



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

## **TRABAJO DE TITULACIÓN**

TIPO: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR**

### **TEMA:**

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE TEJAS DE CONCRETO DE LA EMPRESA TUBASEC C.A. DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DEL CHIMBORAZO, HACIA IPIALES EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO - COLOMBIA, PARA EL PERIODO 2017.

### **AUTOR:**

JUAN CARLOS GORTAIRE PEÑAFIEL

RIOBAMBA – ECUADOR

2018

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por el Sr. Juan Carlos Gortaire Peñafiel, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

---

Ing. Mauro Patricio Andrade Romero

Director

---

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes

Miembro

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Juan Carlos Gortaire Peñafiel, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi 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 autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, de febrero del 2018

Juan Carlos Gortaire Peñafiel

C.C 060402428-1

## **DEDICATORIA**

Con el amor más grande que nace en mi ser dedico este trabajo a mis padres, Blanca María Peñafiel Samaniego y Carlos Manuel Gortaire Escobar, quienes son mi tesoro máspreciado y que con su infinito amor han sido mi ejemplo y guía, forjando en mi un hombre de valores y de lucha constante.

Juan Carlos Gortaire Peñafiel

## **AGRADECIMIENTO**

Mi sincero agradecimiento a todos quienes aportaron para la culminación de este proyecto de investigación, en especial a la Escuela superior Politécnica de Chimborazo por la oportunidad que me brindo de enriquecer mis conocimientos en Comercio Exterior.

Al Ingeniero Mauro Andrade y al Ingeniero Juan Carlos Alarcón quienes con paciencia y total comprensión dirigieron esta investigación.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada .....	i
Certificación del tribunal .....	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido .....	vi
Índice de tablas .....	1
Índice de gráficos.....	1
Índice de figuras.....	2
Índice de anexos.....	3
Resumen.....	4
Abstract.....	5
Introducción .....	6
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....</b>	<b>8</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	8
1.1.1 Formulación del problema.....	8
1.1.2 Delimitación del problema .....	8
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....	9
1.3 OBJETIVOS .....	9
1.3.1 Objetivo general .....	9
1.3.2 Objetivos específicos .....	9
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>10</b>
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	10
2.1.1 Antecedentes Históricos .....	10
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	11
2.2.1 Historia de la teja.....	11
2.2.2 Teorías Administrativas.....	14
2.2.3 Comercio exterior Origen y su enfoque mundial .....	17
2.2.4 Estudio de mercado .....	22
2.2.5 Proyecto de exportación .....	25
2.2.6 Procedimientos para exportar desde Ecuador.....	29

2.2.7	Trámites para importar y exportar .....	32
2.2.8	Regímenes Aduaneros .....	34
2.2.9	Incoterms .....	35
2.2.10	Tipos de Carga.....	47
2.2.11	Tipos de Transporte .....	50
2.2.12	Formas de pago.....	53
2.3	HIPÓTESIS .....	58
2.3.1	Hipótesis General .....	58
2.3.2	Hipótesis Específicas .....	58
2.4	VARIABLES .....	59
2.4.1	Variable independiente .....	59
2.4.2	Variable dependiente .....	59
CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO.....		60
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	60
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	60
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	60
3.4	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	61
3.4.1	Métodos .....	61
3.4.2	Técnicas .....	62
3.4.3	Instrumentos .....	62
3.5	RESULTADOS .....	63
3.5.1	Entrevista .....	63
3.5.2	Encuesta.....	64
3.6	VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER .....	73
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO .....		74
4.1	TÍTULO.....	74
4.2	GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	74
4.2.1	Antecedentes.....	75
4.2.2	Estrato de la escritura pública.....	76
4.2.3	Misión.....	76
4.2.4	Visión.....	76
4.2.5	Ubicación de la empresa.....	77
4.2.6	Objetivos de TUBASEC C.A. ....	77
4.2.7	Organigrama Estructural.....	78

4.2.8	Análisis FODA .....	80
4.3	ESTUDIO DE MERCADO.....	81
4.3.1	Definición del Sector .....	83
4.4	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR.....	85
4.4.1	Partida arancelaria .....	87
4.5	REQUISITOS FORMALES PARA LA EXPORTACIÓN .....	88
4.5.1	Requisitos de exportación.....	88
4.6	REGÍMENES ADUANEROS.....	88
4.7	TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL INCOTERMS .....	89
4.8	CARGA .....	90
4.9	TRASLADO INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS .....	90
4.10	CAPACIDAD DE CARGA.....	91
4.11	TRANSPORTE .....	91
4.12	MEDIOS DE PAGO.....	92
4.13	EMPAQUE, EMBALAJE, PALETIZACIÓN Y ROTULADO DE LA CARGA. ....	92
4.14	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	93
4.14.1	Proforma de la exportación.....	93
4.14.2	Inversión fija Tangible.....	93
4.14.3	Presupuesto del capital de trabajo .....	94
4.15	VALOR ACTUAL NETO (VAN) .....	96
4.16	TAZA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	97
4.17	RELACIÓN BENEFICIO/ COSTO .....	98
4.18	PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL .....	98
	CONCLUSIONES .....	99
	RECOMENDACIONES.....	100
	BIBLIOGRAFÍA .....	101
	ANEXOS .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Muestra empresas en Ipiales .....	61
Tabla 2: Estadística de Importaciones .....	64
Tabla 3: Demanda del cliente .....	65
Tabla 4: Tubasec C.A. ....	66
Tabla 5: Importaciones desde Ecuador.....	67
Tabla 6: Precio Competitivo .....	68
Tabla 7: Mercado Competitivo .....	69
Tabla 8: Alianzas estratégicas.....	70
Tabla 9: Conoce nuestra empresa .....	71
Tabla 10: Mercado de Tejas.....	72
Tabla 11: Escritura pública .....	76
Tabla 12: Perfil del país de destino.....	81
Tabla 13: Conurbación Binacional .....	84
Tabla 14: Partida arancelaria TEJA .....	87
Tabla 15: Precios de transporte TUBASEC .....	90
Tabla 16: Transporte terrestre Tubasec C.A.....	91
Tabla 17: Inversión fija tangible .....	93
Tabla 18: Costo materia prima.....	94
Tabla 19: Costo mano de obra directa .....	94
Tabla 20: Costo indirecto de fabricación .....	94
Tabla 21: Costo de producción total .....	94
Tabla 22: Depreciación .....	94
Tabla 23: Gastos de Exportación .....	95
Tabla 24: Capital de trabajo.....	95
Tabla 25: Total inversión .....	95
Tabla 26: Costos totales de exportación .....	95
Tabla 27: FOB Teja de concreto por unidad.....	96
Tabla 28: Flujo de fondos netos.....	96

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Estadística de importaciones .....	64
Gráfico 2: Demanda del cliente .....	65
Gráfico 3: Tubasec. C.A. ....	66
Gráfico 4: Importaciones desde Ecuador .....	67
Gráfico 5: Precio competitivo.....	68
Gráfico 6: Mercado competitivo .....	69
Gráfico 7: Alianzas estratégicas .....	70
Gráfico 8: Conocer nuestra empresa.....	71
Gráfico 9: Cubrir el mercado .....	72

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Techo de paja .....	11
Figura 2: Techo de piedra y barro.....	12
Figura 3: Teja de concreto .....	13
Figura 4: Mapa fronterizo .....	20
Figura 5: Puente Rumichaca .....	21
Figura 6: Conceptualización de proyecto .....	25
Figura 7: Comercio mundial .....	27
Figura 8: Fases para exportar.....	30
Figura 9: Incoterms 2010.....	37
Figura 10: Ubicación Tubasec C.A.....	77
Figura 11: Organigrama estructural de Tubasec C.A. ....	79
Figura 12: Teja de concreto .....	85
Figura 13: Tejas de colores .....	86
Figura 14: Acabado de techo .....	86
Figura 15: Transporte sencillo y mula .....	91
Figura 16: Tejas de concreto.....	93

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Glosario.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo B: Encuesta.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo C: Fotografías.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## RESUMEN

La investigación que presentamos a continuación trata de un Proyecto de Exportación de tejas de concreto de la empresa Tubasec C.A. de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, hacia Ipiales en el departamento de Nariño-Colombia. Para desarrollar nuestra investigación realizamos el estudio del mercado potencial, al que se dirigirá nuestro proyecto, resultando factible la exportación, debido a que los datos estadísticos que obtuvimos mediante entrevistas y encuestas a nuestros futuros importadores, fueron favorables. Dicho mercado ofrece grandes oportunidades para que nuestra empresa y producto se posicionen inmediatamente que ingrese a este país, tomando en cuenta que dicho proyecto de exportación es viable debido a que cumple con todas las normas y leyes que una efectiva y rentable propuesta de negocio la rigen, utilizando métodos, técnica e instrumentos que pasan desde la entrega del producto en fabrica, hasta el paso por aduana y la llegada al país de destino. Se recomienda apoyar nuevos proyectos de exportación, tomando en cuenta la extensa gama de productos que Tubasec C.A. posee, con el fin de que nuestra empresa sea conocido en nuevos nichos de mercado, brindando capacitaciones constantes a los empleados, logrando así que el personal se motive para proyectos futuros, dándoles a entender que consolidar relaciones comerciales con otros países ayudaran al crecimiento económico, personal, empresarial y del país.

**Palabras clave:** PROYECTO DE EXPORTACIÓN, TEJAS DE CONCRETO, TUBASEC C.A.

.....  
Ing. Mauro Patricio Andrade Romero  
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

## **ABSTRACT**

This research is about an export Project of concrete tiles from the Tubasec Company C.A. in Riobamba city, Chimborazo province, to Ipiales in the department of Nariño-Colombia. In order to develop our research, a study of the potential market was carried out, to which our project will be directed, resulting feasible export because it was favorable the statistical data that were obtained through interviews and surveys to our future importers. This market offers great opportunities for our company and product to be positioned immediately when entering this country, taking into account that such export project is viable because it complies with all the standards and laws which govern an effective and profitable business proposal, using methods, techniques and instruments that go from the delivery of the products in the factory, to the passage through customs and arrival in the country of destination. It is recommended to support new export projects, taking into account that Tubasec C.A. has a wide range of products, with the objective that our company is known in new market niches, providing constant training to its employees, thus, achieving that the staff is motivated for future projects, giving to understand that consolidating business relationship with other countries will help to economic growth, personal and business of the country.

**KEY WORDS:** <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <CONCRETE TILES>, <MARKET STUDY>, <TUBASEC C.A.>, <FOREIGN TRADE>.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo elaborar un proyecto de Exportación de Tejas de concreto de la empresa TUBASEC C.A hacia Ipiales departamento de Nariño-Colombia, a través de un estudio de mercado, permitiendo así la apertura del comercio fronterizo de Tejas entre Ecuador y Colombia, en el periodo 2017.

Tubasec C.A. es una empresa ecuatoriano-española conformada según las disposiciones legales vigentes, para la fabricación de diferentes productos en fibro-cemento, cubre y satisface las necesidades del mercado Nacional y Local, encontrando allí la oportunidad de llevar nuestro producto a nuevos mercados. Tomando a Ipiales ubicado en el departamento de Nariño-Colombia como la localidad a exportar nuestro producto, abriéndonos así a futuros proyectos de exportación.

En la investigación, para tratar el proyecto, estudiamos datos, contenidos, tablas, obtenidas de fuentes reales y oficiales, que nos facilitaran el entendimiento a la propuesta mencionada. Uno de los fines es ofrecer un producto que no sea toxico para el medio ambiente, para ello brindaremos tejas auténticas que reflejen elegancia y superioridad ante el mercado competitivo, producido en territorio nacional con los mejores estándares de calidad.

El trabajo de titulación que desarrollaremos comprende los siguientes capítulos.

En el capítulo I presentamos el planteamiento del problema, la formulación, delimitación, justificación y objetivos de la investigación.

En el capítulo II abarca los aspectos teóricos y conceptuales, tras una larga investigación en distintas fuentes, por su parte el mencionado capitulo comprende también la Hipótesis y sus variables, dando así apertura al mejor entendimiento del lector.

El capítulo III abordamos el marco metodológico, el cual incluye las modalidades y tipos de investigación, seguido de la población y muestra a la cual fue dirigida nuestra encuestas para saber el impacto y la factibilidad que tendrá nuestro producto en el mercado (meta) de destino, por su parte detallamos mediante gráficos y tablas la tabulación de la misma.

Finalmente el capítulo IV nos presenta la propuesta del proyecto en su totalidad, en el que ofreceremos datos importantes de la empresa Tubasec C.A. claves para el desarrollo del mismo, al igual que el análisis FODA seguido del estudio de mercado al que va dirigido nuestro producto. Formando parte fundamental en este capítulo todos los requisitos y trámites de exportación pertinentes a los cuales nos regiremos, al igual que las condiciones de carga, el transporte y la evaluación financiera y económica completa del proyecto.

Culminando con las Conclusiones y Recomendaciones pertinentes.

# **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El presente trabajo de investigación está enfocado a la zona fronteriza entre Ecuador y Colombia ya que no cuenta con suficientes empresas que distribuyan y cubran el mercado de tejas de concreto, exigencias de las personas del sector para proteger sus viviendas, debido a la problemática actual en el clima y sus fuertes cambios, convirtiéndose en una necesidad para los moradores de este sector en adquirir Tejas de concreto, una solución amigable que proveerá de protección a sus viviendas en armonía de una fachada elegante, considerando que el exitoso envío de este producto al mercado extranjero, mejorara la economía de la empresa.

Rigiéndonos en las políticas, normas y estatutos que debe cumplir una exportación.

### **1.1.1 Formulación del problema**

¿De qué manera la empresa Tubasec C.A. mejorara sus ingresos bajo el Proyecto de exportación de TEJAS DE CONCRETO de la empresa TUBASEC C.A. de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, hacia Ipiales en el departamento de Nariño – Colombia, para el periodo 2017?

### **1.1.2 Delimitación del problema**

Área: Comercio

Campo: Comercio Exterior

Objeto: Exportaciones

Delimitación espacial: Provincia de Chimborazo

Delimitación temporal: 2017



## **1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

La presente investigación es importante ya que en la zona fronteriza entre Ecuador y Colombia no existen las suficientes empresas que cubran las exigencias del mercado de Tejas, razón por la cual exportaremos dicho producto a Ipiles en el departamento de Nariño – Colombia; la empresa TUBASEC C.A. aparte de cubrir con el mercado nacional, posee la capacidad de cubrir un mercado extranjero, ofreciendo un producto de calidad y sobre todo ecológico y muy económico.

No se ha realizado investigaciones o estudios previos sobre el tema.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo general**

Elaborar un proyecto de Exportación de Tejas de concreto de la empresa TUBASEC C.A hacia Ipiales departamento de Nariño-Colombia, a través de un estudio de mercado permitiendo la apertura del comercio fronterizo de Tejas entre Ecuador y Colombia, en el periodo 2017.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- ✓ Diagnosticar los procesos de exportación de teja realizados para la empresa Tubasec C.A.
- ✓ Realizar el estudio de mercado para el producto y mercado meta.
- ✓ Desarrollar un proyecto de exportación de tejas de concreto de la empresa Tubasec C.A.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

#### 2.1.1 Antecedentes Históricos

- ✓ PLAN DE MERCADEO PARA LA EMPRESA TEJAS Y CUBIERTAS KOYO DE SEÑALIZACION VIAL. Se propone desarrollar un plan de mercadeo, a la empresa Tejas Koyo, para su nuevo producto “Barriles señalizadores” para iniciar en el mercado de la Señalización en Colombia. Al entrar a estudiar estos temas nos ayuda a visualizar las oportunidades que tienen Tejas Koyo con su producto Barril o caneca señalizadora. Evidentemente hay oportunidades de ampliar la oferta de productos y servicios para encontrar nuevas fuentes de ingresos superiores a las que se han explotado hasta ahora a través de los barriles señalizadores (Espinoza León , 2008)
  
- ✓ ELABORACIÓN PLAN EXPORTADOR PARA LA EMPRESA LADRILLERA ARCILLAS DE OCCIDENTE. Mediante el cual se realiza un plan exportador para determinar la viabilidad del ingreso a los mercados internacionales de la empresa Arcillas De Occidente con ladrillo de arcilla para la construcción (Amariles Rodas & Romero Herrera, 2014)
  
- ✓ “PROPUESTA DE DISEÑO DE UNA PLANTA PARA LA FABRICACIÓN DE TEJAS DE MICROCEMENTO EN EL CANTÓN CUENCA”. Parra El presente estudio intenta hacer un análisis de los principales materiales para cubierta utilizados comúnmente para la construcción de viviendas en el país y la alternativa del uso de un material poco conocido y que debido a sus características es una excelente opción, la teja de micro cemento. Para ello se parte de un análisis metodológico, explicando la problemática y la razón por la cual se optó por realizar esta investigación, el objetivo al cual se pretende llegar en la culminación del trabajo, que es la Propuesta de diseño de una planta para la fabricación de tejas de micro cemento en el cantón CUENCA – ECUADOR (Palomeque Parra, 2014).

## 2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.2.1 Historia de la teja

Entre algunos registros nos señala que las antiguas civilizaciones utilizaban techos de paja, ramas y hojas, para cubrirse del mal clima, la forma que le daban a estos techos era inclinada para lograr que la lluvia caiga.

A continuación presentamos un gráfico en el que claramente se puede visualizar el techo de paja de forma inclinada, uno de los materiales que se usaba en la antigüedad para protección de las personas (Presajet, 2014).

**Figura 1:** Techo de paja



**Fuente:** (Dreamstime, 2018)

Sin embargo este material no impedía por completo que el agua e incluso el frío ingresaran a las viviendas y en proporción mayor cuando el clima era fuerte. Necesitaban un material más resistente para su tranquilidad. En el año 2000 A.C. ya se utilizaba el barro como alternativa para cubrir los techos de la época, primero la utilizaron las civilizaciones mesopotámicas alrededor de los ríos Tigris y Éufrates y sin motivo de admiración China casi al mismo tiempo. (Presajet, 2014).

La evolución humana y tecnológica causa que en Inglaterra se utilice la piedra o pizarra para la creación de un nuevo elemento que recubra los techos.

Las tejas elaboradas de piedra y de barro observadas en el grafico sustituyeron materiales como hojas y paja, revolucionando la forma de proteger las casas en la antigüedad, al mismo tiempo le brindaron un mejor aspecto y cada vez más elegante, a

Las fachadas de las viviendas, gracias a las cualidades que este producto les brindaba. (Presajet, 2014)

**Figura 2:** Techo de piedra y barro



**Fuente:** (Dreamstime, 2018)

Inmediatamente se extendió por todo el mediterráneo en especial por los Romanos, no tardo mucho para que ingresaran al mercado Europeo donde su estética y belleza fueron el valor agregado junto a la evolución en sus diseños, ya la teja no era sencilla si no que otorgaba a los hogares la sensación de buen gusto que distingue a los hogares que usan este material. Al pasar el tiempo fue evolucionando su forma, figura y estilo, siendo la teja un producto que llego para facilitar la protección de las viviendas y que nos ha acompañado a lo largo de la historia.

La primera Teja de Concreto aparece en el siglo XIX, esta teja era elegante y tenía mayor tiempo de durabilidad y resistencia. Se comenzó a adicionar pigmentos para lograr tejas de colores, evolucionando esta industria.

**Figura 3:** Teja de concreto



**Fuente:** (Dreamstime, 2018)

La primera máquina de extrusión (moldeado) se desarrolló en Dinamarca en 1920 y en 1930 evolucionó y se autorizó su uso en Inglaterra, usaba estera con formas de hierro fundido como molde para la fabricación. Actualmente la teja ha evolucionado a paso agigantado, supera ya a las tejas de barro debido a que ofrece más colores, texturas y modelos, superior a las tejas tradicionales incluso en la facilidad de instalación, durabilidad y sobre todo en el precio.

A pesar de que esta teja no fue la primera solución en proteger las viviendas y mejorar sus fachadas se ha introducido en el mercado de tal forma que incluso en Inglaterra, Austria, Europa y Estados Unidos ya representan una mayoría en el mercado, siendo una alternativa amigable y muy económica.

Para su elaboración necesita de cantidades de cemento, arena, agua y pigmentos para producir las tejas y en su última etapa o fase son llevadas a cámaras de curado a temperaturas húmedas constantes, para obtener un producto de la más alta calidad.

En caso de incendio este producto no es inflamable, por ello es considerado un producto, en armonía con el medio ambiente, ya que no utiliza combustible para su proceso de fabricación, ofreciendo tejas desde los estilos más tradicionales con barriles bajos y altos hasta diferentes modelos de teja completamente planas, lo cual facilita elegir el modelo que se acople a la obra deseada. En cuanto a los colores, se ofrece una gran variedad que va desde el tradicional a barro, hasta colores fuertes y contemporáneos como el verde y negro. (Presajet, 2014)

## **2.2.2 Teorías Administrativas**

Para un mejor entendimiento y de forma clara y amplia definiremos las siguientes teorías Administrativas:

### **2.2.2.1 Teoría de Adam Smith – Ventaja absoluta**

Adam Smith (1723-1790); menciona que bajo libre cambio, cada nación debe especializarse en producir, mercancías que podrían ser lo más eficientemente posible. Algunos de éstos serían exportados a la paga para las importaciones de las mercancías que se podrían producir más eficientemente a otra parte. (Smith, 1974)

Todo esto se refiere a que cada país debe especializarse en producir mercancías para las que tenga ventaja absoluta, en donde el costo de producción, debe ser menor con respecto a los demás países. De este modo, al seguir este principio todos los países saldrían ganando con el comercio y se lograría la misma eficiencia a nivel internacional. (Smith, 1974)

Las razones para que este análisis fuera estudiado por Adam Smith fueron tres:

- 1.- El dinero sólo era una técnica para realizar cálculos que no tenía en cuenta las relaciones productivas sino los intereses de las autoridades.
- 2.- La riqueza de una nación no se mide por la cantidad de oro acumulado, sino por la magnitud de su capacidad productiva en períodos y condiciones determinadas.
- 3.- El trabajo es el patrón único de medida que tiene la propiedad de variar frente al tiempo y la distribución, con el cual todos los bienes pueden compararse y la riqueza se puede cuantificar en términos reales.

### **2.2.2.2 Teoría de Carlos Marx – El Capital**

Carlos Marx (1818-1883), fue filósofo, economista, historiador y político profesional, fundó una escuela de pensamiento económico, en el cual consideraba que el desarrollo

económico jugaba un rol importante en el desarrollo político e ideológico de la sociedad.

Según Marx el sistema capitalista estaba “condenado a la muerte”, víctima de una serie de contradicciones intrínsecas de carácter antagónico que el mismo sistema no podía resolver, esta teoría la desarrolló en su gran obra maestra *El Capital* (1867).

La teoría económica marxista fue el análisis del valor, según esta teoría todo nuevo valor es creado en la sociedad por el trabajo, al mismo tiempo la misma fuerza de trabajo es una mercancía sujeta de compra y venta en el mercado. No obstante esta mercancía tiene una cualidad que la diferencia de las demás mercancías y es la capacidad de crear valores superiores al que ella misma posee. La diferencia entre estos dos valores (el valor del nuevo producto creado menos el valor de la mercancía-fuerza de trabajo), Marx la llamó plusvalía.

Para resolver el problema de la reducción de la plusvalía el capitalista toma la decisión de reducir los salarios de los trabajadores, creándose una brecha abismal entre el producto necesario y el producto adicional, lo cual sugiere que el trabajador no puede comprar con su salario el producto adicional esto condiciona las crisis de superproducción.

Como estas crisis son parte inseparable del sistema económico en el marco del sistema capitalista no tienen solución. Estas crisis se repetirán y repetirán de manera recurrente hasta que el sistema caiga como víctima de sus propias contradicciones internas.

El estudio marxista tuvo gran importancia para todos los socialistas del mundo de diferentes generaciones, se constituyó en la doctrina científica que garantizaba la emancipación de los pobres y explotados, Marx era considerado el máximo líder del proletariado internacional. Sin embargo fue poco lo que escribió acerca de cómo iba a funcionar el sistema socialista. Es de suponer por supuesto, que fue partidario de una economía regulada que evitara el caos y la anarquía del sistema de libre mercado.

Algunos economistas mencionan que la historia fue extremadamente cruel con Marx pues su diagnóstico sobre el futuro del capitalismo fue “equivocado” por el contrario el

capitalismo “florece y evoluciona exitosamente” la caída del muro de Berlín y el posterior derrumbe del socialismo en la Unión Soviética sentaron las premisas para que un oscuro burócrata norteamericano llamado Francis Fukuyama declarara “el fin de la historia y el advenimiento de mil años de neoliberalismo triunfante”. (Benavides, 2003)

### **2.2.2.3 Teoría de David Ricardo – Ventaja comparativa**

Los críticos más hostiles del sistema ricardiano han mencionado que David Ricardo al menos hizo una contribución sumamente importante al pensamiento económico y la defensa de la libertad de comercio: la ley de la ventaja comparativa. Al destacar la gran importancia de la interacción voluntaria de la división internacional del trabajo, los libremercantilistas del siglo XVIII, incluyendo a Adam Smith, basaron sus doctrinas en la ley de la “ventaja absoluta”. Es decir, que cada país debe especializarse en lo que sea más eficiente y luego intercambiar esos productos, pues en ese caso se beneficiarán las personas en ambos países. Es un caso relativamente fácil de argumentar. Hace falta poca persuasión para darse cuenta de que Estados Unidos no debería dedicarse a cultivar plátanos (o, por decirlo en términos simples de microeconomía, las personas y empresas de Estados Unidos no deberían preocuparse por hacerlo), sino más bien producir otra cosa (por ejemplo, trigo, bienes manufacturados) e intercambiarla por plátanos cultivados en Honduras. A pesar de todo, hay unos pocos cultivadores de plátanos en EEUU que reclaman un arancel protector. ¿Pero qué pasa si el caso no es clarísimo y las empresas de acero y semiconductores reclaman esa protección?

La ley de la ventaja comparativa se ocupa de esos casos difíciles y es por tanto indispensable para la defensa del libre comercio. Demuestra que incluso si, por ejemplo, el País A es más eficiente que el País B produciendo ambos productos X e Y, merecerá la pena al País A especializarse en producir X, en lo que es mejor produciendo, y comprar todo el producto Y a B, aunque es mejor produciéndolo pero no tiene tan gran ventaja comparativa como fabricando el producto X. En otras palabras, cada país debería producir no solo aquello en lo que tenga una ventaja absoluta en producir, sino en lo que es mejor, o al menos en lo que no es peor, es decir, en lo que tenga una ventaja comparativa en producir..



De esta manera, los ciudadanos de todos los países se benefician del comercio internacional. Ningún país es tan pobre o ineficiente como para quedar fuera del comercio internacional y todos se benefician de que los países se especialicen en lo que son mejores o menos malos: en otras palabras, en aquello en lo que tengan una ventaja comparativa. (Rothbard, 2012)

### **2.2.3 Comercio exterior Origen y su enfoque mundial**

El comercio exterior tiene su origen ante la necesidad que tienen los países de intercambiar sus bienes con la finalidad de satisfacer la distribución irregular de sus recursos económicos.

El auge del crecimiento del comercio mundial tiene lugar desde mediados del siglo XV, con el descubrimiento de las Américas y el creciente intercambio comercial entre las potencias económicas del momento y sus colonias. Esta expansión del comercio internacional coadyuvó a la consolidación de grandes fenómenos económicos como lo fueron la división y mayor especialización del trabajo, la utilización de los beneficios de las ventajas comparativas y el surgimiento de los modelos económicos formales que regularon el intercambio comercial de la época, como lo son el Mercantilismo y el Liberalismo, que representan los cimientos sobre los cuales se fundamentan los sistemas proteccionistas y de libre comercio aún en la actualidad.

Como rasgo fundamental del Mercantilismo, el Proteccionismo se definió como una forma de intervención estatal en la economía mediante la adopción de medidas e introducción de acuerdos que favorecían los intereses de determinados sectores productivos creando barreras que dificultaran las importaciones.

En la antigüedad estas barreras eran creadas con la finalidad de tener ingresos adicionales para enriquecer al Estado; sin embargo, en la actualidad estas barreras se utilizan principalmente con la finalidad de proteger la industria nacional, y reducir los desequilibrios de la balanza de pagos.

El liberalismo, modelo económico basado en la premisa de que la completa libertad de los factores económicos produciría el mayor beneficio para cada individuo y la

sociedad, se difunde formalmente en el siglo XVIII con el aporte de Adam Smith; a través de su obra *La Riqueza de las Naciones*; la valiosa contribución de David Ricardo la *Teoría de la Ventaja Comparativa*; y los aportes significativos del resto de los economistas clásicos con la *Teoría de las Ventajas Competitivas*.

En 1946, una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial y con el objetivo de lograr una recuperación de la economía mundial, surgen instituciones de carácter multilateral tales como la creación de Bretton Woods, hoy día Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional y el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT), éste último con la finalidad de impulsar rápidamente la liberalización y el crecimiento del comercio internacional.

El GATT realizó siete rondas de negociaciones multilaterales, a través de las cuales se realizaron importantes logros en materia de comercio exterior. Entre las principales podemos mencionar las siguientes: se possibilitó el logro de concesiones políticas y económicas en condiciones ventajosas para los países miembros, los países más pobres tuvieron mayores posibilidades de influir, se facilitaron las reformas generales sobre sectores políticamente sensibles, y se dio una reducción progresiva de los aranceles.

Con la última ronda del GATT, denominada Ronda Uruguay, se inicia una ampliación del concepto de “acceso al mercado” y de las negociaciones comerciales correspondientes, abarcando mucho más que el concepto tradicional de las “medidas en frontera” (barreras arancelarias y no arancelarias), y entrando en los ámbitos de las políticas económicas internas de los Estados. Esta Ronda culminó con la suscripción de un conjunto de compromisos por parte de los países miembros entre los cuales se comprendió: el acuerdo para establecer la Organización Mundial de Comercio (OMC).

La OMC se creó el 1 de enero de 1995 y es la base jurídica e institucional del sistema multilateral de comercio. De ella dimanar las principales obligaciones contractuales que determinan la manera en que los gobiernos configuran y aplican las leyes y reglamentos comerciales nacionales. Y es también la plataforma en la que se desarrollan las relaciones comerciales entre los distintos países.

Este proceso de integración o globalización ha estado acompañado de un resurgimiento del liberalismo mejor conocido como neoliberalismo, a través del cual se pretende que la libre transferencia de factores económicos entre las economías (países o regiones) sea la vía para obtener crecimientos rápidos de las mismas y disminuir paulatinamente las grandes brechas existentes entre los países en desarrollo y los países industrializados.

En síntesis, el comercio internacional ha evolucionado a través de los tiempos, y con ello las nuevas formas de hacer negocios internacionales. Los constantes cambios socio-económicos y políticos indican que ninguna economía está fuera de este proceso evolutivo del comercio. Sin embargo, su participación debe mantener un adecuado equilibrio entre las políticas proteccionistas y liberales de manera que los participantes alcancen los mayores beneficios del intercambio comercial. (Arosemena, 2012)

### **2.2.3.1 Comercio exterior en Ecuador**

El crecimiento del Ecuador durante el próximo año, si llega a darse, dependerá del desempeño del comercio exterior, lo que demandaría un giro en el modelo económico vigente. El acuerdo de libre comercio que arrancó, con la Unión Europea no es compatible con el modelo de desarrollo que ha regido durante la última década, caracterizado por las restricciones a las importaciones. Paradójicamente, el Gobierno espera que ese acuerdo comercial empuje la economía este año a través de mayores ventas al bloque europeo. La proyección de las autoridades es que las exportaciones crezcan 11,9% este año, empujadas también por un incremento de las ventas petroleras. El crudo nacional se cotiza actualmente sobre los USD 40 por barril y se espera que permanezca estable durante el presente año. Las importaciones crecerán, según el Gobierno, a una tasa menor: 6,9%, lo que dejará un saldo positivo en la balanza comercial que se reflejará en el crecimiento del PIB. En el caso de las proyecciones oficiales del Gobierno, el comercio exterior será el único motor que impulsará la economía nacional este año. El resto está prácticamente apagados. La inversión y el consumo, tanto de los hogares como de las administraciones públicas, caerán este año 5,2% y 0,46%, respectivamente, lo cual arrastra el PIB a la baja. Bajo ese panorama, la economía nacional queda en manos del sector externo, cuyo desempeño puede ser

menor al proyectado por dos razones. Uno: los beneficios del acuerdo comercial con la UE suelen tomar un tiempo hasta que se reflejen en mayores exportaciones. Dos: el país se comprometió con la OPEP a bajar su producción petrolera este año. (Sosa, 2016)

### 2.2.3.2 Zona Fronteriza entre Ecuador y Colombia

Presentamos un mapa de la zona fronteriza entre Ecuador y Colombia, punto clave e importante para desarrollo del proyecto, nuestro producto será exportado a la zona de Ipiales que es un municipio Colombiano situado en el departamento de Nariño, pasando por Tulcán última ciudad de nuestro país en la provincia del Carchi.

Es importante mencionar que existe un convenio entre estas dos localidades formando parte de la CONURBACION BINACIONAL DE TULCAN-IPIALES, tema el cual trataremos más adelante.

**Figura 4:** Mapa fronterizo



Fuente: (SocialHizo, 2017)

### *Ecuador pule y socializa plan binacional fronterizo con Colombia*

El Gobierno de Ecuador anunció, que ha empezado a socializar el proyecto de Plan Binacional de Integración Fronteriza con Colombia (2014-2022), que será revisado por los mandatarios de ambos países en una cita con sus gabinetes previstos para el próximo año.

La Cancillería ecuatoriana informó en un comunicado que, conjuntamente con responsables de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades), se efectuó hoy una reunión de socialización de dicho proyecto a los delegados de los consejos sectoriales encargados de formular la estrategia integradora. “La socialización se realiza previo a la presentación del avance de las metas binacionales 2016 a los presidentes de ambas naciones (el ecuatoriano Lenín Moreno y el colombiano Juan Manuel Santos) durante el VI Gabinete Binacional Ecuador-Colombia que se realizará en 2018”, precisa un comunicado de la Cancillería.

Además, indicó que la socialización busca incorporar las inquietudes y observaciones de los actores involucrados en la estrategia del desarrollo de la zona fronteriza entre ambos países.

La elaboración del plan sostiene como base “al ser humano y la naturaleza, la cultura de la paz, la integración latinoamericana, la erradicación de la pobreza y la movilidad humana y fenómenos migratorios”, agrega el texto.

Además cuenta con varios ejes de trabajo: social y cultural, relaciones comerciales, seguridad y defensa, desarrollo económico y productivo, infraestructura y conectividad, y sostenibilidad ambiental.

El director de Relaciones Vecinales y Soberanía de la Cancillería ecuatoriana, Efraín Baus, recordó durante la cita las circunstancias especiales en la zona de frontera, debido a los más de 50 años de conflicto interno en Colombia, que ha supuesto para Ecuador la ejecución de una serie de acciones en esa zona.

**Figura 5:** Puente Rumichaca



**Fuente:** (LaRepública, 2017)

Recordó, asimismo, que en el año 2012, durante el I Gabinete Binacional, se acordó la elaboración del Plan, con el objetivo, entre otros, de procurar un manejo estructural de las relaciones con Colombia.

Marisela Rivera, funcionaria de SENPLADES, destacó que la elaboración del Plan permitió identificar objetivos comunes y “plantear políticas binacionales y acciones completas que nos permita mejorar la calidad de vida de las personas en la frontera”.

Los gabinetes binacionales son un mecanismo de coordinación política ideado por algunos países de la región, en los que participan los mandatarios, ministros y funcionarios de diversos sectores, para promover la cooperación bilateral y tratar temas de interés para las poblaciones fronterizas. (LaRepública, 2017)

#### **2.2.4 Estudio de mercado**

El estudio de mercado mide la viabilidad comercial de una empresa o producto. Pero en los últimos años autores como Geoffrey Randall defienden la idea de que, más allá del área de acción del marketing, esta herramienta debe formar parte del cuadro de mandos principal del empresario. En su libro Principios del marketing (Ediciones Paraninfo, 2003) ejemplifica la aportación del estudio de mercado en términos de evaluación del riesgo y cuantificación de la inversión, un documento que califica como “la recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing”. Sus modelos de ejecución son innumerables. Sin embargo, a todos ellos es común una serie de pautas que recoge Andalucía Emprende en su Guía de apoyo para realizar un estudio de mercado. Su finalidad es dar viabilidad al plan de negocio “basándose en las previsiones de ventas realizadas a partir de los datos arrojados”, aunque es muy importante “implantar una política continua de investigación comercial” como única vía para adaptar los productos y servicios de la empresa a unos ciclos de la demanda muy cambiantes.

#### ***Decálogo de ejecución***

El estudio de mercado es una herramienta viva que debe ajustarse a la estructura y capacidades de cada empresa. Algunas podrán evaluar sobre el terreno a sus usuarios con encuestas y grupos de discusión; otras tendrán que poner en valor la gran cantidad de datos abiertos que el mercado ofrece y constatarlos con los que genera la propia empresa. En cualquiera de los casos se puede estructurar en 10 puntos:

1. Identificación del objetivo. Y cuanto más concreto, mejor. Algunos de los más habituales son: ¿a qué público me dirijo? ¿Cómo puedo mejorar las ventas? ¿Qué canales de venta puedo abrir? ¿Puedo ampliar el área geográfica comercial?
2. Análisis de situación. Debemos conocer el punto de partida, tanto desde una visión interna de la empresa como externa del sector y su competencia.
3. Análisis DAFO. Analiza las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la empresa para abordar un proyecto. En el portal iPyme del Ministerio de Industria, Energía y Turismo existe una práctica herramienta online.
4. Definición de los objetivos. Para saber qué esperar del estudio y qué no. La recomendación es “clara, realista, concreta, delimitada y cuantificable”.
5. Análisis de información. Identificar las fuentes con las que la empresa cuenta para conocer a fondo su mercado. Podemos distinguir entre:

Según procedencia de los datos

- Fuentes primarias. Estudios a medida realizados para el análisis del problema (ya sea con medios internos o contratados).
- Fuentes secundarias. Aunque no se hayan realizado para la investigación, ofrecen datos genéricos, estadísticos o cualitativos de apoyo al estudio. Pueden ser internos (big data o estadística del punto de venta online u offline) o externas (INE, encuestas de consumo y turismo, estudios de consultoras...).
- Según tipología de la información
- Cuantitativas: las que permiten medir, como encuestas o paneles.

- Cualitativas: las que facilitan las razones de comportamiento.
6. Elección de la muestra. Debe ser representativa del universo al que se dirige la propuesta comercial, centrarse en el perfil de cliente definido como objetivo y contar con cuestionarios que permitan dar respuesta a las preguntas planteadas. Cada empresa actuará en función de sus capacidades, pero no se puede dejar de tomar el pulso al mercado real.
  7. Técnicas de estudio a utilizar. Las más comunes son:

*Observación directa.* Por ejemplo, en el punto de venta propio o de la competencia, pero siempre delimitando los comportamientos del consumidor que se van a medir.

*Entrevistas con expertos.* La opinión de estudiosos del sector puede ayudar a la empresa a identificar problemáticas y puntos de reflexión a los que difícilmente llegar por los propios medios: asociaciones empresariales, universidad e influencers deben ser considerados como prioritarios.

*Encuestas, paneles y grupos de discusión.* No es imprescindible que se contraten servicios externos: cualquier negocio puede establecer un cuestionario de opinión con 20 preguntas que resuelvan clientes, proveedores y grupos de interés.

8. Recogida y elaboración. Volcado de la información para un procesado objetivo.
9. Interpretación. Se trata de pasar de la estadística a la conclusión. El éxito dependerá de esta capacidad de análisis (experiencia + intuición).
10. Redacción de informe. Responde a los problemas y preguntas planteadas, y fija acciones concretas a corto, medio y largo plazo, estableciendo qué medios económicos y recursos se van a poner a disposición del plan y un calendario de ejecución. (Alonso, 2016)



## 2.2.5 Proyecto de exportación

### 2.2.5.1 Definición de Proyecto

El término Proyecto pese a ser de uso común, puede tomar significados diferentes y no siempre se emplea en el mismo sentido. La palabra proviene del latín *proiectus*, que a su vez deriva de *proiicere*, que significa dirigir algo o alguna cosa hacia adelante. De aquí que entre sus acepciones encontremos que proyecto se refiere a un esquema, programa o plan que se hace antes de dar forma definitiva a algo o alguna cosa. Un proyecto es una intervención deliberada y planificada por parte de una persona o ente que desea generar cambios favorables en una situación determinada. Es el conjunto de actividades concretas, interrelacionadas y coordinadas entre sí, que se realizan con el fin de producir determinados bienes y servicios capaces de satisfacer necesidades o resolver problemas.

**Figura 6:** Conceptualización de proyecto



**Fuente:** (Elcronista, 2016)

Un proyecto no es ni más o menos que la búsqueda de una solución inteligente: idea, inversión, metodología o tecnología por aplicar al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana en todos sus alcances: alimentación, salud, vivienda, educación, cultura, defensa, visión y misión de vida, economía, política, etc. Todo proyecto presenta las siguientes etapas o ciclo de vida: identificación y diagnóstico, formulación y diseño, ejecución, evolución, y resultados y efectos.

Existen diferentes proyectos dependiendo del nivel de planificación donde se ubiquen y los objetivos que se persigan: proyecto societario, se considera un proyecto político o modelo de desarrollo; proyecto productivo, tiene como objetivo la producción de bienes para satisfacer necesidades de consumo (agrícolas, pecuarios, industriales y de

servicios); proyecto de infraestructura, encargado de generar condiciones facilitadoras, inductoras e impulsadoras de desarrollo (construcción de vías, acueducto, etc.).

Se encuentra igualmente el proyecto social, orientado para satisfacer o solucionar problemas, generando bienestar y mejoramiento de la calidad de vida; proyecto de programa, apoya el desarrollo de otros proyectos (programas de alfabetización, vacunación, campañas educativas, etc.); proyecto de estudios, relacionado con la elaboración de diagnósticos o investigaciones; y proyecto de inversión, orientado a la producción de bienes y servicios con fines de rentabilidad financiera, suelen llamarse proyectos privados, ya que poseen un dueño que aporta el capital inicial.

Por otro lado, también se habla de proyecto personal o proyecto de vida; el ser humano tiene una idea clara, precisa y firme de lo que desea conseguir o llegar a ser en su vida. Se propone sueños, metas y objetivos a alcanzar para lograr lo establecido. (Venemedia, 2014)

#### **2.2.5.2 Definición de Exportar**

Es la acción de llevar un producto a una entidad ajena en la cual fue creada o, anteriormente, exportada. La exportación es una de las estrategias que surgieron para la satisfacción de la población que reside en cierta localidad, pues por sí misma no es capaz de saciar a su población. Posee el prefijo “ex” (fuera) y “portare” (llevar). Su desarrollo se remonta a la antigüedad, en donde la economía de las pequeñas aldeas se beneficiaba de sus buenos productos y su exportación, lo que previamente se desarrolló como una de las grandes potencias y estrategias económicas que ayudan a países enteros a mantenerse.

**Figura 7:** Comercio mundial



**Fuente:** (Elcronista, 2016)

La balanza comercial y las exportaciones son una medida que registra el valor monetario de las exportaciones e importaciones, siendo positiva cuando se exporta mucho más de lo que se importa, y negativo cuando se importa más de lo que se exporta. El acto de exportar se puede realizar de diferentes maneras y medios, e incluso se pueden enviar un artículo semiacabado para que otra empresa lo manufacture definitivamente.

Para iniciar este tipo de negocio, una empresa debe ingresar a un país, el cual se beneficie de estar en una buena zona comercial, la ventaja de propiedad de una empresa y la internalización. El coste de la inversión es muy baja, y cuando la empresa es más grande las oportunidades de exportación son más grandes, así que esta es, de alguna manera, la estrategia de ingreso de una empresa otro país. Su etapa de desarrollo consta de tres etapas, entre las que se encuentran: compromiso inicial, en donde las empresas distribuyen sus productos en la industria doméstica y son aspirantes a exportar; exportación inicial, en donde las empresas exportan artículos durante períodos; avanzada, cuando las exportaciones ocurren siempre, es decir, que la empresa exportadora ha solidificado sus negocios. Sin embargo, existen diferentes errores se pueden observar, debido a los descuidos gerenciales o falta de asesorías calificadas, al igual que fallas en el plan de negocio. (Venemedia, 2014)

### **2.2.5.3 Razones para elaborar un plan de negocios**

Básicamente son tres:

1. Servir de guía para iniciar un negocio o proyecto, y para poder gestionarlo: el plan de negocios nos permite planificar, coordinar, organizar y controlar recursos y actividades, y, de ese modo, ser más eficientes en la creación y gestión de nuestro negocio o proyecto, y minimizar el riesgo.
2. Conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto: el plan de negocios nos permite conocer la viabilidad y rentabilidad del negocio o proyecto y, de ese modo, saber si vale la pena realizarlo, o si debemos buscar nuevas ideas o proyectos.
3. Demostrar lo atractivo del negocio o proyecto a terceras personas: el plan de negocios permite demostrar ante terceros, lo atractivo y lo rentable de nuestra idea o proyecto, y, de ese modo, poder convencerlos de que nos otorguen un préstamo, de que inviertan con nosotros, o de que sean nuestros socios. (CreceNegocios, 2014)

#### *Principales riesgos y estrategia de salida*

Estrategias de contingencia:

- Modificación del producto y/o servicio ofertado.
- Modificación del segmento de mercado potencial.
- Alianza con alguno de los principales líderes globales en el entorno de Internet o con un consorcio de ellos.
- Venta total o parcial de la compañía a una empresa del sector más potente.
- Venta o explotación de la tecnología y su patente.
- Venta de la base de clientes.
- Liquidación del proyecto en su conjunto. (Uniremprende, 2013)

## **2.2.6 Procedimientos para exportar desde Ecuador**

### **2.2.6.1 Declaración de Exportación.**

Todas las exportaciones deben presentarse la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmita y tramita la exportación. (Coronel, 2014)

### **2.2.6.2 Documentos a presentar.**

Según (Coronel, 2014), las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

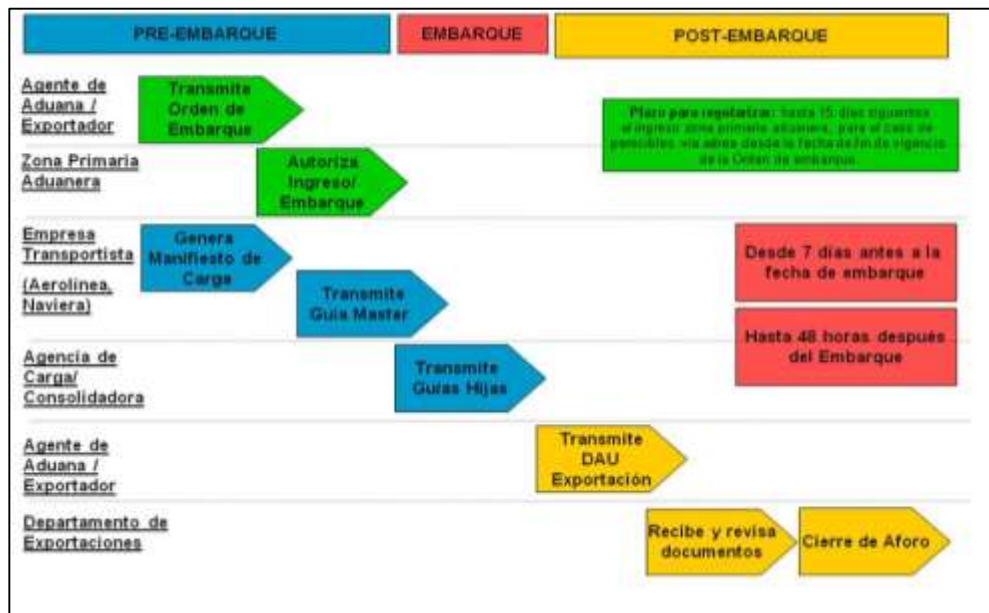
- ✓ RUC de exportador.
- ✓ Factura comercial original.
- ✓ Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- ✓ Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- ✓ Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- ✓ Documento de Transporte.

### **2.2.6.3 Etapas del Trámite**

Según, (ProEcuador, 2017) los trámites que se realizan dentro de la aduana comprenden dos fases o etapas:

- Etapa de PRE-EMBARQUE
- Etapa de POST-EMBARQUE

**Figura 8:** Fases para exportar



Fuente: (Coronel, 2014)

### a) Etapa de Pre-Embarque

El proceso legal de una exportación da inicio con el envío de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema de ECUAPASS, la cual se entregará con una factura o proforma y documentación previo al embarque. Esta declaración no es un simple papeleo ya que el mismo crea un vínculo legal con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y el exportador o tramitante.

Los datos que constan en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso
- Demás datos relativos a la mercancía

Los documentos digitales que acompañan la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original
- Lista de empaque
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerita)

Una vez aprobado la mercancía por la DAE, ingresa a la Zona Primaria del distrito en donde se embarca, para lo cual la mercancía se registra y almacena previo a su exportación.

#### **b) Etapa de Post-Embarque**

Por último, podremos regularizar la declaración aduanera de exportación ante el SENA y por consiguiente obtener el DAE definitivo, mediante un registro electrónico que da por finalizada la exportación.

Realizado este registro la DAE obtiene la marca **REGULARIZADORA** y para completar este proceso se dará un plazo de 30 días luego de realizado el embarque. Proceso el cual requiere de los siguientes documentos:

- Copia de la factura comercial
- Copia de lista de embarque
- Copias no negociables de documento de transporte multimodal.

#### **2.2.6.4 Agente Afianzado de Aduana**

La intervención del agente aduanero será obligatoria en los siguientes casos:

- ✓ Exportaciones realizadas por el sector público.
- ✓ Regímenes especiales.

## **2.2.7 Trámites para importar y exportar**

### *Tramitación de las Exportaciones*

Pueden realizar exportaciones tanto los ecuatorianos como los extranjeros residentes en el país, como personas naturales o jurídicas. Para poder exportar es necesario cumplir los siguientes requisitos para ser exportador ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENAЕ:

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAЕ).
- Una vez registrado como exportador, es necesario conocer que todas las exportaciones deben presentar una Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarla según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmita y tramita la exportación.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte

### *Tramitación de las Importaciones*

Una Importación a consumo es la nacionalización de mercancías extranjeras ingresadas al País para su libre disposición; uso o consumo definitivo, una vez realizado el pago



respectivo de los tributos al comercio exterior. Pueden importar todas las personas Naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país.

Antes de importar debe realizar los siguientes pasos:

- Obtenga el Registro Único de Contribuyente (RUC) que expide el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Regístrese como importador ante la Aduana del Ecuador, ingresando en la página: [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec), link: OCE's (Operadores de Comercio Exterior), menú: Registro de Datos. Una vez aprobado su registro, usted podrá acceder a los servicios que le brinda el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE).
- Dentro del SICE, registre su firma autorizada para la Declaración Andina del Valor (DAV), opción: Administración, Modificación de Datos Generales.

Una vez realizados los pasos anteriores, ya se encuentra habilitado para realizar una importación; sin embargo, es necesario determinar que el tipo de producto a importar cumpla con los requisitos de Ley. Esta información se encuentra establecida en las Resoluciones N°. 182, 183, 184 y 364 del Comité de Comercio Exterior (COMEX)

Si lo requiere puede buscar la asesoría y servicios de un Agente de Aduana, quien realizará los trámites de desaduanización de sus mercancías. El listado de Agentes de Aduana autorizados se encuentra en la página web: [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec)

Como resultado de su importación, el Agente de Aduana o el Importador debe realizar la Declaración Aduanera Única (DAU); enviarla electrónicamente a través del SICE, y presentarla físicamente en el Distrito de Llegada de las mercancías.

Base imponible.- La base imponible de los derechos arancelarios es el valor en aduana de las mercancías importadas. El valor en aduana de las mercancías será el valor de transacción de las mismas más los costos del transporte y seguro, determinado según lo establezcan las disposiciones que rijan la valoración aduanera.

Para el cálculo de los impuestos comprende la suma de los siguientes valores.

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

Más otros ajustes determinados por el artículo 8 del acuerdo sobre valoración de la OMC.

#### *Datos importantes*

Una vez aceptada la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera Única (DAU) en el SICE, se determinará el canal de aforo mediante la aplicación de criterios de análisis de riesgo; pudiendo ser este: físico, documental, o automático (canal verde). (ProEcuador, 2017)

### **2.2.8 Regímenes Aduaneros**

“Es el tratamiento aplicable a las mercancías, solicitado por el declarante, de acuerdo a la legislación aduanera vigente”

Los regímenes aduaneros, según (SENAE, 2017) se clasifican en:

- Regímenes de no transformación
- Regímenes de transformación

#### *Regímenes de no transformación*

Exportación definitiva (Régimen 40).- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legislación vigente. (Art. 158 del Reglamento al Copci).

Exportación temporal para reimportación en el mismo estado (Régimen 50).- Es el

régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, las mercancías deberán ser susceptibles de identificación. (Art. 159 del Reglamento al Copci).

Plazo.- La reimportación de las mercancías exportadas bajo este régimen deberá realizarse, dentro del plazo máximo de dos años a partir de la fecha de embarque hacia el exterior, con excepción de las mercancías nacionales o nacionalizadas destinadas a la ejecución de obras o prestación de servicios, las que podrán permanecer en el exterior hasta noventa días después de la finalización del respectivo contrato u obra. (Art. 161 del Reglamento al Copci).

### *Regímenes de transformación*

Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo (Régimen 51).- Es el régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación en el territorio aduanero pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro de dicho territorio para su transformación, elaboración o reparación. (Art. 164 del Reglamento al Copci).

Condiciones.- El régimen de exportación temporal para perfeccionamiento pasivo se podrá autorizar para el cumplimiento, en el exterior, de alguno de estos fines: a) La reparación de mercancías, incluidas su restauración o acondicionamiento; b) La transformación de las mercancías; y, c) La elaboración de las mercancías, incluidos su montaje, incorporación.

Plazo.- La reimportación de las mercancías exportadas temporalmente deberá realizarse, incluyendo las prórrogas, dentro del plazo de dos años a partir de la fecha de embarque hacia el exterior. (Art. 167 del Reglamento al Copci).

### **2.2.9 Incoterms**

Parte fundamental en el proceso de exportación es el transporte de mercancías a nivel internacional, es donde nace la pregunta: ¿en qué momento los riesgos y los costes son transferidos al comprador?

Para responder esta pregunta, la Cámara de comercio Internacional (CCI), ubicada en Paris en el año 1936, publica como ICOTERMS 1936 (International Comercial TERMS), un conjunto de reglas y normas internacionales para responder la interrogante.

Según (Santander, 2010), Diversas enmiendas han sido añadidas a las reglas de 1936 y 2000, hasta llegar a los INCOTERMS 2010, los cuales en la actualidad están en vigencia, después de una modificación en la que se suspendió cuatro Incoterms del 2000 (DEQ- DES- DAF- DDU) y se introdujo dos nuevos (DAT- DAP) en el 2010.

De esta forma los INCOTERMS, aunque son facultativos, son cláusulas estandarizadas y reconocidas que permiten evitar litigios, distribuyendo claramente entre el comprador y el vendedor los costes y riesgos.

Los Incoterms clasifican los siguientes puntos:

- Alcance del precio
- En qué momento y lugar se produce la transferencia de riesgo de la mercadería dispuesta por el vendedor al comprador.
- Lugar de destino y entrega de la mercadería.
- Que documentos tramita cada parte y sus costos.
- Quien contrata y paga el transporte y el seguro
- Fijar las obligaciones respectivas para la realización de las formalidades de exportación.

**Figura 9:** Incoterms 2010



Fuente: (Santander, 2010)

La elección del Incoterm hace plenamente parte de la negociación comercial, por lo cual estudiaremos el significado de cada uno:

**a) Grupo E**

*EXW (Ex-Works) - En Fábrica (lugar convenido)*

*El vendedor:* Su responsabilidad será poner a disposición la mercancía del comprador en sus instalaciones, con un embalaje adaptado al tipo de transporte que se utilizara, en general este precio incluye la ubicación de la mercancía en pallets.

Obligaciones:

- Entregar la mercancía y juntos con la documentación
- Empaque y embalaje

*El comprador:* El comprador por su parte asume todos los gastos y riesgos inherentes al transporte, desde la salida de la fábrica, hasta su destino. El termino EXW se resume en la menor cantidad de obligaciones para el vendedor, asumiendo así que el vendedor prestara al comprador toda la asistencia necesaria para que la mercancía se pueda exportar de manera segura.

Obligaciones:

- Pago del bien a adquirir (mercadería)
- Flete interno (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Flete internacional (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Seguro
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Transporte y seguro (lugar de importación a planta)
- Pago de aranceles

#### **b) Grupo F**

*FCA (Free Carrier) - Libre Transportista (lugar convenido)*

*El vendedor:* La entrega se realiza en las instalaciones del vendedor, por lo cual el mismo efectúa la carga de la mercancía, embalada en el vehículo que proporciona el comprador. El pago absoluto de los aranceles de exportación es responsabilidad del vendedor.

Obligaciones:

- Entrega de la Mercadería y documentos pertinentes
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

*El comprador:* Principalmente es quien escoge el medio de transporte y el transportista con quien desea realizar el contrato. El traspaso de los riesgos y gastos se da cuando el

transportista tiene lista la mercadería en su vehículo y la entregara en el lugar convenido previamente.

Obligaciones:

- Pagos de la mercadería
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Seguro
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Pago de aranceles

*FAS (Free Along Ship) - Libre al Costado del Buque (puerto de carga convenido)*

El vendedor: Las obligaciones del vendedor culminaran cuando la mercancía se ubica al costado del buque o muelle, una vez pagado todos los aranceles.

Obligaciones:

- Mercadería y Documentos Necesarios
- Empaque Y Embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)

*El comprador:* Una vez ingresada la mercancía al costado del muelle o buque el comprador asumirá todos los gastos y riesgos por pérdida o deterioro de la mercadería, en caso de retraso de la embarcación o anulación de la escala.

Obligaciones:

- Pagos de la mercadería
- Gastos De Exportación (maniobras, almacenaje, agentes )

- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Seguro y flete (lugar de importación a planta)
- Pago de aranceles

*FOB (Free On Board) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido)*

*El vendedor:* debe poner a disposición la mercancía, en el puerto de embarque bordo del buque previamente escogido por el comprador y realiza los trámites en aduana para la exportación. El vendedor cumple con su obligación cuando la mercancía está a bordo.

Obligaciones:

- Entregar la mercadería y documentos necesario
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

*El comprador:* El comprador escoge el buque, paga el flete el seguro, es el encargado del papeleo y formalidades a la llegada de la mercancía. Asumiendo los gastos y riesgos de pérdida o deterioro que pueda ocurrir desde el momento en que se entregó.

Obligaciones:

- Pago de la mercadería
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)



- Flete (lugar de importación a planta)
- Pago de aranceles

### c) Grupo C

*CFR (Cost and Freight) - Costo y Flete (puerto de destino convenido)*

*El vendedor:* en esta ocasión el vendedor escoge el transportista, cierra y asume los gastos pagando el flete hasta el puerto de llegada convenido, sus responsabilidades culminan al cancelar los aranceles y formalidades al despacho de la mercancía.

Obligaciones:

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque Y Embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)

*El comprador:* Asume el riesgo de transporte cuando la mercancía ha sido entregada a bordo del buque en el puerto de embarque

Obligaciones:

- Pago de la Mercadería
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Pago de aranceles

*CIF (Cost, Insurance and Freight) - Costo, Seguro y Flete (puerto de destino convenido)*

*El vendedor:* Este es un término idéntico al CFR, adicionando la obligación al vendedor de proporcionar un seguro marítimo contra el riesgo de pérdida o de daños de las mercancías, el seguro debe ser conforme a la garantía mínima estipulada en la cláusula y es pagada por el vendedor.

Obligaciones:

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)

*El comprador:* Asume el riesgo de transporte una vez entregada la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque. También verifica y revisa la mercancía entregada por el transportista en el puerto de destino.

Obligaciones:

- Pago de la mercadería
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Pago de aranceles

*CPT (Carriage Paid To) - Transporte Pagado Hasta (lugar de destino convenido)*

*El vendedor:* Es encargado de la cadena logística al igual que escoge el transportista y es encargado de los aranceles de exportación.

Obligaciones:

- Entregar la mercadería y los documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)

*El comprador:* Serán asumidos por el comprador los riesgos de avería o pérdida desde el momento en que la mercancía son entregadas al primer transportista. Luego el comprador pagara los aranceles y gastos de descarga.

Obligaciones:

- Pago de la mercadería
- costos de importación (maniobras, almacenaje, agentes ) "Parcial"
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y Seguro (lugar de importación a planta)
- Pago de aranceles

*CIP (Carriage and Insurance Paid to) - Transporte y Seguro Pago Hasta (lugar de destino convenido)*

*El vendedor:* El CIP es idéntico al CPT, con la adición de que el vendedor debe proporcionar un seguro de transporte en el que cierra el contrato, pagando el flete y el seguro.

Obligaciones:

- Entregar la mercadería y los documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)

*El comprador:* Los riesgos de daños o pérdidas son asumidas por el comprador desde el momento en que la mercancía es entregada al primer transportista. Luego el comprador realiza todos los pagos ya mencionados.

Obligaciones:

- Pago de la mercadería
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes ) "Parcial"
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y Seguro (lugar de importación a planta)
- Pago de aranceles

#### **d) Grupo D**

*DAT Delivered At Terminal (named port):* 'entregado en terminal (puerto de destino convenido).

*El vendedor:* Debe entregar las mercancías en el lugar de destino en la fecha y plazo convenidos al comprador. El vendedor deberá cerrar un contrato para transporte de la mercancía y su descarga, el mismo que no está obligado ante el comprador a tomar un seguro.

Obligaciones:

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)

*El comprador:* debe pagar el precio como ha sido convenido en el contrato de venta una vez entregada la mercancía. Además debe proporcionar al vendedor toda la información en cuanto a seguridad, transporte y destino final.

Obligaciones:

- Pago de la mercadería
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete (lugar de importación a planta)
- Pago de aranceles

*DAP Delivered At Place (named destination place) → entregado en un punto (lugar de destino convenido).*

*El vendedor:* Debe pagar los aranceles de exportación y entregar la mercancía en el destino convenido, debe cerrar un contrato que corre por su cuenta para el transporte de las mercancías y descargar las mismas.

Obligaciones:

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)

- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Flete y seguro (lugar de importación)

*El comprador:* Recibe las mercancías una vez pagado el precio convenido en el contrato.

Obligaciones

- Pago de la mercadería
- Pago de aranceles

*DDP (Delivered Duty Paid) - Entregadas Derechos Pagados (lugar de destino convenido)*

*El vendedor:* En este caso el vendedor tiene las máximas obligaciones, al igual que dependen de él los gastos y riesgos que se ejecutan en la exportación.

Obligaciones:

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Seguro
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)

- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Pago de aranceles

*El comprador:* Recibe la mercancía en el lugar convenido y paga los gastos de descarga.

Obligaciones

- Pago de la mercadería

### **2.2.10 Tipos de Carga**

La diversidad de productos existentes requiere diferentes tipos de transporte para su traslado, por lo cual es necesario reconocer los tipos de carga.

Carga es un bien mueble destinado a su traslado de un lugar a otro, el cual estará protegido por un embalaje acorde a la mercadería para su fácil movilización.

Según (DDE, 2017), Se clasifica por su tipo en carga general y a granel; y por su naturaleza en peligrosa, frágil y perecedera.

a. Clasificación por su tipo

#### *Carga General*

La carga general es todo tipo de carga que se va a transportar en cantidades pequeñas y en unidades independientes. Por lo cual es fácil contar el número de bultos y manipular como unidades. Se almacenan y por consiguiente se transportan juntas.

Se clasifican en Fraccionada o suelta y Unitarizada.

- Carga general Fraccionada o suelta. Los bienes se envían sueltos o individuales, embarcados como unidades separadas, ya sean fardos, paquetes, sacos, cajas, piezas atadas, etc.
- Carga General Unitarizada: la compone los artículos individuales, agrupados en unidades, pueden ser pallets, contenedores.

### *Carga a Granel*

Es la carga que se transporta en abundancia y sin embalaje, se estiva directamente en la bodega de los buques, en compartimentos acondicionados.

Se clasifica en Solida y Liquida.

- Carga a granel solida: pueden ser abonos, granos, comestibles, fertilizantes, minerales, entre otros
- Carga a granel liquida: tenemos petróleo, lubricantes, gasolina, diesel, entre otros.

b) Clasificación por su naturaleza

Se clasifica en peligrosa, frágil y perecedera.

### *Carga Peligrosa*

Estos productos al no tener un trato adecuado pueden ser peligrosos y poner en riesgo la vida humana y el medio donde se transporta, su principal característica es tener propiedades explosivas, entre algunos tenemos:

- Explosivos
- Gases
- Liquido
- Inflamables
- Solidos inflamables
- Sustancias corrosivas
- Material radioactivo
- entre otros.



### *Carga Frágil*

Son los artículos que se dañan fácilmente si son expuestos a caídas, choques, vibraciones o incluso manipulaciones poco cuidadosas durante su traslado, por lo cual debido a sus características, este tipo de carga debe realizarse con sumo cuidado, desde el embalaje hasta el traslado de la misma. Pueden ser:

- Antigüedades
- Obras de arte
- Artículos de porcelana
- Artículos de vidrio
- Loza de barro, artículos de hierro fundido
- Tubos de radio y TV
- Esculturas

### *Carga Perecedera*

Se refiere principalmente a los productos alimenticios que sufren una degradación normal y natural en sus características físicas, químicas, etc., necesitan ciertos medios de preservación, como el control de temperatura, logrando así mantener sus cualidades originales en sabor, olor y color. Así tenemos

- Frutas
- Verduras
- Carnes y sus derivados
- Mariscos
- Productos lácteos
- Flores

### 2.2.11 Tipos de Transporte

Según (Unillanos, 2012), 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:

#### a) *Transporte marítimo*

El transporte marítimo principalmente se acopla al envío de grandes volúmenes, dividiéndose en: transporte de carga fraccionada y transporte de carga masiva.

Hay que tomar muy en cuenta las características de la mercancía a exportar ya que el contrato y las normativas aplicables son diferentes.

En el caso de carga fraccionada generalmente el cargador acepta las condiciones dadas por la línea, por su lado en una negociación de carga masiva, la posición de las partes es condicionada por el mercado.

Respecto a la predisposición de la mercadería para el embarque, tomaremos en cuenta que en el transporte internacional marítimo se utilizan contenedores (container) homologados, con medidas estándar de 20 y 40 pies de largo (6 y 12 metros) Existen contenedores adaptados a los distintos tráfico especiales, tales como frigoríficos, caloríficos, isoterms, cisternas para líquidos y gases, tolvas, etc.

Señalaremos de suma importancia que la complejidad de este tipo de transporte en particular es necesario solicitar la asistencia del agente de carga.

#### b) *Transporte aéreo*

Tipo de transporte de mucha importancia, dependiendo el tipo de mercancía a enviar, nunca debe ser descartado por meras razones de costos, si bien son altas las tarifas aéreas

incluso que las marítimas, puede mostrar mayor conveniencia en especial al tratarse de productos de alto valor agregado.

Tenemos algunas ventajas al usar el transporte aéreo:

- 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.

El exportador puede tratar directamente con la compañía aérea para la contratación de sus servicios. En caso de no tener los conocimientos necesarios en cuanto al tema, es importante contratar un agente de carga aérea, que sobre todo se asegurara que se cumplan las normas I.A.T.A (International Aereal Transport Associaliton)

### *c) Transporte Terrestre*

Este tipo de transporte es poco complejo y fácil para cualquier usuario, por medio de este nace el concepto “puerta a puerta”, las principales ventajas que lo rigen es las diversas líneas y tipos de vehículos existentes, lo cual permite que puedan transportar cualquier tipo de mercadería, en pequeñas o grandes proporciones, con los costos más económicos y los menores daños.

Las características principales de este medio de transporte son su simplicidad, penetración, rapidez, versatilidad y flexibilidad, desde su salida en el lugar de

producción o almacenaje, hasta el de producción o consumo, en forma rápida y muy económica.

- Penetración: Nos permite realizar un servicio “de puerta a puerta”.
- Flexibilidad: Esta característica se refiere a la capacidad de los vehículos de carretera de transportar pequeños paquetes o volúmenes importantes (transportes especiales). A su vez, pueden transportarse todo tipo de productos: sólidos, líquidos o gaseosos.
- Rapidez: Las facilidades de carga y descarga, la libertad de organización de horarios y la velocidad de los propios vehículos, hacen a este medio muy adecuados para envíos urgentes.
- Facilidad de coordinación con otros medios: Facilita el trasbordo de mercancías en el transporte combinado, el montaje de vehículos sobre otro medio en el superpuesto y la manipulación de carga unificada en el multimodal.

#### d) *Transporte Ferroviario*

Su principal característica es que su capacidad de transporte es mucho mayor que la de los camiones, utiliza menos mano de obra y es adecuado para grandes envíos en vagón completo. Pese a que está limitado por la red ferroviaria y sus normas, debido a las grandes toneladas que transporta puede competir con los camiones en cuestión de fletes entre ciudades, pero cuando se trata de fletes dentro de la ciudad desaparece esta ventaja.

Sus principales características son:

- Bajos costos
- Amplia distribución geográfica
- Dispone de gran capacidad de depósito y almacenamiento
- Sus servicios son regulares, con itinerarios determinados.
- Facilidad de seguimiento de la carga

#### e) Transporte multimodal

Esta denominación es reciente y se refiere al traslado de mercancías de un lugar a otro utilizando o combinando distintos medios de transporte, ya sea terrestre, marítimo o aéreo. Su principal característica es que realiza todos estos tipos de cambio, sin tener que realizar varios contratos para cada cambio de transporte.

Este transporte internacional es causa de los avances tecnológicos y lo realiza un solo operador y emisor de un único documento, llamados OTM o también Operadores de Transporte Multimodal, las cuales generalmente constituyen empresas navieras, operadores ferroviarios o de tránsito.

Los operadores del transporte multimodal son:

- Cargador: Persona o compañía que confía a terceros el "cuidado" de las mercancías con tal de ser entregadas al destinatario. (Agencias, transportistas)
- Mandante: Persona física o jurídica que confía a un tercero la realización de ciertas actuaciones.
- Destinatario: Persona que recoger las mercancías.
- Transportista: Persona responsable del movimiento de mercancías
- Subcontratista: Tercera parte a la que el transportista ha encargado la ejecución del transporte.

#### **2.2.12 Formas de pago**

El comercio Internacional actualmente es una realidad para todo tipo de empresario, incluyendo las Pymes, por lo cual debemos forjar un equilibrio entre la seguridad del cobro de la mercadería exportadora y la recepción adecuada del importador, con sus debidos costos que intervienen en la cobranza. (Mincetur, 2006)

Motivo por el cual surgen los sistemas o medios de pago internacional, que son las transacciones económicas con el exterior, en el que se intercambia bienes o servicios

entre compradores y vendedores de diferentes países.

Listado con los principales medios internacionales utilizados para pago de una exportación.

a) Orden de pago

Es el tipo de pago que realiza el importador al exportador por intermedio de los bancos, sus costos son bajos y es el medio de pago más utilizado en el comercio internacional cuando las partes gozan de gran confianza.

*Actores*

- Ordenante: ordena al banco emisor que emita la orden.
- Banco emisor: emite la orden y la pago u ordena a otra entidad que la pague.0
- Beneficiario: recibe lo pactado en su cantidad y proporción
- Banco pagador: puede corresponder con el emisor o con un corresponsal de este.

*Clasificación*

- O.P. Simple: transferencia de fondos cobrables por el beneficiario.
- O.P. Condicionada: cobro por parte del beneficiario
- O.P. Documentaria: Se convierte en valida con la entrega de los documentos probatorios de embarque.
- O.P. Intransferible: solo puede cobrarla el beneficiario.
- O.P. Transferible: puede ser cobrada por un segundo beneficiario al que el primer beneficiario atribuye los derechos.
- O.P. Revocable: la transferencia puede ser dejada en cualquier momento por parte del exportador, sin necesidad que lo autorice el beneficiario.
- O.P. Irrevocable: no puede cambiarse o anularse sin el consentimiento del beneficiario.
- O.P. Indivisible: la transferencia debe pagarse de forma íntegra y una sola vez.

- O.P. Divisible: La transferencia puede cobrarse parcialmente

#### b) *Cobranza Documentaria*

En esta modalidad, interviene uno o más bancos, dicha intervención no es una garantía de que se cumplirán todas las obligaciones derivadas del contrato acordado entre las partes. Este medio de pago, favorece al exportador ya que indirectamente mantiene el control de los documentos, hasta que el comprador externo realiza el pago.

Dichos documentos pueden ser: Financieras (letra de cambio, cheques, pagare, comprobantes de pago, etc.) y Comerciales (facturas, documentos de transporte, de póliza, de seguro, etc.)

#### *Actores*

- El ordenante o exportador: cliente que encomienda el cobro a su banco.
- El Banco Remitente (Remitting Bank): es el banco que está ubicado en el país del exportador y recibe todos los trámites de cobro.
- El Banco Cobrador (Collecting Bank) es el banco que está ubicado en el país del importador y recibe la documentación del Banco Remitente para tramitar su cobro.
- El Girado o deudor: es la persona que debe pagar ya sea comprador o importador.
- En la cobranza documentaría: se entrega al deudor todos los documentos comerciales (cobranza documentada contra pago – Orden C/P).

#### *Clasificación*

- Según su Naturaleza: esta se clasifica a su vez en cobranza simple, que es el cobro individual y aislado de valores, ya sea cheque, recibos, letras, etc. Y cobranza documentaria que no es otra cosa que la aceptación de pago a plazo.
- Según su forma de pago: Se clasifica en cobranza a la vista, a plazo, sin aval, con aval, sin prenda y con prenda.

- Cobranza a la vista: se debe pagar de forma inmediata y al contado por el girado-deudor, es uno de los requisitos para retirar los documentos de embarque.
- Cobranza a plazo: se deberá pagar una vez transcurrido un tiempo determinado, en una fecha futura, previamente acordada por las partes.
- Cobranza con aval: en este caso, aparte de tener como obligaciones principales al aceptante, tiene otros coobligados que garantizan el cumplimiento del aceptante principal, el banco generalmente es quien lo avala.
- Cobranza sin aval: como su nombre lo indica este tipo de cobro es sin aval ni garantía, todo recae sobre el aceptante.
- Cobranza con prenda: aparte de tener como obligado al aceptante, requiere la garantía de una prenda sobre la mercadería.
- Cobranza sin prenda: no se acepta ninguna prenda como garantía

#### c) *Carta de crédito*

La carta de crédito es una garantía de pago respaldada por el banco, es de bajo riesgo ya que el banco expedidor, está comprometido en pagar una vez se cumpla con todos los documentos requeridos y los términos escritos en el contrato.

Es la forma de pago más recomendada para el exportador que inicia ya que cuenta con el apoyo y en muchos casos con la asesoría de entidades bancarias.

#### *Actores*

- Banco Emisor: es el que emite la carta de crédito a solicitud de su cliente que es el Importador.
- Banco Notificador o avisador, que notifica o avisa y transmite el crédito al exportador.
- Banco Pagador o Banco Corresponsal es el que paga la carta de crédito al exportador, previa entrega de la documentación que requiere el importador.



## *Clasificación*

- Por la Garantía de Pago
- Carta de Crédito REVOCABLE: Las mismas que pueden ser anuladas o modificadas por el banco emisor o el ordenante sin necesidad de notificar al beneficiario.
- Carta de Crédito IRREVOCABLE: este es un compromiso definitivo donde ninguna de las partes ya sea el banco emisor o el ordenante puedan modificar sin el consentimiento del beneficiario.
- Por la Confirmación:
- Carta de Crédito Irrevocable y NO CONFIRMADA: se ejecuta cuando no se recibe la orden o pago del Banco Pagador y el compromiso de pago es asumido sólo por el Banco Emisor.
- Carta de Crédito Irrevocable y CONFIRMADA: se realiza cuando al beneficiario le confirman el crédito y ambos bancos (emisor y pagador) asumen el pago, brindando así una estricta seguridad al exportador.
- Por la Forma de Pago:
- Carta de Crédito a la Vista: El cobro contra entrega de los documentos requeridos por la carta de crédito, es autorizada al beneficiario.
- Carta de Crédito Diferido: Es otorgada por el exportador al importador y se pagara en la fecha indicada y acordada previamente.
- Carta de Crédito de Aceptación: debe el exportador adjuntar al Banco Corresponsal los documentos, letra de cambio con plazo determinado para la aceptación por el importador y continuar con el debido proceso.
- Por la Divisibilidad:
- Carta de Crédito Indivisible: No se permiten embarques parciales.
- Carta de Crédito Divisible: se embarca la mercancía por partes y el pago también se lo realiza proporcionalmente en partes.

## **2.3 HIPÓTESIS**

### **2.3.1 Hipótesis General**

El proyecto de exportación de tejas de concreto de la empresa TUBASEC C.A, permitirá la apertura del comercio fronterizo de Tejas entre Ecuador y Colombia, en el periodo 2017.

### **2.3.2 Hipótesis Específicas**

Estudiar los parámetros necesarios para la elaboración del proyecto de exportación hacia Ipiales:

- Estudio de Mercado
- Capacidad de producción
- Transporte o medio de exportación
- Logística
- Acuerdos Comerciales
- Certificaciones

Búsqueda de empresa aptas en recibir nuestro producto para que de esta forma puedan distribuir con eficiencia y eficacia a sus clientes, satisfaciendo las necesidades que estas poseen.

## **2.4 VARIABLES**

### **2.4.1 Variable independiente**

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE TEJAS DE CONCRETO DE LA EMPRESA TUBASEC C.A. DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

### **2.4.2 Variable dependiente**

APERTURA DEL COMERCIO FRONTERIZO DE TEJAS ENTRE ECUADOR Y COLOMBIA.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO**

### **3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

Bajo un enfoque estructural, estudiaremos la planeación y la forma bajo la cual procederemos a realizar la investigación, la misma que está orientada al estudio cuantitativo y cualitativo de datos numéricos financieros que la empresa Tubasec C.A. en su proceso de exportación maneje, por consiguiente examinaremos las cualidades que favorezcan a la empresa en el futuro, conjuntamente con el aporte del personal administrativo y ejecutivo.

### **3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

**DESCRIPTIVAS:** La investigación descriptiva tiene por objetivo llegar a conocer las situaciones, costumbres y acciones predominantes, mediante la descripción exacta de varios procesos. Su meta no se limita a la recolección de datos sino también a la interpretación e identificación de las relaciones comerciales que existen entre distintas variables.

**EXPLICATIVA:** Explicaremos las relaciones que existen entre dos o más variables, a través de la descripción de ciertos términos.

### **3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

**Población.-** En Ipiales, departamento de Nariño – Colombia existen 51 Empresas activas que distribuyen tejas de concreto.

**Muestra:** Para el cálculo del tamaño de la muestra, se aplicó un muestreo probabilístico, con una desviación estándar de 0.5, nivel de confianza de 95%, con un error del 5%. Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

$\sigma$ : Desviación estándar

Z: Nivel de confianza

e: Error

Una vez realizado el cálculo de la muestra, determinamos 9 empresas como objeto de estudio y encuesta, las cuales mencionaremos a continuación en la siguiente tabla.

**Tabla 1:** Muestra empresas en Ipiales

No	Nombre de la Empresa	Ubicación
1	El Ferretero	Ipiales / Nariño
2	Inobras Ltda	Ipiales / Nariño
3	Ferro Materiales Córdoba	Ipiales / Nariño
4	FerroIpiales	Ipiales / Nariño
5	Distribuciones Eléctricas De Nariño Ltda.	Ipiales / Nariño
6	Ferretería Andina	Ipiales / Nariño
7	Expocolombia	Ipiales / Nariño
8	Ferretería Y Eléctricos El Diamante	Ipiales / Nariño
9	Comercializadora Jecol	Ipiales / Nariño

Fuente: Población y Muestra

Elaborado por: Juan Gortaire

### 3.4 METODOS, TECNICAS E INSTRUMENTOS

#### 3.4.1 Métodos

#### MÉTODO INDUCTIVO – DEDUCTIVO

Nos permitirá estudiar a fondo las necesidades de la empresa y sobre todo el problema en particular ¿De qué manera la empresa Tubasec C.A. mejorara sus ingresos bajo el Proyecto de exportación de tejas de concreto de la empresa TUBASEC C.A. de la

ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, hacia Ipiiales en el departamento de Nariño – Colombia, para el periodo 2017?

## **MÉTODO DESCRIPTIVO**

Utilizaremos este método en la investigación para clasificar y ordenar los datos conseguidos, de esta forma nos facilitará saber si la exportación de tejas de concreto es o no factible hacia el mercado Colombiano.

### **3.4.2 Técnicas**

#### ✓ Encuesta

Se utilizó la encuesta como técnica que nos facilite saber si las empresas en Ipiiales en el departamento de Nariño – Colombia, se sienten atraídas por nuestro producto, de acuerdo a las necesidades y requerimientos que los clientes lo necesiten, permitiéndonos ofrecer un producto de calidad que satisfaga sus necesidades.

#### ✓ Entrevista

Se aplicó la entrevista a Michael Jesús Miranda representante legal de la empresa EXPOCOLOMBIA con la finalidad de conocer su perspectiva en cuanto al mercado de tejas de concreto y la importancia de ofrecer un producto de calidad.

### **3.4.3 Instrumentos**

#### ✓ Guía de Encuestas

#### ✓ Guía de Entrevistas

## **3.5 RESULTADOS**

### **3.5.1 Entrevista**

¿Cuál es su perspectiva en cuanto al mercado de tejas en su país y la importancia de ofrecer un producto de calidad?

El mercado de tejas en Colombia es estable, ya que se ofrece un producto de calidad basado en estándares mundiales de producción, pese a esto debido a la problemática del clima en la actualidad las empresas abastecen en una cantidad justa a la demanda del cliente, la cual aumenta día tras día debido a que las tejas de concreto se han convertido en una alternativa viable y que protege en un 100% las viviendas y las personas.

Expocolombia es una empresa que visiona a ser reconocidos en el año 2020 como una empresa líder en el ámbito internacional, por lo cual nos hemos abierto paso a tratados y negociaciones con otros países, en especial en la industria agraria, de confección y construcción, exigiendo un producto de la más alta calidad, importante para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, tomando en cuenta que dichos tratados aportaran en el crecimiento empresarial y económico del país, basando así los procesos de comercialización en nuestros valores corporativos que generen beneficio mutuo entre las partes, con transparencia y compromiso.

### 3.5.2 Encuesta

Tabulación:

#### 1. ¿Actualmente, se encuentra importando tejas de concreto?

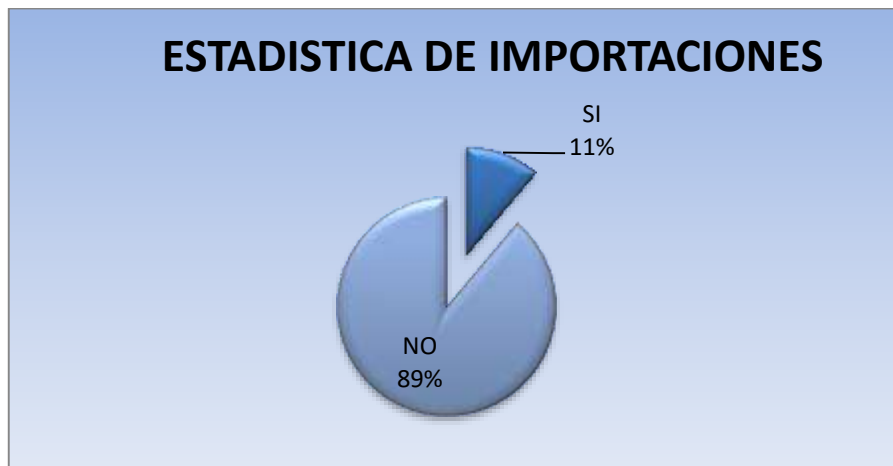
**Tabla 2: Estadística de Importaciones**

	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	1	11
NO	8	89
SUMA	9	100

Elaborado por: Juan Gortaire

Año: 2018

**Gráfico 1: Estadística de importaciones**



**Fuente:** Tabla 2

**Elaborado por:** Juan Gortaire

#### **Análisis:**

Las empresas encuestadas manifestaron en un porcentaje del 89% que “NO” importan productos a sus empresas, el 11% restante “SI” importa.

#### **Interpretación:**

Según los datos obtenidos tenemos un mayor número de empresas que no importan productos de otros países, por lo que serían nuestras empresas metas en obtener tratados de comercialización para el crecimiento económico mutuo.



## 2. ¿Las empresas de tejas en Ipiales cubren la demanda del cliente?

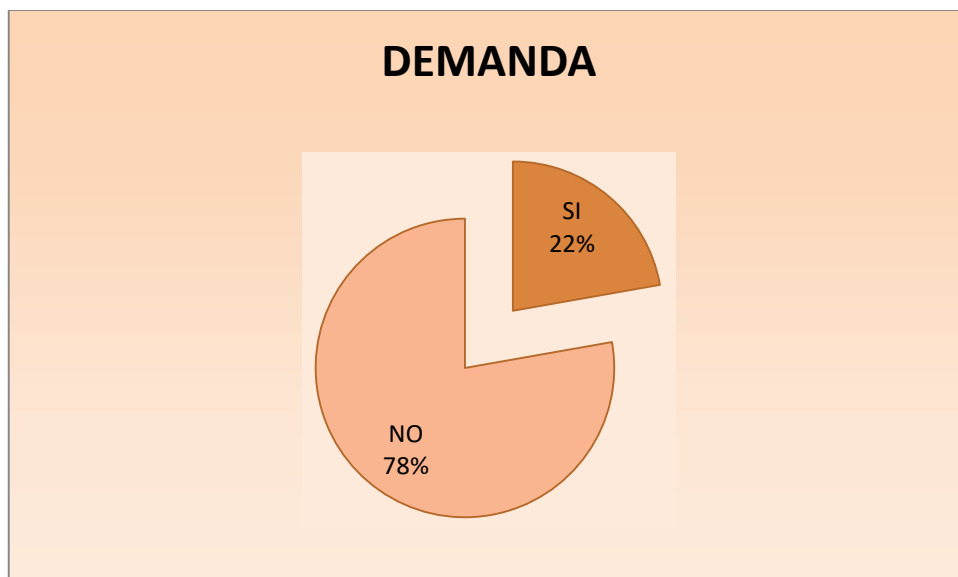
**Tabla 3: Demanda del cliente**

	CANTIDAD	PORCENTAJE
<b>SI</b>	2	22
<b>NO</b>	7	78
<b>SUMA</b>	9	100

**Elaborado por:** Juan Gortaire

**Año:** 2018

**Gráfico 2: Demanda del cliente**



**Fuente:** Tabla 3

**Elaborado por:** Juan Gortaire

### **Análisis:**

El mercado de tejas “NO” cubre la demanda del cliente en un 77.03%, mientras que el 22.97% piensa que “SI” cubre el mercado.

### **Interpretación:**

La demanda de tejas en Ipiales no satisface al cliente, por lo cual podremos exportar nuestro producto para llenar el vacío existente en el mercado.

### 3. ¿Conoce la empresa Tubasec C.A y los productos que ofrece?

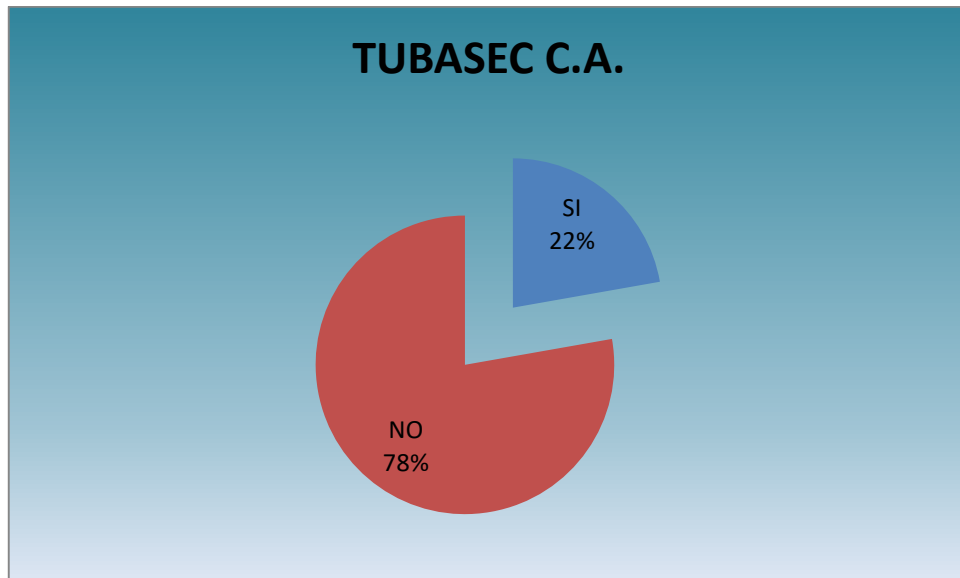
**Tabla 4: Tubasec C.A.**

	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	2	22
NO	7	78
SUMA	9	100

**Elaborado por:** Juan Gortaire

**Año:** 2018

**Gráfico 3: Tubasec. C.A.**



**Fuente:** Tabla 4

**Elaborado por:** Juan Gortaire

#### **Análisis:**

En un 22% “SI” conocen la empresa Tubasec C.A. y los productos que ofrecen, en cuanto al 78% “NO” conocen nuestra empresa.

#### **Interpretación:**

La mayor parte de las empresas en Ipiales no conocen nuestros productos, por lo cual nos enfocaremos en promocionar la gran variedad que poseemos, poniendo énfasis en la teja de concreto que será nuestro principal producto a introducir en el mercado Colombiano.

#### 4. ¿Estaría interesado en importar Tejas de concreto desde Ecuador?

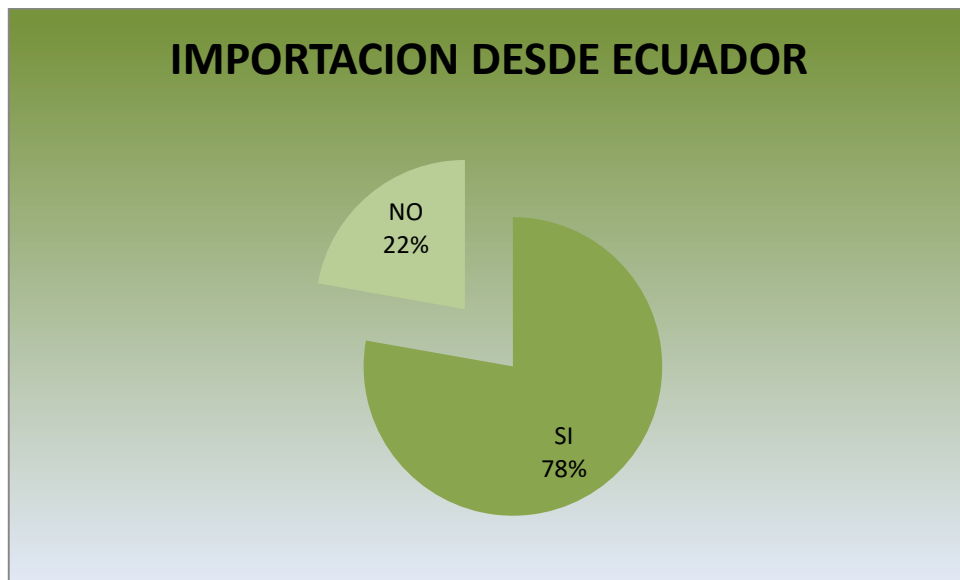
**Tabla 5: Importaciones desde Ecuador**

	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	7	78
NO	2	22
SUMA	9	100

**Elaborado por:** Juan Gortaire

**Año:** 2018

**Gráfico 4: Importaciones desde Ecuador**



**Fuente:** Tabla 5

**Elaborado por:** Juan Gortaire

#### **Análisis:**

Las empresas Colombianas con un “SI” del 78% estarían interesadas en importar nuestro producto Ecuatoriano, mientras que el 22% “NO” le interesaría nuestra propuesta.

#### **Interpretación:**

Según los datos en esta pregunta, claramente podemos observar que la propuesta de exportación de tejas le interesaría a la mayoría de empresas existentes en Ipiales.

5. Nuestra empresa ofrece tejas de excelente calidad y variedad desde 1usd ¿Le parece conveniente el precio de nuestro producto?

**Tabla 6: Precio Competitivo**

CANTIDAD		PORCENTAJE
SI	9	100
NO	0	0
SUMA	9	100

**Elaborado por:** Juan Gortaire  
**Año:** 2018

**Gráfico 5: Precio competitivo**



**Fuente:** Tabla 6  
**Elaborado por:** Juan Gortaire

**Análisis:**

Las empresas en su totalidad con un 100% “SI” les parece conveniente el precio de nuestro producto.

**Interpretación:**

Podemos interpretar que nuestro producto será exportado a un precio cómodo y accesible a las empresas y clientes Colombianos.

6. ¿Su empresa posee proveedores de tejas, competitivos a nuestro precio, variedad y calidad?

**Tabla 7: Mercado Competitivo**

CANTIDAD		PORCENTAJE
SI	1	11
NO	8	89
SUMA	9	100

**Elaborado por:** Juan Gortaire

**Año:** 2018

**Gráfico 6: Mercado competitivo**



**Fuente:** Tabla 7

**Elaborado por:** Juan Gortaire

**Análisis:**

En un 89% de empresas encuestadas mencionan que “NO” poseen empresas proveedoras, en cuanto al 11% menciona que “SI”.

**Interpretación:**

En base a la información que obtenemos, podemos decir que las empresas no poseen proveedores que compitan con nuestro precio, por lo que es una ventaja para nuestra exportación.

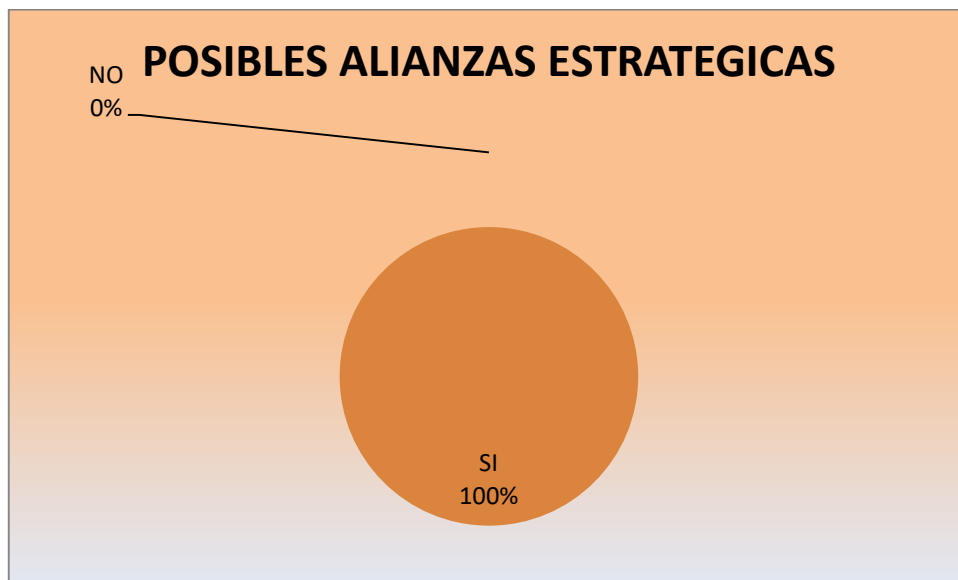
7. ¿Cree usted que debe buscar nuevos mercados para los productos de su empresa?

**Tabla 8: Alianzas estratégicas**

	CANTIDAD	PORCENTAJE
<b>SI</b>	9	100
<b>NO</b>	0	0
<b>SUMA</b>	9	100

**Elaborado por:** Juan Gortaire  
**Año:** 2018

**Gráfico 7: Alianzas estratégicas**



**Fuente:** Tabla 8  
**Elaborado por:** Juan Gortaire

**Análisis:**

El 100% de empresas encuestados menciona que “SI” deben buscar nuevos mercados para sus productos.

**Interpretación:**

Basándonos en los datos obtenidos, en su totalidad las empresas están interesadas en buscar nuevos nichos de mercado para ofrecer sus productos, abriendo así la posibilidad de alianzas estratégicas que sin duda son importantes para el crecimiento económico mutuo de las empresas.

## 8. ¿Le interesaría conocer más de nuestra empresa y productos a ofrecer?

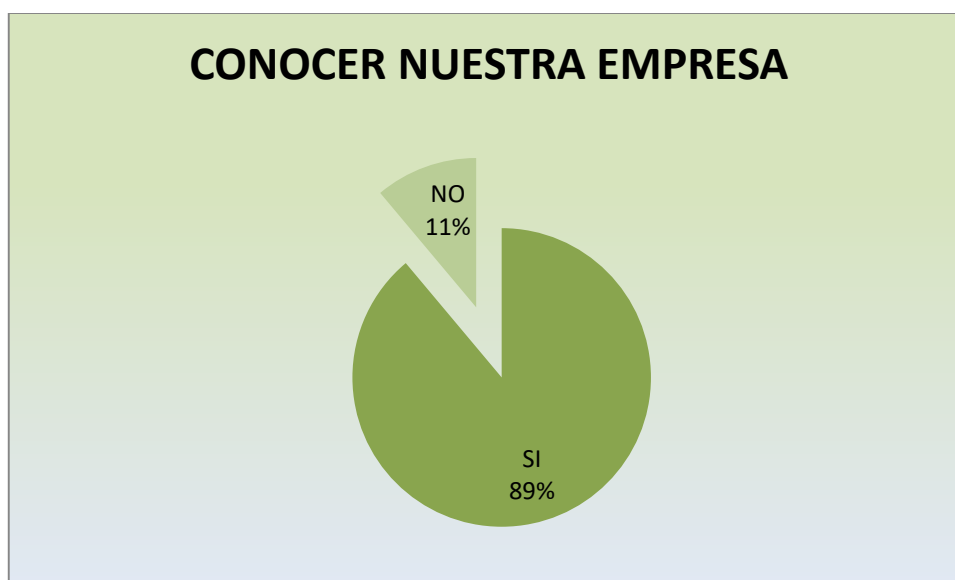
**Tabla 9: Conoce nuestra empresa**

	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	8	89
NO	1	11
SUMA	9	100

**Elaborado por:** Juan Gortaire

**Año:** 2018

**Gráfico 8: Conocer nuestra empresa**



**Fuente:** Tabla 9

**Elaborado por:** Juan Gortaire

### **Análisis:**

Con un gran porcentaje del 89% las empresas “SI” quieren conocer más de nuestros productos, mientras que el 11% de empresas encuestadas “NO” están interesada.

### **Interpretación:**

Podemos observar que las empresas en su mayoría les interesa nuestros productos, abriéndonos así la posibilidad de ofrecer una variedad de mercancías, fabricadas en nuestra empresa y forjar convenios y tratados de exportación e importación con las mismas.

9. ¿Considera usted que es una necesidad el recibir tejas de concreto desde la empresa Tubasec C.A. hacia su empresa?

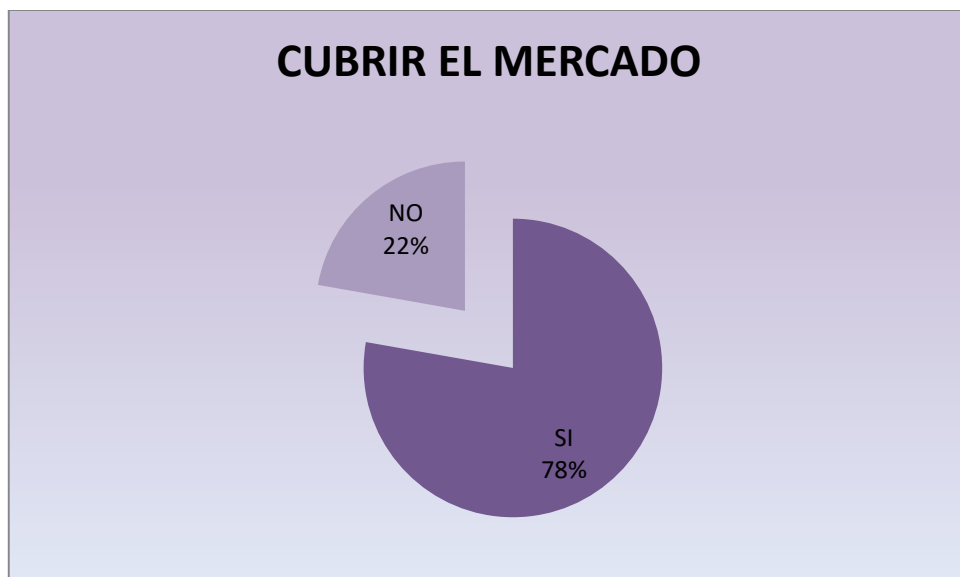
**Tabla 10: Mercado de Tejas**

	CANTIDAD	PORCENTAJE
<b>SI</b>	7	78
<b>NO</b>	2	22
<b>SUMA</b>	9	100

**Elaborado por:** Juan Gortaire

**Año:** 2018

**Gráfico 9: Cubrir el mercado**



**Fuente:** Tabla 10

**Elaborado por:** Juan Gortaire

**Análisis:**

El 78% de las empresas considera que "SI" debe importar tejas desde nuestra empresa, el 22% menciona que "NO" está interesado en importar.

**Interpretación:**

Al ser una necesidad para la mayoría de empresas, el importar nuestras tejas, garantizamos el éxito total en nuestro proyecto de exportación. Ayudando así al mercado de Ipiales que satisfaga las necesidades en la demanda del cliente.



### **3.6 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER**

El presente trabajo de titulación tiene como idea a defender, la probabilidad de exportar tejas de concreto de la empresa Tubasec C.A. de la ciudad de Riobamba, hacia Ipiales en el departamento de Nariño-Colombia, periodo 2017, Una vez analizado los resultados de las encuestas se determina que el proyecto es viable, debido a que las empresas Colombianas se sienten atraídas a nuestro producto y empresa, contando así con una nueva empresa exportadora en la ciudad y el país.

## **CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO**

### **4.1 TITULO**

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE TEJAS DE CONCRETO DE LA EMPRESA TUBASEC C.A. DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DEL CHIMBORAZO, HACIA IPIALES EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO - COLOMBIA, PARA EL PERIODO 2017.

### **4.2 GENERALIDADES DE LA EMPRESA**

Es una empresa ecuatoriana-española conformada según las disposiciones legales vigentes, mediante escritura pública e inscrita en el registro mercantil, cuenta con una de las plantas de producción con tecnología más avanzada en nuestro país, para la fabricación de productos en fibro-cemento. Esta tecnología es el resultado de 90 años de experiencia e investigación de URALITA S.A, de España empresa pionera en la fabricación de materiales para la construcción.

La planta se encuentra ubicada en la Provincia de Chimborazo, específicamente al sur de la ciudad de Riobamba, en la Av. Circunvalación y la va Chambo, cuenta con un área de 110 mil m<sup>2</sup> y sus instalaciones superan los 8 mil m<sup>2</sup>., además cuenta con oficinas en las ciudades de Quito y Guayaquil. Para cumplir con las metas de producción la empresa requiere de la participación de 157 personas y utilizando:

- Recursos humanos.- Estos recursos se planean en forma de presupuesto, para poder coordinarse con otros rubros de la empresa, como son: producción, ventas, compras, etc., e integrarse en un presupuesto general.
- Recursos financieros.- Son recursos de carácter monetario y económico que la empresa necesita para el desarrollo de sus actividades. El buen financiamiento es esencial para el éxito de toda la empresa.

- Recursos materiales.- los recursos de una empresa son aquellos que establecen los objetivos y determinan un curso de acción a seguir, como:
- Instalaciones.- Edificios, predios, plantas de fabricación, etc.
- Equipo.- Maquinaria, medios de transporte, etc.
- Materiales de producción: Materia prima, materiales directos e indirectos.
- Recursos técnicos.- a esta clase de recursos hoy en día se le está dando su debida importancia, ya que se observa que en la estructuras de la empresa Ecuatoriana ha sufrido en los últimos años cambios considerables, lo cual se debe principalmente a una mayor diversificación de productos y servicios.

#### **4.2.1 Antecedentes**

TUBERIAS DE ASBESTO DE ECUADOR TUBASES C.A. es una compañía que se constituyó en la ciudad de Quito mediante escritura pública teniendo como actividad principal la fabricación, industrialización y comercialización de artículos de asbesto, cemento, arena-cemento, pigmento plástico, hierro y sus derivados. La línea principal de TUBASEC C.A. es la fabricación de comercialización de planchas onduladas de asbesto-cemento.

TUBASEC C.A. contribuye desde hace más de tres décadas al desarrollo del Ecuador, inicio su actividad con su línea de tuberías, llevando agua potable a todos los rincones del país. Y paso a paso dio crecimiento a su línea de producción con una fuerte política de diversificación entrando en el mundo de las cubiertas.

Su primer paso lo hizo con los prestigiosos techos de fibrocemento marca Eurolit reconocidos como los más fuertes y resistentes en el mercado en ese sector. En este sentido cabe decir que, donde otros no hablan técnicamente de garantías, Eurolit puede decir en voz alta y con legitimo orgullo, que es la única marca existente en el mercado que tiene todos sus techos con la garantía y respaldo total de cumplir con la norma INEN 1320 y por lo tanto, que todas sus planchas vendidas en el pasado y en el presente

tienen la garantía real y total de tener una resistencia superior a los 4250 Newton por metro lineal.

Después de introducir en el mercado su línea Eurolit, Tubasec C.A., amplió su gama de actividades con la fabricación de tejas de hormigón con diferentes marca, entre ellas Ecuateja, Iberteja, Esmalteja y Techoluz.

#### 4.2.2 Estrato de la escritura pública

Tabla 11: Escritura pública

<b>Razón social:</b>	<b>TUBASEC</b>
<b>Objeto social:</b>	Fabricación, comercialización y distribución de productos en fibrocemento, dentro del territorio ecuatoriano.
<b>Capital social:</b>	Accionistas
<b>Tipo de sociedad:</b>	Compañía Anónima
<b>Socios:</b>	Grupo NAZORA 57%, FECOR 38%, MINORISTAS 5%
<b>Domicilio:</b>	Provincia de Chimborazo, ciudad de Riobamba en la Av. Circunvalación.

Fuente: Tubasec C.A.

Elaborado por: Juan Gortaire

#### 4.2.3 Misión

Producir y comercializar productos de calidad superior al menor costo de una manera eficaz, eficiente y flexible, con una constante vocación de servicio; trabajando como un sólido equipo humano; superando a la competencia en el manejo del entorno; creando marcas de indiscutible liderazgo en el mercado, teniendo como vicio la mejora continua, entregar productos garantizados y ecológicos; para el usuario andino

#### 4.2.4 Visión

Ser reconocidos nacional e internacionalmente como un grupo grande y eficiente por sus ideas innovadoras, sus altísimos estándares de calidad, productividad y sus marcas líderes. Tubasec C.A. contribuirá a solucionar los problemas de infraestructura del país mejorando el estándar de vida de su gente.

#### 4.2.5 Ubicación de la empresa

La planta se encuentra ubicada en la Provincia de Chimborazo, específicamente al sur de la ciudad de Riobamba, en la Av. Circunvalación y la va Chambo, cuenta con un área de 110 mil m<sup>2</sup> y sus instalaciones superan los 8 mil m<sup>2</sup>., además cuenta con oficinas en la ciudades de quito y Guayaquil. Para que toda empresa pueda ejercer sus actividades con normalidad es necesario que su ubicación y localización sea en un área netamente industrial, de acuerdo al desarrollo urbanístico y exigencias del ilustre Municipio del Cantón Riobamba.

**Figura 10:** Ubicación Tubasec C.A



Fuente: (GoogleMaps, 2017)

#### 4.2.6 Objetivos de TUBASEC C.A.

##### 4.2.6.1 Objetivo General

“Convertirse en el primer fabricante ecuatoriano líder en el mercado, elaborando productos de calidad bajo estándares del sello INEN para cumplir con las especificaciones que requieren cada uno de nuestros productos”

##### 4.2.6.2 Objetivos Específicos

De conformidad al artículo de los estatutos corporativos de constitución, los objetivos de TUBASEC C.A. son:

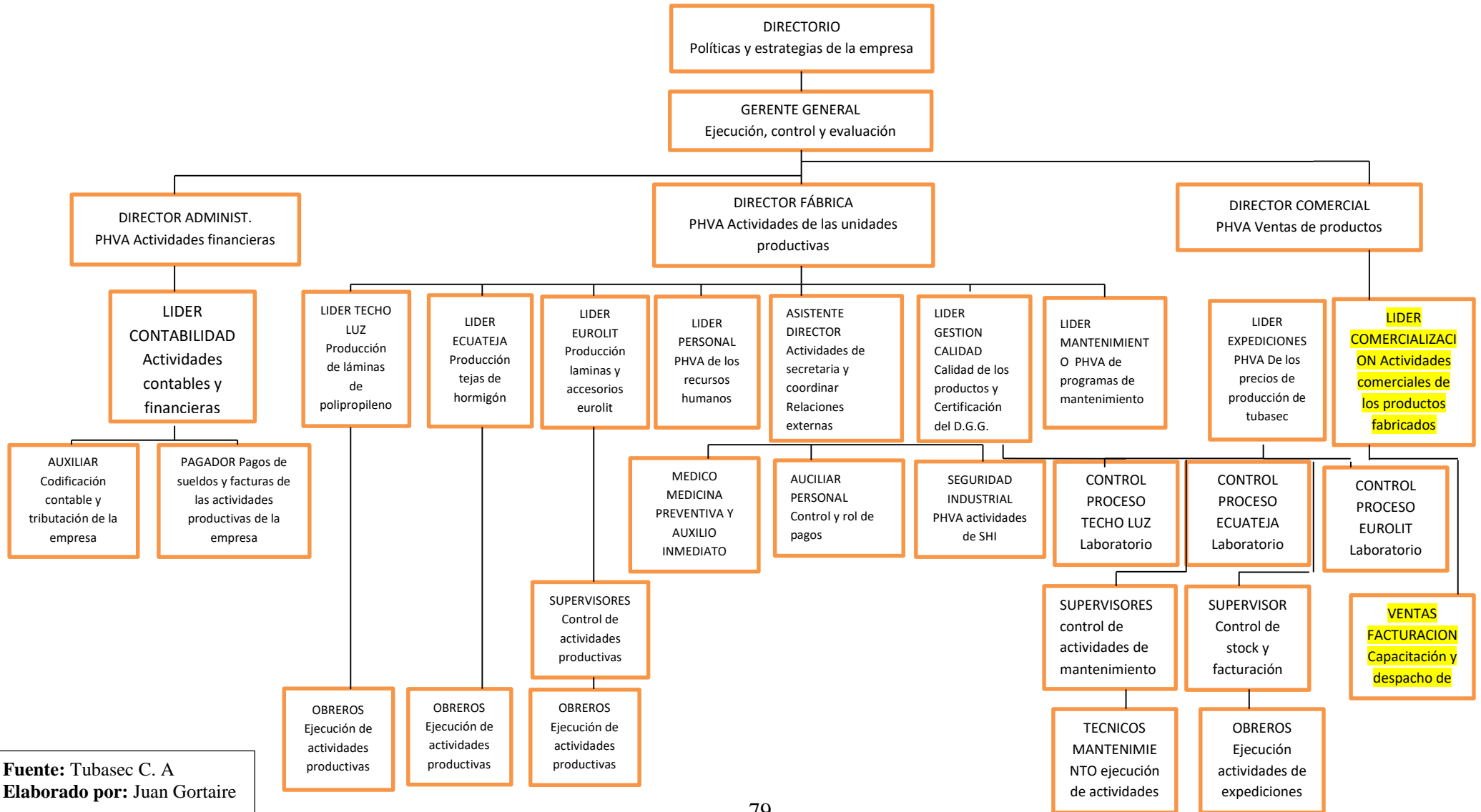
- Mantener el sello de calidad INEN, cumpliendo las Especificaciones que indica la norma técnica ecuatoriana INEN 2420
- Obtener el rendimiento de materias primas sobre los 160 en la unidad de control interna en nuestros productos.
- Lograr que el producto techo luz tenga una transmitancia en el campo ultra violeta no mayor al 5%.
- Lograr que las roturas totales de los productos deben ser menor al 2.6% incluido los reclamos de los distribuidores y los desperdicios para no contaminar el medio ambiente.
- Incrementar las ventas de los productos que no son considerados estrellas.
- Permanecer en el mercado como líderes en la comercialización de los productos.

#### **4.2.7 Organigrama Estructural**

“El organigrama representa un esquema básico de una entidad, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas y la relación de dependencia que existe entre ellas”

Las organizaciones son entes complejos que requieren un ordenamiento jerárquico que especifique la función que cada uno debe ejecutar en la empresa. Por ello la funcionalidad de esta, recae en la buena estructuración del organigrama, el cual indica la línea de autoridad y responsabilidad, así como también los canales de comunicación y supervisión que acoplan las diversas partes de un componente organizacional.

**Figura 11:** Organigrama estructural de Tubasec C.A.



**Fuente:** Tubasec C. A  
**Elaborado por:** Juan Gortaire

#### 4.2.8 Análisis FODA

El análisis FODA nos permitirá saber la situación competitiva de la empresa y el medio en el que se desarrollara, a la par nos enfocaremos en el análisis interno, que nos hará conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que poseemos.

Dicho diagnóstico es de gran importancia, para formular las estrategias que debemos ejecutar en nuestra exportación y mejorar el producto que ofrecemos ya que ingresara en un nuevo mercado potencial.

##### *Análisis interno*

###### a) Fortalezas

- La empresa Tubasec C.A. cuenta con infraestructura y maquinaria apta para la producción de Tejas de concreto de la mejor calidad.
- Cuenta con personal calificado y con alta experiencia en la fabricación de productos en fibro-cemento
- El producto que ofrecemos es elaborado con materia prima de óptima calidad
- La empresa está ubicada en un sitio estratégico.

###### b) Debilidades

- La empresa no tiene experiencia en exportaciones a países extranjeros.
- La competencia que representan las empresas que se dedican a la fabricación y comercialización de tejas de concreto en Colombia.
- Falta de una oficina de comercio exterior en la empresa Tubasec C.A.

##### *Análisis externo*

###### a) Oportunidades

- El uso de Tejas está en auge debido a la protección que brinda y a su elegancia, ante los malos climas la teja de concreto es la mejor opción.
- Relaciones comerciales entre Ecuador y Colombia
- Demanda insatisfecha en Ipiales



- Condiciones económicas, sociales y ambientales favorables para nuestro proyecto.

b) Amenazas

- El cambio de moneda
- Poco conocimiento por parte de la empresa en el área de comercio exterior a falta de una oficina de la misma
- Competencia al ya existir empresas que comercializan nuestro producto en el
- Mercado meta

### 4.3 ESTUDIO DE MERCADO

**Tabla 12:** Perfil del país de destino



Información Básica	
Nombre oficial	República de Colombia
Capital	Bogotá
Nacionalidad	Colombiana
Idioma	Español
Religión	Católica 92%
Fiesta Nacional	20 de Julio
Hora	GTM (-5) horas (Normal / verano).
Geografía	
Situación Geográfica	Colombia está ubicado en la esquina noroccidente de América del Sur, sobre la línea ecuatorial, en plena zona tórrida.

Limites	Limita continentalmente con Venezuela al este, con Brasil al sudeste, con Perú y Ecuador al sur, y con Panamá al noroeste.
Área	1,142 millones km <sup>2</sup>
Clima	Posee un clima tropical, caluroso y húmedo,
<b>Demografía</b>	
Población	49 436 892
Composición Étnica	No se reportaron datos étnicos
Densidad	
Población Urbana	El 74% de la población colombiana habita en zonas urbanas
Tasa de crecimiento de la población	0.98 %
Tasa de fertilidad	1,88 hijos por mujer (2015)
Esperanza de vida	74,18 años (2015)
Mortalidad infantil	la meta a 2015 es de 16.68 por cada 1.000 nacidos
PIB en Colombia	282,5 miles de millones USD (2016)
Tasa del crecimiento del PIB real	2,0% cambio anual (2016)
PIB Per cápita	5.805,61 USD (2016)
Población activa (Fuerza laboral)	Según las estadísticas del DANE, 23 millones hacen parte de la población económicamente activa y aparecen en el mercado de trabajo como ocupados en el 2013
Tasa de desempleo	En agosto de 2017 la tasa de desempleo se ubicó en 9,1 % en Colombia,
Tasa de Inflación	En diciembre de 2017 ha sido del 4,1%, con lo que se repite el dato del mes anterior
Productos agrícolas	caña de azúcar, café, flores, algodón, plátano, banano, sorgo, maíz, arroz, palma africana, papa, yuca,

Exportación	En 2016, Colombia exportó \$ 30,2 Miles de millones
Productos de exportación	Petróleo, Carbón, Químicos, Oro, Café, Flores, Níquel, y Banano.
Importación	En 2016, Colombia importó \$ 42,9 Miles de millones.
Productos de importación	Refinado de Petróleo, Coches, Medicamentos envasados, Equipos de Radiodifusión y Computadoras
Moneda	Peso
<b>Organización Política</b>	
Tipo de gobierno	El Gobierno de Colombia es una república con división de poderes ejecutivo, judicial y legislativo
Poder ejecutivo	Nacional, Departamental, Distrital, Municipal.
Rama legislativa	Es la función principal del Congreso
Rama judicial	Conjunto de instituciones u órganos de cierre de las tres principales jurisdicciones y el Consejo Superior de la Judicatura

Fuente: (encolombia, 2015)  
 Elaborado por: Juan Gortaire

#### **4.3.1 Definición del Sector**

Ipiales está situado en el departamento de Nariño, sobre la frontera con Ecuador, en el altiplano Andino. Se dedica principalmente al comercio, las PYMES y el turismo, sin olvidar la agricultura y ganadería en zonas rurales.

Ipiales forma parte de la CONURBACION BINACIONAL DE TULCAN-IPIALES , que comprende una área metropolitana entre el norte de Ecuador y el sur de Colombia, principalmente está constituida por Tulcán e Ipiales, pese a que también la conforman otras áreas especiales y localidades que las detallamos en la siguiente tabla:

**Tabla 13:** Conurbación Binacional

País	Ciudad o localidad	Pob. (2010)	Área (km²)
Colombia	<b>Ipiales</b>	109.865	1.707
Ecuador	<b>Tulcán</b>	86.765	1.801
Colombia	<b>Pupiales</b>	18.648	142
Colombia	<b>Carlosama</b>	8.108	52
Colombia	<b>Aldana</b>	6.780	52
Ecuador	<b>Tufiño</b>	2.339	22
Ecuador	<b>Urbina</b>	2.204	18

**Fuente:** Conurbación Binacional

**Elaborado por:** Juan Gortaire

Ipiales es un municipio creciente económicamente y de suma importancia para el comercio exterior ya que es un puerto fronterizo terrestre y aéreo para los diferentes países Andinos, el cual posee diversos convenios internacionales y relaciones fronterizas que regulan el paso de personas y vehículos, entre los más importantes mencionamos:

- Comisión de Vecindad e Integración Colombo - Ecuatoriana de 1989
- Zona de Integración Fronteriza de 1993
- Ley de Fronteras de 1995
- La Zona Económica Especial de Exportación de 2000

Pese a que estos convenios fueron creados para el desarrollo social, económico e institucional del sector, no se han aprovechado dichas facilidades que benefician al desarrollo fronterizo.

Hay que tomar en cuenta que Nariño es una región poco industrial, por lo que la mayor parte de sus productos son importados, después del cierre de la frontera en Cúcuta con Venezuela, el sector de Ipiales se convirtió en la principal ciudad fronteriza y de comercio en Colombia. Por lo que las empresas de este sector han abierto sus intereses comerciales con el nuestro, pese a que la depreciación del peso ha sido una mala noticia para el país, para Ipiales el dólar ha representado un creciente económico de dinamismo y vitalidad.

#### 4.4 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR.

Nombre del producto: Ecuateja (Teja de concreto)

**Figura 12:** Teja de concreto



**Fuente:** (Tubasec, 2017)

Las tejas de concreto no significaron la primera solución brinda al mal clima en épocas antiguas, después de pasar una evolución constante de materiales que fueron usados para proteger las viviendas, la teja de concreto se convirtió en una solución viable, a la vez ecológica y económica para los techos de las viviendas. Debido a su método de fabricación, ahorra energía y combustible ya que se seca al sol y luego se remoja en tanques para evitar que se cuartee. Se necesita una pequeña cantidad de agua, cemento, arena y pigmento para su elaboración.

Debido a su estricto modo de fabricación las tejas de concreto son más resistentes que las elaboradas en barro.

Se presentan en Teja clásica y colonial, las cuales poseen un espesor constante para permitir el mejor paso del agua, su medida es 300 mm (milímetros) de ancho y 420mm de largo, sus colores de serie son española, negro, ladrillo, verde, rojo y tabaco, mientras que los colores bajo pedidos se ofrece en azul colonial, musgo tierno, musgo viejo, arena dorada y bermellón.

**Figura 13:** Tejas de colores



**Fuente:** (Tubasec, 2017)

Características de la teja:

- Súper resistente
- De fácil instalación
- No se deslizan asísmicas
- Absoluta impermeabilidad
- Gran aislamiento térmico
- Inalterabilidad al paso del tiempo

La variedad ofrecida en modelos de teja son colocados en el techo de la vivienda, sobre una infraestructura construida previamente en madera o acero, siendo su utilización factible también sobre hormigón armado, una vez colocadas las tejas brindaran impermeabilidad absoluta y alineación perfecta, acompañado de un mejor aspecto al acabado de los techos, que cualquier otro elemento usado para la cubierta.

**Figura 14:** Acabado de techo



**Fuente:** (Tubasec, 2017)

En Ecuateja los tejados son:

- Sólidos y resistentes
- Impermeables y estancos
- Decorativos
- Limpios
- De fácil ejecución
- Gran formato
- 45kg./m2. aprox
- Doble goterón y ensamble lateral.
- Gama de colores y acabados
- Ensamble entre tejas.

#### 4.4.1 Partida arancelaria

Las TEJAS se encuentran en el capítulo 9 como producto cerámico, con la partida arancelaria 6905.10.00.00 , la misma que posee un Ad-valorem del 25% y un FODINFA del 0.5%

**Tabla 14:** Partida arancelaria TEJA

Subpartida: [6905.10.00.00](#) > Ad\_Valorem:25.00%

Capítulo 69: Productos cerámicos

Descripción arancelaria: Tejas

TNAN: [0000](#) | TEJAS

TRIBUTOS ADUANEROS	
Tributos	Valor
AD VALOREM	25.00
ARANCEL ESPECIFICO	0.00
ANTIDUMPING	0.00
FONDO INNFA	0.50
ICE AD VALOREM	0.00
ICE ESPECIFICO	0.00
IVA	12.00
SALVAGUARDIA	0.00
SALVAGUARDIA ESPECIFICA	0.00
IMPUESTO REDIMIBLE A LAS BOTELLAS PLÁSTICAS NO RETORNABLES	0.00
INCREMENTO ICE	0.00
TASA DE CONTROL	0.00

**Fuente:** (SENAE, 2017)

**Elaborado por:** Juan Gortaire

Estos serán los valores que debemos cancelar como impuesto, Colombia no tiene mayor restricción arancelaria o de impuestos con nuestro producto y país, debido a los tratados que poseen, por lo cual los valores adicionales a nuestra Factura, Flete y Seguro, serán cancelados según la Partida arancelaria del capítulo 9.

## **4.5 REQUISITOS FORMALES PARA LA EXPORTACIÓN**

### **4.5.1 Requisitos de exportación**

#### *Calificación de exportador*

Según del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador se requiere lo siguiente:

#### 1.- Contar con el Registro Único del Contribuyente

- (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas
- (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.

#### 2.- Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:

- Registro Civil: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <https://www.securitydata.net.ec/>

#### 3.-Registrarse como exportador en Ecuapass (<https://ecuapass.aduana.gob.ec/>), donde podrá:

- Actualizar su información en la base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar firma electrónica

## **4.6 REGÍMENES ADUANEROS**

Los regímenes aduaneros están directamente relacionados con un destino aduanero específico, es el conjunto de normas o condiciones que rigen una exportación,



dependiendo de la declaración presentada por el interesado.

#### *Régimen a utilizar en la exportación*

El régimen que utilizaremos en nuestra exportación de tejas de concreto es el Régimen 40 de No transformación bajo la exportación definitiva, el cual permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una zona especial de desarrollo Económico. Para su total consumo en Ipiales-Colombia país de destino. Según el artículo 158 del Reglamento al Copci.

#### **4.7 TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL INCOTERMS**

Los Incoterms es de suma importancia en nuestra exportación, para evitar inconvenientes o desacuerdos, mediante el cual las partes coordinan bajo qué condiciones es entregada la mercadería, quien paga los costos de transporte, aranceles, algún daño que se pueda suscitar en el camino.

#### *Incoterm a utilizar en la exportación de Tejas.*

La exportación de Tejas de concreto se efectuara bajo los parámetros del Incoterms CPT (Carriage Paid To) - Transporte Pagado Hasta (lugar de destino convenido), ya que la empresa Tubasec C.A. cuenta con medio de transporte terrestre (mula y sencillo), en la misma fabrica, por lo cual la empresa realizara el transporte de la mercadería junto a la cadena logística, hasta que la teja llegue a su lugar de destino en Ipiales-Colombia.

Es importante mencionar que Tubasec posee una tabla de precios de transporte a las distintas ciudades del País, en la cual nos basamos para el costo del Flete.

**Tabla 15:** Precios de transporte TUBASEC

PRECIO TRANSPORTE TUBASEC			Mula	Sencillo
KM	Ciudad	Provincia	USD	USD
52	Ambato	Tungurahua	100.87	70
254	Cuenca	Azuay	336.76	240.38
233	Guayaquil	Guayas	273.01	203.65
427	Portoviejo	Manabí	491.90	356.63
428	Tulcán	Carchi	463.29	349.75
	Ipiales	Nariño	595.00	406.00

Fuente: (Tubasec, 2017)

Elaborado por: Juan Gortaire

#### 4.8 CARGA

*Tipo de carga a utilizar en la exportación.*

Las tejas de concreto son un producto de suma resistencia al momento de colocarla en el techo de la vivienda, sin embargo durante su transporte y exportación necesitan de sumo cuidado y se considera un producto de carga frágil dada sus características. Se debe brindar comodidad absoluta en el traslado de la teja y tomar en cuenta los puntos críticos en el transporte y distribución física de la mercancía, tal es el caso del cargue, descargue, almacenamiento en bodega, etc.

#### 4.9 TRASLADO INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS

Tomando de punta a punta el proceso de exportación o importación, podemos mencionar que la mercadería será colocada en la fábrica y llevada a Ipiales al consignatario (House to house), nos haremos cargo de toda la gestión, desde el punto de origen hasta el punto de destino, que incluyen los pasos intermediarios durante el transporte de la mercancía. El traslado de la misma será directo, haciendo su única parada en el puente fronterizo Rumichaca para el control obligatorio del ingreso de mercadería al país colombiano, donde el transportista encargado presentara los siguientes documentos:

- Factura Comercial
- Guía de remisión

- Pago de impuestos
- Y detalle de la mercadería (en caso especial se revisara la mercadería físicamente)

#### 4.10 CAPACIDAD DE CARGA

Se debe tomar en cuenta las condiciones de la carga, por lo que mencionaremos su capacidad en unidades y en peso.

**Tabla 16:** Transporte terrestre Tubasec C.A.

Transpo rte	Unidades de teja	Peso por unidad	Total peso bruto
Mula	3000	10lbs	30.000lbs
Sencillo	2000	10lbs	20.000lbs

Fuente: (Tubasec, 2017)

Elaborado por: Juan Gortaire

#### 4.11 TRANSPORTE

El medio de transporte es de mucha importancia en nuestra exportación, ya que puede favorecer como liquidar las pretensiones que cada parte posee.

*Medio de transporte a utilizar en la exportación*

La exportación de tejas de concreto se la realizara mediante Transporte terrestre, En dos Mulas que exportaran 3000 tejas de concreto Ecuateja cada una, al departamento de Ipiales.

**Figura 15:** Transporte sencillo y mula



Fuente: (Tubasec, 2017)

#### **4.12 MEDIOS DE PAGO**

##### *Medio de pago a utilizar en la exportación*

El medio de pago que utilizaremos en nuestra exportación de tejas de concreto será la Carta de crédito, mediante la cual el Banco contratado para efectos de la exportación, nos brinda una garantía de pago que será cancelada una vez se cumpla con todos los documentos requeridos y los términos escritos en el contrato, en muchos de los casos dicha entidad brinda asesoría, con el fin de que sea un trámite transparente.

El banco cancelara los costos en su totalidad al exportador, una vez la mercadería llegue a la fábrica de entrega en Ipiales-Colombia.

#### **4.13 EMPAQUE, EMBALAJE, PALETIZACIÓN Y ROTULADO DE LA CARGA.**

El traslado de nuestro producto al mercado Colombiano es una de las etapas más importantes y delicadas en el proceso de exportación ya que involucra un conjunto de actividades de empaque que garanticen la llegada del producto en el mejor estado, esto depende del tipo de mercadería y las condiciones ambientales en que se desarrollara la exportación.

El envase, empaque, embalaje, etc., ayuda a la conservación de un producto para su transporte, es utilizado en especial en productos alimenticios, Pese a que existen diferentes tipo de envase ya sea plástico, de metal, tetra brik, de cartón o vidrio, las tejas no necesitan de envase, empaque ni embalaje, debido a su material y peso, son colocadas directamente en el piso (parte trasera) de la mula o sencillo, en forma horizontal una seguida de la otra.

**Figura 16:** Tejas de concreto



Fuente: (Tubasec, 2017)

#### **4.14 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA**

##### **4.14.1 Proforma de la exportación**

La empresa EXPOCOLOMBIA ubicada en Ipiales departamento de Nariño-Colombia realiza el pedido de 72.000 Tejas de concreto “Ecuateja” anuales, a la empresa TUBASEC C.A.

##### **4.14.2 Inversión fija Tangible**

**Tabla 17:** Inversión fija tangible

	Nombre	Cantidad	Precio. Unit.	subtotal
<b>Muebles</b>	Escritorio	1	200	200
	Silla	1	60	60
<b>Equipo de computo</b>	Computadora	1	950	950
<b>Total</b>				1.210

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Juan Gortaire

#### 4.14.3 Presupuesto del capital de trabajo

**Tabla 18:** Costo materia prima

Nombre	Costo por unidad	Tejas a exportar	Subtotal
<b>Cemento</b>	0.11	72.000	7.920
<b>Arena</b>	0.03	72.000	2.160
<b>Pigmento</b>	0.04	72.000	2.880
<b>Total</b>			12.960

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Juan Gortaire

**Tabla 19:** Costo mano de obra directa

Nombre		Tejas a exportar	Subtotal
<b>Operario</b>	0.15	72.000	10.800
<b>Total</b>			10.800

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Juan Gortaire

**Tabla 20:** Costo indirecto de fabricación

Nombre	Costo por unidad	Tejas a exportar	Subtotal
<b>Sueldos y Salarios</b>	0.08	72.000	5.760
<b>Total</b>			5.760

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Juan Gortaire

**Tabla 21:** Costo de producción total

Nombre	Costo por unidad	Tejas a exportar	Subtotal
<b>Teja de concreto</b>	0.41	72.000	29.520
<b>Total</b>			29.520

Fuente: Tabla #17, 18, 19

**Tabla 22:** Depreciación

Costos	Nombre	Total
<b>Depreciación</b>	Escritorio	20
	Silla	6
	Computadora	237
<b>TOTAL</b>		263

Fuente: Tabla 16

Elaborado por: Juan Gortaire

**Tabla 23:** Gastos de Exportación

Costo	Total
Flete	14.280
Seguro 1%	720
Trámite aduanero	2.400
Ad-Valorem 25%	18.000
Fodinfra 0.5%	360
<b>TOTAL</b>	<b>35.760</b>

Fuente: SENA

Elaborado por: Juan Gortaire

**Tabla 24:** Capital de trabajo

Inversión	Subtotal
Costo de fabricación	29.520
Depreciación (-)	263
Gastos de Exportación	35.760
<b>TOTAL</b>	<b>65.017</b>

Fuente: Tabla# 17, 18, 19, 21, 22

Elaborado por: Juan Gortaire

**Tabla 25:** Total inversión

Inversión	Total
Tangible	1.210
Capital de trabajo	65.017
<b>Total</b>	<b>66.227</b>

Fuente: Tabla# 16, 23

Elaborado por: Juan Gortaire

**Tabla 26:** Costos totales de exportación

Costos	Costos Fijos	Costos Variables	Total
Materia Prima		12.960	12.960
Mano de obra directa		10.800	10.800
Costos Indirectos de Fabrica	5.760		5.760
Depreciación	263		263
Gastos de Exportación		35.760	35.760
<b>Costos Totales</b>			<b>65.017</b>

Fuente: Tabla# 17, 18, 19, 21, 22

Elaborado por: Juan Gortaire

**Tabla 27:** FOB Teja de concreto por unidad

Detalle	Subtotal
<b>Costo total de exportación</b>	<b>65.017</b>
<b>Unidades exportadas</b>	72000
<b>Costo unitario</b>	0.40
<b>Margen de utilidad del 150%</b>	0.60
<b>Precio de venta FOB</b>	1.00

Fuente: Tabla# 25

Elaborado por: Juan Gortaire

**Tabla 28:** Flujo de fondos netos

Costos	2017
Ventas	72.000
(-) Costos de venta	<b>32.867</b>
(=) Utilidad antes de utilidades a trabajadores	39.133
15% Rep. Trabajadores	5.869.95
(= ) Utilidad antes de impuesto a la renta	33.263.05
(-) Impuesto a la renta	720
Utilidad neta	32.543.05

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Juan Gortaire

**4.15 VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

$$VAN = -I_0 + \frac{FN}{(1+i)^n}$$

**Van:** Valor Actual Neto**Io:** Inversión**FN:** Utilidad Neta**1:** Constante**i:** Tasa de Interés**n:** Número de Años

$$VAN = -66.227 + \frac{32.543.05}{(1+0.112)^1}$$

$$VAN = -66.227 + 29.265.33$$



$$\mathbf{VAN\ 1= 36.961.67}$$

$$VAN = -66.227 + \frac{32.543.05}{(1+0.1085)^1}$$

$$VAN = -66.227 + 29.357.74$$

$$\mathbf{VAN\ 2= 36.869.26}$$

#### **4.16 TAZA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

$$\mathbf{TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left[ \frac{VAN\ 1}{VAN_1 + VAN_2} \right]}$$

**TIR:** Tasa Interna de Retorno

**i 1:** Tasa de Interés 1

**i 2:** Tasa de Interés 2

**VAN 1:** Valor Actual Neto 1

**VAN 2:** Valor Actual Neto 2

$$\mathbf{TIR = 0.112 + (0.1085 - 0.112) \left[ \frac{36.961.67}{36.961.67 + 36.869.26} \right]}$$

$$\mathbf{TIR = 0.112 + (0.35) \left[ \frac{36.961.67}{73.839.93} \right]}$$

$$\mathbf{TIR = 0.112 + (0.35) (0.50)}$$

$$\mathbf{TIR = 0.112 + 0.175}$$

$$\mathbf{TIR = 0.29 * 100}$$

$$\mathbf{TIR = 29 \%}$$

Una vez estudiado el Valor actual neto junto a la tasa de retorno, observamos que el proyecto es viable debido a que la tasa de retorno es mayor a la de descuento.

#### 4.17 RELACIÓN BENEFICIO/ COSTO

$$RB/C1 = \left[ \frac{VN + VAN1}{C} \right]$$

**RB/C1:** Relación Beneficio Costo

**VN:** Ventas Netas

**VAN 1:** Valor Actual Neto

**C:** Inversión

$$RB/C1 = \left[ \frac{72.000 + 36.961.67}{66.227} \right]$$

$$RB/C1 = \left[ \frac{108.961.67}{66.227} \right]$$

$$RB/C1 = 1,65$$

$$RB/C2 = \left[ \frac{72.000 + 36.869.26}{66.227} \right]$$

$$RB/C2 = \left[ \frac{108.869.26}{66.227} \right]$$

$$RB/C2 = 1,65$$

La exportación de tejas de concreto es rentable, puesto que de cada dólar invertido, tendremos una rentabilidad o ganancia de sesenta y cinco ctvs.

Dando así un margen de ganancia de más del 60%

#### 4.18 PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

$$32.543.05 \quad 12$$

$$116.015.97 \quad X$$

$$X = \frac{116.015.97 * 12}{32.543.05}$$

$$X = \frac{1.392.191.64}{32.543.05}$$

$$X = 42,77$$

$$X = \frac{42,77}{12}$$

$$X = 3,5$$

El periodo de recuperación del capital será en 3 años 5 meses, tiempo en el cual nos permitirá invertir las ganancias en mejorar la logística de exportación junto a los procesos productivos, en beneficio de la empresa.

## **CONCLUSIONES**

- Las tejas de concreto son un producto en armonía con el medio ambiente.
- Los clientes podrán elegir el diseño, el color y el tamaño a su gusto y necesidad.
- Mejorará la economía de todos los implicados en dicha exportación y sin duda a la empresa TUBASEC C.A.
- Se abrirá la posibilidad de que nuestro producto pueda ser exportado a otros países en el mundo.

## RECOMENDACIONES

Luego de observar que la exportación de tejas de concreto es un proyecto viable y presenta un futuro positivo, ante un mercado en crecimiento social e industrial, queda un sin número de retos lanzados a la mesa, para tomarlos y mejorar cada vez los procesos productivos y las relaciones comerciales con nuestro país vecino, tomando en cuenta los principios claves de nuestro proyecto, comercio justo, económico, social y solidario.

- Apoyar nuevos proyectos de exportación, tomando en cuenta la extensa gama de productos que Tubasec C.A. posee.
- Brindar capacitaciones constantes a los empleados, dándoles a entender la importancia de expandir los mercados potenciales a los que llegara nuestros productos, logrando un cambio positivo en sus gestiones de trabajo.
- Consolidar relaciones comerciales para que nuestros diferentes productos sean conocidos a nivel mundial.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, R.** (2016). *Savia Amadeus*. Obtenido de: <http://www.revistasavia.com/economia/gestion/>
- Amariles Rodas, Y., & Romero Herrera, Y.** (2014). *Instituto de educación técnica profesional*. Obtenido de: [http://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/file/UnidadEmprend/2015-2/Proyectos/proyecto\\_plan\\_exportador\\_ladrillera\\_occidente\\_admon.pdf](http://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/file/UnidadEmprend/2015-2/Proyectos/proyecto_plan_exportador_ladrillera_occidente_admon.pdf)
- Arosemena, P.** (2012). *Revista Zona Franca*. Obtenido de: <http://www.revistazonafranca.com/?p=216>
- Benavides, I.** (2003). *La prensa/economía*. Obtenido de: <https://www.laprensa.com.ni/2003/05/28/economia/887509-carlos-marx-y-el-capitalismo>
- Coronel, W.** (2014). *Todo Comercio Exterior*. Obtenido de: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/procedimientos-para-exportar-desde-ecuador>
- CreceNegocios.** (2014). *Plan de negocios*. Obtenido de: <https://www.crecenegocios.com/que-es-un-plan-de-negocios-/>
- DDE.** (2017). *Diario del Exportador*. Obtenido de: <http://www.diariodelexportador.com/2016/11/tipos-de-carga-general-granel-peligrosa.html>
- Dreamstime.** (2018). *Tejas Griegas*, Obtenido de: <https://es.dreamstime.com/foto-de-archivo-tejas-griegas-viejas-en-el-primer-del-tejado-image69949948>
- Elcronista.** (2016). *El débil crecimiento del comercio va a continuar*. Obtenido de: <https://www.cronista.com/financiertimes/El-debil-crecimiento-del-comercio-mundial-va-a-continuar-20161031-0039.html>
- Encolombia.** (2015). *Situación Geográfica*. Obtenido de: <https://encolombia.com/educacion-cultura/geografia/situacion-geografica-colombiana/>
- Espinoza León, D.** (2008). *Plan de mercadeo para la empresa tejas y cubiertas Koyo de señalización vial*. Pontificia Universidad Javeriana.(Tesis pregrado). Obtenido de: <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis45.pdf>
- GoogleMaps.** (2017). *Mapa*. Obtenido de: <https://www.google.com.ec/maps?source=tldso>
- LaRepública.** (2017). *Plan vinicional fronterizo*. Recuperado el noviembre de 2017, de: <https://www.larepublica.ec/blog/sociedad/2017/11/23/ecuador-pule-y-socializa-plan-binacional-fronterizo-con-colombia/>

- Mincetur.** (2006). *SIICEX*. Obtenido de:  
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/960767905rad810CE.pdf>
- Palomeque Parra, F.** (2014). *Repositorio digital - UPS*. Obtenido de:  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7983/1/UPS-CT004849.pdf>
- Presajet.** (2014). *Mextile*. Obtenido de: <https://www.mextile.com.mx/asi-somos.html>
- ProEcuador.** (2017). *Guía del exportador*. Obtenido de:  
<https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- Rothbard, M.** (2012). *Instituto Mises*. Obtenido de:  
<http://www.miseshispano.org/2012/04/la-ley-ricardiana-de-la-ventaja-comparativa/>
- Santander.** (2010). *Inconterms 2010*. Obtenido de:  
<https://es.portal.santandertrade.com/banca/incoterms-2010>
- SENAE.** (2017). *Aduana del Ecuador SENAE*. Obtenido de: <https://www.aduana.gob.ec/>
- Smith, A.** (1974). *Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Barcelona: BASCH.
- SocialHizo.** (2017). *socialhizo*. Obtenido de:  
<https://www.socialhizo.com/geografia/mapas/mapa-limitrofe-entre-colombia-y-ecuador>
- Sosa, C.** (2016). *El Comercio*. Recuperado el noviembre de 2017, de:  
<http://www.elcomercio.com/opinion/2017-dependera-comercio-exterior.html>
- Tubasec.** (2017). Ecuateja. Riobamba.
- Unillanos.** (2012). *prointer123*. Obtenido de:  
<https://prointer123.wordpress.com/2012/07/17/los-diferentes-tipos-de-transporte-en-la-exportacion-2/>
- Uniremprende.** (2013). *Principales riesgos y estrategias de salida*. Obtenido de:  
<http://emprende.unir.net/creatuempresa/desarrollo-plan-de-negocio/principales-riesgos-y-estrategias-de-salida/index.html>
- Veletanga, G.** (2017). *Teoría de la ventaja absoluta*. Quito: Pontificia Universidad católica del Ecuador.
- Venemedia.** (2014). *Concepto de proyecto*. Obtenido de:  
<http://conceptodefinicion.de/proyecto/>