Frecuencia al realizar las exportaciones o importaciones



Fuente: Datos basados en la TABLA N.4

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Análisis:

El 45% de las empresas encuestadas realizan y les gustaría realizar importaciones o exportaciones una vez por mes, el 29% de las mismas lo realizarían una vez por semana, el 18% de las empresas querían realizar este tipo de comercio una vez cada tres meses y con el 8% de los encuestados lo realizarían cada seis meses.

Interpretación:

En cuanto a los datos obtenidos podemos darnos cuenta que de acuerdo a la producción de cada empresa podrían realizar actos de comercio exterior en distintas temporadas por lo que, necesitarían un cierto tipo de asesoramiento.

5. ¿Indique el factor principal por el que usted contrata un servicio?

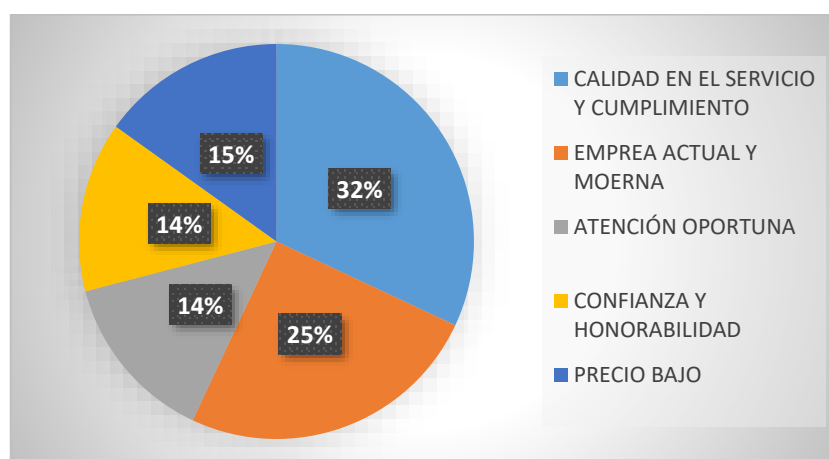
Tabla 5: Factor por lo que usted contrata un servicio

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
CALIDAD EN EL SERVICIO Y CUMPLIMIENTO	110	32%
EMPRESA ACTUAL Y MODERNA	86	25%
ATENCIÓN OPORTUNA	48	14%
CONFIANZA Y HONORABILIDAD	48	14%
PRECIO BAJO	52	15%
TOTAL	344	100%

Fuente: Encuesta diagnóstica aplicada a la investigación de la creación de la empresa “M&M” ASESORES.

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Gráfico 5: Factor por lo que usted contrata un servicio



Fuente: Datos basados en la TABLA N.5

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Análisis:

El 32% de los encuestados respondió que su factor principal para contratar un servicio es la calidad en el servicio y cumplimiento, con el 25% una empresa actual, a su vez con el 15% por los precios bajos, y compartido atención oportuna – confianza y honorabilidad con el 14% respectivamente.

Interpretación:

La mayoría prefiere un servicio de calidad al elegir un apoyo dependiendo de lo que se busca obtener en casos como este, beneficios más que pérdidas y al mismo tiempo posicionamiento en el mercado.

6. ¿Está interesado en realizar alguna exportación o importación de productos?

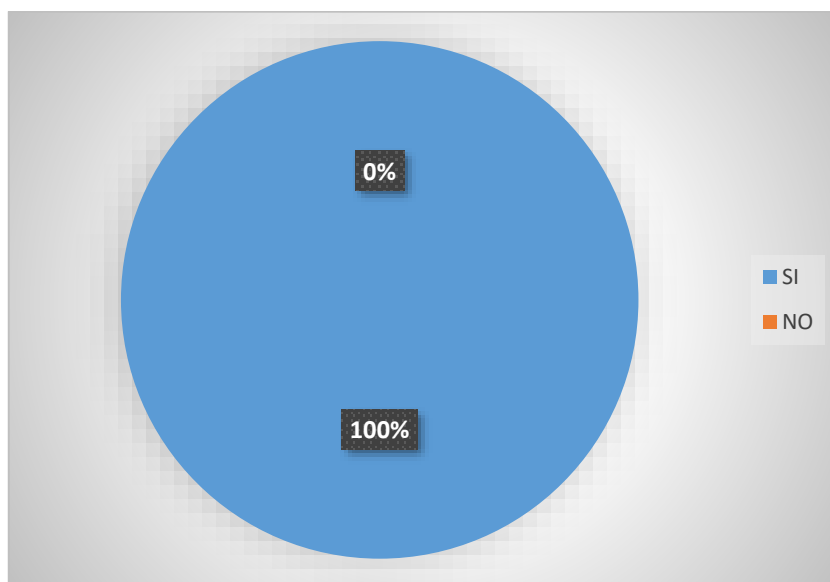
Tabla 6: Le interesa realizar exportaciones o importaciones

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	344	100%
NO	0	0%
TOTAL	344	100%

Fuente: Encuesta diagnóstico aplicada a la investigación de la creación de la empresa “M&M” ASESORES.

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Gráfico 6: Le interesa realizar exportaciones o importaciones



Fuente: Datos basados en la TABLA N.6

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Análisis:

El 100% de los encuestados están interesados y dispuestos a realizar exportaciones e importaciones respectivamente.

Interpretación:

En base a la información obtenida las empresas pueden buscar quien les asesore en cuanto lo que es comercio exterior para así aumentar su mercado meta.

7. ¿Tiene conocimiento de los procedimientos que se llevan a cabo al momento de realizar una exportación e importación?

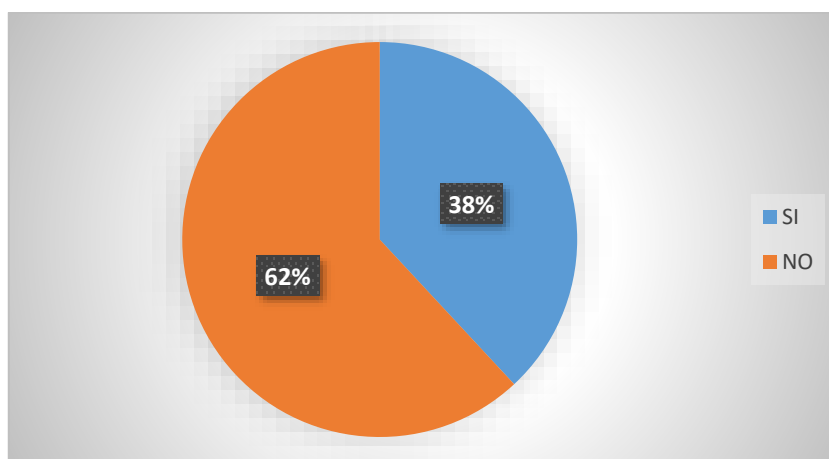
Tabla 7: Conocimiento de procedimientos

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	131	38%
NO	213	62%
TOTAL	344	100%

Fuente: Encuesta diagnóstico aplicada a la investigación de la creación de la empresa “M&M” ASESORES.

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Gráfico 7: Conocimiento de procedimientos



Fuente: Datos basados en la TABLA N.7

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Análisis:

El 68% de las empresas no tiene conocimiento acerca de los procedimientos que se toman en cuenta para realizar una importación o exportación y el 38% si conoce acerca de esto.

Interpretación:

La empresa “M&M” en base a la falta de conocimientos sobre procesos tanto de exportaciones como de importaciones tiene mercado al cual podrá ingresar a ofrecer el servicio de asesoramiento.

8. ¿Estaría interesado en contratar servicios de asesoría que lo ayude a un mejor proceso en cuanto a comercio exterior?

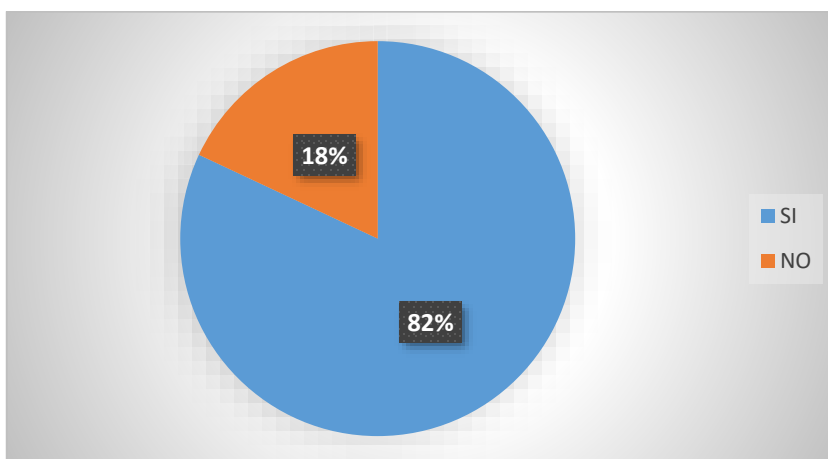
Tabla 8: Contratación de servicios de asesoría

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	282	82%
NO	62	18%
TOTAL	344	100%

Fuente: Encuesta diagnóstico aplicada a la investigación de la creación de la empresa “M&M” ASESORES.

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Gráfico 8: Contratación de servicios de asesoría



Fuente: Datos basados en la TABLA N.8

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Análisis:

El 82% de las empresas encuestadas están interesados en contratar servicios de asesoría por falta de información y el 18% restante no están interesados.

Interpretación:

Basados en la información recogida la mayoría de las empresas por falta de conocimientos en temas de comercio exterior estarían interesados en contratar servicios de asesoría en este tema para su futura comercialización de mercancías.

9. ¿Preferiría contratar usted a una empresa de asesoría en comercio exterior legalmente establecida o a un agente intermediario?

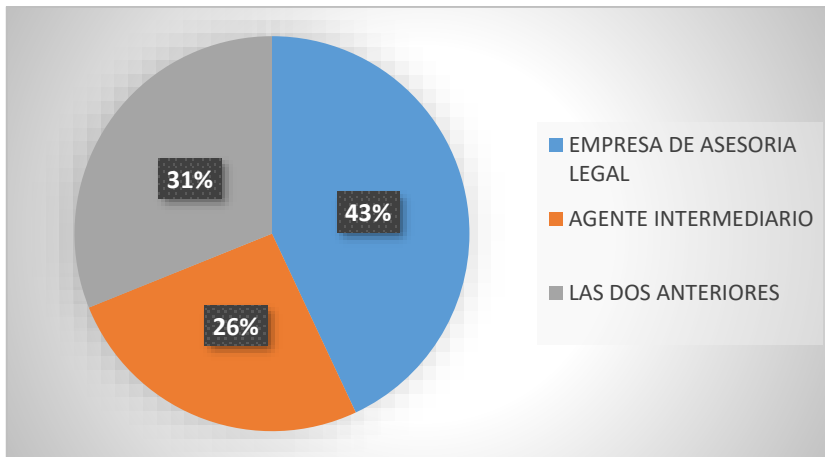
Tabla 9: Contratación de empresa de asesoría legal o intermediario

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
EMPRESA DE ASESORIA LEGAL	148	43%
AGENTE INTERMEDIARIO	89	26%
LAS DOS ANTERIORES	107	31%
TOTAL	344	100%

Fuente: Encuesta diagnóstico aplicada a la investigación de la creación de la empresa “M&M” ASESORES.

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Gráfico 9: Contratación de empresa de asesoría legal o intermediario



Fuente: Datos basados en la TABLA N.9

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Análisis:

El 43% de empresas encuestadas prefieren una empresa legalmente establecida para contratar un servicio, el 26% si accederían a contratar un agente intermediario y el 31% dijeron que contratarían cualquiera de estas dos opciones.

Interpretación:

Como la mayoría de las empresas preferirían contratar una empresa legalmente establecida las empresa de asesoría “M&M” tiene una gran oportunidad en el mercador para posicionarse y seguir obteniendo clientes.

10. ¿Cómo encuentra usted el servicio que está buscando?

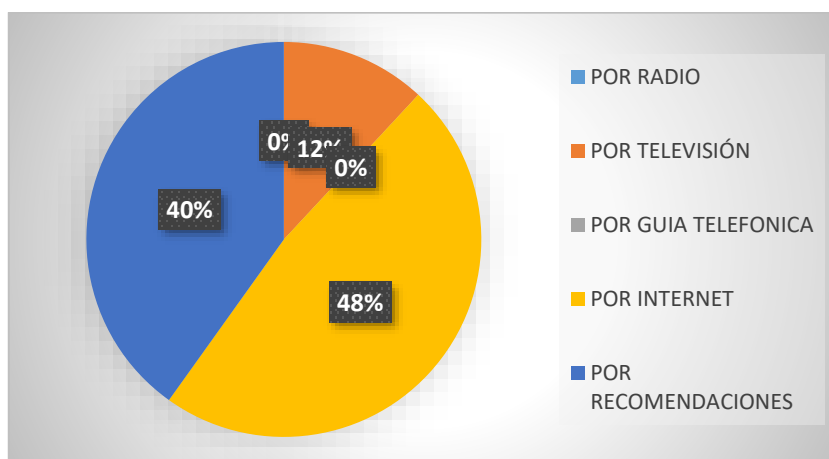
Tabla 10: Búsqueda de un servicio

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
POR RADIO	0	0%
POR TELEVISIÓN	41	12%
POR GUIA TELEFONICA	0	0%
POR INTERNET	165	48%
POR RECOMENDACIONES	138	40%
TOTAL	344	100%

Fuente: Encuesta diagnóstico aplicada a la investigación de la creación de la empresa “M&M” ASESORES.

Elaborado por: Mario Salazar - Monserrath Arévalo

Gráfico 10: Búsqueda de un servicio



Fuente: Datos basados en la TABLA N.10

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Análisis:

El 48% encuentran un servicio que buscan por medio del internet, el 40% lo hace gracias a recomendaciones y el 12% por medios televisivos.

Interpretación:

Como las empresas buscan más por internet y a la vez por recomendaciones la empresa “M&M” deberá contar con un sitio web establecido para captar más la atención de las empresas que buscan asesoría.

VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

La empresa "M&M" ASESORE S.A gracias a datos obtenidos tiene la oportunidad de funcionar y crecer en el mercado al momento de generar manuales de comercio exterior ya sea en importaciones como en exportaciones debido a que las mipymes, empresas productoras no tienen conocimiento del procedimiento al realizar actos de comercio internacionales. En todo caso la empresa al realizar este tipo de actividad o servicio llegaría a ayudar a las empresas a crecer económicamente y al mismo tiempo que se habla de comercio exterior la economía como país iría en aumento a medida que las mipymes y otras empresas se interesen y que su producto o mercancía sea pedida en un mercado extranjero.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 PRESENTACIÓN

En “M&M” asociados ofrecemos las mejores prácticas de comercio exterior, con tiempos y costos competentes al mercado haciendo la diferencia con aquellas empresas de logística que hacen sus trámites a medias.

Es una empresa, creada con la finalidad de brindar soluciones logísticas integrales a la industria y al comercio Ecuatoriano y aportar en forma positiva al desarrollo del País.

Contamos con un grupo Humano de profesionales altamente calificados para un manejo integral de sus operaciones de Comercio Exterior en afianzamiento de aduanas, importaciones, exportaciones, regímenes especiales, transporte, logística de carga nacional e internacional.

Nuestra premisa es la anticipación; esto nos ha ayudado a evitar costos innecesarios de operación a nuestros clientes. En el momento en que el cliente nos encomienda una operación, procedemos a trabajar en ella, permitiendo que se realicen todas las operaciones en tiempo teniendo una base de datos y manuales que ayudara como guía a nuestros clientes para futuros procesos.

En “M&M” no busca ser un simple proveedor más o una empresa más de logística, pretendemos convertirnos en un socio estratégico, buscando las mejores opciones para nuestros clientes ofreciéndoles un servicio de calidad a costos muy competentes logrando que el cliente nos confié sus procesos de importación y exportación

Nuestros servicios:

- Trámites de importación y exportación
- Logística
- Control de embarques
- Gestoría y tramitación aduanal

- Autorizaciones, permisos, certificaciones
- Transporte nacional e internacional
- Seguro de transportes
- Asesoría legal en comercio exterior
- Estrategias arancelarias (levantamiento de información según requiera el cliente)
- Logística integral de servicios
- Reconocimiento previo en origen
- Des consolidación y consolidación de mercancías para importación y exportación
- Equipo especializado
- Fletes terrestres, marítimos y aéreos
- Custodia
- Facturación electrónica anticipada
- Foros, boletines, gacetas aduanales
- Entre otros
- Nuestros costos

Nuestros costos son competitivos en el mercado nacional, ofreciendo a nuestros clientes un servicio personalizado según las necesidades de su empresa.

4.2 COSTOS

4.2.1 Costos por Servicios

Cuadro 5: Servicios

COSTOS DE SERVICIOS							
ORIGEN	DESTINO	INCOTERM	TIPO DE SERVICIO	T/T	FRECUENCIA	EQUIPO	PAGO
Inscripción de cliente					0.00		
Apertura de expediente Cliente					0.00		
Costos por servicios profesionales					600 aproxm		
Costo agente de adunas - importaciones					50% sueldo básico		
costos de agente aduanas- exportaciones					60% sueldo básico		

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

4.2.2 Costos de Importaciones y Exportaciones

Cuadro 6: Impostaciones y Exportaciones

DESCRIPCION	USD
Flete Marítimo	Tarifas de Naviera
Flete Aéreo	Tarifas de Aerolíneas
Costo de Envío de Documentación	30.00
Trámites y servicios	60.00
Cargo por Manejo de carga en terminal	135.00

RECARGO NAVIERA DE ORIGEN	USD
BL ISSUE Y DOCUMENTACION Y TRAMITES A GENERARSE	75.00
AW Y DOCUMENTACION Y TRAMITES A GENERARSE	75.00
COSTOS LOCALES DE ENVIO	165.00
COSTOS ADICIONALES DE ENVIO	265.00
DOCUMENTOS IMPORTACION O EXPORTACION	180.00
Transporte Interno de 10 a 15 toneladas	430.00
DAE - EXPORTACION AUTORIZADA	100.00
Inspección antinarcóticos	350.00
Seguro	40.00
Certificado de origen	25.00
Certificado fitosanitario- depende del producto	-
Certificados internacionales - genera el pago el cliente	-
Candado satelital	80.00
Liquidación en adunas- dependerá del producto y peso	-
ICE- DEPENDERA DE LA FACTURA DECLARADA	-
14% IVA- DEPENDERA DE LA FACTURA DECLARADA	-
0.5 % FODINFA- DEPENDERA DE LA FACTURA DECLARADA	-

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

4.2.3 Notas Complementarias

Cuadro 7: Notas

Tarifas validas dependiendo de la solicitud de servicio del cliente
Los costos varían dependiendo el trámite y el cliente - políticas internas del cliente
tarifas sujetas a costos de navieras y aerolíneas
Cotizaciones y precios varían según el volumen, producto, incoterm y país de destino
Tarifas sujetas a espacio y disponibilidad
Tarifas sujetas a recargos gubernamentales
Tarifas sujetas a recargos por manejo especial de cargas
Puede existir recargos por inspección en los puertos de conexión
Términos de pago - PREPAID 70% antes del embarque 30% contra factura
Toda la documentación será generada por el shipper
Recargos en origen sujetos a IVA
Las tarifas y costos dependerán de la solicitud del cliente

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

Nuestros protocolos y procedimientos de control y auditoria están dirigidos a evitar los problemas, y en su defecto a reconocerlos de inmediato, analizarlos y tratarlos con la mayor eficacia.

Amplios y profundos conocimientos del sector, profesionalidad, dedicación, servicio y transparencia, están a su disposición, esperamos depositen su confianza en nosotros, juntos les aseguramos que alcanzaremos el objetivo.

Sin otro particular, quedamos a su entera disposición para ampliarles información y/o mantener una reunión.

Atentamente:

“M&M” Asesores S.A.

4.3 CONSTITUCION DE LA EMPRESA

En la ciudad de Quito, República del Ecuador, el 30 de Febrero del año 2016, Mario Salazar, mayor de edad, identificado con Cédula de Ciudadanía número 060424637-1 expedida en Riobamba, de estado civil Soltero domiciliado en la ciudad de Quito y Betsy Monserrath Arévalo Montero mayor de edad identificado con Cédula de Ciudadanía número 060358241-2 expedida en Riobamba, de estado civil Soltera domiciliado en la ciudad Quito, quien para todos los efectos se denominarán los constituyentes, mediante el presente escrito manifestamos nuestra voluntad de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada, que se regulará conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

- **ARTÍCULO PRIMERO TIPO O ESPECIE DE SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE:** La sociedad que se constituye por medio de este documento es por acciones, del tipo Sociedad por Acciones Simplificada, esta se regirá por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos, por las normas que de manera especial regulan esta especie de compañía en Código de Comercio y por las generales que en la anterior normativa rigen para las sociedades, teniendo en cuenta que tanto

las especiales como las generales sean compatibles con su calidad de una Sociedad por Acciones Simplificada.

- **ARTÍCULO SEGUNDO DOMICILIO SOCIAL:** La compañía tendrá como domicilio principal la ciudad de QUITO, pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.
- **ARTÍCULO TERCERO NOMBRE DE LA EMPRESA:** La sociedad actuará bajo la denominación social “M&M” ASESORE S.A.
- **ARTÍCULO CUARTO TÉRMINO DE DURACIÓN:** La sociedad tendrá un término de duración INDEFINIDO, pero podrá disolverse anticipadamente cuando sus accionistas así lo decidan.
- **ARTÍCULO QUINTO OBJETO SOCIAL:** La sociedad tendrá por objeto, el desarrollo de las siguientes actividades:
 - A) Asesoría en comercio Exterior (todas sus áreas)
 - B) Cualquier actividad comercial o civil de forma lícita y todas las demás inherentes al desarrollo del objeto social.
 - C) Desarrollo de Manuales de procesos para la importación y exportación de empresas
- **ARTÍCULO SEXTO CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO:** El capital autorizado de la sociedad está expresado en Dólares y es de TREINTA MIL Dólares (\$30.000), divididos en QUICE MIL (15,000) acciones de igual valor nominal, a razón de QUINCE MIL (\$15,000) cada una. Los accionistas constituyentes han suscrito DOS MIL QUINIENTES (2,500) por un valor nominal total de TREINTA MIL DOLARES (\$30.000), capital que se encuentra suscrito y pagado en dinero en su totalidad, La clase de acciones aquí suscrita son de clase ORDINARIAS.
- **ARTÍCULO NOVENO LIBRO DE REGISTRO DE ACCIONES:** La sociedad llevará un libro de registro de acciones, previamente registrado en la cámara de

comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad, en el cual se anotará el nombre de cada accionista, la cantidad de acciones de su propiedad, el título o títulos con sus respectivos números y fechas de inscripción, las enajenaciones y traspasos, las prendas, usufructos, embargos y demandas judiciales, así como cualquier otro acto sujeto a inscripción según aparezca ordenado en la ley.

- **ARTÍCULO DECIMO EMISIÓN DE ACCIONES:** Corresponde a los accionistas decidir sobre la emisión de acciones de que disponga la sociedad y que se encuentren en la reserva.

- **ARTÍCULO DECIMO PRIMERO REGLAMENTO DE EMISIÓN DE ACCIONES:** Corresponde a los accionistas constituyentes expedir el reglamento aplicable a la suscripción de las acciones reservadas, ordinarias y de capital emitida por la sociedad.

- **ARTÍCULO DECIMO SEGUNDO GERENCIA:** La representación legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estarán a cargo de un GERENTE, a su vez la sociedad podrá nombrar un SUBGERENTE, quien reemplazará al gerente en sus ausencias temporales y absolutas contando con las mismas atribuciones que el gerente cuando éste entre a reemplazarlo.

- **ARTÍCULO DECIMO TERCERO FACULTADES DEL GERENTE:** El gerente está facultado para ejecutar, a nombre de la sociedad, todos los actos y contratos relacionados directamente con el objeto de la sociedad, sin límite de cuantía. Serán funciones específicas del cargo, las siguientes:
 - a) Constituir, para propósitos concretos, los apoderados especiales que considere necesarios para representar judicial o extrajudicialmente a la sociedad.
 - b) Cuidar de la recaudación e inversión de los fondos sociales.
 - c) Organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilización, pagos y demás operaciones de la sociedad.
 - d) Velar por el cumplimiento oportuno de todas las obligaciones de la sociedad en materia impositiva.
 - e) Certificar conjuntamente con el contador de la compañía los estados financieros en el caso de ser dicha certificación exigida por las normas legales.

f) Designar las personas que van a prestar servicios a la sociedad y para el efecto celebrar los contratos que de acuerdo a las circunstancias sean convenientes; además, fijará las remuneraciones correspondientes, dentro de los límites establecidos en el presupuesto anual de ingresos y egresos.

g) Celebrar los actos y contratos comprendidos en el objeto social de la compañía y necesarios para que esta desarrolle plenamente los fines para los cuales ha sido constituida.

h) Cumplir las demás funciones que le correspondan según lo previsto en las normas legales y en estos estatutos. Parágrafo.- El gerente queda facultado para celebrar actos y contratos, en desarrollo del objeto de la sociedad, con entidades públicas, privadas y mixtas.

- **ARTÍCULO DECIMO CUARTO RESERVAS:** La sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito y se formará con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Los accionistas podrán decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias legales.
- **ARTÍCULO DECIMO QUINTO UTILIDADES:** No habrá lugar a la distribución de utilidades sino con base en los estados financieros de fin de ejercicio, aprobados por sus accionistas, aprobación que se presume por el hecho de la certificación mientras ocupe el cargo de gerente. Tampoco podrán distribuirse utilidades mientras no se hayan enjugado las pérdidas de ejercicios anteriores que afecten el capital, entendiéndose que las pérdidas afectan el capital cuando a consecuencia de las mismas se reduzca el patrimonio neto por debajo del monto del capital suscrito. Las utilidades de cada ejercicio social, establecidas conforme a los estados financieros aprobados con los que estén de acuerdo sus accionistas, se distribuirán con arreglo a las disposiciones siguientes y a lo que prescriban las normas legales.

1.- El diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas después de impuestos se llevará a la reserva legal, hasta concurrencia del cincuenta por ciento (50%), por lo menos, del capital suscrito. Una vez se haya alcanzado este límite quedará a decisión de los accionistas continuar con el incremento de la reserva, pero si disminuyere será obligatorio

apropiar el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas hasta cuando dicha reserva llegue nuevamente al límite fijado.

2.- Efectuada la apropiación para la reserva legal se harán las apropiaciones para las demás reservas que, con los requisitos exigidos en la Ley, decidan sus accionistas. Estas reservas tendrán destinación específica y clara, serán obligatorias para el ejercicio en el cual se hagan, y el cambio de destinación o su distribución posterior sólo podrán autorizarse por los accionistas.

3.- Si hubiere pérdidas de ejercicios anteriores, no en jugadas que afecten el capital, las utilidades se aplicarán a la cancelación de tales pérdidas antes de cualquier apropiación para reservas legales, voluntarias u ocasionales.

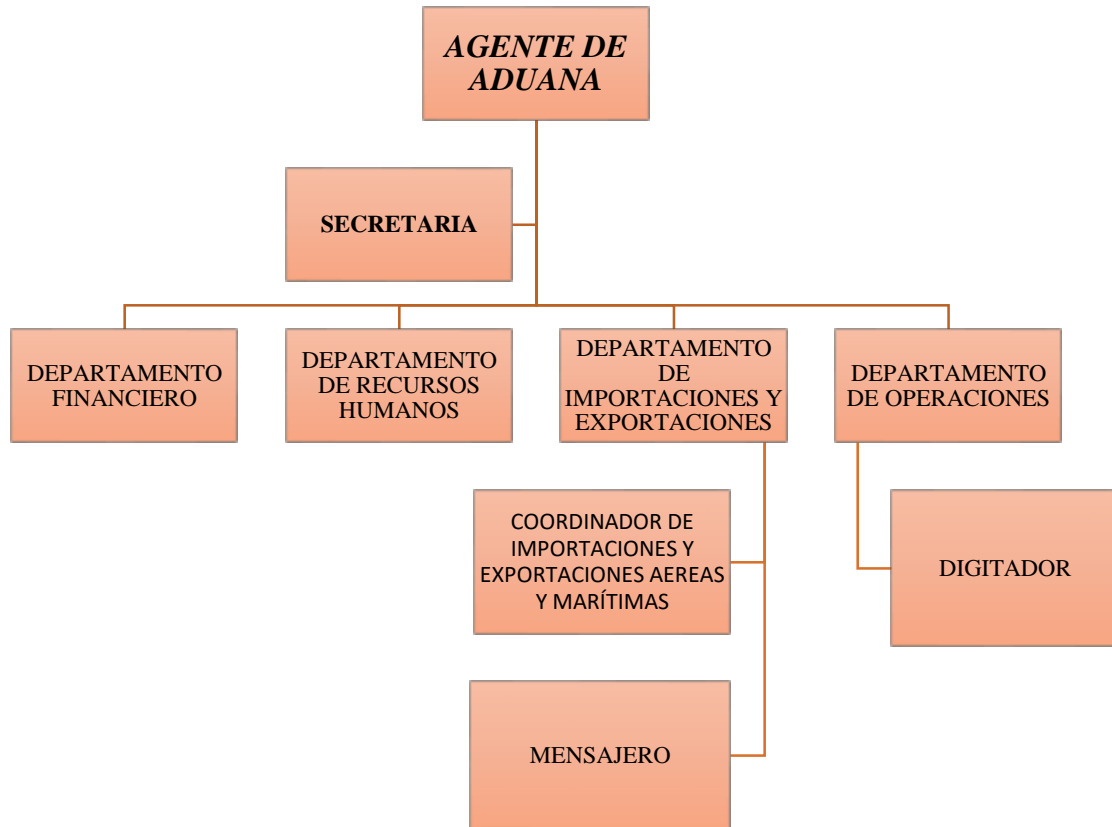
4.- Las apropiaciones para la creación o incremento de reservas voluntarias u ocasionales, deberán ser aprobadas por sus accionistas.

5.- El remanente de las utilidades, después de efectuadas las apropiaciones para reserva legal y para reservas voluntarias u ocasionales, se destinarán al pago del dividendo de cada accionista.

- **ARTÍCULO DECIMO SEXTO DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD:** La sociedad se disolverá por decisión de sus accionistas o cuando se presente alguna de las causales previstas en la Ley y compatibles con la Sociedad por Acciones Simplificada constituida por medio de este documento. La disolución, de acuerdo a causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normativa comercial para el efecto.
- **ARTÍCULO DECIMO SEPTIMO LIQUIDADOR:** El liquidador y su suplente serán designados por los accionistas y esta designación, una vez ellos manifiesten la aceptación, se llevará a cabo su inscripción en el registro mercantil.

4.3.1 Organigrama

Cuadro 8: Organigrama estructural



Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

4.3.1.1 Identificación de Personal.

Cuadro 9: Agente de Aduana

NOMBRE DE LA EMPRESA: "M&M" ASESORES S.A.

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO: AGENTE DE ADUANA				
NATURALEZA DEL PUESTO				
Se encarga de la desaduanización de mercancías y envío de mercancías al mercado extranjero				
DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
PERFIL	Formación Académica	Conocimientos Básicos	Idiomas Necesarios	Nivel de Experiencia
	Ing. En Comercio Exterior o carreras a fines	Importaciones y exportaciones procedimientos.	Español - Inglés	2 Años en funciones o posiciones similares.
RESPONSABILIDADES DEL CARGO				
<p>Dar fe de los documentos recibidos, revisión, comprobación. Determinación para una correcta liquidación de Tributos al Comercio Exterior Estar presente en todos los actos y custodiar conforme la Ley Aduanera la documentación como Fedatario.</p> <p>Facilitador y gestor ante el sector público y privado. Constante capacitación de la norma ecuatoriana y Supra Amplio conocimiento de leyes y regulaciones, conocimiento y dominio de la técnica y nomenclatura.</p>				
Representante de los importadores y exportadores del país.				
CONDICIONES DE TRABAJO				
AMBIENTE FÍSICO: Ambiente Interno y Externo		REQUISITOS FÍSICOS: Poseer esfuerzo físico para realizar la actividad que le corresponde.		
RIESGO DE TRABAJO: Riesgo bajo inherente a su cargo.		REQUISITOS MENTALES: Éxito en la gestión para alcanzar los objetivos de la empresa.		
ESFUERZO FÍSICO: Resistencia a jornadas prolongadas de trabajo.		HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO: Solvencia económica y sobre todo moral		
NOTA: Trabajo bajo presión.				

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

Cuadro 10: Secretaria

NOMBRE DE LA EMPRESA: "M&M" ASESORES S.A.
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO: SECRETARIA

NATURALEZA DEL PUESTO				
Se encarga de asistir a la gerencia.				
DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
PERFIL	Formación Académica	Conocimientos Básicos	Idiomas Necesarios	Nivel de Experiencia
	Secretariado	Mecanografía, archivología, atención al cliente.	Español	6 meses en funciones o posiciones similares.
RESPONSABILIDADES DEL CARGO				
Técnicas de archivo. Digitación o mecanografía. Redacción de correspondencia general, comercial, administrativa y manejo adecuado de la correspondencia. Técnicas de oficina. Manejo y organización de la agenda. Atención al cliente, tomar los mensajes telefónicos del gerente y de ser necesario responde a las llamadas telefónicas de su jefe en su nombre. Uso apropiado del teléfono.				
Manejo adecuado de la documentación.				
CONDICIONES DE TRABAJO				
AMBIENTE FÍSICO: Ambiente Interno		REQUISITOS FÍSICOS: Poseer esfuerzo físico para realizar la actividad que le corresponde.		
RIESGO DE TRABAJO: Riesgo bajo inherente a su cargo.		REQUISITOS MENTALES: Éxito en la gestión para alcanzar los objetivos de la empresa.		
ESFUERZO FÍSICO: Resistencia a jornadas prolongadas de trabajo.		HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO: Predisposición.		
NOTA: Trabajo bajo presión.				

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

Cuadro 11: Contador

NOMBRE DE LA EMPRESA: "M&M" ASESORES S.A.

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO: CONTADOR				
NATURALEZA DEL PUESTO				
Se encarga de registrar las cuentas de la empresa y de su tributación.				
DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
PERFIL	Formación Académica	Conocimientos Básicos	Idiomas Necesarios	Nivel de Experiencia
	Ing. En Contabilidad	Manejo de cuentas, estados financieros y tributación.	Español	6 meses en funciones o posiciones similares.
RESPONSABILIDADES DEL CARGO				
<p>Facturación.</p> <p>Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales.</p> <p>Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos.</p> <p>Registrar las facturas recibidas de los proveedores.</p> <p>Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal.</p> <p>Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA.</p>				
Llevar todos los movimientos o registros contables al Programa que es el software.				
CONDICIONES DE TRABAJO				
AMBIENTE FÍSICO: Ambiente Interno		REQUISITOS FÍSICOS: Poseer esfuerzo físico para realizar la actividad que le corresponde.		
RIESGO DE TRABAJO: Riesgo bajo inherente a su cargo.		REQUISITOS MENTALES: Éxito en la gestión para alcanzar los objetivos de la empresa.		
ESFUERZO FÍSICO: Resistencia a jornadas prolongadas de trabajo.		HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO: Predisposición.		
NOTA: Trabajo bajo presión.				

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

Cuadro 12: Recursos Humanos

NOMBRE DE LA EMPRESA: "M&M" ASESORES S.A.
--

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO: RECURSOS HUMANOS

NATURALEZA DEL PUESTO

Se encarga del reclutamiento del personal.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

	Formación Académica	Conocimientos Básicos	Idiomas Necesarios	Nivel de Experiencia
PERFIL	Ing. En Administración de empresas o talento humano	Administración, reclutamiento y manejo de personal.	Español	1 año en funciones o posiciones similares.

RESPONSABILIDADES DEL CARGO

Reclutamiento.
 Formación.
 Poseer habilidades y características que le dan vida, movimiento y acción a toda organización, por lo cual de ahora en adelante se utilizará el término Talento Humano
 Desarrollo Profesional.
 Evaluación del desempeño.
 Modos de compensación es decir una nueva visión sobre cómo retribuir a un colaborador por su trabajo en la empresa.

Recopilar información sobre los servidores de la empresa.

CONDICIONES DE TRABAJO

AMBIENTE FÍSICO: Ambiente Interno y Externo.	REQUISITOS FÍSICOS: Poseer esfuerzo físico para realizar la actividad que le corresponde.
--	--

RIESGO DE TRABAJO: Riesgo bajo inherente a su cargo.	REQUISITOS MENTALES: Éxito en la gestión para alcanzar los objetivos de la empresa.
---	--

ESFUERZO FÍSICO: Resistencia a jornadas prolongadas de trabajo.	HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO: Predisposición.
---	--

NOTA: Trabajo bajo presión.

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

Cuadro 13: Coordinador de Comercio Exterior

NOMBRE DE LA EMPRESA: "M&M" ASESORES S.A.

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO: COORDINADOR DE COMERCIO EXTERIOR				
NATURALEZA DEL PUESTO				
Responsable de coordinar, supervisar los procesos logísticos.				
DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
PERFIL	Formación Académica	Conocimientos Básicos	Idiomas Necesarios	Nivel de Experiencia
	Ing. En Comercio Exterior o afines.	Procesos de importaciones, exportaciones y logística.	Español	1 año en funciones o posiciones similares.
RESPONSABILIDADES DEL CARGO				
Responsable del control del inventario.				
Responsable de procesar compras locales.				
Responsable del seguimiento de las compras hasta la llegada del producto, con Trabajo en Equipo				
Responsable del seguimiento de entregas y facturación.				
Responsable de la entrega de facturas a contabilidad.				
Responsable del inventario.				
CONDICIONES DE TRABAJO				
AMBIENTE FÍSICO: Ambiente Interno y Externo.		REQUISITOS FÍSICOS: Poseer esfuerzo físico para realizar la actividad que le corresponde.		
RIESGO DE TRABAJO: Riesgo bajo inherente a su cargo.		REQUISITOS MENTALES: Éxito en la gestión para alcanzar los objetivos de la empresa.		
ESFUERZO FÍSICO: Resistencia a jornadas prolongadas de trabajo.		HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO: Predisposición y conocimiento.		
NOTA: Trabajo bajo presión.				

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

Cuadro 14: Digitador

NOMBRE DE LA EMPRESA: "M&M" ASESORES S.A.				
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO: DIGITADOR				
NATURALEZA DEL PUESTO				
Responsable de ingresar al software los tramites de importación y exportación.				
DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
PERFIL	Formación Académica	Conocimientos Básicos	Idiomas Necesarios	Nivel de Experiencia
	Ing. En Comercio Exterior o afines.	Procesos de importaciones, exportaciones y digitación.	Español	6 meses en funciones o posiciones similares.
RESPONSABILIDADES DEL CARGO				
Responsable de ingresar trámites de importaciones.				
Responsable de ingresar trámites de exportaciones.				
Responsable de verificar certificaciones, en caso de no tener tramitarlas para la mercancía que serán comercializadas.				
Responsable de los Aforos.				
Responsable de la entrega de facturas.				
Manejo de documentación.				
CONDICIONES DE TRABAJO				
AMBIENTE FÍSICO: Ambiente Interno.		REQUISITOS FÍSICOS: Poseer esfuerzo físico para realizar la actividad que le corresponde.		
RIESGO DE TRABAJO: Riesgo bajo inherente a su cargo.		REQUISITOS MENTALES: Éxito en la gestión para alcanzar los objetivos de la empresa.		
ESFUERZO FÍSICO: Resistencia a jornadas prolongadas de trabajo.		HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO: Predisposición y conocimiento.		
NOTA: Trabajo bajo presión.				

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

4.3.2 Gastos de Pre inversión

Son los que se realizan antes de iniciar la actividad para comprobar si es viable el proyecto entre ellos se pueden mencionar:

- Realizar un análisis de factibilidad para ver si se pueden cumplir con las metas del proyecto.
- Estudio del mercado
- Estudiar la forma de fabricación o prestación del servicio
- Armar una estrategia publicitaria
- Etc.

Cuadro 15: Gastos de Pre inversión

1. GASTOS DE PREINVERSION			
ITEM	DETALLE	PARCIAL	TOTAL
1.1	FORMULACION DEL PROYECTO		300
1.1.	Estudio y formulación del proyecto	300	
1.5	GASTOS UNIDAD EJECUTORA DEL PROYECTO		400
1.5.1.	Personal	200	
1.5.2.	Suministros y Materiales	120	
1.5.3.	Servicios	80	
TOTAL GASTOS			700

GASTOS DE PREINVERSION			
DETALLE	VALOR	AMORTIZACION	
		ANUAL	MENSUAL
Estudio y formulación del proyecto	300	60	5
Unidad Ejecutora	400	80	7
SUMAN	700	140	12

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Ano: 2017

4.3.3 Presupuesto del Proyecto

Los presupuestos de proyectos muestran cuánto va a costar completar un proyecto de negocios. Éstos usualmente detallan los gastos necesarios para producir cierto bien. Sin embargo, también pueden definir los costos de otros proyectos, como proveer determinados servicios comunitarios o realizar algún tipo de investigación.

(Cómo definir el presupuesto de un proyecto)

Cuadro 16: Presupuesto

PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO			
ITEM	DETALLE	PARCIAL	TOTAL
1.	<i>GASTOS DE PREINVERSION</i>		700
2.	<i>INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</i>		5.320
2.1	Mobiliario y equipo oficina Administración	5.320	
3.	<i>CAPITAL DE TRABAJO</i>		17.905
	SUBTOTAL		23.925
	Escalonamiento y Contingencia 10%		2.393
TOTAL			26.318

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

4.3.4 Inversión de activos fijos.

Son los bienes duraderos que se utilizan en la operación de la empresa, y que no se tiene la intención de vender. Por ejemplo:

- La compra de maquinarias, equipos y herramientas.
- La compra de mobiliario, instalaciones, adecuaciones al local, etc.
- La compra de rodados, bienes intangibles (llaves de negocios, patentes, desarrollo de páginas web, etc.)

Cuadro 17: Administración

2.1 MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA ADMINISTRACION				
ITEM	CANT.	MUEBLES	V/U	V/COMPRA
2.1.1.	2	Escritorios (gerencia y contabilidad)	140,00	280,00
2.1.2.	2	Sillones escritorio (gerencia y contabilidad)	80,00	160,00
2.1.3.	10	Sillas sala reuniones	25,00	250,00
2.1.4.	1	Mesa sala reuniones	160,00	160,00
2.1.5.	1	Archivador	70,00	70,00
2.1.6.	2	Computadora	550,00	1.100,00
2.1.8.	2	Impresora	120,00	240,00
2.1.9.	1	Teléfono	80,00	80,00
SUMAS				2.260,00

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

Cuadro 18: Operaciones

2.2 MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA OPERACIONES				
ITEM	CANT.	MUEBLES	V/U	V/COMPRA
2.2.1.	2	Escritorios	140,00	280,00
2.2.2.	4	Sillones	60,00	240,00
2.2.3.	2	Archivador	70,00	140,00
2.2.4.	1	Teléfono	80,00	80,00
2.2.5.	4	Computadora	550,00	2.200,00
2.2.6.	1	Impresora	120,00	120,00
SUMAS				3.060,00

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

4.3.5 Depreciaciones

En el ámbito de la contabilidad y economía, el término depreciación se refiere a una disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la vejez. También se le puede llamar a estos tres tipos de depreciación; depreciación física, funcional y también obsolescencia. (Gerencie)

Cuadro 19: Capital de Trabajo

DEPRECIACIONES INMUEBLES Y MUEBLES						
CANT.	DETALLE	TOTAL	V/R	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACION	
					ANUAL	MENSUAL
4	Escritorios	560,00	70,00	490,00	49,00	4
6	Sillones escritorio	400,00	40,00	360,00	36,00	3
10	Sillas sala reuniones	250,00	35,00	215,00	21,50	2
1	Mesa sala reuniones	160,00	16,00	144,00	14,40	1
3	Archivador	210,00	28,00	182,00	18,20	2
6	Computadora	3.300,00	0,00	3.300,00	1.100,00	92
4	Impresora	360,00	0,00	360,00	120,00	10
3	Teléfono	240,00	0,00	240,00	80,00	7
	SUMAS	5.480,00	180,00	5.291,00	1.439,10	121

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

4.3.6 Capital de Trabajo

Es el dinero que se requiere para iniciar y mantener la operación regularmente, entre ellos:

- Pago de sueldos al personal
- Compra de materias primas e insumos
- Pago de servicios públicos
- Capacitación y servicio técnico
- Alquileres
- Mantenimiento, etc.

Cuadro 20: Capital de Trabajo

3. PRESUPUESTO CAPITAL DE TRABAJO				
ITEM	DETALLE	SUBPARCIAL	PARCIAL	TOTAL
3.1.	COSTOS DE PRODUCCION			0
3.1.1.	Materia Prima Directa		0	
3.1.2.	Mano de Obra Directa		0	
3.1.3.	Costos Indirectos de Fabricación		0	
3.2.	GASTOS OPERACIONALES			17.905
3.2.1	GASTOS ADMINISTRATIVOS		14.363	
3.2.1.1.	Personal	13.463		
3.2.1.2.	Suministros y Materiales	300		
3.2.1.3.	Servicios	600		
3.2.2.	GASTOS DE VENTAS		3.542	
3.2.2.1.	Personal	3.092		
3.2.2.2.	Suministros y Materiales	150		
3.2.2.3.	Servicios	300		
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO PARA TRES MESES				17.905

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

4.3.7 Gastos Operacionales

Cuadro 21: Gastos Operacionales

						MENSUAL	ANUAL
GASTOS OPERACIONALES						5.968	71.620
GASTOS ADMINISTRATIVOS						4.788	57.453
REMUNERACION	SUELDO MENSUAL	12,15% IESS	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1.200,00	145,80	100,00	31,25	50,00	1.527	18.325
Coordinador de Importaciones y exportaciones	900,00	109,35	75,00	31,25	37,50	1.153	13.837
Coordinador de Importaciones y exportaciones	900,00	109,35	75,00	31,25	37,50	1.153	13.837
Contador	500,00	60,75	41,67	31,25	20,83	655	7.854
Secretaria	375,00	45,56	31,25	31,25	15,63	499	5.984
					TOTAL	4.488	53.853
SUMINISTROS Y MATERIALES						100	1.200
SERVICIOS GENERALES						200	2.400
					TOTAL	300	3.600

GASTOS DE VENTA						1.181	14.167
REMUNERACION	SUELDO MENSUAL	12,15% IESS	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Digitador	400,00	48,6	33,33	33,33	16,67	532	6.383
Mensajero	375,00	45,5625	31,25	31,25	15,63	499	5.984
					TOTAL	1.031	12.367
SUMINISTROS Y MATERIALES						50	600
SERVICIOS GENERALES						100	1.200
					TOTAL	150	1.800

Elaborado por: Mario Salazar – Monserrath Arévalo

Año: 2017

4.4 OBJETIVOS

4.4.1 Objetivos Generales

- Brindar soluciones logísticas integrales con profesionalismo, confiabilidad y seguridad en los servicios.

4.4.2 Objetivos específicos

- Crear opciones para que nuestros clientes vayan cada vez más lejos, rompiendo fronteras y poniendo el mundo en sus manos.
- Facilitar a nuestros clientes el manejo de sus exportaciones e importaciones bajo un servicio de alta calidad.

4.5 ALIZANZAS ESTRATEGICAS

• MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR

El Ministerio de Comercio Exterior es el ente rector de la Política de Comercio Exterior e Inversiones, que propicia, de manera estratégica y soberana la inserción económica y comercial del país en el contexto internacional, que contribuye a la integración latinoamericana y que apoye el cambio de la matriz productiva, mediante la formulación, planificación, dirección, gestión y coordinación de la política de Comercio Exterior, la promoción comercial, la atracción de inversiones, las negociaciones comerciales bilaterales y multilaterales, la regulación de importaciones y la sustitución selectiva y estratégica de importaciones, con el propósito de contribuir al desarrollo económico y social del país.

• PROECUADOR INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES.

Parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de

productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional.

- **MINISTERIO COORDINADOR DE PRODUCCION, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD**

Generar, coordinar, articular, impulsar y evaluar las políticas, programas, proyectos y estrategias de producción, empleo y competitividad del Consejo Sectorial de la Producción, orientados al cambio de la matriz productiva del Ecuador.

- **EMPRESAS DE TRANSPORTE**

Transporte de Carga, transporte de carga internacional, Transporte Terrestre, Transporte Nacional.

- **EMPRESAS DE SEGUROS**

Una compañía de seguros o aseguradora es la empresa especializada en el seguro, cuya actividad económica consiste en producir el servicio de seguridad, cubriendo determinados riesgos económicos (riesgos asegurables) a las unidades económicas de producción y consumo.

- **EMPRESAS DE EMBALAJE Y EMPAQUETADO**

Empresa experta en embalajes y empaquetados para la exportación de mercancías.

4.6 ESTRATEGIAS DE MARKETING

- Manejar costos ante empresas logísticas.
- Paquetes estándar.
- Asesoría marca comercial, empaques y embalajes.
- Información, foros, boletines y cassetas aduaneras.

- Uso de redes sociales, la empresa cuenta con una página web y también se podrá encontrar información acerca de la empresa y sus productos por twitter, Facebook o Instagram.
- Uso de rótulos y títulos atractivos;
- Colaboración con empresas no competidoras;
- Tener políticas bien definidas sobre el servicio al cliente.
- Asegurarnos de que todas las personas en contacto directo con el cliente tengan el perfil de servicio necesario.
- Capacitar al personal sobre la atención al cliente de manera constante.
- Realizar encuestas periódicas y fijas para medir el nivel de satisfacción del cliente.

4.7 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.7.1 Manual de procesos para importaciones y exportaciones

4.7.1.1 Recopilación de Datos- Proceso Externo Importaciones

1. Índices Operaciones

1.1 Inscripción Cliente

- 1.1.1 Solicitar datos empresariales y del cliente
- 1.1.2 Copia de Cedula Representante Legal
- 1.1.3 Copia de Ruc
- 1.1.4 Hoja de registros de firmas representantes y personas encargadas.
- 1.1.5 Llenar formulario de inscripción (Dirección de la empresa, fábrica, teléfonos. E-mail, datos básicos del producto).

1.2 Expediente Cliente

- 1.2.1 Archivar documentos de Inscripción
- 1.2.2 Registro de productos (Fichas Técnicas)
- 1.2.3 Apertura de Seguro
- 1.2.4 Catálogos, precios, otros
- 1.2.5 Exoneraciones, salvaguardias, restricciones
- 1.2.6 Tributos
- 1.2.7 Oferta de servicio vendida
- 1.2.8 Documentos varios

1.3 Mensajería

- 1.3.1 Retiro de Documentos
- 1.3.2 Tramites y permisos
- 1.3.3 Entrega de documentación generada
- 1.3.4 Facturación
- 1.3.5 Otros

1.4 Revisión de documentos

- 1.4.1 Revisar y evaluar las instrucciones del cliente y seguirlas
- 1.4.2 Revisar la documentación antes de realizar cualquier tramite
- 1.4.3 Revisar documentación necesaria según la necesidad del cliente
- 1.4.4 Revisar que el ecuappas y toquen se encuentre actualizado
- 1.4.5 Concatenar a nuestra empresa en el ecuappas del cliente para poder realizar todos los trámites.
- 1.4.6 Determinar certificados , papeles y pagos y tributos a generarse
- 1.4.7 Revisar según el país los tramites y documentos necesarios
- 1.4.8 Revisar permisos de importaciones
- 1.4.9 Verificar registro de productos

4.7.1.2 Manejo de documentos – Proceso Interno Importaciones

1. Registro único

- 1.1 Registro de Importadores (Requisito Previo)
- 1.2 Registro en los diferentes Ministerio dependiendo del producto que importaremos (Requisito Previo)
- 1.3 Listado de Productos Prohibidos (Requisito Específico)
- 1.4 Conocimiento de Normas y Reglamentos Técnicos (Requisito Específico)
- 1.5 Declaración Aduanera y desaduanización de las mercancías (Requisito Específico)
- 1.6 Otros Trámites Vario

2. Conocimiento de Embarque

- 2.1 Airwaybill o Dae
- 2.2 Cotización de flete aéreo o marítimo
- 2.3 Cotización flete nacional

- 2.4 Shipper
- 2.5 Certificado de origen
- 2.6 Verificar datos del importador
- 2.7 Factura comercial
- 2.8 Packing list
- 2.9 Certificados según producto a importarse (certificado de origen, fitosanitario etc.)
- 2.10 Carta de traducción
- 2.11 Póliza de seguros

3. Análisis de tipo de Importación

4. Regímenes aduaneros

5. Declaración aduanera

- 5.1 Documentos de acompañamiento
- 5.2 Documentos de soporte
- 5.3 Póliza de seguros

6. Tramitología

- 6.1 Presentación de documentos
- 6.2 Autorización de pago
- 6.3 Aforo (Inspección física o documental)

7. Derechos arancelarios a pagar

- 7.1 Liberación aduanera
- 7.2 Derecho arancelario
- 7.3 Fodinfra
- 7.4 IVA
- 7.5 Ice
- 7.6 Salida de divisas

8. Levantamiento automático

9. Liberación de carga

10. Entrega al cliente

4.7.2 Recopilación de Datos- Proceso Externo Exportaciones

1. Índices Operaciones

1.1 Inscripción Cliente

- a. Apertura de Expediente Cliente (para archivo interno)
- b. Mensajería
- c. Exportaciones
- d. Tránsitos- Internacional y Nacional
- e. Facturación
- f. Otros Tramites

2. Documentación

- a. Solicitar datos empresariales y del cliente
- b. Copia de Cedula Representante Legal
- c. Copia de Ruc
- d. Hoja de registros de firmas representantes y personas encargadas
- e. Llenar formulario de inscripción (Dirección de la empresa, fábrica, teléfonos. E-mail, datos básicos del producto)

3. Archivo

- a. Archivar documentos de Inscripción
- b. Registro de productos (Fichas Técnicas)
- c. Apertura de Seguro
- d. Catálogos, precios, otros
- e. Exoneraciones, salvaguardias, restricciones
- f. Tributos
- g. Oferta de servicio vendida
- h. Documentos varios

4. Mensajería

- a. Retiro de Documentos
- b. Tramites y permisos
- c. Entrega de documentación generada

- d. Facturación
- e. Otros

5. Revisión de documentos

- a. Revisar y evaluar las instrucciones del cliente y seguirlas
- b. Revisar la documentación antes de realizar cualquier tramite
- c. Revisar documentación necesaria según la necesidad del cliente
- d. Revisar que el ecuappas y toquen se encuentre actualizado o que estos deban generarse.
- e. Concatenar a nuestra empresa en el ecuappas del cliente para poder realizar todos los tramites
- f. Determinar certificados , papeles y pagos y tributos a generarse
- g. Revisar según el país los tramites y documentos necesarios
- h. Revisar permisos de exportación
- i. Verificar registro de productos
- j. Verificar tipo de incoterms requerido por el cliente

6. Manejo de documentos – Tramite

a. Generar todos los documentos necesarios

- Factura proforma
- Packing list
- Reserva en naviera o aerolínea
- Factura comercial
- Dae
- Certificaciones
- Autorizaciones previas (si el caso lo amerita)
- AISV
- Shipping
- Vía marítima: Conocimiento de embarque / Bill of Lading
- Vía aérea: Guía Aérea/ Airway Bill
- Vía terrestre: Carta de Porte
- Cotización logística
- Seguro

b. Conocimiento de Embarque

- Presentación de orden de embarque
- Declaración DAE
- Certificaciones(si lo amerita el caso)
- Aisv
- Pago en aduanas
- Guía Hija
- Confirmación de información de contenedor e itinerario de salida y llegada del buque asignado (vía marítima)
- Confirmación de información de itinerario de salida y llegada de la aerolínea (vía aérea)
- Autorización de entrada a puerto
- Palletizado o carga del contenedor en las instalaciones del cliente
- Salida de producto – transito nacional

c. Post – Embarque

- Ingreso de contenedor o carga a zona primaria
- Presentación de Dae y documentos de acompañamiento
- Aforo
- Carga del producto
- Autorización de salida por aduanas

Nota: Dependiendo del incoterns solicitado por el cliente se realizara la tramitología respectiva con el agente de aduanas del cliente en destino

7. Tramitología

- a. Presentación de documentos
- b. Autorización de pago
- c. Aforo (Inspección física o documental)

8. Derechos arancelarios a pagar según país de destino

9. Nacionalización de carga

10. Levantamiento automático

11. Liberación de carga

12. Entrega al cliente

CONCLUSIONES

- LA empresa M&M Asesores S.A implementara correcta y adecuadamente cada una de las estrategias de marketing y ventas planteadas para obtener resultados positivos y una buena participación en el mercado.
- Determinar un nicho de mercado en las pequeñas empresa que tienen la necesidad de exportar y dar a conocer su producto en el exterior, apoyando para que este sueño pueda ser realidad aportando al crecimiento del país
- La empresa será de gran aporte para las mypimes logrando su desarrollo y posicionamiento en el mercado internacional de manera correcta, impulsando a que se animen a dar un paso más en temas de comercio internacional.
- La empresa está capacitada para desarrollar todos los temas y necesidades del cliente por medio de manuales personalizados que ayudaran a comercializar sus productos de manera rápida y eficaz, teniendo una confianza sólida en nuestro servicio y empresa.

RECOMENDACIONES

- Dar a conocer a los pequeños productores la existencia de empresas como la nuestra, para que puedan mantener una asesoría en temas de comercio internacional, logrando implementar en su empresa las exportaciones e importaciones para un mejor crecimiento económico.
- Cumplir con todos los estándares establecidos de nuestra empresa y por el mercado para satisfacer las necesidades de nuestro cliente con un servicio personalizado y de calidad generando beneficios económicos para la empresa y el país.
- En un tiempo determinado realizar un nuevo análisis. Para conocer las opiniones y recomendaciones de nuestros clientes, esto nos permitirá conocer la oferta y la demanda actual de nuestro servicio, permitiéndonos mejorar nuestras estrategias.

BIBLIOGRAFÍA

Malca G. (2005). Comercio Internacional, Lima: 3era Edición.

García F. (2004). Elementos de Comercio Exterior. México: Trillas.

Martín M., Martínez R. (2006). Práctico de Comercio Exterior. Madrid-España: Cuarta Edición.

Badillo F. (2016). Revista INNOVA, Riobamba: 1era Edición.

Muñiz R. (2016). Ferias internacionales obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/las-ferias-internacionales-156.htm>

Aroyo, F. (2012). tipos de transporte. Obtenido de <http://www.flyingcargo.net>

Camaras,(2015).polisa de seguros. Plan cameral de exportaciones. Obtenido de <http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/documentos-importacion-exportacion/-/documentos-importacion-exportacion/7d85f9ba-efb1-4158-8fe6-d507ea526e39>

Freire P.(2015).Todo comercio Exterior. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/tipos-de-contenedor>

Proecuador.(2015). Proecuador . Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/cuales-son-los-tipos-de-embalaje-de-las-mercancias-exportadas/>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>.

COPCI.(2015). obtenido de

https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2_may_2015_COPCI.pdf.

Constitucion. (2008). capítulo sexto trabajo y producción obtenido de

[http://www.derecho-](http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Constitucion_Asamblea_Ecuador_4.html)

[ambiental.org/Derecho/Legislacion/Constitucion_Asamblea_Ecuador_4.html](http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Constitucion_Asamblea_Ecuador_4.html).

Universidad de la Punta. (2010) estimación de inversiones. obtenido de

http://contenidosdigitales.ulp.edu.ar/exe/sistemadeinfo_gestionmicro/estimacin_de_la_inver sin.html

Thibodeaux W. | Traducido por Alessandrello G. (2006). presupuesto de un proyecto. obtenido de <http://pyme.lavoztx.com/cmo-definir-el-presupuesto-de-un-proyecto-8395.html>.