



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

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyectos de Investigación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR EN LA CORPORACIÓN IMPACTEX LOCALIZADO EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA. PERÍODO 2017.

AUTOR:

DAVID JUMANDI LLIGALO PACARI

RIOBAMBA - ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por el Sr. DAVID JUMANDI LLIGALO PACARI, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

DR. RODNEY EDUARDO MEJÍA GARCÉS
DIRECTOR

ING. STALIN EFREN ARGUELLO ERAZO
MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, DAVID JUMANDI LLIGALO PACARI, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos contantes 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, 25 de octubre del 2017

David Jumandi Lligalo Pacari

C.C: 180462476-3

DEDICATORIA

La concepción de este proyecto está dedicada primero a Dios, que ha estado conmigo en todo momento en cada decisión tomada, luego a mi madre Martha Lligalo, pilar fundamental en mi vida, sin ella jamás hubiera podido conseguir este logro. Su paciencia y su lucha insaciable han hecho un ejemplo a seguir para mí, y a toda mi familia, que han estado en cada paso que doy, que me han motivado para poder seguir adelante y no caer. A ellos este proyecto, que, sin ellos, no hubiera podido ser.

AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado de lucha constante y esfuerzo de un grupo de trabajo formado por varias personas, mi tutor de tesis Dr. Rodney Mejía y miembro Ing. Stalin Arguello, que con su sabiduría supieron guiarme a mi David Lligalo para poder plasmar sus ideas en este Proyecto que ha finalizado con éxito.

A mi madre y mis familiares quienes, a lo largo de mi vida estudiantil, me han apoyado y motivado, creyeron en mi cada paso que dé, y jamás dudaron de mis habilidades. A todos mis profesores a quienes les debo mis conocimientos, gracias por su paciencia y enseñanza y un gran agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual me abrió sus puertas para poder forjarme en la persona que soy ahora.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de tablas	ix
Índice de ilustraciones	x
Índice de gráficos.....	xi
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del Problema	3
1.1.2 Delimitación del Problema.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN	4
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 Objetivo General	5
1.3.2 Objetivos Específicos.....	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	6
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	6
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	9
2.2.1 Administración.....	9
2.2.2 Administración de los recursos	11
2.2.3 Administración Procesos.....	12
2.2.4 Comercio exterior.....	12
2.2.5 Exportación	13
2.2.6 Exportación Regímenes	13
2.2.7 Incoterms.....	14

2.2.8	Importación	25
2.2.9	Importación Regímenes	26
2.2.10	Manual de funciones	28
2.2.11	Manual de procesos.....	28
2.2.12	Organigrama estructural.....	28
2.2.13	Proceso de Exportación.....	29
2.2.14	Proceso de Importación.....	29
2.3	IDEA A DEFENDER	30
2.3.1	Idea General	30
2.4	VARIABLES	30
2.4.1	Variable Independiente	30
2.4.2	Variable Dependiente.....	30
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		31
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	31
3.1.1	Cualitativa	31
3.1.2	Cuantitativa	31
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	31
3.2.1	Descriptiva:	31
3.2.2	Explicativa:	31
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	32
3.4	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	32
3.4.1	Métodos de investigación.....	32
3.4.2	Técnicas de investigación:	32
3.4.3	Instrumentos de investigación:.....	33
3.5	RESULTADOS	34
3.6	VERIFICACIÓN DE IDEA A DEFENDER.....	43
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		44
4.1	TÍTULO:	44
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	44
4.2.1	Reseña histórica	44
4.2.2	Conformación jurídica	45
4.2.3	Misión	46
4.2.4	Visión	47
4.2.5	Productos.....	47

4.2.6	Clientes.....	51
4.2.7	Estudio de Mercado.....	52
4.2.8	Estudio Técnico.....	59
4.2.9	Área destinada para el departamento de comercio exterior	60
4.2.10	Estudio Financiero	79
	CONCLUSIONES	86
	RECOMENDACIONES.....	87
	BIBLIOGRAFÍA	88
	ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Presupuesto para actividades	34
Tabla 2: Productos del Mercado Nacional.....	35
Tabla 3: Sistema de Producción.....	36
Tabla 4: Actividades de Comercio Exterior	37
Tabla 5: Proveedores de materia prima	38
Tabla 6: Dificultad de la desaduanización	39
Tabla 7: Nuevos Mercados	40
Tabla 8: Departamento de Comercio Exterior.....	41
Tabla 9: Flujo Grama de Importación, Exportación	42

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Exportación regímenes	13
Ilustración 2: INCOTERMS	15
Ilustración 3: Importación Regímenes	26
Ilustración 4: Planimetría Impactex	60
Ilustración 5: Organigrama Estructural de la Corporación	62
Ilustración 6: Nuevo Organigrama Estructural de la Corporación	63
Ilustración 7: Departamento de Comercio Exterior	64

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2: Productos del Mercado Nacional.....	35
Gráfico 3: Sistema de Producción	36
Gráfico 4: Actividades de Comercio Exterior	37
Gráfico 5: Proveedores de materia prima	38
Gráfico 6: Dificultad de la desaduanización.....	39
Gráfico 7: Nuevos Mercados	40
Gráfico 8: Departamento de Comercio Exterior.....	41
Gráfico 9: Flujo Grama de Importación, Exportación.....	42

RESUMEN

El presente trabajo de titulación es un proyecto para la creación de un departamento de comercio exterior en la corporación Impactex localizado en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. Período 2017. Con el fin de poder determinar la viabilidad del proyecto. Para la presente investigación se ha realizado una entrevista al presidente, de igual manera encuestas a los diferentes trabajadores dentro del área administrativa, después de un análisis de datos se pudo determinar que los procesos de importación y exportación se lo ha hecho de una manera austera, incurriendo en gastos innecesarios, así como también la contratación de personas externas para la realización de trámites aduaneros, perjudicando los tiempos de ingreso a la producción y entrega a los clientes, y no contar con los sistemas de seguridad necesarios, haciendo que todo el proceso sea de manera lenta. En conclusión, un departamento especializado en temas de comercio exterior sería muy necesario para la corporación a fin de que se realice los procesos adecuados al momento de importar y exportar, se recomienda que se tome en cuenta y se aplique la presente tesis en la empresa, a fin de que se pueda mejorar todos los procesos al momento de realizar algún tipo de importación y exportación.

Palabras Claves: < CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>
<IMPORTACIÓN> <EXPORTACIÓN> <MERCADO> <COMERCIO EXTERIOR>
<AMBATO (CANTÓN)>

DR. RODNEY EDUARDO MEJÍA GARCÉS
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACION

ABSTRACT

The present titling work is a project for the creation of a department of foreign trade in the corporation Impactex located in the city of Ambato, province of Tungurahua. Period 2017, in order to be able to determine the Roadway of the project. For the present investigation was made an interview to the president, of the same way surveys to different workers within the administrative area, after a data analysis is was possible to determine that the import and export processes have been done in an austere way, incurring unnecessary expenses of customs procedures, damaging the times of entry into production and delivery to customers, and not having the necessary security systems, making the whole process slow. In conclusion, a department specializing in foreign trade issues it would be very necessary for the corporation in order to carry out the appropriate processes at the time of import and export, it is recommended that this thesis be taken into account and applied in the company, so that can improve all processes when making any kind of import and export.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>
<IMPORTATION> <EXPORTATION> <MARKET> <FOREIGN TRADE>
<AMBATO (CANTON)>

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación tiene el objeto de la implementación de un departamento de comercio exterior en la Corporación Impactex, localizado en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, a fin de que la propia empresa comience a exportar e importar.

En el capítulo I se trata de que hasta el momento la empresa cuenta con los recursos y las ganas de expandirse, ya que diariamente producen 15000 prendas por 82 máquinas y 95 trabajadores, con esto se tiene el ánimo para exportar e importar.

Mientras tanto que en el capítulo II se trata del marco teórico, en el cual se tiene algunas fuentes para la importación y exportación como son: exportación “venta legal de productos de un país a otro”, que ayuda a entender mejor el comercio exterior.

Y para el capítulo III se detalla de los métodos utilizados para el levantamiento de información fueron varios, como son las encuestas directas a los empleados, observaciones que ayudaron a entender mejor el funcionamiento de la empresa.

Y para el capítulo IV, A final se pudo proponer que la implementación del departamento de comercio exterior es muy importante para la empresa que pretende expandirse, así también se sugiere aplicar ciertos procesos, manuales y técnicas de control para un mejor funcionamiento con todos los trabajadores que se deberá contratar.

Al final las conclusiones son que la implementación de un departamento de comercio exterior es muy factible para la empresa, porque se cuenta con los recursos necesarios y un personal capacitado, y con la puesta en práctica será posible una importación y exportación adecuada de tal manera que se genere una ganancia. Con el correcto manejo de los procesos establecidos y se realice un control, se podrá determinar algún error y posterior se pueda corregir.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La corporación Impactex, es una empresa con trayectoria nacional, con productos de calidad que son competitivos en un mercado tanto local como internacional, para su producción emplea materiales tanto nacionales como importados, principalmente de Colombia por un monto anual de \$3'000.000,00 dólares, se ha considerado la posibilidad de adquirir en otros puntos como son Brasil, Chile y Perú con lo que cuenta con diversas texturas y calidades.

Además se dedica a la producción de ropa interior masculino, femenino y la línea infantil con materiales de calidad, su nivel de producción en planta es de 9600 unidades, mientras que en maquila se elaboran 15000 unidades diarias, la capacidad instalada en la actualidad 24600 unidad diarias, que son producidas por 82 máquinas y 95 empleados, han iniciado con la construcción de una nueva planta que duplicaría la producción y los excedentes se podría colocar en el mercado externos, como sería México.

Desde los últimos tiempos las importaciones como las exportaciones han estado en constante variación, ya que en temas de importación desde el 2014 eran de un 16% y hasta el 2015 sufrió un decrecimiento al 9,0% por un valor de \$190'000.000,00 dólares con un peso de 6700 toneladas debido principalmente al incremento del consumo de productos nacionales; mientras que las exportaciones en prendas de vestir como calzoncillos en esos mismos años fueron del 4,2 y 3,5 respectivamente.

Por eso la corporación Impactex, para ser una empresa más competitiva en mercados internacionales, no avanzando en temas de comercio exterior, ya que no cuenta con un departamento especializado en estos temas, con lo cual se ha visto en la necesidad de contratar un trabajador externo para realizar trabajos de importación, lo cuales se podrían realizar de manera directa con un departamento dentro de la Corporación.

Es por eso que su principal problema, es realizar los procesos de importación de forma externa, perjudicando los tiempos de ingreso a la producción y entregas a los clientes, los pagos con los proveedores no cuentan con normas de seguridad, los cambios o devoluciones se realizan con limitaciones en los procesos burocráticos. mientras que las exportaciones se manejan de forma lenta dando una mala imagen de la empresa a sus clientes; todo esto provocado por la ausencia de un departamento especializado en el comercio exterior, lo cual podrá ayudar en temas logísticos, en todas las etapas de una importación o exportación, desde que salga los productos del mercado nacional, hacia el extranjero, de tal manera que ayude en tramites en aduanas, y el pago de todos los tributos, es por eso que se requiere la implementación de un departamento especializado en estos temas.

Es importante esta investigación, ya que se pretende realizar un análisis de factibilidad con la implementación de este departamento en la corporación Impactex para la optimización de tiempo y recursos que se pueden pagar en exceso con un agente externo.

1.1.1 Formulación del Problema

¿Cómo la creación de un departamento de comercio exterior en la Corporación Impactex localizado en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, permitirá mejorar las áreas de importación y exportación?

1.1.2 Delimitación del Problema

Acción: Proyecto

Espacio: Corporación Impactex

Temporal: Período 2017

1.2 JUSTIFICACIÓN

En todos los años de trayectoria de la Corporación Impactex, se ha visto cambios dentro de la empresa contando con un avance en todos las áreas de la empresa, con esta iniciativa de la creación de un departamento de comercio exterior, se pretende aumentar el volumen de ventas, posicionar la marca fuera del país, expandiendo en medida a la empresa, con la creación de este departamento será de mucho beneficio para todos los trabajadores y los propietarios de la Corporación, a los largo del tiempo, que se implemente este departamento se verán mejoras en las ventas, así como cubrir un mercado externo con un producto único, con calidad y de gran trayectoria en mercados locales.

Con toda esta investigación la empresa gana, al implementar un departamento listo y dispuesto para cualquier trámite, ya sea de importación o de exportación, genera para el país el pago de los impuestos, y beneficiando a cientos de trabajadores dentro de la empresa.

Justificación teórica

Para la realización del presente trabajo de titulación se cuenta con material bibliográfico de varios autores, páginas webs especializadas principalmente de organismos de control, quienes incentivan y supervisan las actividades de comercio exterior.

Justificación académica

Como parte de la malla curricular de la carrera de Ingeniería en Comercio Exterior, se impartieron cátedras que permiten la realización del marco propositivo, como técnicas importación, exportación y proyectos de comercio exterior.

Justificación metodológica

Se realizará el trabajo de titulación en base a la investigación de tipo descriptiva, explicativa, sustentada en el método inductivo y deductivo, aplicando técnicas e instrumentos de investigación para la obtención de elementos para la elaboración de la propuesta.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Elaborar un Proyecto para la creación de un departamento de comercio exterior en la Corporación Impactex localizado en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. Período 2017, para la realización del proceso de importación y exportación.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar los principales procesos de importación y exportación de la Corporación Impactex
- Diseñar los perfiles profesionales para los integrantes del departamento de Comercio Exterior.
- Diseñar el manual de procesos para el departamento de comercio exterior, enfocado a los procesos de importación y exportación.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1 Antecedentes Históricos

Título: “PLAN PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR DE LA EMPRESA M&B TEXTILES AMBATO 2015”.

Autor: ANDREA DEL PILAR FREIRE MEDINA

Tesis obtenida del repositorio de la Universidad Técnica Equinoccial

<http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/8467>

M&B Textiles Ambato nace cuando el país se encontraba finalizando una etapa muy crucial, era el fin de la dictadura y el regreso a la democracia, lo que daba un aire de esperanza y motivación a todos los ecuatorianos, inspiración que sirvió a su fundador para poner en marcha su proyecto en el año 1980, la idea fue brindar al mercado local una diversidad de productos textiles, iniciando sus esfuerzos enfocándose en los “bividis”, producto que durante todos estos años se ha convertido en el referente con mayor competitividad dentro de este nicho de mercado. La empresa desde su creación se estableció en el corazón comercial del Ecuador, en la provincia de Tungurahua, en la ciudad de Ambato, sector que ha brindado a lo largo de los años las características óptimas para el crecimiento de la empresa. Su propietario el Sr. Mario López en la entrevista que realizamos nos manifiesta “Ha sido un verdadero reto el sacar a la empresa adelante, hemos tenido que aprender a navegar con las cambiantes situaciones políticas del país”. Y es que la empresa tuvo sus días difíciles al final de la década de los 90 en el Feriado Bancario y posterior dolarización del país, “Nuestras cuentas por cobrar se hicieron insignificantes cuando se dolarizó, prácticamente iniciamos de cero” es lo que nos dice su propietario cuando recuerda esta época. En la actualidad la empresa ha logrado captar un porcentaje representativo del mercado textil y sus productos por su acabado y excelentes cualidades han logrado su reconocimiento a nivel nacional y en el mercado exterior. Su actual planificación estratégica se asienta en dos pilares fundamentales como su misión y visión.

Título: “PROPUESTA PARA LA CREACION DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR DENTRO DE LA PREFECTURA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS QUE BRINDE SERVICIOS A LA COMUNIDAD”

Autor: KELLY VALERIA PÉREZ IBUJÉS

ZAYRA ALEXANDRA FLORES HERNANDÉZ

Tesis Obtenida del repositorio de la ESPE

<http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/6727?show=full>

Resumen:

La presente propuesta contiene un orden lógico de capítulos para facilitar el entendimiento del investigador, de tal manera que su lectura sea ágil y enriquecedora.

En el primer capítulo se desarrolló los antecedentes y la justificación de la propuesta para la creación de un departamento de comercio exterior en la prefectura de santo domingo de los Tsáchilas.

Posteriormente, en el segundo capítulo, se detalla las generalidades de la provincia Tsáchila, localización de la misma, demografía, producción local.

En el tercer capítulo encontramos un estudio de mercado con el cual se identificó los principales actores que intervienen directa e indirectamente con el departamento tal es el caso de las asociaciones y grupos de interés, entidades públicas y privadas.

El cuarto capítulo se detalla el orgánico funcional de la prefectura y como se anexaría el departamento de comercio exterior en el mismo de tal manera que no pierda su jerarquía.

Consecutivamente tenemos el quinto capítulo el cual contiene las estrategias de vinculación con la comunidad santodomingueña así también el ejemplo práctico- real que servirá de guía para posteriores estudios.

Finalmente tenemos en el sexto capítulo el análisis económico social que permite determinar los diferentes escenarios a los cuales se puede enfrentar el departamento como tal.

En el desarrollo de la propuesta se identificó que en forma general no existe en cada gobierno provincial y municipal un departamento que se encargue y preocupe por el desarrollo, fomento y asesoría en ámbitos de comercio exterior. Por este motivo y la ubicación estratégica de la provincia Tsáchila se planteó la propuesta a para la creación de un Departamento de Comercio Exterior dentro de la prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas que brinde servicios de asesoría a la comunidad.

Título: “GESTIÓN DE REINGENIERÍA DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR DE LAS EMPRESAS PROCESADORAS”

Autor: Srta. Martha Cristina Sánchez Cornejo

Sr. Carlos Amado Coello Rodríguez

Tesis obtenida del repositorio de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/332>

Resumen:

El presente proyecto surge del análisis realizado a las causas y efectos de los problemas que presenta la compañía, objeto de estudio, en sus procesos aduaneros ya que esto ha conllevado a un sin número de sanciones y contratiempos, esta investigación se ha realizado durante el segundo semestre del año 2012 y que coincidentemente el sistema aduanero ecuatoriano presenta una nueva etapa con la entrada en vigencia de un nuevo sistema aduanero “ECUAPASS”, trayendo consigo cambios tanto en lo tecnológico como en lo operativo, cabe indicar que también se cuenta con una legislación que está vigente desde el 29 de Diciembre del 2010 la misma que desde aquel entonces ya se mostraban cambios en ciertos procesos y que se complementaron tan pronto entró en producción el ECUAPASS, este estudio fue realizado al personal de los departamentos que están ligado directamente a los procesos aduaneros de la compañía, así como al personal del Agente de Aduana utilizando instrumentos y técnicas de investigación

como lo es la encuesta, reflejando y confirmando el problema principal de la compañía como lo es la desorganización y desactualización de los departamentos. Lo que buscamos es que la compañía supere estos inconvenientes, que sea más eficiente en sus procedimientos y que sean capaz de manejar por sí mismo sus trámites, es así que teniendo como base legal el Libro V Título II del Código Orgánico de Producción e Inversiones y la Resolución SENA DGN-2012-0355-RE en las que se indican las normas que se debe cumplir para su ejecución hemos considerado dar las directrices necesarias para que la compañía por si misma este dirigida aduaneramente de la manera más correcta determinando claramente las responsabilidades de los integrantes de cada departamento, esperando así que con estas indicaciones los problemas terminen en la compañía y de a poco vaya regularizando de una manera eficiente los procesos.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Administración

El autor (Munch, 2010), Desde que el hombre apareció en la Tierra ha tenido la necesidad de trabajar en un grupo para subsistir. En este sentido, la administración ha existido no como una disciplina propiamente dicha, sino como un medio para coordinar los esfuerzos de un grupo y lograr objetivos comunes.

Asimismo, la administración ha contribuido en el desarrollo de la sociedad al proporcionar lineamientos para optimizar el aprovechamiento de los recursos y realizar cualquier actividad con la mayor eficiencia, lo cual tiene múltiples connotaciones en los avances de la humanidad.

Por otra parte, existe otro vocablo que se utiliza con ciertas frecuencias en lugar de administración (y como traducción del inglés management): gestión. En general, administración y gestión significan lo mismo. El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define gestión como “el conjunto de diligencias que se realizan para desarrollar un proceso o para lograr un fin determinado”.

Otra acepción de gestión dice que es una función institucional, global e integradora de todos los esfuerzos y conjuntos de una organización.

En la actualidad, la administración es fundamental para el funcionamiento de cualquier empresa o grupo social, y lógicamente es imprescindible para lograr la competitividad en un mundo globalizado. A través de las técnicas de gestión se simplifica el trabajo y se establece principio, métodos y procedimientos para lograr mayor productividad y eficiencia.

La administración es un proceso a través del cual se coordinan y se optimizan los recursos de un grupo social con el fin de lograr la máxima eficacia, calidad, productividad y competitividad en la consecución de sus objetivos.

2.2.1.1 Administración Importancia

Para (Cuartas, 2008) La administración ejecutada a través de la gestión Administrativa la podemos analizar como una disciplina importante y universal, fundamentada en el desarrollo de procesos cuya disciplina acumula conocimientos que incluyen principios científicos, teorías, conceptos, entre muchos otros elementos que finalmente dependen de la capacidad y de la destreza de los profesionales o tecnólogos de la gestión administrativa para aplicarlos en las organizaciones. La administración, como proceso, comprende funciones y actividades que los administradores deben llevar a cabo para lograr los objetivos de la organización.

Mientras que (Ricalde, 2016) El éxito de las organizaciones dependerá de la efectividad de una buena administración, ya que esta favorece la integración de equipos de trabajo y buenas relaciones humanas, así como la adecuada utilización de los recursos materiales y de las instalaciones; también indica los obstáculos a vencer y determina soluciones para los problemas que se detecten. La administración determina los objetivos y emplea con eficiencia los recursos de acuerdo con la planeación, organización, ejecución y el control.

2.2.1.2 Administración Ciclo

(Cuartas, 2008) dice que El desempeño de estas cuatro funciones constituyen el ciclo administrativo.

Planeación: Determinación los objetivos que se desean alcanzar en el futuro y las acciones que se deben comprender para el logro de los mismos.

Organización: Es la estructura de la organización donde intervienen elementos fundamentales para la asignación de funciones y delimitaciones de responsabilidades mediante los cargos, con el fin del logro de los objetivos.

Dirección: Consiste en ejercer lo planeado a través del recurso humano; es el que debe ser liderado, a través de una eficiente administración que conduzca al logro de lo propuesto.

Control: Permite comparar resultados durante y después de los procesos, los cuales sirven para tomar decisiones y aplicar los correctivos necesarios.

2.2.2 Administración de los recursos

Para el autor (Munch, 2007), Toda empresa para funcionar requiere una serie de elementos que debidamente coordinados impulsaran el logro de los objetivos. En un principio se necesita capital aportado por un grupo de inversionistas para adquirir los insumos y las instalaciones, así como para pagar los salarios de los trabajadores, materia prima y tecnología para llevar a cabo todas las actividades.

Los recursos de una empresa son el conjunto de elementos indispensables para su funcionamiento.

El éxito de cualquier organización depende de la adecuada elección, combinación y armonización de los recursos, de darles el mejor empleo y la más adecuada distribución. La cantidad y calidad de los recursos que se utiliza en una empresa difieren de acuerdo con las circunstancias específicas de cada organización.

La administración es el proceso de coordinación de recursos para lograr la máxima productividad y calidad en lo consecución de los objetivos de la empresa.

2.2.3 Administración Procesos

(Munch, 2010), La administración comprende una serie de fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento resulta esencial para aplicar el método, los principios y las técnicas de esta disciplina correctamente.

En la administración de cualquier empresa existen dos fases: una estructural, en el que a partir de uno o más fines se determina la mejor forma de obtenerlos; y otra operacional, en la que se ejecutan todas las actividades necesarias para lograr lo establecido durante el periodo de estructuración.

Lyndall F. Urwick llama a estas dos fases de la administración mecánica y dinámica. La mecánica administrativa es la parte del diseño y arquitectura de la administración en la que se establece lo que debe hacerse. Mientras que durante la dinámica se implanta lo establecido durante la mecánica, en pocas palabras se refiere a la operación de la empresa.

El proceso administrativo es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración.

2.2.4 Comercio exterior

(Martínez & Martin, 2012), define que “El comercio exterior no es una nueva moda del siglo XXI, es tan antiguo como cualquier actividad comercial, está basada en el intercambio de mercancías y de servicios entre empresas ubicadas en diferentes países (entre residentes y no residentes). Cuando se habla del intercambio entre naciones el concepto recibe el nombre de Comercio Internacional”.

El comercio, ya sea exterior o internacional, lleva implícitamente una relación de prestación y contraprestación de diferentes elementos. Lo que una empresa o país necesita y lo que otra empresa o país puede ofrecer.

Mientras tanto para (García, 1999), el comercio internacional se refiere, básicamente, al movimiento de bienes y servicios ente países.

Según (Mercado, 2000), la introducción de productos extranjeros a un país y la salida de estos a otros países, integran lo que se denomina comercio exterior.

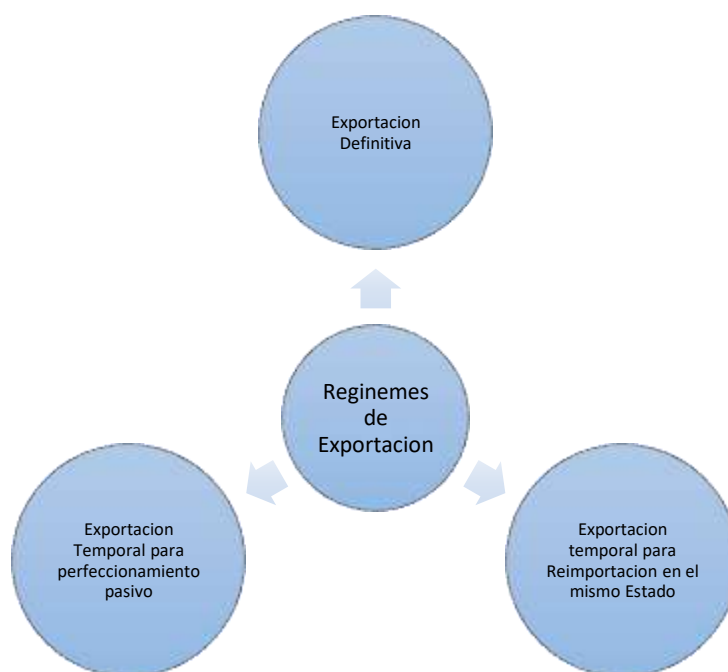
2.2.5 Exportación

A criterio de (Osorio, 2002), Venta legal de productos de un país a otro. Por productos se entiende bienes, servicios y tecnología. La exportación es uno de los elementos claves para lograr desarrollo integral de los países, especialmente cuando éstos son de mercado interno pequeño, como el Ecuador. La exportación exige que haya competitividad. Las metas deben ser que las exportaciones crezcan rápidamente, se diversifiquen, se industrialicen y vayan a muchos mercados.

Mientras que para (Figuroa, 2008),... la exportación es simplemente la salida de un producto de un determinado país con destino a otro, atravesando las diferentes fronteras o mares que separan las naciones.

2.2.6 Exportación Regímenes

Ilustración 1: Exportación regímenes



Fuente: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/SENAE-REGIMENES.pdf>

Elaborado: David Lligalo

2.2.6.1 Exportación Definitiva

(ProEcuador, 2016), 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.

2.2.6.2 Exportación Temporal para Reimportación en el mismo estado

(ProEcuador, 2016), 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. La reimportación de las mercancías admitidas a este régimen podrá realizarse en cualquier distrito de aduana, y estará exento del cumplimiento de medidas de defensa comercial, así como de la presentación de documentos de acompañamiento y de soporte, a excepción del documento de transporte.

2.2.6.3 Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo

(ProEcuador, 2016), 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.

2.2.7 Incoterms

(Osorio, 2002), Términos utilizados mundialmente en el comercio exterior, creados por la Cámara de Comercio Internacional de París, que deben ser estrictamente aceptados por exportadores e importadores para definir las condiciones del contrato y la responsabilidad durante el proceso de la DFI (Distribución Física Internacional)

2.2.7.1 Incoterms Tipos

(ProEcuador, 2010) Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de

la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa.

Ilustración 2: INCOTERMS

EXW	• En fabrica
FCA	• Franco Porteador
CPT	• Transporte Pagado Hasta
CIP	• Transporte y Seguro Pagado hasta
DAT	• Entegada en Terminal
DAP	• Entregada en Lugar
DDP	• Entregada Derechos Pagados
FAS	• Franco al Costado del Buque
FOB	• Franco a Bordo
CFR	• Costo y Flete
CIF	• Costo, Seguro y Flete

Fuente: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
Elaborado: David Lligalo

2.2.7.1.1 EXW (En fabrica)

(ProEcuador, 2010), El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de transporte, de igual manera no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de seguro. Sin embargo, el vendedor debe proporcionar la información pertinente de seguro o de transporte para facilitar la contratación de los mismos por parte del comprador.

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

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

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

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

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

2.2.7.1.2 FCA (Franco Porteador)

(ProEcuador, 2010), El vendedor debe contratar el transporte en las condiciones usuales a riesgos y expensas del comprador, en el caso de que lo solicite el comprador, o de ser una práctica comercial del país del exportador; de igual manera el vendedor deberá asumir los costos para el trámite de exportación. Si este no es el caso, el comprador deberá llevar a cabo la contratación del transporte desde el lugar de entrega designado.

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

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

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

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

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

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

2.2.7.1.3 CPT (Trasporte pagado hasta)

(ProEcuador, 2010), El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

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

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

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

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

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

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

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

2.2.7.1.4 CIP (Transporte y seguro pagado hasta)

(ProEcuador, 2010), El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

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

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

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

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

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

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

2.2.7.1.5 DAT (Entregada en Terminal)

(ProEcuador, 2010), El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor deberá contratar el transporte hasta la terminal designada en el puerto o el lugar de destino designado. Si no se llegara a acordar ningún lugar, el vendedor podrá elegir la terminal designada como el puerto u otro lugar de destino designado que mejor le convenga. En este término se considera que la mercancía está entregada cuando ha llegado al lugar de destino designado (sea éste el puerto o cualquier otro lugar de destino acordado) y posterior a su descarga está a disposición del comprador. Considerar que se diferencia de DAT ya que en este término la mercancía debe de ser descargada, en DAP la mercancía debe de estar preparada para su descarga.

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

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

El comprador corre con todos los riesgos y daños de la mercancía desde que la misma ha sido entregada (ha sido descargada a disposición del comprador en el puerto o en el lugar de destino acordado).

2.2.7.1.6 DAP (Entregada en lugar)

(ProEcuador, 2010), El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor deberá contratar el transporte hasta el lugar de destino designado o el punto acordado. Si no se llegara a acordar ningún punto, el vendedor podrá elegir el punto que mejor le convenga en el lugar de destino designado. En este término se considera que la mercancía está entregada cuando ha llegado al lugar de destino designado (incluye el punto acordado en el caso de que estuviere determinado) y preparada para su descarga está a disposición del comprador.

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

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

El comprador corre con todos los riesgos y daños de la mercancía desde que la misma ha sido entregada (ha sido preparada para su descarga y a su vez se considera que está a disposición del comprador en el lugar de destino designado).

2.2.7.1.7 DDP (Entregada derechos Pagados)

Según (ProEcuador, 2010), El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. De igual manera, este término exige que el vendedor también se encargue de los trámites aduaneros para la importación de la mercancía, tales como los derechos de aduana, impuestos, y demás costos relacionados.

El vendedor deberá contratar el transporte hasta el lugar de destino designado o el punto acordado. Si no se llegara a acordar ningún punto, el vendedor podrá elegir el punto que mejor le convenga en el lugar de destino designado. En este término se considera que la mercancía está entregada cuando ha llegado al lugar de destino designado (incluye el punto acordado en el caso de que se hubiere determinado) y preparada para su descarga está a disposición del comprador.

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

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

El comprador corre con todos los riesgos y daños de la mercancía desde que la misma ha sido entregada (ha sido preparada para su descarga y a su vez se considera que está a disposición del comprador en el lugar de destino designado).

2.2.7.1.8 FAS (Franco al Constado del Buque)

(ProEcuador, 2010), El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte, pero a riesgos y expensas del comprador. Se considerará la mercancía

entregada cuando el vendedor coloca la misma al costado del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada. En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado.

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

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

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

2.2.7.1.9 FOB (Franco a Bordo)

(ProEcuador, 2010), El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

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

Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado.

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

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

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

2.2.7.1.10 CFR (Costo y Flete)

(ProEcuador, 2010), El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

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

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

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

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

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

2.2.7.1.11 CIF (Costo, Seguro y Flete)

(ProEcuador, 2010), El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

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

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

En el caso de que el comprador esté interesado de contratar coberturas adicionales de seguro, será a expensas de él mismo, y deberá proporcionar la información necesaria al vendedor para que facilite la obtención de esa cobertura adicional.

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

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

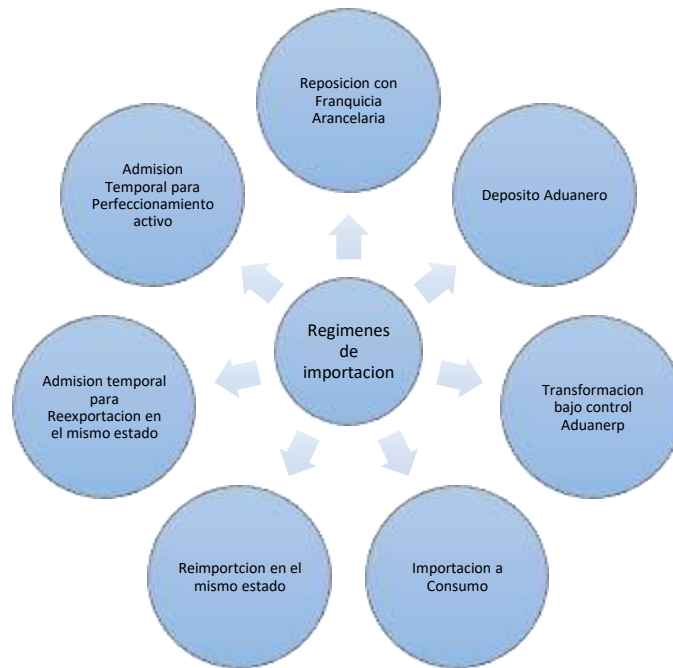
El comprador deberá asumir todos los costos desde que la mercancía ha sido entregada, incluyendo los costos relativos a la mercancía mientras está en tránsito hasta su llegada al puerto de destino, salvo que tales costos y gastos fueran por cuenta del vendedor según el contrato de transporte.

2.2.8 Importación

El autor (Osorio, 2002), Compra legal de productos a otros países. Por productos se entiende bienes, servicios y tecnología. La importación es uno de los elementos claves para lograr desarrollo integral de los países, especialmente cuando estos carecen de tecnología o ciertos alimentos, como es el caso del Ecuador. Las metas deben ser que las importaciones crezcan racionalmente, no sean de productos usados ni suntuarios, provengan de muchos mercados e incorporen tecnologías apropiadas.

2.2.9 Importación Regímenes

Ilustración 3: Importación Regímenes



Fuente: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/SENAE-REGIMENES.pdf>
Elaborado: David Lligalo

2.2.9.1 Importación al consumo

(ProEcuador, 2016), Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras.

2.2.9.2 Reimportación en el mismo estado

(ProEcuador, 2016), Es el régimen aduanero que permite la importación para el consumo con exoneración de los derechos e impuestos a la importación y recargos aplicables, de las mercancías que han sido exportadas de manera definitiva.

2.2.9.3 Admisión temporal para reexportación en el mismo estado

(ProEcuador, 2016) El Régimen de admisión temporal para reexportación en el mismo estado es un régimen especial aduanero a través del cual se puede introducir mercancías al territorio ecuatoriano, para ser utilizadas en un fin determinado, con suspensión total o parcial de los derechos e impuestos a la importación. Para que las mercancías importadas sean aceptadas a este régimen, deberán ser individualizadas y susceptibles de identificación. Las mercancías deberán ser utilizadas para el fin autorizado y durante el plazo establecido; para lo cual se deberá acompañar a la solicitud de autorización al régimen, la documentación pertinente que justifique el fin que se les va a dar.

2.2.9.4 Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo

(ProEcuador, 2016), El Régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo es un régimen especial aduanero a través del cual se puede introducir mercancías al territorio ecuatoriano, para ser sometidas a un proceso de perfeccionamiento.

2.2.9.5 Reposición con Franquicia Arancelaria

(ProEcuador, 2016), es el régimen aduanero que permite importar con exoneración de los derechos e impuestos a la importación y recargos con excepción de las tasas aplicables, mercancías idénticas o similares por su especie, calidad y sus características técnicas a aquellas nacionalizadas y que hayan sido utilizadas para obtener las mercancías exportadas previamente con carácter definitivo.

2.2.9.6 Depósitos Aduaneros

(ProEcuador, 2016) El Depósito Aduanero es un régimen especial aduanero, mediante el cual las mercancías importadas son almacenadas por un periodo determinado sin el pago de derechos e impuestos y recargos aplicables; y, podrá ser público o privado. Los depósitos aduaneros privados estarán destinados al uso exclusivo de su titular. Los depósitos aduaneros públicos podrán almacenar mercancías de propiedad de terceros.

2.2.9.7 Transformación bajo Control Aduanero

(ProEcuador, 2016), Es el régimen especial aduanero que permite introducir al país mercancías, con suspensión del pago de tributos al comercio exterior, para someterlas a operaciones que modifiquen su especie o estado.

2.2.10 Manual de funciones

Por parte de (Munch, 2007), Después de haber establecido los niveles jerárquicos y departamentos de la empresa, es necesario definir con toda claridad las labores y actividades que habrán de desarrollarse en cada una de las unidades concretas de trabajo o puestos de los distintos departamentos de la organización. Ésta es la última etapa de la división del trabajo, y consiste en la recopilación ordenada y clasificada de todos los factores y actividades necesarios para llevar a cabo, de la mejor manera, un trabajo; la descripción de funciones se realiza, primordialmente, a través de las técnicas de análisis de puestos y de la carta de distribución de trabajo o cuadro de distribución de actividades.

2.2.11 Manual de procesos

El autor (Munch, 2011), Los manuales de procedimientos sirven para describir las operaciones que se realizan en un área. Son instrumento para simplificar el trabajo. Los manuales de procedimientos deben ser sencillos, cortos y amenos, además de que el usuario debe participar en su elaboración para que le sea funcional.

El manual de procedimientos debe incluir introducción, descripción de los procedimientos y los diagramas de flujo correspondientes.

La efectividad de los manuales de procedimientos se comprueba si los usuarios lo utilizan y si los procedimientos descritos son los que en realidad se llevan a cabo.

2.2.12 Organigrama estructural

(Viera, 2011) dice que se “Representan parte o todos los departamentos o puestos de la empresa y sus conexiones, pero sin indicar quien los ocupa.

La representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización, que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.”

2.2.13 Proceso de Exportación

Para los autores (Valdéz & Escaldón, 2004), La exportación es un proceso que involucra compromiso y dedicación; así como conocimientos técnico e identificación de factores clave de los mercados internacionales por parte de productores e intermediario, que desean incrementar su participación y por supuesto sus utilidades en nuevos mercados.

En la actualidad, existen numerosos organismos y empresas de consultoría tanto públicas como privadas, mismas que ofrecen asesoría y apoyo en el desarrollo de un proceso de exportación.

Debido a efecto de la globalización las oportunidades comerciales son más frecuentes día con día. Esto nos permite realizar actividades de exportación bajo programas de fomento y al amparo de tratados comerciales que nos proporcionan beneficios económicos al ahorrarnos el pago de impuestos al comercio exterior, y en ocasiones el mismo impuesto al valor agregado.

2.2.14 Proceso de Importación

Para (ProEcuador, 2016), mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y de cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras.

2.3 IDEA A DEFENDER

2.3.1 Idea General

Con la creación de un departamento de comercio exterior en la Corporación Impactex localizado en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. Período 2017, se podrá agilizar el proceso de importación y exportación que se desarrollan en la empresa.

2.4 VARIABLES

2.4.1 Variable Independiente

Departamento de comercio exterior

2.4.2 Variable Dependiente

Importación y exportación.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 Cualitativa

En este proceso, se hará una recolección de datos mediante técnicas, sujetos de investigación que serán tomados directamente a nuestra muestra como puede ser al personal que labora dentro de la empresa, que están directamente ligados a darnos información para nuestra investigación.

3.1.2 Cuantitativa

En este proceso de investigación se hará una recolección de información y datos, como puede ser mediante encuestas para que posterior realizar un análisis de los datos obtenidos mediante estadística para posterior dar los mejores resultados para nuestra investigación, mediante una mejor solución.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Descriptiva:

Se aplicó la investigación descriptiva para el conocimiento de las características o rasgos de la situación o fenómeno, se narró aspectos esenciales de la entidad, dichas ideas se pudieron consolidar en la elevación de la propuesta.

3.2.2 Explicativa:

En este tipo de investigación explicó las causas que provocaron los defectos que a su vez ocasionaron el tema propuesto, se analizó en el desarrollo de la propuesta.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

En el Corporación laboran en el área administrativa 31 colaboradores, siendo esto la población que se considerara para el presente trabajo de titulación. Al ser un número limitado no se debe realizar el cálculo de la muestra.

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1 Métodos de investigación

3.4.1.1 Inductivo:

Con este método parte de la consulta de varias fuentes bibliográficas y permitió la construcción del marco teórico.

Se realizará una observación de todos los procesos que se ejecutan dentro de la empresa para la recolección de la información, que permitirá identificar los aspectos generales que serán considerados al momento de la construcción del marco teórico.

3.4.1.2 Deductivo:

Parte de la realización de la propuesta sustentada, en las consultas de normativa interna y externa.

En base a la información recolectada por los métodos, se realizó un análisis, estudio de toda la información para posterior aplicar y analizar los resultados.

3.4.2 Técnicas de investigación:

3.4.2.1 Encuesta:

Se aplicó la encuesta a los empleados de la empresa, con la finalidad de conocer la viabilidad de la propuesta.

3.4.2.2 Entrevista:

Se aplicó la entrevista al representante legal de la empresa, para conocer el funcionamiento de la empresa y como se podrá definir las pautas para la creación del nuevo departamento.

3.4.2.3 Observación:

La observación directa se aplicó para la determinación del funcionamiento empresarial y como se podría incluir las nuevas actividades en su accionar diario.

3.4.3 Instrumentos de investigación:

3.4.3.1 Guía de Entrevista

Es un método en el cual, se puede recolectar información de primera mano, de interacción social, con personas que trabajan directamente dentro de la empresa, con el cual puedan aportar datos importantes para la investigación mediante un dialogo entre el entrevistador y el entrevistado.

3.4.3.2 Cuestionario

El cuestionario es un instrumento con el cual se puede recolectar la información de un cierto número de personas, con preguntas de interés para nuestra investigación, en este caso serán tomados por los empleados dentro de la Corporación.

3.4.3.3 Ficha de observación

Son registros o hechos que se ha suscitado en la empresa a lo largo de la investigación, mediante la observación o mediante otros instrumentos que se dieron al momento de recolectar la información.

3.5 RESULTADOS

Tabulación:

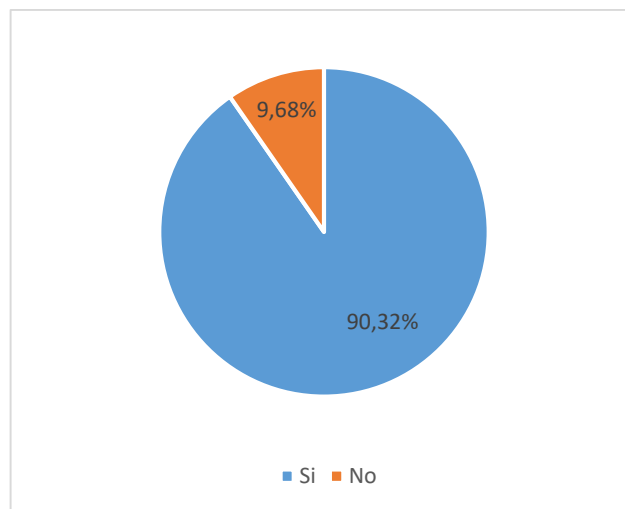
1. ¿La empresa cuenta con recursos económicos para la implementación de un departamento de comercio exterior?

Tabla 1: Presupuesto para actividades

	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	28	90,32%
NO	3	9,68%
SUMA	31	100,00%

Fuente: Encuesta Empresa
Elaborado por: David Lligalo

Gráfico 1: Presupuesto para Actividad



Fuente: Tabla N° 01
Elaborado por: David Lligalo

Interpretación: Los encuestados pudieron manifestar en un gran porcentaje del 90,32%, que “SI” se cuenta con los recursos necesarios para la implementación de un departamento de comercio exterior dentro de la Corporación.

2. ¿Se han definido los productos que participan en el mercado nacional?

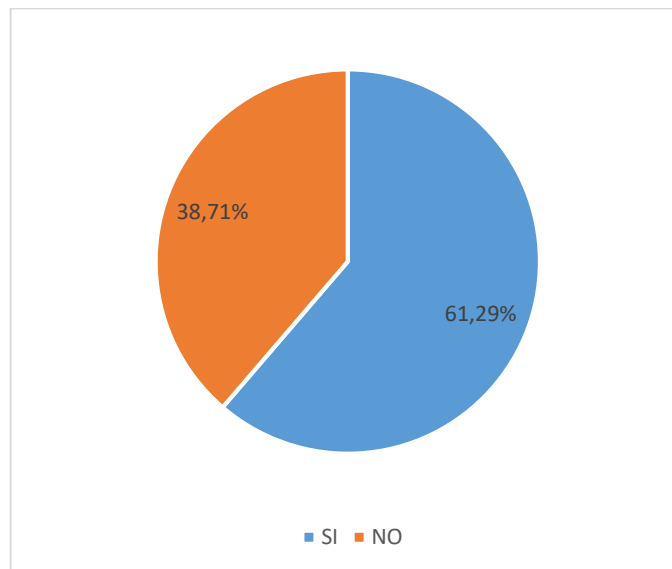
Tabla 2: Productos del Mercado Nacional

	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	19	61,29%
NO	12	38,71%
SUMA	31	100,00%

Fuente: Encuesta Empresa

Elaborado por: David Lligalo

Gráfico 2: Productos del Mercado Nacional



Fuente: Tabla N° 02

Elaborado por: David Lligalo

Interpretación: En un 61,29%; dicen que “NO” se ha definido productos para que participen en el mercado nacional, y en un porcentaje de 38,71%, dicen que “SI” se ha definido productos.

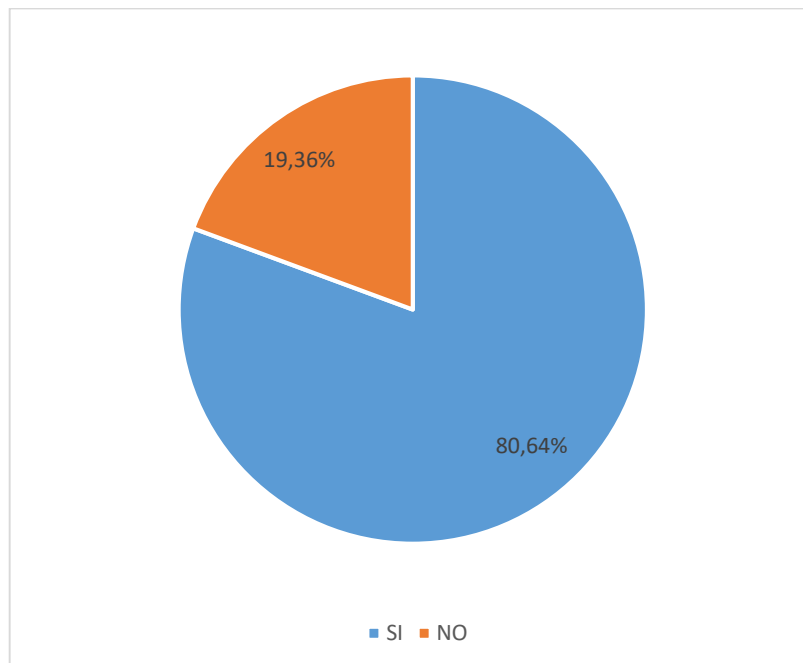
3. ¿Posee un sistema de producción definido?

Tabla 3: Sistema de Producción

	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	25	80,64%
NO	6	19,36%
SUMA	31	100,00%

Fuente: Encuesta Empresa
Elaborado por: David Lligalo

Gráfico 3: Sistema de Producción



Fuente: Tabla N° 03
Elaborado por: David Lligalo

Interpretación: Con un “SI” del 80,64%, los empleados conocen del sistema de producción que la empresa tiene, y con un 19,36% no tienen idea del proceso, ya que estos son de áreas que no proceden directamente del proceso de producción.

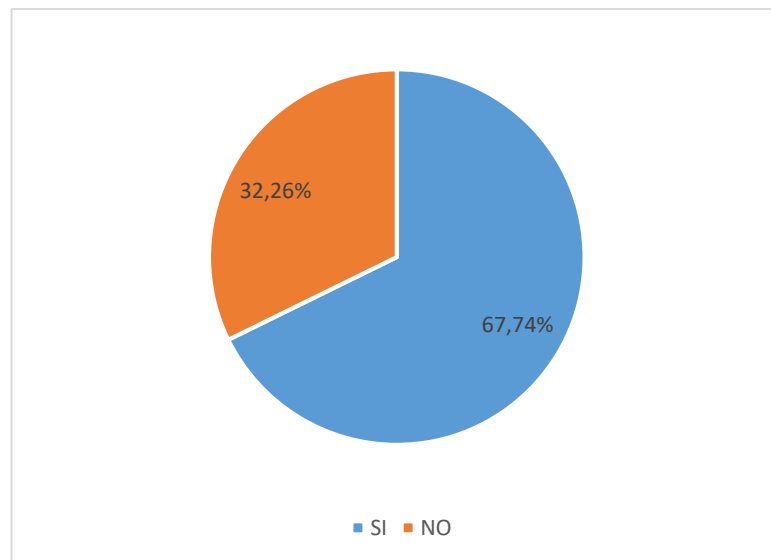
4. ¿La Corporación realiza actividades de comercio exterior?

Tabla 4: Actividades de Comercio Exterior

	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	21	67,74%
NO	10	32,26%
SUMA	31	100,00%

Fuente: Encuesta Empresa
Elaborado por: David Lligalo

Gráfico 4: Actividades de Comercio Exterior



Fuente: Tabla N° 04
Elaborado por: David Lligalo

Interpretación: Una alta cantidad de trabajadores en un 67,74%, sabe de las actividades de comercio exterior realizadas dentro de la corporación, y un 32,26% de colaboradores no saben de esto.

5. ¿La corporación posee proveedores de materia prima internacionales?

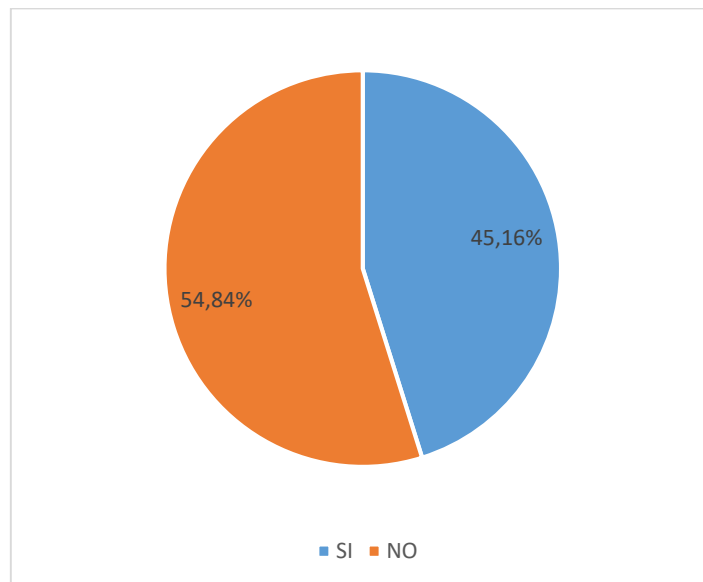
Tabla 5: Proveedores de materia prima

	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	14	45,16%
NO	17	54,84%
SUMA	31	100,00%

Fuente: Encuesta Empresa

Elaborado por: David Lligalo

Gráfico 5: Proveedores de materia prima



Fuente: Tabla N° 05

Elaborado por: David Lligalo

Interpretación: En un 45,16% de encuestados, manifestaron que no tienen proveedores internacionales, y con un 54,84%, dicen que se trabajan con proveedores internacionales.

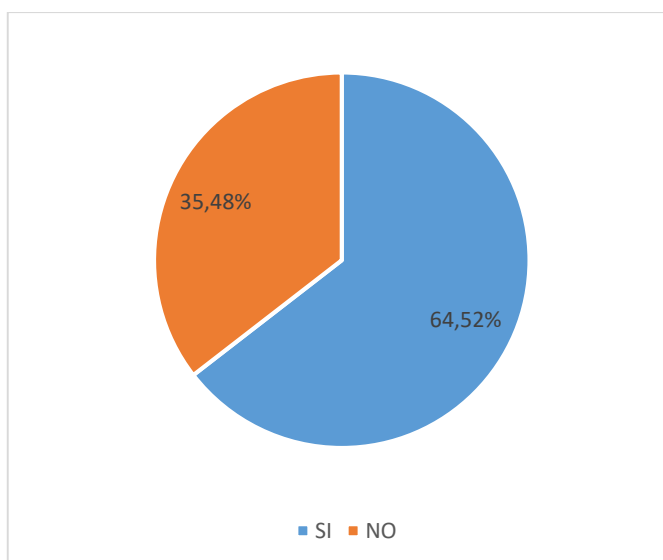
6. ¿El proceso de importación presenta problemas que dificultan la desaduanización?

Tabla 6: Dificultad de la desaduanización

	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	20	64,52%
NO	11	35,48%
SUMA	31	100,00%

Fuente: Encuesta Empresa
Elaborado por: David Lligalo

Gráfico 6: Dificultad de la desaduanización



Fuente: Tabla N° 06
Elaborado por: David Lligalo

Interpretación: Un gran porcentaje de 64,52%, que trabaja directamente en esa rama, dicen que presentan problemas en la desaduanización, y un 35,48%, por desconocimiento del tema dice que NO.

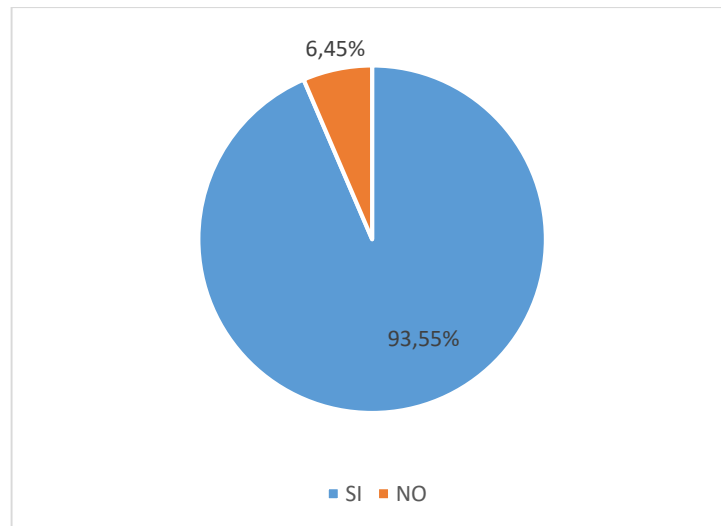
7. ¿Cree usted que se debe buscar nuevos mercados para los productos de la empresa?

Tabla 7: Nuevos Mercados

	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	29	93,55%
NO	2	6,45%
SUMA	31	100,00%

Fuente: Encuesta Empresa
Elaborado por: David Lligalo

Gráfico 7: Nuevos Mercados



Fuente: Tabla N° 07
Elaborado por: David Lligalo

Interpretación: Como toda empresa y los involucrados en esta pregunta con un 93,55% dicen que SI, se debe buscar nuevos mercados para los productos de la Corporación, y en un porcentaje de 6,45% dicen que NO, se debería buscar nuevos mercados.

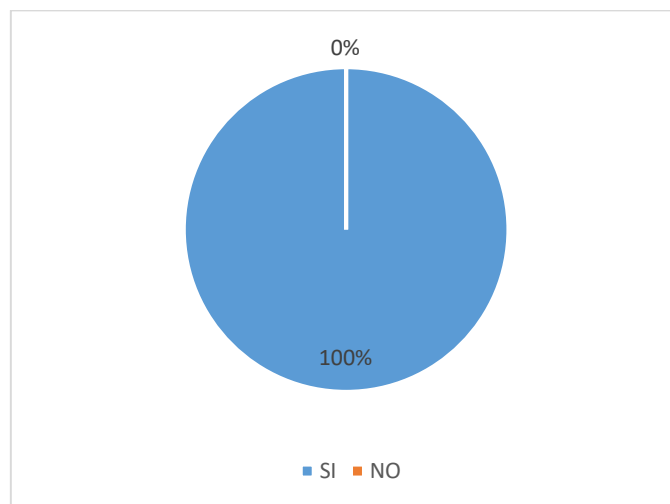
8. ¿Cree usted la necesidad de crear un nuevo departamento de Comercio exterior?

Tabla 8: Departamento de Comercio Exterior

	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	31	100,00%
NO	0	0,00%
SUMA	31	100,00%

Fuente: Encuesta Empresa
Elaborado por: David Lligalo

Gráfico 8: Departamento de Comercio Exterior



Fuente: Tabla N° 08
Elaborado por: David Lligalo

Interpretación: Con un 100%, Le dicen que “SI “, se debe implementar un departamento de Comercio exterior, haciendo evidente el crecimiento y progreso que se quiere para la empresa.

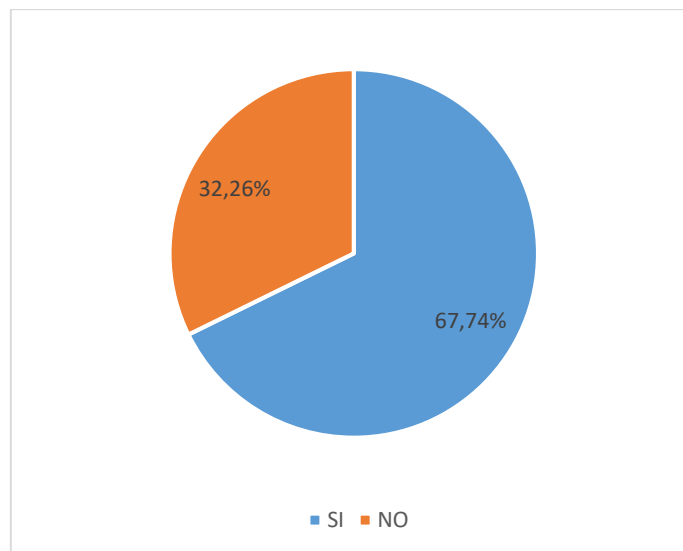
9. ¿Considera que se debe diseñar un flujograma de importación y exportación que permita un proceso eficiente?

Tabla 9: Flujo Grama de Importación, Exportación

	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	21	67,74%
NO	10	32,26%
SUMA	31	100,00%

Fuente: Encuesta Empresa
Elaborado por: David Lligalo

Gráfico 9: Flujo Grama de Importación, Exportación



Fuente: Tabla N° 09
Elaborado por: David Lligalo

Interpretación: Con un “SI” que representa el 67,74%, le dicen que es necesario un flujo grama de importación y exportación para la empresa, y un 32,26%, No está de acuerdo con esta idea para la empresa.

3.6 VERIFICACIÓN DE IDEA A DEFENDER

El presente trabajo de titulación tiene como idea a defender, la creación de un departamento de comercio exterior en la Corporación Impactex localizado en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. Período 2017, se podrá agilizar el proceso de importación y exportación que se desarrollan en la empresa. Una vez realizada la encuesta se determinó que la creación de un departamento de comercio exterior ayudara para los importaciones y exportaciones de le empresa, facilitando los procesos.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TÍTULO:

PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR EN LA CORPORACIÓN IMPACTEX LOCALIZADO EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA. PERÍODO 2017.

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.2.1 Reseña histórica

Este emprendimiento familiar creado por Milton Altamirano y su esposa Martha Segura, comenzó en un año muy difícil para el país, 1999. Hasta el año 2002, la empresa ya había superado la dolarización del país, la invasión asiática de productos baratos y el desaparecimiento de muchos emprendimientos y empresas del sector, pero gracias al esfuerzo de sus emprendedores y familia, se consolidan como una empresa de textiles en la ciudad de Ambato.

La actividad de la empresa comenzó en el barrio de la Concepción en Ambato, en un pequeño galpón construido de bloque, el cual tenía una dimensión de 12 metros cuadrados.

La clave del sostenimiento de este emprendimiento fue la experiencia de sus creadores adquirida en tiempos anteriores como empleados de una empresa en el sector textil y confección, que les permitió conocer a las empresas del sector, así como a proveedores, insumos, materias primas y el proceso en sí de como confeccionar una prenda de una forma minuciosa.

El funcionamiento se inicia con capital propio, por la venta de un carro usado a un precio de 30 millones de sucres que permitió la adquisición de cuatro máquinas usadas y la contratación de cuatro obreras textiles. Posteriormente en el transcurso de un año se contrata una secretaria. Al cabo de un año y medio se obtiene un pequeño crédito para la construcción de la primera planta de provisión.

Por su pequeño capital inicial, que permitía una producción muy baja, se empezó produciendo 60 docenas de interiores al mes, y se los vendía a pequeños clientes que pagaban al contado.

Prácticamente la empresa inició sus actividades sin ningún tipo de administración. De la misma manera empieza prácticamente sin capital para tener solvencia que le permita sostenerse en el tiempo, sin ningún plan de acción, sin ningún horizonte estratégico, solo basados en la experiencia adquirida.

Emprendimiento que aparece sin visión de empresa, sin embargo, de ello paso a paso ha ido creciendo. Con miedo a tributar, ya que desconocían cómo declarar impuestos, como facturar, pero poco a poco fueron llenando estos vacíos con lo que la empresa creció considerablemente.

Como indica su dueño: “Si hubiera tenido un plan de negocios desde el comienzo de creación de la empresa hubiéramos estado más arriba de lo que actualmente estamos”.

4.2.2 Conformación jurídica

La compañía Impactex, está constituido bajo el artículo 92, de la sección V, de la codificación de la ley de compañías, donde dice lo siguiente, la compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusiva e irán acompañadas de una expresión peculiar. Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada. Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo

prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente. En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113.

Tabla 10: Cuadro de accionistas

Accionista	Capital
Milton Altamirano	828020,98
Verónica Altamirano	30031,85

Fuente: Corporación Impactex
Elaborado por: David Lligalo

Obligaciones Societarias

La empresa comenzó a la mano de los accionistas Milton Altamirano y Martha Segura, empezando una pequeña empresa productora de ropa interior con la marca de MAO, que en sus siglas significa Milton Altamirano Ortega, el cual con el pasar de los tiempos y de su constante crecimiento y perseverancia, la empresa avanzó y se dedicó a la producción de ropa interior y así como también a otras líneas del segmento textil como camisas, pijamas, medias etc.

La empresa se dedica únicamente al segmento de la producción de ropa, al sector textil, y que únicamente se dedica a esa producción.

4.2.3 Misión

Somos una Corporación dedicada a la innovación desarrollo y comercialización de marcas de moda con excelencia, posicionándonos en los mercados nacionales y extranjeros para generar rentabilidad, sostenibilidad y crecimiento empresarial para nuestros clientes internos y externos.


4.2.4 Visión

Ser una Corporación líder en el mercado de moda con excelencia, responsabilidad social, empresarial y ambiental, internacionalizando nuestras marcas para poder crecer y consolidarnos, con nuestros consumidores no tradicionales casuales.

4.2.5 Productos



La Corporación Impactex, tiene una larga línea de productos para todas la edades y género, entre las cuales destacan los siguientes.



Tabla 11: Cátalo específico

<p>MAO Underaction</p> 	<p>Características: MAO Underaction, es la de calidad Alta, ya que sus acabados son mucho mejor y está fabricado con materiales de calidad y es de la siguiente manera:</p> <p>Elástico visto,</p> <p>Boxer Bordado, Recubierto la pierna,</p> <p>93% algodón y 7% Elastano.</p> <p>Existe en vario colores como: negro, azul, amarillo, verde, y bicolors.</p> <p>Disponible en varias tallas como son: S, M, L, XL.</p>
---	---

<p>Mao Slim</p> 	<p>Características: MAO Slim, es de calidad alta, ya que sus acabados son superior, con tecnología DryFit, el cual se encarga de absorber el sudor y está fabricado con materiales de calidad, diseño para deportistas y es de la siguiente manera:</p> <p>Elástico visto, Boxer Bordado</p> <p>Recubierto la pierna,</p> <p>93% algodón y 7% Elastano</p> <p>Compuesto por Stretch</p> <p>Existe en vario colores como: negro, azul, amarillo, verde, verde fluorescente y bicolors.</p> <p>Disponible en varias tallas como son: S, M, L, XL.</p>
<p>MAO Classic</p> 	<p>Características: MAO Classic, de calidad alta, sus acabados son más sutiles, aplica la misma tecnología del MAO Slim, con tecnología DryFit, el cual se encarga de absorber el sudor y está fabricado con materiales de calidad y es de la siguiente manera:</p> <p>Elástico visto</p> <p>Boxer Bordado</p> <p>Recubierto la pierna</p> <p>93% algodón y 7% Elastano</p> <p>Stretch</p> <p>Existe en vario colores como: negro, azul, amarillo, y verde.</p> <p>Disponible en varias tallas como son: S, M, L, XL</p>

<p>D'Impacto</p> 	<p>Características: La línea D'Impacto, es una línea de calidad media exclusivamente de línea conocido como calzoncillos, especialmente diseñada para los niños:</p> <p>Fabricado de poliéster y algodón</p> <p>Recubierto</p> <p>Bordado y combinado.</p> <p>Existen en varios colores, como son el blanco, gris, azul, rojo, celeste, combinados y con caricaturas.</p> <p>Como es una línea para niños, la talla es únicamente S</p>
<p>D'Impactito</p> 	<p>Características: La línea D'Impactito, es una línea de calidad media, en la línea de bóxer, especialmente diseñada para los niños:</p> <p>Fabricado de poliéster y algodón</p> <p>Recubierto</p> <p>Bordado y combinado.</p> <p>Existen en varios colores, como son el tomate, azul, rojo, combinados y con caricaturas.</p> <p>Como es una línea para niños, la talla es únicamente S</p>

<p>Papy Adulto</p> 	<p>Características: Papy Adulto, es la línea más económica de la empresa, una línea en el cual está hecha de:</p> <p>90% poliéster estampado</p> <p>Elástico visto</p> <p>Recubierto la pierna.</p> <p>En este modelo, se pueden apreciar diferentes tipos de colores y gustos, ya que en diferentes épocas o gustos se puede apreciar estos tipos de modelos como son diseños del Barcelona, y en un tiempo del mundial, se pudo apreciar modelos exclusivos de países participantes.</p> <p>La talla de estos modelos viene en: S, M, L, XL</p> <p>Y los colores son surtidos para todos los gustos.</p>
<p>MAO Junior</p> 	<p>Características: MAO Junior, de calidad media diseñado para los niños modernos, sus acabados son más infantiles y diseños de personajes de la television, está fabricado con materiales de calidad y es de la siguiente manera:</p> <p>Elástico visto</p> <p>Boxer Bordado</p> <p>Recubierto la pierna</p> <p>93% algodón y 7% Elastano.</p> <p>Existe en vario colores como: negro, azul, amarillo, bige y bicolors.</p> <p>Disponible en tallas como: S para niños.</p>

<p>Lady Jasmine</p> 	<p>Características: Una línea económica para damas, cachetero de algodón, elástico visto en panty, viene en diferentes colores y estampados en diferentes modelos.</p> <p>Tallas: las tallas para las mujeres vienen en S, M,L,XL</p>
 <p>Verito's</p>	<p>Características: Una línea económica para las más chiquitas de la casa, tipo cachetero de algodón, elástico visto, viene en diferentes colores y estampados en diferentes modelos.</p> <p>Tallas: las tallas para las mujeres vienen en S.</p>

Fuente: Corporación Impactex
Elaborado por: David Lligalo

4.2.6 Clientes

En la actualidad la empresa vende a nivel nacional, ya que cuenta con agentes de ventas distribuidos por todas las provincias de las diferentes regiones; a continuación, les presentaremos un cuadro con los principales compradores.

Tabla 12: Principales Clientes

Cliente	Local	Ciudad
Martin Ordoñez Pinos	Super Cumanda	Guayaquil
Cecilia Coronel	Magico Mundo	
Avecillas Parra Zoila Eloisa	S/N	
Chica Juan Carlos	Casa Del Toldo	Santo Domingo
Franco Danilo	S/N	Machala
Vinces Angel	S/N	Huaquillas
Castañeda Franklin	S/N	Quevedo

Fuente: Corporación Impactex
Elaborado por: David Lligalo

4.2.7 Estudio de Mercado

4.2.7.1 Datos demográficos

Los Estados Unidos Mexicanos o México está ubicado en América del Norte. Si usamos como referencia el Ecuador, se localiza en el hemisferio Norte y, de acuerdo con el meridiano de Greenwich, en el hemisferio Occidental.

Limita al Norte con Estados Unidos de América, al Sur y Oeste con el océano Pacífico, al Este con el Golfo de México y el mar Caribe, y al Sureste con Guatemala y Belice.

Tabla 13: Datos demográficos

Detalle Nacional		Detalle mercado Objetivo	
Población	112.336.538	Población	8'851.080
Hombres	54'855.231	Hombres	4'233.783
Mujeres	57'481.307	Mujeres	4'617.297
Nacimientos	4'707.192	Nacimientos	303.778
Hombre	2'385.590	Hombre	152.879
Mujeres	2'321.520	Mujeres	150.899
Defunciones	1'310.281	Defunciones	77.813
Hombres	726.685	Hombres	42.694
Mujeres	582.958	Mujeres	35.074
Total México		México DF	
Soltero	34,2	Soltero	34,1
Casado	39,3	Casado	39

Unión libre	15,4	Unión libre	15,9
Separada	4,4	Separada	4,8
Divorciada	1,6	Divorciada	1,5
Viudo	4,7	Viudo	4,4
Mujeres		Mujeres	
Soltero	31,5	Soltero	31,7
Casado	38,1	Casado	37,6
Unión libre	15	Unión libre	15,3
Separada	5,9	Separada	6,6
Divorciada	2	Divorciada	1,9
Viudo	7,1	Viudo	6,6
Hombres		Hombres	
Soltero	37	Soltero	36,7
Casado	40,6	Casado	40,5
Unión libre	15,8	Unión libre	16,6
Separada	2,8	Separada	2,8
Divorciada	1,2	Divorciada	1
Viudo	2,1	Viudo	2
Nivel Educativo	Total	Hombre	Mujeres
Educación Básica	25.980.148	13.196.004	12.784.144

Preescolar	4.804.065	2.428.623	2.375.442
Primaria	14.351.037	7.322.782	7.028.255
Secundaria	6.825.046	3.444.599	3.380.447
Educación media Superior	4.813.165	2.406.926	2.406.239
Profesional técnico	72.334	29.263	43.071
Bachillera rato	4.740.831	2.377.663	2.363.168
Educación Superior	3.515.404	1.782.205	1.733.199
Normal Licenciatura	121.342	34.625	86.717
Licenciatura universitaria y tecnológica	3.156.969	1.634.184	1.522.785
Posgrado	237.093	113.396	123.697

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía México (INEGI)

Elaborado por: David Lligalo

Interpretación

Los datos demográficos de México son los siguientes, siendo este uno de los países más poblados del mundo con un total de 112'336.538, en cual está dividido en 54'855.231 en hombre y 57'481.307 mujeres, de los cuales están distribuidos en varios estados, en donde nos enfocaremos en uno solo estado como nuestro mercado objetivo como es el Distrito Federal de México, con una población de 4'233.783 hombres y 4'617.297 en mujeres, y con un total del estado de 8'851.080 personas.

Ahora bien, el nacimiento total es un promedio en todos los estados de 4'707.192 niños, en los cuales están divididos en 2'385.590 niños y 2'321.50 niñas y en nuestro mercado objetivo está en 152.879 niños y 150.899 niñas con un total en el estado de 303.778 ; así como nacen miles de niños en todo México, las defunciones son mucho más bajo ya que en todos los estados, las defunciones totales están en 1'310.281, de los cuales 726.685 son hombres y 582.958 son mujeres, mientras que en nuestro mercado objetivo las defunciones están en 77.813 personas fallecidas del cual 32.694 son hombres y 35.074 son mujeres, el cual nos da una idea de que los nacimientos en el país son más que las defunciones, por lo cual mantienen una población en constante crecimiento.

En el caso de los estados civiles, la mayor población en México es casada, siguiendo luego por una población que es soltero y no se tiene ningún compromiso, las misma tendencia se lo tiene en nuestro mercado de destino, que la mayor población es casada siguiendo luego por personas que son solteras, aquí también tenemos una población considerable que se encuentra en Unión libre que solamente viven juntos como una familia, en el caso de las mujeres tienen la misma tendencia, mayormente son casadas, de la misma manera en nuestro mercado de destino, siguiendo luego de mujeres solteras tanto en todo México y como en nuestro mercado de destino, cabe destacar que la Unión libre se encuentra más en el DF, ahora en el caso de los hombres, sigue el mismo patrón que las mujeres, ya que existen más casados y solteros en todos los estados, y así como nuestro mercado objetivo; mientras tanto que separadas, divorciados y viudos existen en cantidades mínimas .

En el aspecto educativo, una mayor población tiene un nivel de educación básica, así como de la primaria entre hombres y mujeres, y una población media si termino la secundaria, siendo estos valores mucho más altos en el Distrito Federal de México, debido a su acceso a las principales instituciones educativas, en tanto a la educación superior, los valores son bajos, ya no todos tienen acceso a ese derecho, una gran cantidad de profesionales de nivel superior se encuentran en la capital, por su facilidad de contar con las mejores universidades por ser la capital.

4.2.7.2 Factores económicos

México, uno de los países más importante de Latinoamérica, con gran población y de crecimiento económico constante, el salario básico es de 2401 pesos, que al cambio actual en dólares representa \$135,08 dólares estadounidenses, con el cual alrededor de 7 millones de mexicanos sobreviven mensualmente, Los ingresos para las mujeres y los hombres son muy diferente, ya que es un país con altos índices de machismo, es por esa misma razón las mujeres no escalan a altos puestos.

Por esas circunstancias México en finales del año 2016 presento un crecimiento del 2.2 por ciento, mientras que para el año actual se espera alcanzar el 1.7 por ciento, por la crisis petrolera y la inflación del 5 por ciento pronosticado, la tasa de desempleo ronda los 11 por cientos.

Por ello las principales fuentes económicas son las remesas, producción de energía, petróleo, gas, telecomunicaciones y el sector financiero, El gobierno actual hace inversiones en ciertas áreas que dan avances para el crecimiento del país, en temas como son las telecomunicaciones entre otras, todo esto se lo realiza a través de reformas que ayudan a mejorar aspectos importantes de la economía.

Mientras que la crisis actual del petróleo mexicano es crítico, y se ha visto un descenso en la producción diaria, bajando de una producción de 2 millones 267 mil de barriles diarios a 2 millones 154 mil barriles, lo cual representa una baja del 5%, así como también las bajas en el crudo, también ha sido para los derivados que se producen, representando una pérdida considerable para el sector, estas bajas se han visto principalmente por la crisis mundial que afecto en los precios, pasando a ser de un \$43,12 a un \$35,63 dólares por barril, esto afecto directamente a la balanza petrolera de PEMEX, con el cual cuentan con un déficit de las exportaciones directa de estos derivados.

A pesar que la industria textil pase por una crisis económica y la depreciación del peso frente al dólar americano se mantiene optimistas, se pretenden crecer hasta un 10% este año, inclinándose más a la compra de maquinarias y nuevos tipos de materia prima, lo cual ha permitido mejora la producción y más ecológico, la innovación que presentan, y

una mayor participación en el sector automotriz, un 30% de un automóvil está hecha por productos textiles, tales como tableros, sillas en cuero, bolsas de aire entre otros componentes; pese a que el sector se han visto afectado por contrabandos y la ilegalidad.

4.2.7.3 Factor político

México gobernado por su actual presidente Enrique Peña Nieto, que pertenece al Partido Revolucionario Institucional (PRI), que es un partido con larga trayectoria, solida e influyente, ya que por muchos tiempos pasados el partido gobernó, el PRI es un partido que se encarga de velar por el bienestar de sus pobladores, un partido de Izquierda que en todo este tiempos ha venido viendo por un país mejor para todos, bueno según su ideología; México es una de las economías más grandes del mundo y la segunda a nivel de Latinoamérica, su economía depende mucho de su país vecino que es Estados Unidos, porque el 80% de sus exportaciones son a dicho país.

Ahora bien las políticas que toman en aspectos de comercio exterior son muy comunes como en otros países, ya que México como la mayoría tiene acuerdos comerciales con diferentes naciones, como Estados Unidos, Canadá, Alemania entre otros, como su principal socio comercial lo sigue manteniendo con su vecino país del norte, mientras tanto que para las importaciones provienen todos del mismo país del norte en un gran porcentaje, así también de los países de Asia como China y Japón, el país mexicanos también mantiene algunas políticas para el intercambio de mercancías, como son el uso de aranceles para las importaciones, subsidios a exportaciones, restricciones que se realiza para mantener una productividad constante.

4.2.7.4 Tendencias de consumo

En tanto a la tendencia de consumo respecto a las prendas de vestir, mucho de los mexicanos son promovidos por los medios de comunicación y las redes sociales para preferir algún producto y consumirlo, ya que la mayoría de los jóvenes del país entre los 16 y 36 años están en constante conexión en las redes sociales y en las tendencias de moda promovidas por ciertos medios como pueden ser el MTV, que es uno de los cuales promueven eventos de pasarela y moda actual; no olvidemos que la moda

también está presente y promovida por los grandes artistas, que todo lo que usan lo convierten en tendencia de moda y producto apetecido por todos, los mexicanos últimamente prefieren la calidad en relación al precio.

Ahora bien el mercado mexicano es una de las mejores, ya que existen oportunidades de negocio por lo cual el 36% compran ropa por lo menos una vez al mes, y con los cambios tecnológicos no es necesario comprarlo en tiendas si no en la comodidad del hogar con tiendas online, ahora bien los lugares donde más compran son en tiendas como Liverpool y Suburbia, los cuales se encargan de la venta de ropa para todos los gustos, las principales marcas son vendidas en dichas tiendas como son Victoria Secret, Armani y Segna, pese a que las propias marcas tienen sus propias tiendas, por eso últimamente los mexicanos gastan más dinero en ropa.

En cuanto a la preferencia y gusto al momento de vestir, muchos de los mexicanos prefieren los colores blancos, azules y rojos, pese a que algunos jóvenes se inclinan a colores más oscuros por las tendencias de moda actuales.

Por eso, el sector textil es una de las mejores para la producción y venta, ya que es un mercado muy grande y de buen potencial de clientes jóvenes que le gusta del buen precio y la calidad, de buscar lo adecuado y de manera rápida, los mexicanos son muy consumistas en este sentido, tienden a consumir productos de buenos establecimientos y de marcas que tienen tendencia, es por eso que muchos de ellos consumen lo mejor y de calidad.

4.2.7.5 Marcas competidoras

Calvin Klein: la marca es muy querida debido a su confortabilidad, acabados, resistencia y materiales con que son elaborados.

Es una marca reconocida a nivel mundial, por su gran calidad y sus diseños, una marca con larga trayectoria que ha trascendido por los años siendo de una categoría de elite. Hasta el momento la marca de ropa es de prestigio y reconocido por los grandes artistas como sus prendas de vestir favoritos, siendo un icono.

Sus principales productos a los que se dedican son la elaboración de boxers, y así también a la fabricación de perfumes de la misma marca.

Fruit of the loom: una marca igual de apetecida, sin embargo, la calidad no es como las anteriores, no tiene buena resistencia y el precio es muy bajo.

Considerada como una de las marcas más importantes del mundo, que tiene una amplia trayectoria en el mundo textil, es una de las empresas sólidas, que brinda trabajo a 28000 mil empleados en todo el mundo, es una de las marcas más rentables a nivel mundial.

La empresa se enfoca a la producción de prendas de vestir para hombres, mujeres y niños, siendo ropa interior para hombre su principal segmento.

Optima: Una marca de ropa interior que ha venido desarrollándose a lo largo de su vida, con productos de calidad y a la vanguardia a los principales competidores, una marca y producto de Avante que trabaja con algodón y fibras sintéticas, creando tejidos de calidad.

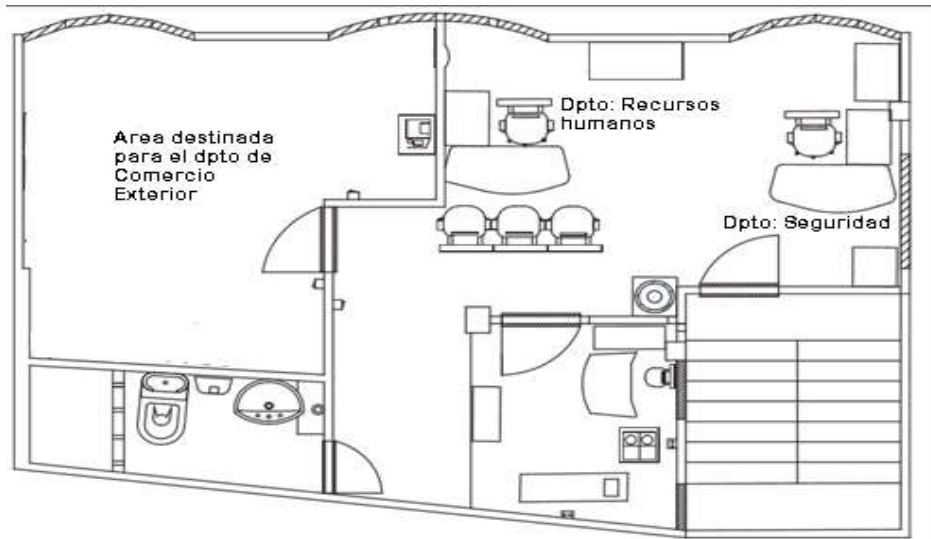
La marca está dedicada a la producción de bóxer para hombres con estilo, comparten la misma producción y calidad que Skiny, su marca hermana, debido a que son producidos por la misma empresa.

Skiny: otra marca de la empresa Avante, productos de calidad enfocados en los bóxeres para hombres con estilo, una marca que se dedica a ayudar a más de 8500 familias mexicanas, gracias a su gran planta de producción.

4.2.8 Estudio Técnico

El estudio técnico se marca las dimensiones físicas y la capacidad que tiene la empresa y cómo funcionará el nuevo departamento en la entidad.

Ilustración 4: Planimetría Impactex



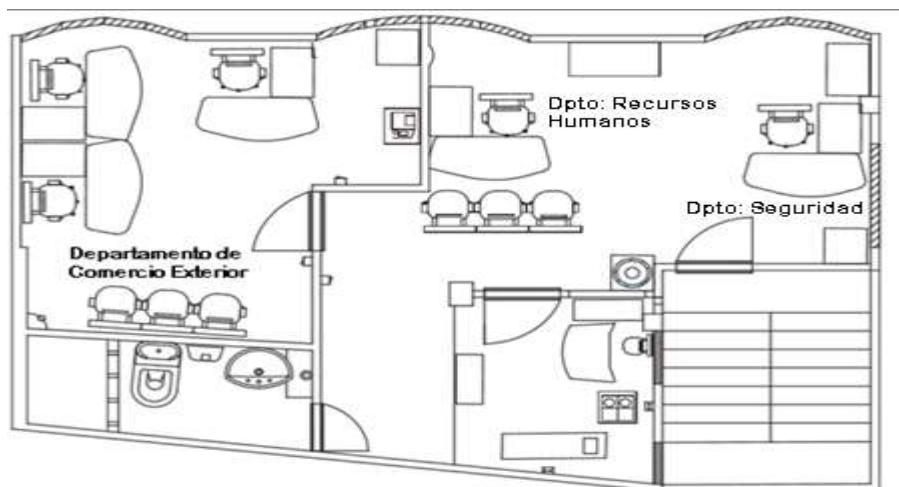
Fuente: Corporación Impactex
Elaborado por: Departamento de Seguridad.

Descripción: En esta área de producción se manejan dos departamentos como son los de recursos humanos y de seguridad y con todos los servicios básicos.

4.2.9 Área destinada para el departamento de comercio exterior

Nueva área de seguridad y recursos humanos incluido el nuevo departamento de comercio exterior.

Tabla 14: Nueva planimetría con el nuevo departamento de Comercio Exterior



Fuente: Corporación Impactex
Elaborado por: Departamento de Seguridad.

Distribución: La nueva distribución está definida de la siguiente manera, el departamento de comercio exterior estará en la planta de producción, a lado del departamento de Seguridad y de Recursos humanos, la cual contará con 3 nuevos colaboradores, jefe de departamento de comercio exterior, y dos auxiliares en importación y exportación, cada cual definidos en sus propios escritorios.

4.2.9.1 Capacidad productiva:

La empresa a lo largo de los tiempos ha venido avanzando, y progresando en todos los aspectos empresariales, por lo tanto, la capacidad productiva está enmarcado en todo el personal que labora en la producción, lo cual será detallado a continuación.

Tabla 15: Capacidad productiva

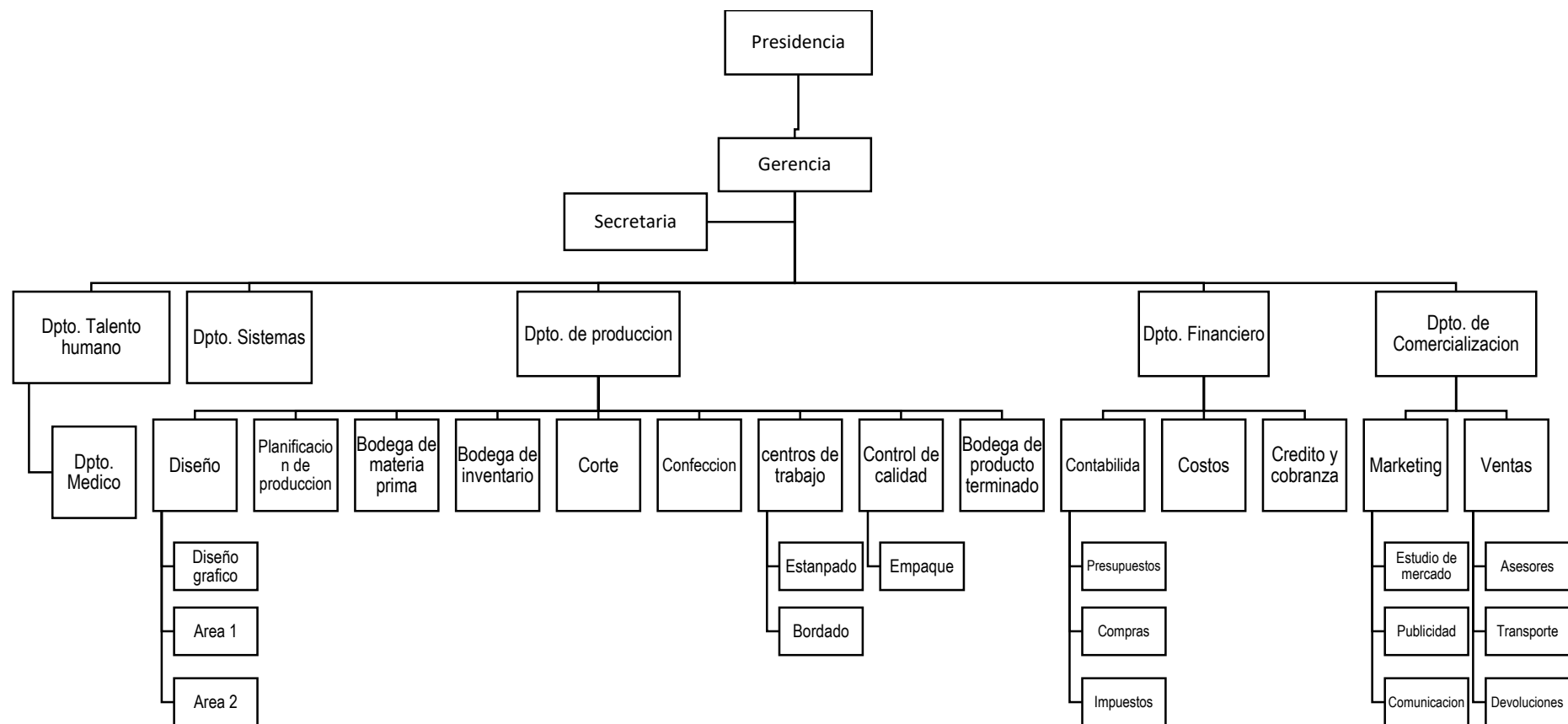
Personal	39 personas laboran en el área de producción de manera lineal
Activos Fijos	Cuenta con 39 máquinas distribuidas para cada una de las trabajadoras.
Producción por hora	El total de producción por hora es de 14 unidades, lo cual circula de manera lineal por todas las trabajadoras
Proveedores	Nuestros proveedores están en capacidad de surtir la materia prima de manera rápida y de calidad, nuestra capacidad instalada esta vista en que no se pueda cubrir todas las necesidades, y la necesidad de ampliar el área de producción y poder producir más y exportar.
Clientes	Los principales consumidores están en la zona costera del país, en provincias como Guayas, Santo domingo de los Tsáchilas y también como mayoristas que también lo distribuyen en la Capital. En temas de exportación la empresa aun no exporta, pese a que recientemente está en negociaciones y estudios para exportar a México.

Fuente: Corporación Impactex

Elaborado por: David Lligalo

4.2.9.2 Organigrama estructural

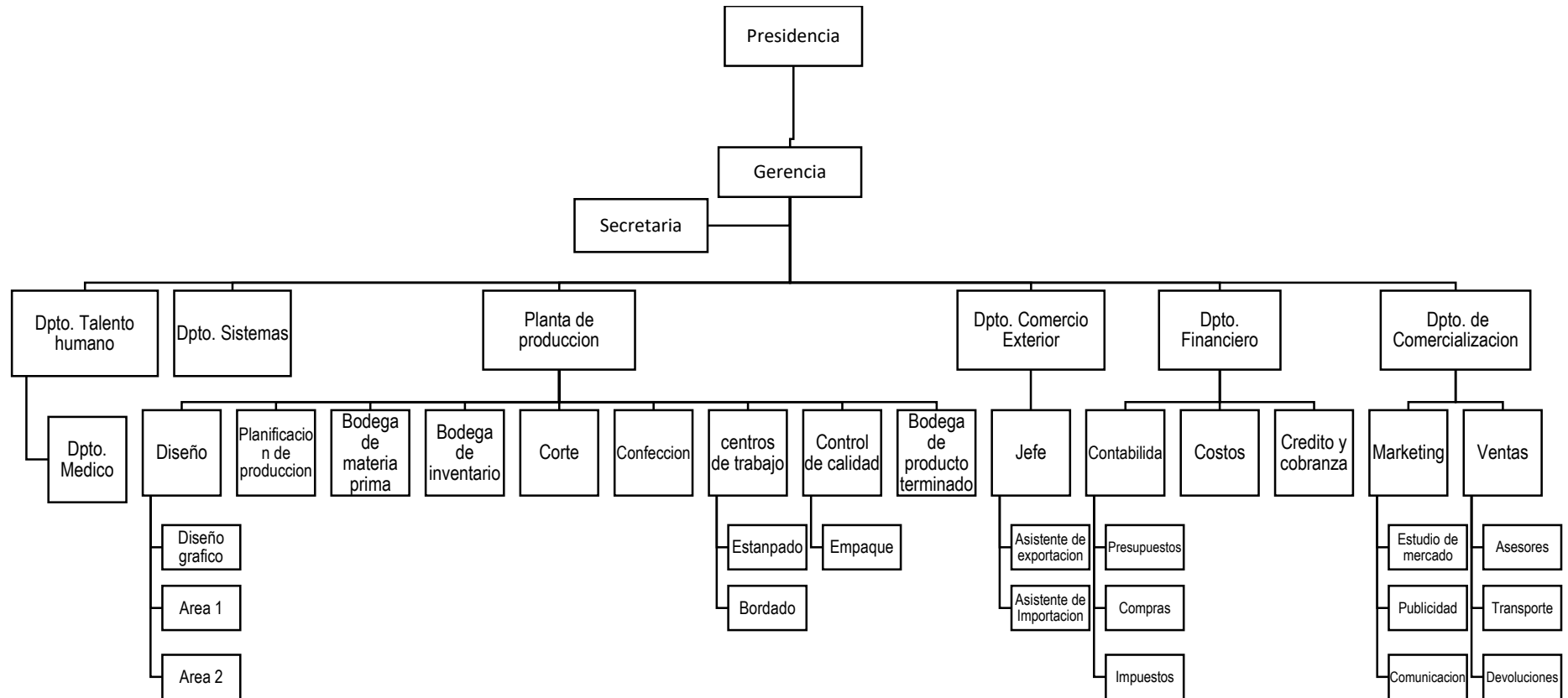
Ilustración 5: Organigrama Estructural de la Corporación



Fuente: Corporación Impactex
Elaborado por: David Lligalo

4.2.9.3 Nuevo Organigrama estructural

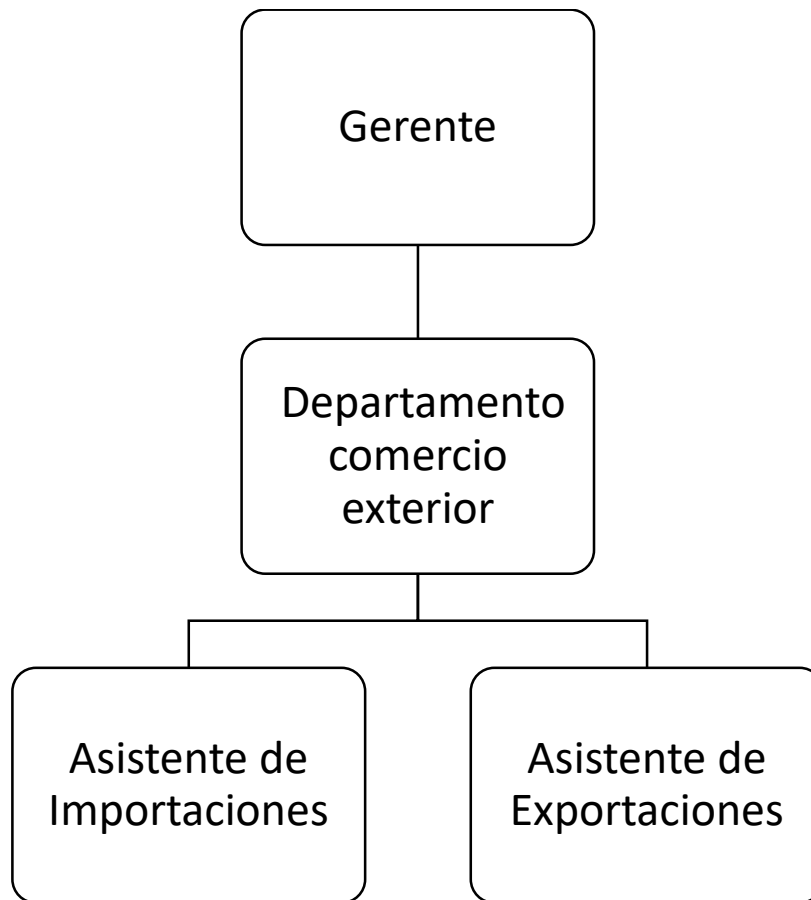
Ilustración 6: Nuevo Organigrama Estructural de la Corporación



Fuente: Corporación Impactex
Elaborado por: David Lligalo

4.2.9.4 Organigrama estructural departamental

Ilustración 7: Departamento de Comercio Exterior



Fuente: Corporación Impactex
Elaborado por: David Lligalo

4.2.9.5 Manual de funciones

Al momento de contratar un nuevo personal para la empresa, estará sujeto al reglamento interno de trabajo, capítulo III, Artículo 14.- Ingreso de Personal. - Toda persona que ingrese a laborar en Corporación Impactex deberá presentar en la solicitud de empleo por escrito proporcionada por el departamento de Recursos humanos, adjuntando toda la documentación solicitada. Para los prestos en donde se maneja dinero u otros valores es privativo de la Presidencia, gerencia solicitar caución y determinar su monto.

Todo esto será requerido en la empresa más el perfil para cada puesto de trabajo que se detalla a continuación.

Tabla 16: Manual de funciones jefe departamental

Cargo: jefe departamental de Comercio Exterior
Objetivo: Garantizar la adaptabilidad de todo el personal a la estructura departamental, y la mejora continua de los procesos
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir, organizar, planear, coordinar y supervisar los procesos de exportación e importación de la empresa. • Buscar nuevos mercados para los productos • Realizar estudios de mercado para colocar nuevos productos • Realizar negociaciones a nombre de la empresa • Asignar y supervisar al personal en las diferentes funciones que se les designe • Evaluar de manera constante los costos y materiales. • Autorizar y ordenar los pagos necesarios • Elaborar presupuestos mensuales • Presentar informes contantes al gerente y presidente • Supervisar, controlar y medir la eficiencia del personal
<p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sobre logística de importación y exportación • Manejo de temas Aduaneros • Evaluación de Proyectos • Manejo de personal • Manejo de Ecuapass • Programa básico de Word, Excel. Power Point y similares • Análisis de datos • Ingles nivel avanzado
Línea Jerárquica: administrativo

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: David Lligalo

Tabla 17: Manual de funciones asistente de importación

Cargo: Asistente de importaciones
Objetivo: Ejecutar los procesos definidos, aplicando las normas ya establecidas, elaborando documentos, realizando cálculos y más funciones determinados.
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación de operaciones con los principales proveedores en todos los transportes. • Manejo de páginas de Ecuapass • Control y seguimientos de documentos de importación • Análisis y control de documentos internacionales • Revisión, facturación y liquidación de operaciones de importación • Manejo de todos los documentos físicos generados en las operaciones
<p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sobre logística de importación y exportación • Conocimientos en temas aduaneros • Realización de Proyectos • Manejo de Ecuapass • Programa básico de Word, Excel. Power Point y similares • Análisis de datos • Ingles nivel intermedio
Línea: Jerárquica: administrativo

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: David Lligalo

Tabla 18: Manual de funciones de Asistente de exportación

Cargo: Asistente de exportaciones
Objetivo: Ejecutar los procesos definidos, aplicando las normas ya establecidas, elaborando documentos, realizando cálculos y más funciones.
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación de operaciones con los principales proveedores en todos los transportes. • Manejo de páginas de Ecuapass • Control y seguimientos de documentos de exportaciones • Análisis y control de documentos internacionales • Revisión, facturación y liquidación de operaciones de exportaciones • Manejo de todos los documentos físicos generados en las operaciones
<p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sobre logística de importación y exportación • Conocimientos en temas aduaneros • Realización de Proyectos • Manejo de Ecuapass • Programa básico de Word, Excel. Power Point y similares • Análisis de datos • Ingles nivel intermedio
Línea Jerárquica: administrativo

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: David Lligalo

4.2.9.6 Procesos de importación

Las personas que pueden importar son todas las Personas Naturales y Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país y que se hayan registrado como importadores en el sistema Ecuapass y estar aprobados en la Aduana del Ecuador. Para obtener el registro de importador, se debe gestionar el RUC en el servicio de rentas internas SRI, por el cual para obtener el registro se deberá adquirir el certificado digital para la firma electrónica, lo cual es emitida por el Banco Central de Ecuador y la empresa Security Data, posterior a ese se debe hacer el registro en el portal de

Ecuapass, en donde se puede realizar una serie de trámites como crear usuario y contraseña, Aceptar las políticas de uso y registro de la firma electrónica.

Una mercadería puede ser importada siempre y cuando no tenga ningún tipo de restricción o sea considerada de prohibida exportación, se puede verificar en el sistema de Ecuapass, una vez verificada el producto se podrá seguir con los tramites de importación como son los papeleos y la contratación de los transportes necesarios para la movilidad de la mercadería.

Para realizar los trámites de desaduanización de las mercadería es necesario la contratación de un agente aduanero acreditado por la Aduana para la asesoría al momento de la nacionalización, se deberá presentar todos los documentos necesarios como la Declaración Aduanera de Importación (DAI), que son emitidos por los programas informáticos de la Aduana, lo cuales serán proporcionados en un periodo determinado por la ley, todo esto deberá ser adjuntado con los documentos de soporte, como son el documento de transporte, factura comercial, certificado de origen, documentos de la SENA consideren necesarios, y la DAI.

Al momento de la desaduanización, los productos pueden entrar en un control, como se lo denomina como aforo, que es una verificación de los productos importados y que estén acorde con los establecidos en los documentos de soporte y las autoridades se encargaran de establecer el canal del aforo adecuado para la inspección y lo podrá determinar en cualquier momento dicha inspección.

En cuanto al pago de los tributos, el valor es establecido en la clasificación arancelaria y determinado por el producto que se importa, los tributos aduaneros son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes y las tasas por los servicios aduaneros. Los principales tributos aduaneros son:

Ad-valorem (Arancel cobrados a las mercancías) lo cuales son establecidos por las autoridades competentes, el cual es un porcentaje dependiendo del producto, el cual es aplicado en la suma del Costo, Seguro y Flete, que es la base imponible de importación.

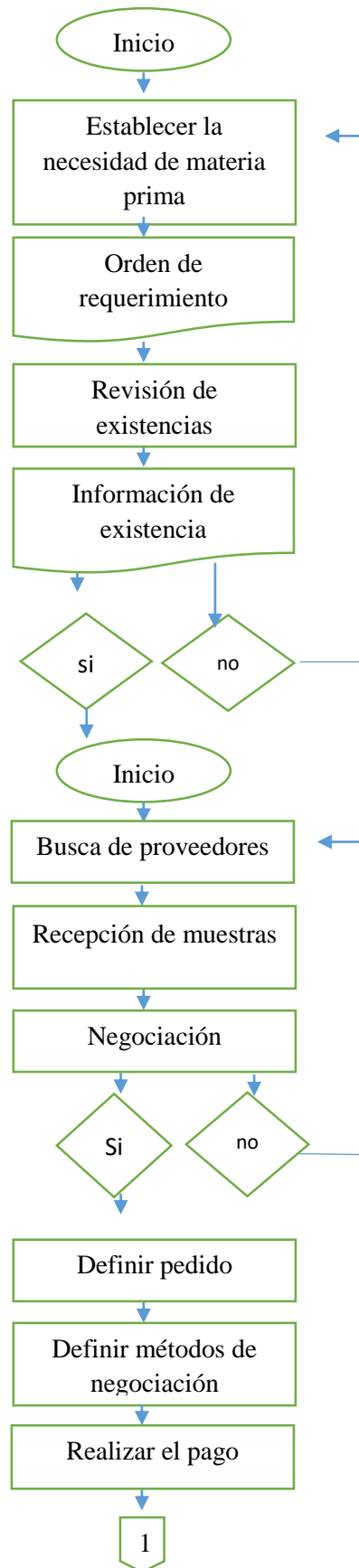
FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia) es un valor de 0,5% calculado de la base imponible de la importación.

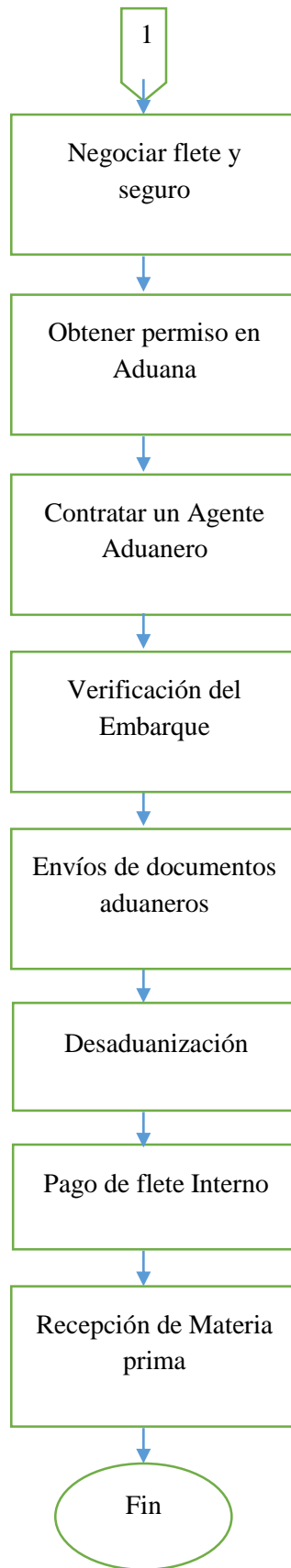
ICE (Impuesto a los Consumos Especiales), es un valor variable que es determinado dependiendo del producto a ser importado.

IVA (Impuesto al Valor Agregado) impuesto del 12% sobre el base imponible sumado el Advalorem más Fodinfra y el ICE.

Estos han sido todos los impuestos que se determina al momento de ingresar al país, luego de cumplir con todas las leyes y pagos de tributos la está listo para su despacho, transporte y almacenaje de la mercadería en las bodegas de la empresa.

4.2.9.7 Flujograma de Importación





Fuente: Proceso de Investigación
Elaborado por: David Lligalo

4.2.9.8 Matriz de cumplimiento de importación

Parámetro de evaluación

El presente método de evaluación funcionará de la siguiente manera, se aplicará en cada proceso de importación y exportación, para posterior verificar si se ha cumplido cada paso de manera óptima, los parámetros se presentan a continuación:

1=Si cumple

0=No cumple

Estos datos serán aplicados directamente en el indicador.

Tabla 19: Matriz de cumplimiento importación

Actividad	Documento	Responsable	Observación
Establecer la necesidad de materia prima	Orden de requisición	Jefe de bodega	
Orden de requerimiento	Orden de pedido de materiales	Jefe de producción	
Revisión de existencias	Kardex	Jefe de bodega	
Información de existencias	Kardex	Jefe de bodega	
Busca de Proveedores	Estudio de mercado	Jefe del departamento de comercio exterior	
Recepción de muestras	Tabla de muestras	Diseñador	
Negociación	Factura	Jefe del departamento de comercio exterior	
Definir pedido	Proforma	Diseñador, jefe del	

		departamento de comercio exterior, Contadora	
Definir métodos de negociación	Proforma	Jefe del departamento de comercio exterior	
Realizar el pago	Tipo de negociación, factura comercial	Contadora	
Negociar flete y seguro	Factura y póliza de seguro	Asistente de importaciones	
Obtener permiso en Aduana	Documentos de soporte	Asistente de importaciones	
Contratar un agente Aduanero	Contrato de servicios	Asistente de importaciones	
Verificación del embarque	DAI	Agente de aduana	
Envíos de documentos aduaneros	Comprobante de envío, Correo	Asistente de importaciones	
Desaduanización	Documentos de soporte	Asistente de importaciones	
Pago de flete interno	Guía de transporte	Asistente de importaciones	
Recepción de materia prima	Factura	Jefe de bodega	

Fuente: Flujograma

Elaborado por: David Lligalo

4.2.9.9 Proceso de exportación

Toda persona ecuatoriana o extranjera que residan en el país, como personas naturales y jurídicas pueden realizar exportaciones, siempre y cuando cumplan con los siguientes requisitos para ser exportador ante la ente competente como es el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), previo a esto deberá contar con el registro único de contribuyente (RUC), que es otorgado por el servicio de rentas internas (SRI), también deberá obtener la firma electrónica que es emitida por el Banco Central del Ecuador y por le empresa Security Data, así también se debe estar registrado en el página web del servicio nacional de aduana del Ecuador (SENAE).

Una vez estar registrado como exportador, se deberá presentar los documentos como es la Declaración Aduanera Única de Exportación (DAE), llenarla de manera correcta y según las instrucciones del manual de despacho de exportaciones en el distrito donde se tramita, lo cual también puede estar acompañada por factura o proformas y los documentos que se cuenten antes del embarque, la declaración crea un vínculo legal y obligaciones que se debe cumplir con la SENAE, los principales datos que debe contener la DAE son:

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

Mientras que los documentos que deberá acompañar a la DAE son:

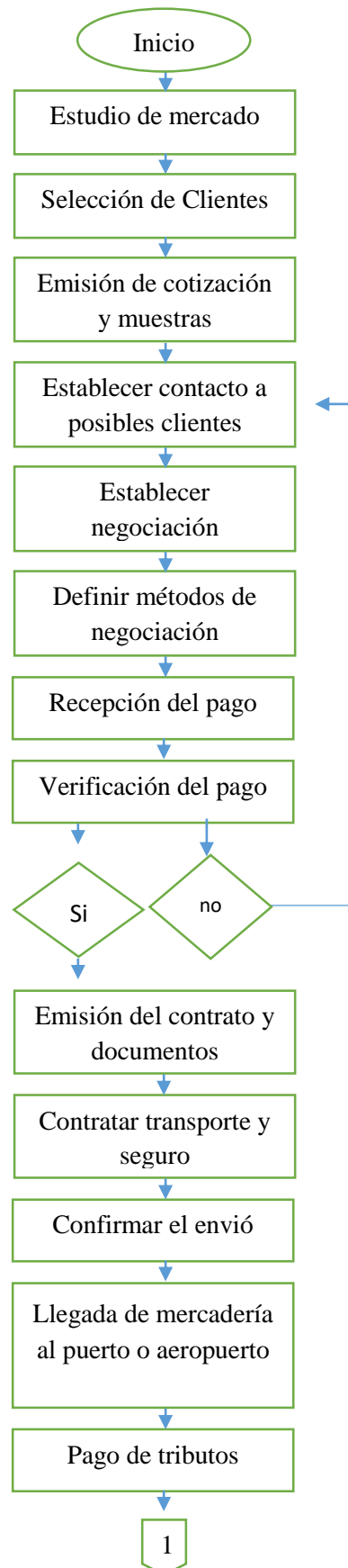
- Factura comercial
- Autorizaciones previas
- Certificado de origen

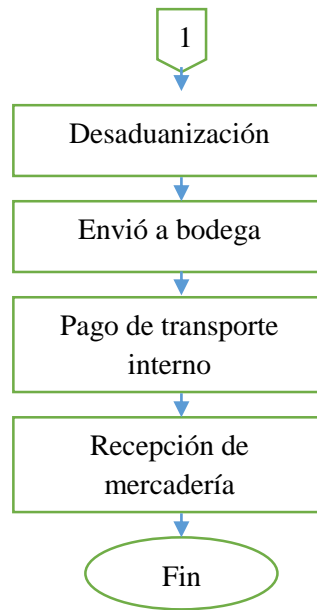
Una vez aprobada la DAE, toda la mercadería ingresa a la zona primaria del distrito en donde se hará el embarque, previo a esto un registro y almacenaje a su exportación, al

exportador se le notificara el canal de aforo que se le designo, los cuales pueden ser: Aforo automático, Aforo Documental y el Aforo físico.

Una vez realizado todos los pasos y pagos de los tributos y haber aprobado el canal de aforo designado, la mercadería en embarcada y enviada hacia su mercado de destino.

4.2.9.9.1 Flujograma de Exportación





Fuente: Proceso de Investigación
Elaborado por: David Lligalo

4.2.9.9.2 Matriz de cumplimiento de Exportación Interna

Parámetro de evaluación

El presente método de evaluación funcionará de la siguiente manera, se aplicará en cada proceso de importación y exportación, para posterior verificar si se ha cumplido cada paso de manera óptima, los parámetros se presentan a continuación:

1=Si cumple

0=No cumple

Estos datos serán aplicados directamente en el indicador.

Tabla 20: Matriz de Cumplimiento Interna

Actividad	Documento	Responsable	Observación
Estudio de mercado	Proyecto	Jefe del departamento de comercio exterior	
Selección de Clientes	Base de datos	Jefe del departamento de comercio exterior	

Emisión de cotización y muestras	Proformas	Asistente de exportaciones	
Establecer contactos a posibles clientes	Llamadas	Asistente de exportaciones	
Establecer Negociación	Documentos de soporte	Jefe departamental y Asistente de exportaciones	
Definir métodos de negociación	Factura comercial	Asistente de exportaciones	
Recepción del pago	Trasferencia bancaria	Contadora	
Verificación del pago	Estado de cuenta	Contadora	
Emisión del contrato y documentos	Documentos de soporte	Asistente de exportaciones	
Contratar transporte y seguro	Factura y póliza de seguro	Asistente de exportaciones	
Confirmar el envío	Llamadas	Asistente de exportaciones	

Fuente: Flujograma

Elaborado por: David Lligalo

4.2.9.3 Matriz de cumplimiento de Exportación Externa

En este aspecto, la verificación no nos compete, ya que la mercadería está en el puerto de destino, y nuestra evaluación llegara solo hasta el puerto del país de origen

Tabla 21: Matriz de cumplimiento de exportación externa

Actividad	Documento	Responsable	Indicador
Llegada de mercadería a puerto o aeropuerto	Llamadas	Importadores	
Pago de tributos	DAE	Importadores	
Desaduanización	DAE	Importadores	
Envió a bodega	Factura	Importadores	
Pago de transporte interno	Guías de transporte	Importadores	
Recepción de mercadería	Kardex	Importadores	

Fuente: Flujograma

Elaborado por: David Lligalo

4.2.10 Estudio Financiero

El presupuesto se establecerá de acuerdo con los recursos, adecuaciones físicas, inmobiliario y el sueldo al personal.

4.2.10.1 Estados Financieros

Se incluyeron los Estados Financieros actuales y la proyección de los posibles resultados si se aplicará las actividades de exportación al mercado México.

ACTIVO	
Efectivo / Bancos	437649,18
Cuentas y documentos por cobrar	866564,48
Inventario	1517528,31
Pagos Anticipados	70316,61
Fijos	
No depreciables	105680
Depreciable	95674,56
Intangible	3042
Otros activos	27000
Total Activo	3123455,14
PASIVO	
Cuentas por pagar	1691059,56
Obligaciones Bancarias	276340,71
Obligaciones Laborales	75193,8
IESS por pagar	19441,14
Obligaciones Fiscales	26679,9
Total	2088715,11
PATRIMONIO	
Capital Social	200
Aporte futura capitalización	858054,83
Resultados Acumulados	35754,72
Resultados del Ejercicio	140732,48
Total Patrimonio	1034740,03
Total pasivo y patrimonio	3123455,14

Fuente: Corporación Impactex

Elaborado por: David Lligalo

4.2.10.2 Costos Fijos

Tabla 22: Costos fijos

Cargo	Jefe Departamental	Asistente Importación	Asistente Exportación	Mensual	Anual
Sueldo	\$850	\$650	\$650	\$2150	\$25800
Aporte personal	\$80,33	\$61,43	\$61,43	\$203,18	\$2438,10
Aporte Patronal	\$103,28	\$78,98	\$78,98	\$261,23	\$3134,70
Décimo Tercero	\$70,83	\$54,17	\$54,17	\$179,17	\$2150,00
Décimo cuarto	\$31,25	\$31,25	\$31,25	\$93,75	\$1125,00
Vacaciones	\$35,42	\$27,08	\$27,08	\$89,58	\$1027,00
Fondos reserva					
	Total			\$2976,90	\$35722,80

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: David Lligalo

4.2.10.2.1 Costos Variables

Tabla 23: Costos Variables

N°	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor
1	Mano de obra adecuaciones	45m2	\$7	\$315
2	Movilización (Diesel)	65 galones	\$1,12	\$72,80
3	Mantenimiento de vehículo (lavada y cambio de aceite)	1 vez al mes	\$40	\$40
Total				\$427,80

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: David Lligalo

4.2.10.2.2 Activos fijos

Tabla 24: Activos Fijos 2017




N°	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor
1	Equipos de computo	3	\$809,00	\$2427
2	Sillas giratorias	3	\$70	\$210
3	Escritorios	3	\$210	\$630
4	Archivador Aéreo	3	\$85	\$255
5	Sillas de espera 3 en 1	1	\$279	\$279
6	Archivador Esquinero	1	\$125	\$125
Total				\$3926

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: David Lligalo

4.2.10.2.3 Proyección de ventas

A continuación, para la proyección se tomó en cuenta lo siguiente:

Artículo	Descripción																																		
<p>Contenedor</p> <p>20 pies estándar (dry cargo) 20'x8'x6'</p>  <table border="1" data-bbox="292 763 802 891"> <thead> <tr> <th rowspan="2">MEDIDAS</th> <th colspan="2">EXTERNA</th> <th colspan="2">INTERNA</th> <th colspan="2">PUERTA ABIERTA</th> </tr> <tr> <th>Metros</th> <th>Pies</th> <th>Metros</th> <th>Pies</th> <th>Metros</th> <th>Pies</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>LARGO</td> <td>6.05</td> <td>20'</td> <td>5.90</td> <td>19'4"</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>ANCHO</td> <td>2.43</td> <td>8'</td> <td>2.34</td> <td>7'8"</td> <td>2.33</td> <td>7'8"</td> </tr> <tr> <td>ALTO</td> <td>2.59</td> <td>8'6"</td> <td>2.40</td> <td>8'6"</td> <td>2.29</td> <td>7'6"</td> </tr> </tbody> </table>	MEDIDAS	EXTERNA		INTERNA		PUERTA ABIERTA		Metros	Pies	Metros	Pies	Metros	Pies	LARGO	6.05	20'	5.90	19'4"			ANCHO	2.43	8'	2.34	7'8"	2.33	7'8"	ALTO	2.59	8'6"	2.40	8'6"	2.29	7'6"	<p>el contenedor para el transporte de la mercadería será de 20 pies estándar.</p> <p>De las siguientes características o medidas</p> <p>Largo interno: 5,9m</p> <p>Ancho interno: 2,34m</p> <p>Alto interno: 2,40m</p>
MEDIDAS		EXTERNA		INTERNA		PUERTA ABIERTA																													
	Metros	Pies	Metros	Pies	Metros	Pies																													
LARGO	6.05	20'	5.90	19'4"																															
ANCHO	2.43	8'	2.34	7'8"	2.33	7'8"																													
ALTO	2.59	8'6"	2.40	8'6"	2.29	7'6"																													
<p>Parets o paleta</p> 	<p>Los palets o paleta, son un armazón que está realizado en madera o plástico, y es utilizado para el transporte de mercadería, siendo el tamaño estándar de 1,2x1,0.</p>																																		
<p>Cartón</p> 	<p>El cartón nace de un proceso de adhesión de varias capas de papel, haciendo este que sea más resistente que el papel. En la empresa utilizan cartón de las siguientes medidas, 66cm x 58cm.</p>																																		

Fuente: Proceso de Investigación
Elaborado por: David Lligalo

4.2.10.2.4 Proceso de cálculo

Capacidad del contenedor de 20 pies es para 10 paletas de 1,2x1,0
Capacidad de la paleta es para 12 cartones de 66cm x 58cm
Y en cada cartón entran un total de 16 docenas

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: David Lligalo

Para llenar un contenedor de las características mencionadas se hará lo siguiente:

En cada contenedor de 20 pies, entran un total de 10 palets o paletas de tamaño normal o estándar de 1,2x1,0.

La empresa para el envío de todas sus mercaderías maneja un solo tipo de cartón para todos sus productos, la medida de cada cartón es de 66cm x 58 cm, en el cual en dicha capacidad entran un total de 16 docenas de prendas.

Ahora bien, en cada paleta entran un total de 12 cajas o cartones, y en cada caja se encuentran 16 docenas.

Dándonos un total de 1920 docenas por contenedor.

Tabla 25: Costos de exportación

Productos	Valor de docena	Transporte interno	Aduanas	Estiba	Agente Aduanero	Seguro	Flete	Suma	Cantidad	Total
SLIM	35,78	0,208333333	6,0444	0,00875	2,604166667	0,377776	0,1029219	45,126348	288	12996,39
CLASSIC	33,18	0,208333333	6,0444	0,00875	2,604166667	0,377776	0,1029219	42,526348	288	12247,59
UNDERACTION	29,07	0,208333333	6,0444	0,00875	2,604166667	0,377776	0,1029219	38,416348	288	11063,91
MAO JUNIOR	22,4	0,208333333	6,0444	0,00875	2,604166667	0,377776	0,1029219	31,746348	288	9142,95
LADY JAZMINE	22,11	0,208333333	6,0444	0,00875	2,604166667	0,377776	0,1029219	31,456348	384	12079,24
PAPY	25,36	0,208333333	6,0444	0,00875	2,604166667	0,377776	0,1029219	34,706348	384	13327,24
										70857,31

Fuente: Proceso de Investigación

Elaborado por: David Lligalo

CONCLUSIONES

Una vez desarrollado y analizado cada propuesta para cada objetivo se puede concluir que:

- La creación del departamento de Comercio Exterior es factible en aspectos de: producción, financiero, espacio, maquinaria y operarios.
- Se puede mejorar el proceso de exportación e importación a razón de que se cuenta con estudio de mercado, cartera y clientes.
- Existen profesionales en el área de Comercio exterior con la preparación suficiente para laborar en dichas áreas
- Con la implementación del proceso de importación y exportación todo el proceso se lo podrá cumplir en un 100%.

RECOMENDACIONES

En tanto a las recomendaciones, a la corporación Impactex se le puede recomendar lo siguiente:

- Se aconseja con que se tome en cuenta la presente tesis, y se incluya el departamento de comercio exterior dentro de la empresa.
- Mantener un correcto manejo de todos los procesos establecidos y de los responsables en cada uno de ellos, realizar controles periódicos para determinar algún tipo de fallas que permita al departamento adopte medidas de corrección y así también este en constante mejora continua.
- Se recomienda también, que se lleve un control y registros de acuerdo con unidades de tiempo, como pueden ser registros: mensuales, trimestrales, semestrales o anuales, para poder determinar cual han sido las evoluciones en los procesos de importación o exportación, y así mismo mantener un registro de todas las compras y ventas realizadas y tener un panorama más claro de como esta fluctuando el mercado.
- Todos los procesos propuestos, deberán ser revisados por la presidencia y gerencia de la empresa, de manera continua, para poder mejorar y actualizar a la realidad actual de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Cuartas, D. (2008). *Principios de Administración*. Medellín: Editorial ITM.
- Figueroa, A. (2008). *Manual de exportaciones*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- García, G. (1999). *Instrumentos Financieros de Comercio Internacional*. Madrid: FC Editorial.
- Martínez, M., & Martín, M. (2012). *Manual practico de Comercio Exterior*. Madrid: FC Editorial.
- Mercado, S. (2000). *Comercio Internacional*. México: Limusa.
- Munch, L. (2007). *Administración, Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor*. México: Pearson.
- Munch, L. (2010). *Administración Gestión organizacional, enfoques y procesos administrativo*. México: Pearson.
- Munch, L. (2011). *Organización Diseño de estructuras organizacionales de alto rendimiento*. México: Trillas.
- Osorio, L. (2002). *Terminología de Comercio Internacional siglo XXI*. Quito: PUDELECO.
- ProEcuador. (2010). *Incoterms*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec>: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- ProEcuador. (2016). *Regímenes de Exportación*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/SENAE-REGIMENES.pdf>
- Ricalde, M. (2016). *Proceso Administrativo*. México: Digital UNID.
- Valdéz, R., & Escaldón, J. (2004). *Exportación Efectiva*. México: ISEF.
- Viera, L. (2011). *Técnicas de recepción y comunicación*. Antequera: IC Editorial.