



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO
EXTERIOR
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

Previo a la obtención del Título de:

Ingenieros en Comercio Exterior

Mención en Negociaciones Internacionales

TEMA:

“Implementación del Departamento de Negociaciones
Internacionales de Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.
de la Ciudad de Quito”

JAVIER ALEJANDRO CAJIAO SALAS
FÉLIX VINICIO ZÚÑIGA ZÚÑIGA

Riobamba- Ecuador
2012

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Nosotros como Director y Miembro del Tribunal de Tesis, titulada:
“IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE NEGOCIACIONES
INTERNACIONALES DE IMPORTADORA BETANCOURT Y BADILLO CÍA.
LTDA. DE LA CIUDAD DE QUITO”

CERTIFICAMOS: que el trabajo investigativo ha sido desarrollado en su
totalidad por los autores y cuidadosamente revisados.

Dr. José Fernando Guerrero Borja

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Homero León Robalino Andrade

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de los autores.

JAVIER ALEJANDRO CAJIAO SALAS

FELIX VINICIO ZÚÑIGA ZÚÑIGA

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo está dedicado a mis padres por su sacrificio, dedicación y amor que me han brindado, a mis hermanos por su cariño y apoyo incondicional.

FELIX VINICIO ZUÑIGA
ZUÑIGA

DEDICATORIA

El trabajo de tesis está dedicado a mi madre Elsa Salas por el amor y sacrificio que me ha brindado, a mis hijos quienes han sido el motor de mi vida y a mi esposa Leonor por su apoyo incondicional.

JAVIER ALEJANDRO CAJIAO
SALAS

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y a todos los estamentos de esta prestigiosa institución por todos los conocimientos y valores impartidos que harán de nosotros unos profesionales competentes y eficientes.

A nuestra familia por brindarnos su cariño y comprensión, ya que sin ellos no podría ser posible la elaboración del presente trabajo investigativo.

“A la Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, por abrir sus puertas para la realización de la tesis, por ser parte activa de este trabajo y compartir sus conocimientos sobre el campo de las negociaciones internacionales.

Además debemos extender nuestro agradecimiento a los profesores que a lo largo de cinco años han compartido sus conocimientos y experiencias, con el ánimo de enriquecer la calidad de los profesionales a graduarnos en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. En especial al Dr. Fernando Guerrero Borja y al Ing. Homero Robalino cuyos aportes han sido fundamentales en la ejecución de este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	PÁGINAS PRELIMINARES	PÁG.
	Portada	I
	Certificación	II
	Autoría	III
	Dedicatoria	IV
	Agradecimiento	V
	Índice de Contenidos	VI
	Índice de Cuadros	IX
	Índice de Tablas	X
	Índice de Anexos	X
	Introducción	XI
	CAPÍTULO I	
1.	GENERALIDADES DE IMPORTADORA BETANCOURT Y BADILLO CÍA. LTDA.	1
1.1	Antecedentes de la Empresa “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”	1
1.2	Base legal de la empresa	2
1.3	Objeto legal del negocio	7
1.4	Sector al que pertenece	10
1.5	Objetivos de la empresa	11
1.5.1	Objetivo general	11
1.5.2	Objetivos específicos	11
1.6	Políticas generales	12
1.7	Misión	12
1.8	Visión	12
1.9	Valores corporativos	13
1.10	Principales productos que exporta el Ecuador	14
1.11	Principales productos que importa el Ecuador	20

1.12	Análisis de las importaciones y exportaciones ecuatorianas	21
1.13	Barreras y restricciones	26
1.13.1	Barreras arancelarias	26
1.13.2	Barreras no arancelarias	28
CAPÍTULO II		
2.	DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO EN IMPORTADORA BETANCOURT Y BADILLO CÍA. LTDA.	29
2.1	Situación actual de la empresa	29
2.2	Resultado del análisis de la situación actual de la empresa	35
2.3	Factores del macro entorno	36
2.3.1	Identificación de factores claves del macro entorno	42
2.3.2	Matriz de prioridades de factores externos	52
2.3.3	Perfil estratégico de impacto institucional	54
2.4	Factores del micro entorno	55
2.4.1	Identificación de factores claves del micro entorno	64
2.4.2	Matriz de prioridades de los factores claves internos de “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”	67
2.4.3	Perfil estratégico del impacto institucional	68
2.5	Análisis de la matriz FODA	90
2.6	Ventajas competitivas	91
2.7	Estructura administrativa	93
2.8	Estructura organizacional	94
2.9	Orgánico funcional	96
CAPÍTULO III		
3.	IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE NEGOCIACIONES INTERNACIONALES EN LA EMPRESA IMPORTADORA BETANCOURT Y BADILLO CÍA. LTDA.	104
3.1	Requerimiento del Departamento de negociaciones internacionales	104

3.1.1	Su importancia	104
3.1.2	Nueva estructura organizacional	107
3.1.3	Funciones del departamento de negociaciones internacionales	108
3.2	El departamento de negociaciones Internacionales	115
3.2.1	Área de negociaciones internacionales: servicio de trading	115
3.2.1.1	Negociaciones internacionales	115
3.2.1.2	Servicio de trading	116
3.2.1.3	Identificación del área de negociaciones mediante el servicios de trading	117
3.2.1.4	Proceso de negociación internacional	118
3.2.1.4.1	Identificación de los posibles clientes o proveedores	118
3.2.1.4.2	Toma de contacto	118
3.2.1.4.3	Preparación de la negociación	119
3.2.1.4.4	Desarrollo de la negociación	119
3.2.1.4.5	Cierre de la negociación	134
3.2.2	Área de Operaciones	135
3.2.2.1	Importaciones	135
3.2.2.2	Exportaciones	136
3.2.2.2.1	Importaciones Régimen Courier	156
3.2.2.2.2	Importaciones a Consumo	162
3.2.2.2.2.1	Generalidades	162
3.2.2.2.2.2	Logística	166
3.2.2.2.2.3	Desaduanización	168
3.2.2.2.2.4	Despacho de mercaderías	178
3.3	Ventajas y desventajas del departamento de negociaciones	179
3.4	Resultados al estructurar el departamento de negociaciones	181

CAPÍTULO IV.

4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	184
4.1	Conclusiones	184
4.2	Recomendaciones	185
	Resumen	186
	Abstract	187
	Bibliografía	188
	Anexos	189

ÍNDICE DE CUADROS

No.	TÍTULO	PÁG.
1	Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.	10
2	Tarifas Express	30
3	Honorarios (Nacionalización)	30
4	Tarifas Servicio Aéreo Miami- Ecuador	31
5	Tarifas de Carga Marítima Miami- Ecuador	32
6	Honorarios (Nacionalización) Régimen al Consumo	33
7	Carga DGR (Dangerous)	33
8	Principales Importaciones	34

ÍNDICE DE TABLAS

No.	TÍTULO	PÁG.
1	Exportaciones (X)-Importaciones (M) Año 2011-2012	25
2	Los Modos de Transporte	127
3	Categorías	157

ÍNDICE DE ANEXOS

No.	TÍTULO	PÁG.
1	Factura de Importación	190
2	Guía Aérea	191
3	Póliza de Seguro de Transporte	192
4	Declaración Aduanera Ecuatoriana (DAV)	193
5	Liquidación DAU	194
6	Cupón CORPEI	195
7	Factura de Almacenaje	196
8	Packing List	197
9	Liquidaciones	198
10	Certificado de Origen	199
11	Guía de Embarque	200

INTRODUCCIÓN

La empresa “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.” de la ciudad de Quito está dedicada a la importación y exportación de mercancías se encuentra iniciando dichas actividades, por lo cual no cuenta con un departamento de negociaciones internacionales definido y se nos ha sugerido desarrollar este como tema de tesis.

Llevar a cabo la implementación de un Departamento de Negociaciones Internacionales, es muy importante ya que por medio de éste se podrá mejorar la distribución y coordinación en las actividades para cada uno de los funcionarios que forman parte del departamento.

Los beneficios y las oportunidades que este ofrece son muy grandes ya que permitirá ser más competitivos ante las demás empresas de similar actividad.

La globalización de la economía ha significado un acercamiento cada vez mayor no sólo entre los gobiernos de los países para eliminar las trabas al comercio y la inversión internacional, sino también entre las empresas y los agentes económicos que gestionan las relaciones empresariales.

Además de las tradicionales operaciones de importación-exportación han surgido una serie de acuerdos tales como la constitución de sociedades mixtas (joint ventures), el otorgamiento de licencias, la subcontratación de procesos, la financiación de proyectos, etc., lo cual exige que ejecutivos y directivos implicados en esos acuerdos adquieran las habilidades esenciales para negociar en un entorno internacional.

Toda negociación es un proceso de comunicación entre dos partes cuyo objetivo es llegar a un acuerdo, a partir de necesidades y planteamientos diferentes. Se trata de ir acercando posiciones hasta llegar a una situación aceptable para ambas partes de

forma que les permita crear, mantener o desarrollar una relación. Cuando las partes negociadoras pertenecen a países distintos, se habla de negociación internacional.

Negociar consiste en utilizar técnicas persuasivas, más que en el uso del poder para obtener las mayores ventajas de la otra parte, aunque en los negocios internacionales se dan situaciones en el que el desequilibrio de poder entre las partes es tan acusado que se altera el proceso de negociación habitual, por ejemplo: en la relación de una empresa suministradora de productos de alimentación con una gran central de compras europea. El aprendizaje de esas técnicas incluye conocimientos de ventas, marketing, sicología, sociología, comunicación, resolución de conflictos, etc.

El éxito de una negociación consiste sobre todo en comprender las necesidades de la otra parte y persuadirle de hacer algo que realmente también se ajusta a nuestros intereses; es decir que se sienta satisfecho con el resultado final de la negociación.

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES DE IMPORTADORA BETANCOURT Y BADILLO CÍA. LTDA.

1.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA IMPORTADORA BETANCOURT Y BADILLO CÍA. LTDA.

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, es una empresa creada en la ciudad de Quito hace veinte años por dos empresarios *Aldean Betancourt* Jhonatan Israel y *Badillo* Tapia Ángel Fernando, quienes han cimentado una exitosa empresa que ha alcanzado traspasar fronteras internacionales. Hoy por hoy, se posiciona como una de las principales operadoras de carga internacional del mercado global de la industria de paquetería, mercaderías en general y logística internacional.

La empresa **“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”**, en el año de 1992 se proyectó y logro estrechar lasos comerciales con distribuidores de Miami y desde aquel año empezó a transportar paquetería desde el mencionado país por avión con destino a Ecuador.

Con el pasar de los años **“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”**, se ha extendido y gradualmente consiguió nuevos clientes innovando nuevos procedimientos logísticos.

Paralelamente, el mercado ecuatoriano se desarrolló y se tornó más complejo y regulativo, por lo que **“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”**, tuvo que adaptarse para poder satisfacer las necesidades de sus clientes a nivel local como global.

1.2. BASE LEGAL DE LA EMPRESA

Las disposiciones legales vigentes en relación a las empresas de OCE¹ están relacionadas con la SENA², el Reglamento a dicha Ley, Resoluciones de la Ley Orgánica de Aduanas, Servicio de Rentas Internas, Superintendencia de Compañías y CONSEP.

a. LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

“**Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.**”, se rige a las Resoluciones del Servicio de Rentas Internas, SRI. Por su parte, el SRI cuenta con disposiciones relativas al ejercicio del control que ejerce sobre las actividades aduaneras. En el caso de las empresas OCE domiciliadas en el Ecuador éstas tienen la obligación de contar con el RUC correspondiente³ donde se menciona:

Art. 3 De la Inscripción Obligatoria.- (Reformado por el Art. 4 de la Ley 63, R.O. 366, 30-I-90).- Todas las personas naturales y jurídicas entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez, en el Registro Único de Contribuyentes. Si un obligado a inscribirse no lo hiciere, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, sin perjuicio a las sanciones a que se hiciere acreedor por tal omisión, el Director General de Rentas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción.

¹Operadoras de Comercio Exterior

²Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) antes llamado Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) que cumple con las mismas disposiciones que cumplía la CAE.

³Art.3 Ley del RUC.

También están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, las entidades del sector público; las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional; así como toda entidad, fundación, cooperativa, corporación, o entes similares, cualquiera sea su denominación, tengan o no fines de lucro.

Los organismos internacionales con oficinas en el Ecuador; las embajadas, consulados y oficinas comerciales de los países con los cuales el Ecuador mantiene relaciones diplomáticas, consulares o comerciales, no están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, pero podrán hacerlo si lo consideran conveniente.

También la empresa **“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”**, se rige y cumple las normas establecidas en concordancia con el Código Tributario y la Ley Orgánica de Aduana.

Art. 10 Obligación Tributaria Aduanera.- La obligación tributaria aduanera es el vínculo jurídico personal entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías, en virtud del cual, aquellas quedan sometidas a la potestad aduanera, a la prestación de los tributos respectivos al verificarse el hecho generador y al cumplimiento de los demás deberes formales.

b. LEY DE COMPAÑÍAS

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, empresa operadora de comercio exterior domiciliada en el país, al igual que cualquier otra empresa, se constituyó al amparo de la Ley de Compañías, y presenta sus balances de situación a la Superintendencia de Compañías. La empresa esta explícitamente autorizada para realizar actividades de recepción y envío de servicios de courier, consolidación de

carga y transportar mercancías, es decir la única prohibición vigente constituye el transporte de dinero físico, de acuerdo al reglamento específico sobre las regulaciones aduaneras a que estarán sujetas las empresas de tráfico postal internacional y correos rápidos o courier antes referido.

c. LEY ORGANICA DE ADUANAS

Respecto al tráfico postal internacional y correo rápidos, la empresa **“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”**, se rige a lo que dispone la ley en lo siguiente:

Art. 69.- Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos.- La importación o exportación a consumo de los envíos o paquetes postales, cuyo valor CIF o FOB, en su caso, no exceda del límite que se establece en el reglamento de esta ley, transportados por cualquier clase de correo, incluidos los denominados correos rápidos, se despacharán por la aduana mediante formalidades simplificadas. Los envíos o paquetes que excedan el límite establecido, se sujetarán a las normas aduaneras generales.

d. REGLAMENTO DEL SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR (SENAE)

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) elaboró el reglamento específico sobre las regulaciones aduaneras a que estarán sujetas las empresas de tráfico postal internacional y correos rápidos o courier, empresas operadoras de carga (importadores y exportadores).

La empresa **“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”**, reúne los requisitos que deben cumplir este tipo de compañías para ejercer la actividad en el país establecidos en el reglamento de Ley de Aduanas del Ecuador:

Art. 148.- Plazos y montos de las garantías generales.- Las garantías generales contempladas en la Ley Orgánica de Aduanas se emitirán por el plazo de un año y por los siguientes montos:

- a) Para la actividad de Agente de Aduana, el equivalente a treinta mil dólares;
- b) Para el funcionamiento de los depósitos y almacenes el 100% de los eventuales tributos por las mercancías a almacenar;
- c) Para las otras actividades aduaneras que se realicen mediante contrato o concesión:

- Correos rápidos: USD 30.000.00;

- Consolidadoras: USD 50.000.00;

- d) Para la importación temporal de maquinarias, equipos y vehículos de trabajo destinados a la ejecución de obras públicas o prestación de servicios, el 100% de los tributos suspendidos;
- e) Para las empresas que realicen el transporte de mercancías bajo el régimen de tránsito aduanero, el 100% de los tributos generados por las mercancías a transportarse; y,
- f) Para las empresas nacionales que realicen transporte público de pasajeros o mercancías con naves o aeronaves que ingresen al país bajo del régimen de admisión temporal con reexportación en el mismo estado, el 0,25% de los tributos suspendidos, excepto al Impuesto al Valor Agregado.

Para el establecimiento de la garantía aduanera se tomará en cuenta exclusivamente el plazo de duración del contrato que ampara la

importación temporal, cuando éste fuere menor al período de depreciación establecido en la norma general para las aeronaves o naves; en caso de modificación del plazo original del contrato, el importador estará obligado a re liquidar el monto de la garantía aduanera.

g) Para las demás actividades aduaneras que se realicen por contrato o concesión, el monto y plazo será fijado por el Directorio de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.

h) El Gerente General o Subgerente Regional de la Corporación Aduanera Ecuatoriana aceptará las garantías generales de acuerdo a sus facultades legales de autorización.

Nota: Literal a) sustituido por Decreto Ejecutivo No. 2737, publicado en Registro Oficial 600 de 19 de Junio del 2002.

Nota: Literal f) agregado por Decreto Ejecutivo No. 913, publicado en Registro Oficial 193 de 20 de Octubre del 2003

e. CUERPO DE BOMBEROS.

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, se somete con los sistemas de seguridad e higiene industrial, exigidos por ley (Cuerpo de Bomberos, normas de seguridad industrial del IESS.

f. ENTRE OTRAS DISPOSICIONES

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.” cumplirá con otras disposiciones de organismos públicos y privados que permitan su legal y normal funcionamiento.

1.3. OBJETO LEGAL DEL NEGOCIO

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.” según la constitución de la empresa su objetivo legal manifiesta: una larga experiencia en el desarrollo y realización de sistemas de transporte combinados y personalizados en el área vial operativa para cada una de las necesidades de los clientes.

La empresa de servicios denominada dentro del sistema de comercio exterior como operadora de carga fue creada bajo las regulaciones y responsabilidades solicitadas por la Ley Ecuatoriana, Constitución del Ecuador, Ley de Régimen Tributario Interno, SENA, Código de la Productividad, Ley de comercio Exterior (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador) y Normativas Internacionales que controlan garantizando las diferentes operaciones que realiza la empresa.

La organización, es dinámica y profesional, supone un reto de productividad, creatividad y calidad, lo que permite invitar a conocer la gama de servicios y apoyo que presta la empresa.

La logística Internacional se considera como la arteria principal del proceso de crecimiento y desarrollo de su negocio, cuenta con una extensa flota de vehículos, los mismos que ofrecemos a su servicio con la responsabilidad de que su carga llegue a su destino en el tiempo acordado y en perfectas condiciones. Es así que desde el año 2000 “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, amplió su matiz de servicios, incorporando coagentes que poseen servicios complementarios ubicados en diferentes partes del mundo como:

- Panamá
- Brasil
- Perú
- Colombia

- Estados Unidos
- Miami
- Argentina
- China

Actualmente “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, cuenta con once empleados, dedicados a la una asesoría personalizada ya que la prioridad es satisfacer de la mejor manera las necesidades para lo cual brinda un profesional asesoramiento, adecuado y eficiente para disminuir los riesgos y pérdidas innecesarias por el desconocimiento de la operaciones en comercio exterior.

Al momento “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, se ha especializado en la prestación de servicio de:

- Servicio de Courier
- Servicio de Envíos Express
- Servicio de Carga Nacional
- Servicio de Carga Internacional
- Pick Up
- Servicio de Etiquetado (textil)
- Servicio de Desaduanización
- Servicio de Documentación

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, ha captado aproximadamente 680 clientes, operando alrededor de 136 importaciones a consumo mensuales y 290 clientes que requirieron el servicio de courier. En la actualidad la empresa cuenta con clientes fijos que utilizan el servicio tanto de courier como importación a consumo, entre ellos podemos destacar:

- Globaltech **Ecuador** Cía. Ltda.
- Metaltronic Cía. Ltda.
- Siglo XXI S.A.
- Empresa Latinos
- Johnny Tenorio
- Colpapeles
- Calzado Ponti
- Nelson Burbano
- Camacho Medrano Lorenzo Arturo
- Comercial Kywi S. A.

1.4. SECTOR AL QUE PERTENECE

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, empresa que pertenece al sector de servicios, constituida legalmente bajo las normativas ecuatorianas, actualmente lidera el mercado nacional. A continuación detallamos la siguiente información:

CUADRO No. 1

“IMPORTADORA BETANCOURT Y BADILLO CÍA. LTDA.”	
TIPO DE EMPRESA:	Compañía Limitada
SECTOR AL QUE PERTENECE:	Servicios
PAIS:	Ecuador
ZONA:	Norte
REGIÓN:	Sierra
PROVINCIA:	Pichincha
CANTÓN:	Quito
DIRECCIÓN:	Av. Amazonas N°21-47 y Roca
TELÉFONO:	022448723
FAX:	022426580- ext.-(129)
E-MAIL:	<u>silbetancourt@hotmail.com</u>

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

1.5. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

- Brindar el servicio de carga, transporte y comercio exterior, con el fin de satisfacer las necesidades comerciales insatisfechas de los clientes.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Prestar un servicio eficiente, eficaz y efectivo en el manejo internacional de mercancías y servicios aduaneros con el propósito de ahorrar tiempo y recursos a los clientes.
- Incorporar nuevos y mejores servicios actualizados que vayan acorde con las necesidades y requerimientos de los clientes.
- Actualizar constantemente a los empleados de los cambios incorporados por la SENA E con el propósito de comunicar correctamente a los clientes y evitar cualquier contrariedad con el manejo de sus mercancías.
- Buscar alianzas estratégicas con socios internacionales.

1.6. POLÍTICAS GENERALES

Las políticas de “**Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.**”, son decisiones de la empresa mediante las cuales se definen los criterios y se establecen los marcos de actuación que orientan la gestión de todos los niveles de los clientes en aspectos específicos.

Una vez adoptadas, se convierten en pautas de comportamiento y de obligatorio cumplimiento, cuyo propósito es reducir la incertidumbre, necesidades y canalizar todos los esfuerzos hacia la realización de un buen servicio.

1.7. MISIÓN

Brindar a nuestros clientes un servicio rápido, ágil y eficiente, fomentando la formación de líderes en la rama del comercio exterior y logrando así convertirnos en aliados estratégicos tanto para nuestros clientes como para nuestros colaboradores, conformando de esta manera un equipo humano con el que brindaremos a usted el mejor servicio en el transporte y manejo de su carga.

1.8. VISIÓN

Llegar a formar parte del selecto grupo de empresas reconocidas a nivel mundial en manejo de carga, transporte y servicios de comercio exterior logrando satisfacer totalmente las necesidades de nuestros clientes, para lo cual contamos con un excelente grupo humano de accionistas y colaboradores.

1.9. VALORES CORPORATIVOS

Lealtad

Nuestros colaboradores trabajan en equipo, demuestran compromiso y respeto a los valores de la empresa, somos recíprocos con la confianza depositada en cada uno de nosotros.

Toma de decisión

Ante los eventos de la empresa, tenemos la capacidad de dar soluciones y actuar frente a situaciones diversas, soportado en información, en un tiempo aceptable.

Excelencia en el servicio

Nos consideramos competentes para satisfacer continuamente las expectativas de nuestros clientes internos y externos, con actitud, agilidad y anticipándonos a sus necesidades.

Responsabilidad

Entendemos como el cumplimiento de las funciones, dentro de la autoridad asignada. Nos comprometemos con los clientes, el servicio a los demás. Asumimos y reconocemos las consecuencias de nuestras acciones.

Eficiencia

Utilizamos de forma adecuada los medios y recursos con los cuales contamos, para alcanzar nuestros objetivos y metas programadas, optimizando el uso de los recursos y el tiempo disponibles.

1.10. PRINCIPALES PRODUCTOS QUE EXPORTA EL ECUADOR

El Ecuador se encuentra ubicado en el centro de la línea ecuatorial y atravesada por la cadena de los Andes y la cuenca hidrográfica del Amazonas, lo que le permite contar con climas variados en todo el año y aptos para cualquier clase de cultivo. Las regiones que posee son 4: Insular, conformada por las Islas Galápagos, la costanera, la sierra y la región amazónica.

Ecuador desde hace varias décadas, ha logrado posicionarse exitosamente en mercados regionales e Internacionales y exporta a más de 150 países del mundo, siendo los principales destinos de sus exportaciones países como Estados Unidos, Rusia, Italia, Colombia, Chile, Perú, Venezuela, Panamá, entre otros.

Ecuador ha logrado el primer lugar en exportaciones de Banano, Palmito, Balsa, Rosas y ha logrado un tercer lugar en exportación de Flores.

Los principales productos de exportación no petrolera son: banano, camarón, atún, flores - rosas, productos de valor agregado de madera y muebles, vehículos y metalmecánica, cacao, café, frutas y vegetales procesados y frescos.

Banano:

Tres de cada diez bananos consumidos a nivel mundial son producidos en Ecuador, quien es el primer exportador mundial, produciendo un banano único de alta calidad y exquisito sabor.

Los principales mercados son:

Estados Unidos, Unión Europea, Países del Este, Rusia, Nueva Zelanda, Medio Oriente, Japón, Argentina y Chile.

Ecuador también exporta productos semi elaborados como puré de banano, harina de banano, banano deshidratado y chips de banano y cuenta con una oferta de banano orgánico certificado, disponible todo el año.

Cacao:

El Ecuador es actualmente el mayor proveedor de cacao fino y de aroma en el mundo y es el producto de exportación más antiguo del Ecuador. Semi elaborados de cacao que se producen en Ecuador son: licor de cacao, manteca de cacao, polvo de cacao y chocolates.

Café:

Por su situación geográfica y sus condiciones climatológicas, Ecuador es uno de los pocos países del mundo que produce casi todas las variedades de café verde: Arábigo lavado, Arábigo natural y Robusta.

Los principales mercados son Alemania, EEUU, Inglaterra, Polonia, Japón, Rusia, Bélgica, Chile y Holanda.

Flores:

Las flores ecuatorianas son consideradas como las mejores y más hermosas del mundo por su calidad, diversidad y belleza inigualables.

Los principales mercados son: Estados Unidos, Holanda (importa flores para luego re-exportarlas a otros países de la Unión Europea), Italia, Alemania, Rusia, Canadá, Argentina, España, Francia, Suiza y Ucrania.

Mango:

Las distintas variedades de mango, cosechadas de octubre a enero, son de excelente calidad y exquisito sabor.

Los principales mercados lo constituyen: Estados Unidos, Canadá, Bélgica, España, Holanda, Colombia, Nueva Zelanda, México y Chile.

Palmito:

Es un producto con alto contenido de fibras y sin colesterol, además contiene altas cantidades de hierro y calcio.

Los principales mercados de palmito ecuatoriano son: Francia, Argentina, Chile, Estados Unidos, España, Venezuela y Uruguay.

Maracuyá:

Más del 90% del concentrado de maracuyá importado en el mundo proviene del Ecuador, esta fruta conocida como Fruta de la Pasión (passion fruit) es semi industrializada en este país.

Sus principales socios comerciales son: Holanda, EEUU, Bélgica, Reino Unido, Islas Bahamas y Alemania.

Camarón:

Se crían algunas especies, la más importante la *Litopenaus Vanamei* (Camarón blanco de excelencia). En 1968 Ecuador emprendió el cultivo de camarón, llevando a esta industria a ser una de las más importantes del mundo a pesar de plagas y climas cambiantes.

El Destino de las exportaciones son: Asia 8%, otros América 5.3%, Estados Unidos 50.2%, Europa 37.5%.

Atún:

Ecuador, estando en la línea ecuatorial, recibe la influencia de la fría corriente del Humboldt y la calurosa corriente de El Niño.

El mercado consumidor principal de atún ecuatoriano fresco es los Estados Unidos. El atún congelado se envía principalmente a España, Colombia, Costa Rica, e Italia. El atún en conserva se exporta principalmente a los Estados Unidos, Los Países Bajos, Colombia, Reino Unido, y Chile.

Paja Toquilla:

El Ecuador ha sido reconocido por la calidad de sus sombreros de paja toquilla. Durante mucho tiempo se pensó que eran originarios de Panamá, debido a que desde principios de siglo Panamá era el país que más importaba nuestros sombreros. Por este motivo los turistas se referían a ellos como "Panama Hats", término erróneo que ha perdurado a través de los años hasta

la actualidad. Este sombrero es útil, cómodo, adaptable y fácil de llevar y doblar sin que pierda su forma original.

Entre los principales países a los que se exportan estos sombreros figuran: Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Canadá, Alemania, Japón, Italia y España.

Tagua (Marfil VEGETAL):

La tagua es el fruto seco de una especie de palma propia del trópico ecuatoriano. La comercialización de la tagua se inició alrededor del año 1865 con un primer cargamento a Alemania, donde se había descubierto el uso de este producto en la fabricación de botones de excelente calidad para ropa de alta costura.

Hoy en día, Ecuador es el únicos exportadores de animelas de tagua (discos que sirven para fabricar botones), las cuales son clasificadas de acuerdo a su tamaño y colocadas en sacos para la exportación, de 45 y 80 kilos cada uno. Las animelas de tagua se exportan durante todo el año, siendo su principal destino Italia, capital de la moda. Industriales de otros países como Francia, Corea, Estados Unidos y España son también importadores de este producto.

Software:

Entre 1990 y 1995 se inició la exportación de software en el Ecuador, cuya oferta se orienta a:

Aplicaciones para el área financiera y bancaria, área administrativo financiera, programación general en internet, procesamiento de señales, lingüística, etc.

Es importante recalcar que el Ecuador posee una calidad de recurso humano de primer orden, lo cual ha facilitado su desarrollo y reconocimiento por su calidad a nivel internacional. Las ventas de software ecuatoriano han crecido sostenidamente un 40% cada año desde 1995.

Entre los principales países a los que se exporta software están: Estados Unidos, Argentina, Bolivia, Colombia, Paraguay, Perú y Suiza.

Madera, muebles y materiales de construcción:

El sector maderero es actualmente uno de los sectores productivos con mayor potencial de desarrollo y crecimiento económico del Ecuador. La industria maderera ecuatoriana es reconocida en el mercado mundial por ofertar productos con valor agregado y calidad como es el caso de los tableros, aglomerados y de fibras (MDF).

Además, el Ecuador es el principal exportador de balsa en el mundo.

Los principales destinos de las exportaciones de materiales de construcción en madera son: EEUU, México, Venezuela, Colombia, Cuba, entre otros.

Ya que los artesanos ecuatorianos son bastante cotizados se exportan muebles de manera tallados y realizados con mano de obra ecuatoriana. Los principales destinos son: EEUU, Martinica, Panamá, Perú, entre otros.

Otras exportaciones:

Adicionalmente en Ecuador se ha invertido en los últimos años para desarrollar la industria textil, cuyas fibras se exportan a países de la comunidad andina y EE.UU. Granjas que se dedican a la explotación de carne

y derivados del avestruz, industria alimenticia: entre la que encontramos productos elaborados y semi elaborados, conservas, confites, dulces, etc.

1.11. PRINCIPALES PRODUCTOS QUE IMPORTA EL ECUADOR

El Ecuador basándose en las necesidades y requerimientos de los consumidores se ha visto en la necesidad de importar productos que satisfagan las mismas. Los principales productos que importa el Ecuador son:

- Tecnología
- Maquinarias
- Línea Blanca
- Productos químicos
- Medicinas
- Textiles y calzado.
- Accesorios y repuestos para vehículos de lujo.
- etc.

El Ecuador forma parte de los siguientes bloques comerciales: CAN⁴, ALADI⁵ y UNASUR⁶, de los cuales los importadores ecuatorianos que accedan a productos pertenecientes a los diferentes países que conforman estos bloques obtienen beneficios arancelarios.

⁴ **CAN:** Comunidad Andina de Naciones

⁵ **ALADIN:** Asociación Latinoamericana de Integración

⁶ **UNASUR:** Unión de Naciones Sudamericanas

1.12. ANÁLISIS DE LAS IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES ECUATORIANAS

Con la dolarización de la economía, la restricción de emitir moneda nacional generó que cada dólar que circula internamente ingrese a través de tres fuentes:

- Exportaciones de productos
- Remesas
- Deuda.

De las cuales es deseable que la principal sean las exportaciones y el grado de participación del comercio en la economía ecuatoriana lo evidencia, pues es del 67%, es decir, por cada 100 unidades monetarias de PIB 67 provienen del comercio global.

Dada su importancia, miremos las cifras de evolución del comercio en el primer semestre del 2011 frente a años anteriores.

Basándonos en los datos del BCE para el periodo de análisis en el primer semestre, entre 2007 y 2011, las exportaciones han crecido un 73% en valor, pero reflejan una caída de -3% en volumen exportado. Por efectos de la crisis se observa una importante caída en el 2009 tanto en valor como en volumen, sin embargo, a pesar de que el valor exportado presenta una fuerte recuperación, el volumen ha mantenido su tendencia decreciente entre 2009 y 2011; así para el primer semestre 2011 se registran US\$10.766 millones en exportación un nivel ligeramente superior al alcanzado en 2008 (año que registra el mayor valor en exportaciones para este período), con una caída de -0,2% en volumen con respecto al semestre de 2010.

Si comparamos el primer semestre 2008 y 1er semestre 2011 (por su valor de exportación superior a los US\$10.000 millones), vemos que la recuperación es de 6% en valor; mientras que la caída en volumen aumenta a -8%; se observa entonces

que el crecimiento se basa en los precios internacionales de los commodities (que son muy volátiles), mas no por un dinamismo de la producción nacional, ni reactivación de la industria para la exportación. La CEPAL estima que este año los países andinos se caracterizarán por un crecimiento de las exportaciones de 32%, impulsado por un incremento del volumen en 8% y 24% en precios; estas proyecciones suponen el mantenimiento del ritmo de crecimiento de la demanda externa para el segundo semestre del año y la estabilidad de los principales productos exportados.

En el primer semestre 2011, las exportaciones petroleras representaron el 57% del total exportado evidenciando que si bien las exportaciones no petroleras han aumentado su participación, el país aún mantiene una importante dependencia hacia un sólo producto, el petróleo; y más que al producto en sí, dependemos de su alto precio internacional.

En el primer semestre 2010 se exportaron 62 millones de barriles a un precio unitario promedio de US\$70,5; en el mismo periodo de 2011 se exportaron 59 millones de barriles a un precio promedio de US\$95,5 por barril; un incremento de 35% en el precio y una caída de -5% en volumen. Por efectos de la crisis se observó una estrepitosa caída en el precio unitario de -57% en el primer semestre de 2009, lo cual redujo el ingreso por exportaciones durante ese semestre en -60%, evidenciando de manera contundente la fuerte dependencia al precio internacional del crudo, haciendo más volátil a la economía ecuatoriana frente a shocks externos.

La evidencia empírica sugiere que la concentración sectorial de las exportaciones está negativamente asociada al crecimiento económico porque:

- Implica una elevada vulnerabilidad a choques sectoriales específicos y una alta volatilidad de los ingresos por exportaciones y el crecimiento. Países con ciclos más volátiles tienen menor crecimiento.

- Genera una alta volatilidad de los términos de intercambio con repercusiones negativas sobre las exportaciones y la inversión.
- Limita el crecimiento de la productividad en virtud de que no favorece un aumento en la eficiencia y la utilización de los insumos ni un aprendizaje efectivo a través de la actividad exportadora.

En cuanto a mercados de destino, en el período analizado el 79% del total exportado se destinó a América; se mantiene como principal mercado EEUU con el 42% de participación, seguido por la ALADI con el 26%; y dentro de este la CAN con el 13% y al resto de América se destinó el 11%. Europa tiene una participación de 18% ocupando el tercer lugar de importancia como mercado de destino y Asia participó con el 3,5%. Comparando con el 1er semestre del 2010, los mercados que incrementaron su participación fueron EEUU (8%) y países de la ALADI (3%); mientras que redujeron participación Asia (-4%) y la Unión Europea (-1%).

Dentro de esta distribución de mercados, los productos petroleros se exportaron principalmente a: EEUU (58%); Perú (13%); Panamá (9%); Venezuela (6%) y Chile (4%); y los No petroleros se dirigieron a EEUU (20%); Colombia (10%); Rusia (9%); Venezuela (8%); Italia (7%); Alemania y España(5%); Holanda (4%); Bélgica, Perú y Chile (3%); Francia, China y Japón (2%). En este punto también se observa la poca diversificación de mercados que mantiene el país, lo cual, según la teoría podría generar mayor volatilidad en el PIB.

Para el primer semestre de 2011 el comercio exterior de Ecuador presentó una expansión; las exportaciones (26%) se incrementaron a mayor ritmo que las importaciones (22%) por lo que el déficit comercial se redujo, pasando de US\$-306 millones en el 1er semestre 2010 a US\$-65 millones en el mismo periodo en 2011.

La ciencia macroeconómica ha demostrado que las exportaciones financian las importaciones y ello se mide a través del índice de cobertura de exportaciones, el

cual para el 1er semestre 2011 fue de 99%; es decir las exportaciones no llegan a cubrir el valor de las importaciones; mientras que en el 1er semestre 2008, este índice fue de 130%, el más alto entre 2007 – 2011.

The Global Enabling Trade Report 2010, que mide la administración en aduana, transporte y comunicaciones, y el ambiente general de negocios de 125 países destaca que el Ecuador mejoró 15 puestos, al pasar del 107 al 92 por las mejoras en la administración de la aduana; en el índice global se ubicó en el puesto 89 sobre Colombia, Argentina, Bolivia y Venezuela. Si bien ha habido mejoras, no hay duda de que aún queda mucho por hacer en pro de la facilitación del comercio.

Se vuelve imprescindible la generación de incentivos para que las industrias en el Ecuador inviertan con la finalidad de incrementar la oferta exportable del país y que al mismo tiempo se busque diversificar los mercados de destino para reducir la vulnerabilidad de la economía ecuatoriana, especialmente en estos tiempos de incertidumbre en los mercados internacionales. Pues en la medida en que se mantenga la tendencia de desaceleración de los países industrializados, podría esperarse para finales de 2011 y 2012 un menor ritmo de incremento de las exportaciones a Europa y EEUU, de modo que los países que tienen mayor orientación exportadora hacia esos mercados verán afectado el dinamismo de sus ventas externas.

TABLA COMPARATIVA No. 1
EXPORTACIONES (X) – IMPORTACIONES (M) AÑO 2011-2012

AÑO - MES	EXPORTACIONES (X)		IMPORTACIONES (M)			BALANZA COMERCIAL (BC)
	TONELADAS	FOB	TONELADAS	FOB	CIF	XFOB - MFOB
2011-01	2,327,208.71	1,629,799.32	1,067,901.95	1,619,479.80	1,724,195.33	10,319.52
2011-02	2,286,389.31	1,692,375.68	1,084,056.53	1,511,770.45	1,605,752.83	180,605.23
2011-03	2,571,187.50	2,041,028.54	1,226,137.08	1,888,364.98	2,002,902.36	152,663.56
2011-04	2,094,294.20	1,840,087.69	1,103,608.23	1,854,159.50	1,959,918.82	-14,071.81
2011-05	2,396,071.16	2,014,535.60	1,204,852.87	1,942,480.78	2,049,341.48	72,054.82
2011-06	2,278,607.31	1,868,114.62	1,276,732.78	1,981,629.81	2,094,784.63	-113,515.19
2011-07	2,414,547.95	1,981,330.29	1,077,128.92	1,803,156.48	1,903,528.91	178,173.81
2011-08	2,302,993.11	1,757,831.28	1,150,181.24	2,008,119.62	2,123,043.55	-250,288.34
2011-09	2,325,758.13	1,857,702.66	1,366,525.00	2,075,503.83	2,193,489.21	-217,801.17
2011-10	2,196,468.96	1,833,640.12	1,253,421.52	2,035,988.56	2,155,038.12	-202,348.44
2011-11	2,133,312.42	1,859,143.43	1,289,622.74	2,135,950.43	2,263,113.19	-276,807.00
2011-12	2,243,159.53	1,969,615.05	1,373,378.99	2,089,190.10	2,210,954.21	-119,575.05
2012-01	2,659,040.10	2,094,421.30	1,248,131.13	2,011,428.73	2,120,272.93	82,992.57
TOTAL GENERAL:	30,229,038.34	24,439,625.54	15,721,678.94	24,957,223.01	26,406,335.51	-517,597.47

FUENTE: Banco Central del Ecuador

FECHA: Marzo – 2012

Análisis:

Si observamos la tabla comparativa del 2011 con el año 2012 (enero), podemos mencionar que ha crecido las exportaciones en relación a los meses anteriores, pero las importaciones también han mantenido un equilibrio con relación al mes de diciembre, pese al estricto control que existe en las salidas de divisas del 5%. Este impuesto aplicado principalmente a importadores afecta de manera directa considerando que nuestro servicio está basado en este manejo de transacciones.

Hasta el momento se ha venido trabajando conjuntamente con los clientes y el representante de la actividad aduanera para tratar de establecer una preferencia o limitar del impuesto a algunos productos que importamos.

1.13. BARRERAS Y RESTRICCIONES

1.13.1. BARRERAS ARANCELARIAS

Barreras arancelarias, tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional.

Las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país, dado por medio del establecimiento de derechos a la importación. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una mercancía más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en otro país, ya que ese arancel incidirá en los precios de los productos importados, elevándolos.

Los derechos arancelarios están previstos en el arancel de importaciones de mercancías y en el caso del Ecuador es la Nomenclatura Andina (NANDINA) y son aplicables para todas las mercaderías comprendidas en el arancel de importaciones.

Sólo hay dos tipos de aranceles, los ad-valorem y los específicos, de ellos se desprenden otras combinaciones:

- Arancel de valor agregado o ad-valorem es el que se calcula sobre un porcentaje del valor del producto (CIF), Ejemplo: 5% del valor CIF.
- Arancel específico, se basa en otros criterios como puede ser el peso, por ejemplo: USD 5 por cada kilo de ropa nueva. Es un pago establecido por cada unidad de medida del bien importado.
- Arancel anti-dumping es un arancel que se aplica a la importación de productos que reciben subvenciones de los países donde se producen. Estas subvenciones les permiten exportar por debajo del costo de producción.

También se debe considerar el arancel de exportación que es uno de los tipos de aranceles menos empleado por la mayor parte de los países a nivel mundial, ya que las mercancías exportadas generalmente quedan exentas de todo tipo de derechos arancelarios. En todo caso, un arancel de exportación determina un derecho arancelario para los productos exportados.

1.13.2. BARRERAS NO ARANCELARIAS

Son las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características.

Existen 2 tipos de Barreras no arancelarias:

Barreras Sanitarias: Proponen evitar el ingreso a un país de aquellas mercancías que puedan dañar la salud de la población debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico o biológico.

Barreras Técnicas: Se refieren a los requisitos que debe reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar a un determinado mercado.

CAPÍTULO II

2. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO EN IMPORTADORA BETANCOURT Y BADILLO CÍA. LTDA.

2.1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, brinda una diversidad de servicios cumpliendo las necesidades del cliente, ofertando tarifas estructuradas por movimiento de mercancías y prestación de servicios de acuerdo a los requerimientos actuales del mercado.

A continuación se detalla los servicios con sus respectivas tarifas:

SERVICIO DE COURIER EXPRESS

- **IMPORTACIONES REGIMEN COURIER: Valores menores a \$2.000.00**

Este servicio está creado para cubrir las necesidades de importaciones urgentes vía aérea, nuestra responsabilidad es la recepción, transporte aéreo, tramites de aduana hasta la entrega de su mercadería en sus oficinas.

**CUADRO No. 2
TARIFAS EXPRESS**

PESO KILOS	KILOS/VOL.
Mínimo	\$. 40.00
De 11 a 20 Kg/Vol.	\$. 3.60
De 21 a 50 Kg/Vol.	\$. 3.55
Más de 51 Kg/Vol.	\$. 3.50

Nota: Las tarifas para más de 51 kg, es únicamente para repuestos y computación.

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

**CUADRO No. 3
HONORARIOS (NACIONALIZACIÓN)**

Mínimo hasta \$. 399.00	\$. 30.00
De \$. 400,00 a \$. 1.000,00	\$. 60.00
De \$. 1.001,00 a \$.1.999,00	\$. 70.00
Más de \$ 2.000.00	\$. 120.00

Nota: Los costos de nacionalización de \$120,00 son para repuestos y computación.

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

IMPORTACIÓN DE RÉGIMEN DE CONSUMO

CUADRO No. 4
TARIFAS SERVICIO AEREO MIAMI – ECUADOR

Mínimo (100 Kg.)	+ de 100 Kg.	+ de 300 Kg.	+ de 500 Kg.	+de 1.000 Kg.
150.00	0.99	0.89	0.79	0.69

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

- **Recargos Generales**

Airpot Transfer (delivery & Pick Up)	USD 0.06 KG / MIN 35.00
Forwarding Fee	USD 25.00 / HAWB
FSC/FUEL	USD 0.60 KG / MIN 60.00
Security	USD 0.10 KG / 10.00 MIN

* **EL FUEL** está sujeto a cambios sin previo aviso

- **Recargos Locales**

Air Desconsolidation	USD 25.00 / HWAB + IVA
----------------------	------------------------

- **Recargos Ocasionales**

SED, (Shipper Export Declaration)	USD 35.00 / HAWB
Pick Up (local)	USD 0.06 / KG MIN 35.00

CUADRO No. 5

TARIFAS DE CARGA MARITIMA MIAMI - ECUADOR

Carga suelta/m3/contenedor	Costo por ubicación
Flete Marítimo mínimo	\$. 250.00
Metro cúbico o tonelada	\$. 130.00
Contenedor 20 pies	\$. 2.250.00
Contenedor 40 pies	\$. 3.450.00

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

Marítimo	Gastos Miami
B/L	\$. 50.00
Bunker	\$. 20.00 x M3 Mín20.00
Inland	\$.380.00 + 40% FSC
Delivery	\$. 0.06 por kilo Min 35.00
Desconsolidación local	\$ 50.00
SED, para cargas + \$. 2.500	\$. 35.00
Cargada contenedores (Opcional)	\$. 350.00
Documentación	\$ 56.00
Gastos Naviera Visto Bueno / Otros	\$. 180.00

CUADRO No. 6
HONORARIOS (NACIONALIZACIÓN) RÉGIMEN AL CONSUMO

Aéreo Quito	\$. 120,00
Aéreo Guayaquil	\$. 140.00
Marítimo 20 / 40 / 40HC	\$. 200.00
Marítimo carga suelta	\$. 180.00

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

MANEJO DE CARGA PELIGROSA

IMPORTACIONES RÉGIMEN COURIER: Valores menores a \$. 1.999.00

CUADRO No. 7
CARGA DGR (DANGEROUS)

DETALLE	MÍNIMO	DE 30 A 50 KILOS
Flete aéreo Miami-Quito	\$.180.00	\$. 6.00

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

Documentación DGR	\$. 100.00
Elaboración	\$. 100.00
Gastos por embarque	\$. 100.00
Delivery Carga DGR	\$. 90.00

Honorarios hasta	\$ 1.000,00	\$ 80.00
Honorarios de	\$ 1.001.00 a 1.999.00	\$ 90.00

Cabe recalcar que las principales importaciones de mercaderías que realiza la empresa para sus clientes se lo efectúan en un 80% desde Miami -Estados Unidos y en un 20% desde las diferentes partes del mundo en un valor FOB aproximado de 1'050.000.00 dividiéndose de la siguiente manera:

CUADRO No. 8

PRINCIPALES IMPORTACIONES

TIPO	VALOR FOB
Tecnología: Software y Hardware	\$ 500.000,00
Equipos médicos en general	100.000,00
Maquinaria Textil	100.000,00
Materia prima y Productos Terminados (Sector textil)	200.000,00
Repuesto para maquinaria agrícola, pesada y vehículos de lujo.	150.000,00

Fuente: "Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda."

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, hasta el mes de agosto del 2011aobtenido un ingreso por prestación de servicios y manejo de carga internacional de \$ 890.906,00 manteniéndose sólida, con un índice alto de crecimiento y con capacidad de liderazgo en el mercado.

La actuación de la empresa en lo que se refiere a la prestación de servicios por exportaciones (envío de paquetería y trámites aduaneros) es de \$ 32.000,00 mensuales aproximadamente, dando a entender que se debería fomentar la captación de clientes en este sector por parte de los asesores de la misma.

2.2. RESULTADO DEL ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, conjuntamente con su personal especializado está en la capacidad de atraer nuevos clientes que agrupan a una serie de proveedores internacionalmente, es por esta razón de requieren aumentar su gama servicios y principalmente que el manejo de su mercadería sea de modo garantizado, seguro, rápido y a bajos costos.

Examinando los volúmenes mensuales de importaciones (tres importaciones al mes por cliente) y exportaciones que realiza la empresa, se llegó a la conclusión de que el servicio que presta actualmente muy insuficiente y es ahí donde se sugiere la implementación de un Departamento de Negociaciones Internacionales en el cual se maneje las operaciones de comercio exterior y a la vez se especialice en la prestación de un nuevo servicio de trading, el mismo que va desde la localización de la compañía solicitada por el cliente el cual distribuye mercancías de acuerdo a las necesidades de los consumidores hasta la negociación de la operación, pasando por el intercambio de información, valores, trámites de nacionalización y entrega de las mercaderías.

Son mínimas las empresas ecuatorianas que ofrecen el servicio de trading y al incorporar este nuevo servicio alcanzaríamos la confianza y captación de nuevos clientes, los mismos que buscan la ayuda de "Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.", con el fin de que la empresa efectúe el trabajo por él, logrando así aumentar las utilidades y convirtiéndola en un ente aún más competitivo tanto en el mercado nacional como mundial.

SECTOR EXTERNO

2.3. FACTORES DEL MACRO ENTORNO

Son todos aquellos agentes, elementos o fuerzas externas que de una forma u otra sobrepasan el entorno micro de la empresa, pero que sin embargo pueden con mayor o menor intensidad influir de forma positiva o negativa en el funcionamiento de la empresa.

Es obvio que las compañías no pueden dar la espalda al entorno macro, que sin tener en la mayoría de los casos un efecto tan inmediato e intenso como los cambios en el entorno micro, a medio plazo afectará sin lugar a dudas a la empresa. Los principales factores del macro-ambiente a analizar son:

- **FACTORES ECONÓMICOS**

La marcha económica del país o de una zona económica como la zona del dólar tiene efectos directos en la economía de todos los países estructurados entorno a un mercado de formato capitalista que cada vez está más interaccionado y globalizado.

El aumento del desempleo provoca que se reduzca el número de clientes potenciales y sin embargo que aumente la mano de obra disponible. Por esta razón las empresas

y más aún cuando se encuentran en el auge de la innovación no pueden evadir las tendencias de las principales variables económicas. Estas son: el crecimiento del P.I.B, el nivel general de precios, el nivel de desempleo, los tipos de interés y los tipos de cambio.

- ✓ **Recesión Económica:** Es el nombre que se le da al ciclo económico que se caracteriza por la disminución de la actividad económica de un país, se produce por el riesgo del país, no se desarrolla normalmente la actividad institucional por la inseguridad nacional.

La crisis financiera mundial desde el 2008 está golpeando al Ecuador y en el 2009 fue notoria esa recesión debido a la falta de liquidez, también por la rebaja en las remesas de los migrantes ecuatorianos. Pero ese sacudón en el 2010 fue más evidente por el mal manejo de los recursos propios y extranjeros que ingresaron en la Caja Fiscal.

- ✓ **Deuda Externa:** Está variable da el total de la deuda pública y privada contraída con no residentes reembolsable en divisas, bienes o servicios. Estas cifras se calculan al tipo de cambio corriente, es decir sin tomar en cuenta la paridad del poder adquisitivo (PPA).

La deuda externa del Ecuador, según el informe correspondiente al año 2011 del Banco Central del Ecuador (BCE), alcanzó los \$14 072,7 millones que sumados a los últimos préstamos realizados por el Gobierno alcanzan en total los \$16 207,7 millones.

- ✓ **El PIB:** Variable que nos permite medir el crecimiento de la economía durante un periodo determinado, ya que es el valor total de bienes y servicios producido por dicha economía en el periodo. El Producto Interno Bruto (PIB)

de Ecuador creció un 7,78 por ciento en 2011, cifra que rebasó las perspectivas preliminares.

- ✓ **Tasa de desempleo:** Indicador que mide el trabajo, hace referencia a la situación del trabajador que carece de empleo y, por tanto, de salario. El Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) en su reporte del 2011 cita que la cifra de desempleo cerró en una tasa de 5,1%, menor a la registrada en 2010, que fue del 5,5%, esto se debe al crecimiento económico de 2011.

El año pasado terminó además con una tasa de subempleo del 44,2% y una tasa de ocupación plena del 49,9%.

- ✓ **Déficit Público:** Conocido también como déficit presupuestario y se refiere a una diferencia negativa al comparar los ingresos y gastos de las administraciones públicas para un período previamente definido que, generalmente, suele ser de un año. Según datos de la Política Económica la evaluación corresponde a los flujos de la economía macroeconómica, balanza exterior y política fiscal, financiera y comercial, correspondientes al 2011 el sector fiscal cerró el año pasado con un déficit de 1% del Producto Interno Bruto (PIB), es decir -656 millones de dólares. La deuda pública del 2011 equivale al 22,1% del PIB. Esto coloca muy por debajo del promedio de endeudamiento de América Latina que es el del 30,8%”.

- ✓ **Renta per cápita:** es la relación que hay entre el PIB (producto interno bruto), y la cantidad de habitantes de un país. Para conseguirlo, hay que dividir el PIB de un país entre su población.

Producto Interno Bruto, PIB, per cápita de cada ecuatoriano se situó en 7,995.004 dólares al finalizar diciembre del 2010.

- ✓ **El nivel general de precios:** Variable que se sigue a través del IPC, sirve para controlar la inflación (crecimiento generalizado y continuo de los precios de los bienes y servicios). Si nuestros precios suben más que los precios de los competidores estaremos perdiendo competitividad, puesto que los clientes nos percibirán como más caros.

En los factores económicos se asumen consecuencias directas sobre el desarrollo de “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, como ejemplo en el supuesto de la devaluación del dólar en relación a las diversas monedas que fluctúan a nivel mundial.

▪ **FACTORES SOCIALES**

Los factores sociales, son aquellos que desde la perspectiva de las tendencias y comportamientos de los individuos que la forman pueden influir en las empresas (tanto cuantitativas como cualitativas), los factores de conciencia social que afectan a la ética empresarial, y los aspectos “psicosociales” como son las modas y los comportamientos colectivos.

- ✓ **Aspectos éticos:** Aquellos que nacen de la conciencia social también afectan a las empresas y a veces de forma contundente.
- ✓ **La migración:** en la actualidad en un gran número de pueblos, trae como consecuencia el grave atraso en el desarrollo, registrándose por ende altos índices de pobreza, analfabetismo, deterioro de las condiciones de salud y alimentación, así como en las condiciones de vida de la población, como si ya no hubieran expectativas de alcanzar mejores niveles de vida para las poblaciones, orillándolos a abandonar sus tierras y optar por la migración.

- ✓ **Aspectos Culturales:** facilitan no sólo conocer los rasgos distintivos que hacen diferentes a grupos humanos y asentamientos poblacionales dentro de un mismo espacio geográfico y social, sino además, comprender, a través de ellos, cómo se ha producido el desarrollo histórico, sus tendencias más significativas, ello posibilita explicar los nexos que se establecen entre las actuaciones de individuos y grupos y las dinámicas sociales. Los factores culturales no son dimensiones, ni elementos, son condiciones determinantes en tanto reportan esencialidades de los comportamientos humanos. Aspectos como la religiosidad, costumbres y tradiciones aportan un conjunto de significados que no se pueden soslayar en los estudios de las comunidades.

▪ **FACTORES POLÍTICO-LEGALES**

Los factores político-legales son los referentes a todo lo que implica una posición de poder en nuestra sociedad, en sus diferentes niveles, que tendrán una repercusión económica.

- ✓ **Legislación:** Legislando nuevas leyes, integrado por leyes, decretos, resoluciones que corresponden a determinadas políticas del gobierno ecuatoriano especialmente por la SENA E.
- ✓ **Estabilidad política:** La existencia de estabilidad política infunde seguridad a la sociedad en general y al sector empresarial en particular. Una buena estabilidad repercutirá en una mayor seguridad en las inversiones tanto interiores como exteriores.
- ✓ **Política económica:** Las políticas económicas de los gobiernos pueden suponer un incentivo o una retracción de las inversiones.
- ✓ **Política fiscal:** Incide directamente en la capacidad de compra de la población y en la rentabilidad de la empresa.

- ✓ **Política exterior:** En un mercado más global y mejor comunicado, las relaciones internacionales y la política exterior de un país tiene cada vez mayor importancia, ya que puede favorecer o dificultar las relaciones internacionales de la empresa.

En el caso de la empresa “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, por ser una OCE que depende notablemente de las regulaciones del gobierno y normativas internacionales, los pronósticos gubernamentales especialmente lo relacionado a la aduana puede ser la parte más importante del análisis externo.

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, funcionando como una Operadora de Comercio Exterior, debe enfrentar retos constantes ya que al existir numerosas exigencias de cada uno de los clientes, sobre calidad del servicio que ofrece, debe capacitar constantemente a su personal sobre las reformas al comercio exterior manteniéndose así un paso adelante de la competencia.

▪ **FACTORES TECNOLÓGICOS**

La tecnología es uno de los factores que más cambios ha introducido en los últimos años en el mundo de la innovación. Desde la llegada de los nuevos sistemas de elaboración, conservación y regeneración se han variado los procesos de trabajo e incluso se han separado las zonas de producción de las de servicio, reduciendo la homo-dependencia e incrementado la capacidad de servicios.

- ✓ **Nuevos sistemas operacionales y redes informáticas:** con la creación se sistemas informáticos, actualmente encontramos simulado en una base de datos toda la información referente a los clientes, información que es

intercambiada con el SRI, SENA E y otros organismos de control que en su momento requieran de nuestra colaboración.

- ✓ **Innovación en modelos tecnológicos:** la innovación y creación de nuevos productos o mercaderías por los avances tecnológicos hace que los clientes se vean en la necesidad de estar actualizados a las necesidades de los consumidores.

▪ **FACTORES MEDIO AMBIENTALES**

- ✓ **Los cambios climáticos:** Son aquellos que se están generando a nivel mundial, afectan a la cadena logística en el movimiento de mercancías, especialmente de los países industrializados ya que son los principales compradores y proveedores de productos y/o mercancías.

Esto dificulta el cumplimiento normal de los plazos establecidos en el despacho de las mercaderías a los clientes.

2.3.1. IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CLAVES DEL MACRO ENTORNO

<u>DIMENSIÓN ECONOMICA</u>			
FACTORES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA EMPRESA	IMPLICADOS
ECONÓMICO 1 RECESIÓN ECONÓMICA	Se produce por el riesgo del país, no se desarrolla normalmente la actividad institucional por la inseguridad nacional.	Ocasiona el corte del presupuesto establecido para programas de producción y desarrollo del país.	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Estado • Proveedores • Trabajadores • Clientes • Competidores • Sociedad
ECONÓMICO 2 DEUDA EXTERNA 13.670	Con una deuda externa elevada el gobierno no puede satisfacer las necesidades de los sectores más	Ocasiona un deterioro de la economía interna por la limitación de los recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Estado • Proveedores • Trabajadores

millones de dólares	necesitados.	destinados a sustentar el desarrollo social.	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Competidores • Sociedad
ECONÓMICO 3 PIB	Aun no se puede tener una capacidad de adquisición y ahorro.	Desaceleración del crecimiento económico. La Institución no crece constantemente por la falta de dinamismo en la economía.	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Estado • Proveedores • Trabajadores • Clientes • Competidores • Sociedad
ECONÓMICO 4 IPC (INDICE DE	Los productos se vuelven más elevados y la alimentación siendo menos	Elevación de precios en materia prima. Poca oferta de servicios.	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Proveedores • Trabajadores • Clientes

PRECIOS AL CONSUMIDOR)	eficiente.		<ul style="list-style-type: none"> • Competidores • Sociedad
ECONÓMICO 5 TASA DE DESEMPLEO	Existen un gran número de profesionales que carece de <u>empleo</u> y, por tanto no reciben un <u>salario</u> seguro.	Existe un mayor compromiso por los trabajadores y personas que rodean por formar parte de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Proveedores • Trabajadores • Clientes • Competidores • Sociedad
ECONÓMICO 6 DÉFICIT PÚBLICO	Los ingresos y <u>gastos</u> de las administraciones públicas del período están cada vez disminuyendo su índice de endeudamiento.	Las empresas públicas como la SENA E están en la capacidad de brindar un mayor servicio a la comunidad y al sector de comercio exterior.	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Proveedores • Trabajadores • Clientes • Competidores • Sociedad
ECONOMICO 7 RENTA PER CÁPITA	El petróleo considerando como ingreso no permanente, el mismo que en su totalidad es utilizado para el financiamiento del presupuesto general	Las exportaciones que realice la empresa servirán en gran parte para cubrir el	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Estado • Proveedores

	del estado. Debido a este factor no se puede cubrir todos los gastos públicos ni reservar una parte de su capital.	gasto de la carga fiscal del estado.	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajadores • Clientes • Competidores • Sociedad
<u>DIMENSIÓN SOCIAL</u>			
FACTORES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA EMPRESA	IMPLICADOS
SOCIAL 1 Aspectos éticos	La responsabilidad ética social requiere que las organizaciones consideren las repercusiones de sus acciones sobre la sociedad.	Los deseos, expectativas y presiones sociales dan lugar a leyes y estándares de ética. La disciplina que se relaciona con lo bueno y lo malo y con el deber y la obligación moral.	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Estado • Proveedores • Trabajadores • Clientes • Competidores • Sociedad
SOCIAL 2 La Migración	Actualmente con los incentivos del gobierno ha disminuido el índice de migración.	La sociedad invertirá más en la producción y comercialización del país aumentando los ingresos	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Estado • Proveedores • Trabajadores

		económicos de la empresa debido a las exportaciones e importaciones que se realice.	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Competidores • Sociedad
SOCIAL 3 La Cultura	Existen diferencias entre etnias y racismo en el país.	Nuestro trading o negociador internacional debe adaptarse y estar preparado a los diferentes cambios culturales como el idioma, religión, normas y sobre todo valores que los caracteriza.	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Estado • Proveedores • Trabajadores • Clientes • Competidores • Sociedad
<u>DIMENSIÓN POLÍTICO-LEGAL</u>			
FACTORES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA EMPRESA	IMPLICADOS
POLÍTICO LEGAL 1		La Empresa ha ido	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno

<p>Legislación Regulada bajo normativas de la SENAE</p>	<p>Existen instrumentos legales bajo los cuales se rige el funcionamiento de la empresa.</p>	<p>actualizándose a los cambios normativos paulatinamente a medida que el mercado ha ido creciendo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estado • Proveedores • Trabajadores • Clientes • Competidores • Sociedad
<p>POLÍTICO LEGAL 2 Estabilidad política</p>	<p>Actualmente existe estabilidad política y seguridad en el país.</p>	<p>Permitirá que la sociedad realice cualquier tipo de negocios desde cualquier parte del mundo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Estado • Proveedores • Trabajadores • Clientes • Competidores • Sociedad
<p>POLÍTICO LEGAL 3 Política económica</p>	<p>Existen incentivos al comercio exterior como restricciones o barreras arancelarias a las importaciones.</p>	<p>Incrementar las exportaciones pero también se disminuye las importaciones por los costos muy elevados que repercutan en ellos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Proveedores • Trabajadores • Clientes • Competidores • Sociedad

POLÍTICO LEGAL 4 Política fiscal	Debido al constante cambio y reformas en el comercio exterior la población no deja de comprar aquellos productos que satisfagan sus necesidades.	La empresa no deja de buscar proveedores que ofrezcan productos de buena calidad y a menor precio.	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Proveedores • Trabajadores • Clientes • Competidores • Sociedad
POLÍTICO LEGAL 5 Política exterior	Las relaciones internacionales están marcadas en determinados países.	Los tratados y convenios internacionales permiten a que la empresa importe y exporte sin ningún tipo de inconveniente.	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Proveedores • Trabajadores • Clientes • Competidores • Sociedad
<u>DIMENSIÓN TECNOLÓGICA</u>			
FACTORES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA EMPRESA	IMPLICADOS
TECNOLÓGICA 1 Nuevos sistemas operacionales y redes informáticas:	La empresa ante la automatización responde a una modernización urgente en cuanto a la actualización de sus sistemas.	Mejor cruce de información entre instituciones de control y la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores • Trabajadores • Clientes • Competidores

TECNOLÓGICA 2 Innovación en modelos tecnológicos	Debido al avance de la ciencia y tecnología el mundo está en constante cambios y crea nuevos productos.	Mayor compromiso en buscar nuevos e innovadores proveedores.	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores • Trabajadores • Clientes • Competidores
<u>DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL</u>			
FACTORES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA EMPRESA	IMPLICADOS
MEDIOAMBIENTAL 1 Los cambios climáticos.	La cadena logística en el movimiento internacional de mercancías se ve afectada por los constantes cambios climáticos provocados por el descuido al medio ambiente.	Dificultad en el cumplimiento normal en el despacho de las mercaderías a los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Estado • Proveedores • Trabajadores • Clientes • Competidores • Sociedad

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

2.3.2. MATRIZ DE PRIORIDADES DE FACTORES EXTERNOS

Probabilidades de ocurrencia.	Alta	Económico4, Económico5 Económico7 Político Legal 3 Político Legal 4 Político Legal 5 Tecnológico1 Tecnológico2	Político Legal.1	
	Media		Económico2, Económico3, Social1 Social 3	Político Legal 2 Económico1
	Baja			Económico6 Social 2 Medio Ambiental1
		Alta	Media	Baja
		Probabilidades de impacto		

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

Nomenclatura:

Económico1: Recesión Económica

Económico2: Deuda Externa

Económico3: Producto Interno Bruto

Económico4: Índice de precios al consumidor

Económico5: Tasa de desempleo

Económico6: Déficit público

Económico7: Renta Per cápita

Social 1: Aspectos Étnicos

Social 2: La Migración

Social 3: La Cultura

Político Legal 1: Legislación

Político Legal 2: Estabilidad Política

Político Legal 3: Política Económica

Político Legal 4: Política Fiscal

Político Legal 5: Política Exterior

Tecnológico 1: Nuevos sistemas operacionales y redes informáticas.

Tecnológico 2: Innovación en modelos tecnológicos.

Medioambiental 1: Cambios climáticos.

2.3.3. PERFIL ESTRATÉGICO DEL IMPACTO INSTITUCIONAL (AMENAZA-OPORTUNIDAD)

FACTOR	CALIFICACION DEL IMPACTO				
	AMENAZA		NORMAL	OPORTUNIDAD	
	Gran Amenaza	Amenaza	E	Oportunidad	Gran Oportunidad
Recesión Económica			●		
Deuda Externa		●			
PIB		●			
IPC	●	●			
Tasa de desempleo			●		
Déficit publico			●		
Renta per cápita		●	●		
Aspectos éticos			●		
La migración			●		
La cultura			●		
La legislación				●	
Estabilidad política			●	●	
Política económica			●		
Política fiscal				●	
Política exterior					●
Nuevos sistemas operacionales y redes informáticas					●
Innovación en modelos tecnológicos					●
Los cambios climáticos.		●			●

Fuente: "Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda."

Elaborado por: Los Autores

Análisis:

Tenemos que aprovechar las oportunidades con situaciones normales, necesariamente debemos contrarrestar las amenazas siendo las más considerable la del IPC¹², Deuda externa, PIB el que se cotejan los precios de los productos "canasta familiar", la que ha sido durante muchos años uno de los componentes principales de la historia nacional de Ecuador dado que en la actualidad los aranceles cobrados por exportación e importación se han elevado y esto traerá como consecuencia que los clientes opten por disminuir o en el peor de los casos dejen de importar o exportar afectando a la estabilidad del país sin dejar a lado los cambios climáticos.

En Importadora Betancourt y Badillo una de sus principales oportunidades es el avance permanente del hardware y software, nuevos sistemas operacionales, innovación en modelos tecnológicos, la política fiscal, la legislación, y política exterior factores que ayudan a que la empresa se mantenga y siga operando en el mercado mundial.

2.4. FACTORES DEL MICRO ENTORNO

El análisis del Micro entorno está orientado al estudio de los clientes/usuarios potenciales, la competencia, los intermediarios y los proveedores. Este análisis es fundamental en la Importadora Betancourt y Badillo los cuales pueden influir sobre la empresa en definir estrategias para atraer clientes y competir.

¹² IPC: Índice de Precios al Consumidor

- **CLIENTES Y/O CONSUMIDORES**

Se trata de determinar quiénes serán los clientes potenciales de la empresa. Pueden ser particulares (consumidores finales) empresas, comerciales, etc.

Sean del grupo que sean, es importante determinar quiénes son, dónde están, qué necesitan y qué demandan, qué mejoras desearían respecto de los productos que ahora ofrece la competencia y en qué basan sus decisiones de compra.

- **INTERMEDIARIOS Y PROVEEDORES**

Serán necesarios si la empresa no va a importar directamente al cliente final (distribuidores, minoristas, etc.) porque inciden en calidad e imagen. Hay que saber quiénes y cuántos son, cómo trabajan y quiénes y cómo pueden agregar valor a la empresa.

IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CLAVES DEL MICRO ENTORNO

<u>CLIENTES Y/O CONSUMIDORES</u>			
FACTORES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA EMPRESA	IMPLICADOS
CONSUMIDORES Potenciales clientes	Determinar quiénes serán los clientes potenciales de la empresa. Pueden ser particulares (consumidores finales) empresas, comerciales, etc.	Verificar el tipo de servicio que requieren los consumidores para satisfacer las necesidades de cada uno de ellos y marcar la diferencia dentro de la competencia.	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores • Trabajadores • Consumidores • Competidores • Sociedad
<u>INTERMEDIARIOS Y PROVEEDORES</u>			
FACTORES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA EMPRESA	IMPLICADOS
INTERMEDIARIOS Distribuidores, minoristas, etc.	Estudiar el canal de distribución y los socios intermediarios de mercancías desde el país de origen,	Al tener una base de dato de los principales intermediarios y distribuidores de mercancías los costos para el cliente serían menores a los ofrecidos por la competencia.	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores • Trabajadores • Consumidores • Competidores • Sociedad

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

MATRIZ DE PRIORIDADES DE LOS FACTORES DEL MICRO ENTORNO

Probabilidades de ocurrencia.	Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes y/o consumidores • Intermediarios y/o Proveedores 		
	Media			
	Baja			
		Alta	Media	Baja
		Probabilidades de impacto		

Fuente: "Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda."

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

PERFIL ESTRATÉGICO DEL IMPACTO INSTITUCIONAL

FACTOR	CALIFICACIÓN DEL IMPACTO				
	AMENAZA		NORMAL	OPORTUNIDAD	
	Gran Amenaza	<i>Amenaza</i>	E	Opor.	Gran Oportun.
Consumidores				●	
Proveedores					●

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

Análisis:

El conocimiento de estos factores del micro entorno en el sector externo permite realizar una selección estratégica más segura, tanto en el tipo de cliente y los proveedores en medios de servicios. Por el contrario, no tenerlos en cuenta puede provocar errores elementales pero trascendentes en la empresa y no contribuir al desarrollo del país.

SECTOR INTERNO

Está formado por todas aquellas variables sobre la que la empresa puede influir o actuar de algún modo. El entorno específico, sin embargo, se refiere a la parte del entorno más próxima a la actividad habitual de la empresa, es decir, al servicio que brinda a los clientes. Consta de una serie de factores que afectan de forma específica a la empresa que tiene cierta capacidad de control.

Al hacer referencia desde el sector de servicio y de las fuerzas competitivas que en él se conforman. El análisis del sector nos plantea como primer problema establecer la frontera del mismo, ya que no coincide con una clasificación sectorial convencionalmente realizada ni con un grupo de empresas operadoras de carga similares, sino que va mucho más allá. La frontera que delimita el entorno específico está relacionada con las misiones y fines de la empresa y con su capacidad de negociación.

El estudio del micro entorno nos permitirá identificar aquellos factores que se originan al interior de la organización, motivo que induce dedicación, tiempo y esfuerzo necesarios para conocer a fondo la competencia, para lo cual, es necesario estudiar

el mercado, lo que nos permitirá conocer la satisfacción o insatisfacción de la población con respecto a los servicios.

En este análisis se identifican y evalúan las fortalezas y debilidades de la “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, en sus diferentes áreas funcionales, entre ellas administración, finanzas, su servicio, recurso humano en general.

Las variables que se han tomado en cuenta para el estudio del micro entorno de la empresa son las siguientes:

Fortalezas: Variedad de servicios, costos competitivos, asesoría personalizada, clientes.

Debilidades: Infraestructura, competencia, falta de implementación de agencias en los diferentes países de mayor actuación de la empresa.

▪ ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.” dispone de una estructura organizacional dividida por departamentos, cada uno de estos con funciones específicas las mismas que no se aplican y que no permiten desarrollar adecuadamente las diferentes actividades entorno al servicio que presta la empresa.

La misión y visión establecidas por la empresa le han permitido definir claramente los objetivos y metas a alcanzar obteniendo así el éxito anhelado.

- **RECURSOS HUMANOS**

Personas las que realmente aportan el trabajo, energía, conocimiento, habilidades y experiencia, que hacen posible la supervivencia y el éxito empresarial. La empresa siempre contara con Recurso Humano servicial y con la capacidad llevar a la empresa al rumbo del éxito.

Cada persona que presta sus servicios a la “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, no tiene puntualizadas sus funciones y también manifiestan, que no han recibido reconocimientos por el trabajo que realizan. Sin embargo, el personal se siente orgulloso de ser parte de la organización.

El ambiente de trabajo que existe en la empresa es sereno, hay compañerismo, amabilidad y respeto entre empleados y/o socios; por las actividades que desarrollan los empleados les ha permitido relacionarse con personas de diferente temperamento manteniendo una relación de amistad y cordialidad.

El ambiente que se da en la empresa “**Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.**”, es el adecuado porque se lucha por el mismo ideal.

- **VEHÍCULOS**

La empresa siempre con el objetivo de brindar un mejor servicio al cliente ha adquirido unidades de transporte de acuerdo a cada una de sus necesidades en la entrega de las mercaderías.

- **INSTALACIONES**

En lo referente a oficinas cuenta con una adecuada distribución para atender eficientemente a los usuarios, además tiene una pequeña bodega que no es suficientemente amplia para el almacenamiento de las mercaderías.

- **MARKETING Y VENTAS**

Comprende aquellas actividades que utilizaremos para promocionar y vender nuestros productos. Los factores que debemos tomar en cuenta son: Manejo de los sistemas de información de mercados, conocimiento de la competencia, planificación de actividades de marketing, estructuración de la cartera de clientes, política de productos, política de precios, manejo de los canales de distribución.

2.4.1. IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CLAVES DEL MICRO ENTORNO

FACTORES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LA EMPRESA	IMPLICADOS
Estructura Orgánica	<p>Cuenta con una estructura organizacional dividida por departamentos, cada uno de estos con funciones específicas las mismas que no se aplican.</p> <p>La misión y visión establecidas por la empresa</p>	<p>No permiten desarrollar adecuadamente las diferentes actividades entorno al servicio que presta la empresa.</p> <p>Permite definir claramente los objetivos y metas a alcanzar obteniendo así el éxito anhelado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Accionistas • Gerente • Empleados
Recursos Humanos	<p>No tienen puntualizadas sus funciones</p> <p>No se tiene el rendimiento esperado.</p>	<p>Realizan actividades que son de su competencia o cumplen con las tareas que el puesto demanda.</p> <p>Existe inconformidad con los sueldos ya que no devenga las actividades que realizan y los horarios que tienen que cumplir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente • Empleados • Clientes • Socios

	<p>Falta de motivación del personal.</p> <p>Compañerismo y amabilidad entre empleados y socios.</p> <p>Las actividades que desarrollan los empleados les permiten relacionarse con personas de diferente temperamento.</p>	<p>No reciben reconocimientos por el trabajo que realizan.</p> <p>El ambiente de trabajo que existe en la empresa es tranquilo.</p> <p>Adquieren nuevas experiencias.</p>	
Vehículos	Cuenta con unidades de transporte de acuerdo a cada una de sus necesidades.	Se facilita y agiliza la actividad de entrega de las mercaderías.	<ul style="list-style-type: none"> • Accionistas • Gerente

<p>Instalaciones</p>	<p>Las oficinas con las que cuenta la empresa tienen una adecuada distribución.</p> <p>Posee una pequeña bodega.</p>	<p>Se atiende eficientemente a los usuarios.</p> <p>No es lo suficientemente amplia para el almacenamiento de las mercaderías.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Accionistas • Gerente
<p>Marketing y ventas</p>	<p>Al momento posee un plan de marketing en información de mercados, conocimiento de la competencia, estructuración de la cartera de clientes, política de productos, política de precios, manejo de los canales de distribución.</p>	<p>Fácil acceso y conocimiento del servicio que ofrece la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente • Accionistas • Empleados • Clientes • Socios

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

2.4.2. MATRIZ DE PRIORIDADES DE LOS FACTORES CLAVES INTERNOS DE “IMPORTADORA BETANCOURT Y BADILLO CÍA. LTDA.”

La matriz de prioridades se utiliza para elegir a los factores estratégicos internos más significativos de la empresa.

A través de esta técnica de reducción de los factores claves, se seleccionan los problemas que tienen un mayor impacto y una mayor probabilidad de que ocurran.

PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	ALTA	<ul style="list-style-type: none"> Marketing y ventas 		
	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> Instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Estructura orgánica Recursos Humanos 	
	BAJA		<ul style="list-style-type: none"> Vehículos 	
		ALTO	MEDIO	BAJO
		PROBABILIDAD DE IMPACTO		

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

2.4.3. PERFIL ESTRATÉGICO DEL IMPACTO INSTITUCIONAL (FORTALEZA - DEBILIDAD)

FACTOR	CALIFICACIÓN DEL IMPACTO				
	FORTALEZA		NORMAL	DEBILIDAD	
	Gran Fortaleza	Fortaleza	E	Debilidad.	Gran Debilidad
Estructura Organizacional					
Recursos Humanos					
Vehículos					
Instalaciones.					
Marketing y ventas					

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

Análisis:

Se puede observar debilidades como fortalezas, en el caso de las debilidades es obligatorio eliminarlas disminuyendo la probabilidad de que estas puedan afectar a la empresa y en el caso de las fortalezas es de gran importancia mantenerlas, reforzarlas y sementarlas para lograr que la empresa pueda crecer y desarrollarse día a día.

MATRIZ FODA

La matriz FODA de la empresa se encuentra dividida de la siguiente manera:

FODA DE “IMPORTADORA BETANCOURT Y BADILLO CÍA. LTDA.”	
FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">• Precios competitivos.• Variedad de servicios• Publicidad informativa y de conocimiento• Atención personalizada al cliente.• La empresa cuenta con una estructura orgánica establecida por escrito.• Fidelidad de los clientes.• Se encuentra constituida con capital propio.• Lealtad de los empleados.• Manejo responsable de las mercancías.• Se tiene una idea clara de cuál es la misión, visión, objetivos.	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">• Demanda creciente del mercado en lo que se refiere a los servicios que presta la empresa.• Implementar aún más nuevos y mejores servicios.• Establecer alianzas con empresas que presten servicios complementarios.• Atraer a nuevos y fieles clientes.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de sucursales en lugares estratégicos del País. • Inexistencia de un departamento de Negociaciones Internacionales. • No tiene una certificación de calidad (ISO). • Los empleados no tienen funciones específicas. • Falta de espacio en las instalaciones para bodega de las mercaderías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia entre empresas similares. • Recesión de la economía nacional por la mala implementación de políticas macro-económicas del gobierno nacional. • Incremento en los aranceles. • Prohibición de importaciones y/o exportaciones. • Contrabando de mercaderías. • Nuevas reforma y leyes al comercio exterior. • Con la creación del nuevo aeropuerto en Tababela, el tiempo de entrega de las mercaderías se tornara más demoroso.

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Referencia: El FODA es archivo de la empresa y consta en su base de información.

Fecha: Marzo-2012

Cuadro comparativo de la matriz FODA

RANGO FODA	5+	4+	3+/-	2-	1-	RESULTADO	ENTREVISTA (mediante una calificación del 1 al 5)
FORTALEZAS						4.8	Entrevistamos a la Ing. Maricela Arias Jefa del departamento de Marketing y al asistente de facturación quienes nos dieron una calificación de 5 al servicio que ofrece la empresa en los precios competitivos.
	Precios competitivos.						

		Variedad de servicios					Realizamos llamadas telefónicas a 3 clientes de la empresa y como resultado tenemos un promedio de 4 en la variedad del servicio que ofrece la empresa.
	Publicidad informativa y de conocimiento						Mediante 4 entrevistas a clientes de la empresa, calificaron como 5 el fácil acceso a pág. Amarillas referente a la publicidad de la empresa.

	Atención personalizada al cliente.						Estuvimos presentes en cinco consultas personalizadas del servicio que ofrece la empresa a clientes y futuros clientes los mismos que evaluaron como 5 a este tipo de servicio.
		La empresa cuenta con una estructura orgánica establecida por escrito.					Entrevistamos a 5 empleados sobre este tipo de fortaleza que posee la empresa, los resultados nos dieron un promedio de 4 sobre la estructura orgánica.

	Fidelidad de los clientes.						Revisamos 3 archivos de clientes y constatamos su fidelidad por el constante uso del servicio y su incremento en operaciones de comercio exterior, la Srta. Raquel Suarez secretaria de la empresa dio una calificación de 5 a esta fortaleza de la empresa.
	Se encuentra constituida con capital propio.						Mediante entrevista a los accionistas de la empresa, calificaron como 5 a esta fortaleza.

	Lealtad de los empleados.						En conversación con 10 empleados, promediaron a 5 la lealtad hacia la empresa.
	Manejo responsable de las mercancías.						Con la ayuda de indicadores mensuales del personal departamento de despacho de mercaderías, nos da una ponderación de 5 al manejo de mercaderías.

	Se tiene una idea clara de cuál es la misión, visión, objetivos						En el mes de enero se evaluó a los trabajadores quienes tienen claro cuál es la misión, visión y objetivos que conjuntamente se pretende mantener y alcanzar.
OPORTUNIDADES							5.00
	Demanda creciente del mercado en lo que se refiere a los servicios que presta la empresa.						Con ayuda de empleados del departamento de Comercio Exterior, nos dieron un ponderación de 5 a esta oportunidad que tiene la empresa.

	Implementar aún más nuevos y mejores servicios.						Con apoyo de empleados del departamento, calificaron como 5 esta oportunidad en la que tiene que trabajar la empresa.
	Establecer alianzas con empresas que presten servicios complementarios.						Con entrevistas a empleados del departamento de Comercio Exterior si se debería establecer alianzas con empresas que presten servicios complementarios manifestaron que sí y como resultado tenemos un promedio de 5.

	Atraer a nuevos y fieles clientes.						Con asistencia del departamento de marketing y ventas calificaron como 5 a esta gran oportunidad que tiene la empresa.
DEBILIDADES							1.8
					Falta de sucursales en lugares estratégicos del País.		El departamento de marketing y ventas y de comercio exterior pondero como 1 a esta gran debilidad que tiene la empresa en la falta de sucursales.

					Inexistencia de un departamento de Negociaciones Internacionales.		Los empleados del departamento especialmente el área de exportaciones e importaciones califico como 1 a esta debilidad en la que de urgencia se debe trabajar.
				No tiene una certificación de calidad (ISO).			Los accionistas de la empresa, el gerente general y dos empleados de la empresa imparcialmente calificaron como 2 a la ausencia de una certificación de calidad ISO.

				Los empleados no tienen funciones específicas.			Preguntamos a 6 empleados de la empresa si tienen designadas funciones específicas, mismos que calificaron como 2 a esta debilidad comunicándonos su inconformidad.
			Falta de espacio en las instalaciones para bodega de las mercaderías				Con ayuda del personal del departamento de despacho de mercaderías, promediamos como 3 a la falta de espacio (bodega) para las mercaderías.

AMENAZAS						2.63
			Competencia entre empresas similares.			Con la apoyo del personal del departamento de marketing y ventas y de comercio exterior, ponderaron como 3 a esta amenaza que enfrenta la empresa.
			Recesión de la economía nacional por la mala implementación de políticas macro-económicas del gobierno nacional.			Entrevistamos al Gerente General de la empresa y a los Accionistas, mismos que calificaron como 3 a este factor que influye como amenaza a la empresa.

			Incremento en los aranceles.				Con asistencia del personal departamento de comercio exterior y facturación, calificaron como 3 a esta amenaza.
				Prohibición de importaciones y/o exportaciones.			De la misma manera con colaboración del personal departamento de comercio exterior y facturación, ponderaron como 2 a los cambios y restricciones que se da a las importaciones y/o exportaciones.

			Contrabando de mercaderías.				Con la ayuda del personal departamento de comercio exterior, estimaron como 3 a esta amenaza que tiene la empresa.
				Nuevas reforma y leyes al comercio exterior.			Mediante entrevista al personal departamento de comercio exterior y facturación, calificaron como 2 a las nuevas reformas y leyes del comercio exterior que se enfrentara la empresa.

				<p>Con la creación del nuevo aeropuerto en Tababela, el tiempo de entrega de las mercaderías se tornara más demoroso.</p>			<p>Preguntamos a los Accionistas, gerente general, empleados y a 2 clientes sobre el tiempo que se llevara en la entrega de mercaderías por la construcción del nuevo aeropuerto, sus resultados nos dieron un promedio de 2.</p>
--	--	--	--	---	--	--	---

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Referencia:

Los datos de ponderación fueron calificados y analizados conjuntamente con los Accionistas, Gerente General de la empresa, Ing. Maricela Arias encargada del área de información de la empresa quien tiene una licenciatura en Sistemas de Información de Organizaciones y también dirige el Departamento de Marketing, Ing. Vanesa Torres – Calidad, Srta. Raquel Suarez secretaria de la empresa y con los empleados de las diferentes áreas de la empresa. Los resultados fueron aprobados por el Ing. Carlos Carrillo Gerente General de la empresa.

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Abril-2012

Ponderación:

Ponderación	F O +	D A -
Resultado	4.9	2.22

ESTRATÉGIAS:

Debilidades	Oportunidades/ Fortalezas	Estrategía y Resultado
Falta de sucursales en lugares estratégicos del País.	Demanda creciente del mercado en lo que se refiere a los servicios que presta la empresa.	Con la ayuda de esta oportunidad y más el capital propio que posee la empresa, se podría construir sucursales aún más con la implementación del Departamento de Negociaciones Internacionales, siendo una de las ventajas ante la competencia por la facilidad que tendría el cliente en ahorrarse tiempo cuando necesite una asesoría personalizada.

<p>Inexistencia de un departamento de Negociaciones Internacionales.</p>	<p>Atraer a nuevos y fieles clientes.</p> <p>Fidelidad de los clientes.</p> <p>Establecer alianzas con empresas que presten servicios complementarios.</p> <p>Implementar aún más nuevos y mejores servicios.</p>	<p>Mediante la creación del Departamento de Negociaciones Internacionales se lograría atraer nuevos clientes y de la misma manera su fidelidad. Al crearse el departamento tendríamos una nueva visión e imagen corporativa de tal manera que empresas nacionales como internacionales estarán interesadas en aliarse y así implementaríamos nuevos y mejores servicios.</p>
<p>No tiene una certificación de calidad (ISO).</p>	<p>Publicidad informativa y de conocimiento.</p> <p>Atraer a nuevos y fieles clientes</p>	<p>Con una certificación ISO la empresa asegura al cliente por escrito que su mercadería ha cumplido con todos los requisitos especificados.</p> <p>Por esta razón, constituye una</p>

		<p>herramienta valiosa en las transacciones comerciales nacionales e internacionales. Es un elemento insustituible para generar confianza en las relaciones cliente-proveedor y empresa. Con la ayuda de una amplia publicidad y cumpliendo con las normas para tener esta certificación atraeríamos a nuevos y fieles clientes.</p>
<p>Los empleados no tienen funciones específicas.</p>	<p>La empresa cuenta con una estructura orgánica establecida por escrito.</p>	<p>Actualmente los empleados cuentan con una estructura orgánica establecida por escrito pero en la práctica no tienen funciones específicas, todos hacen varias tareas al mismo tiempo; es así que mediante la ejecución de la Implementación del Departamento de Negociaciones Internacionales también</p>

		se propone una nueva estructura organizacional donde cada empleado maneje una función específica.
Falta de espacio en las instalaciones para bodega de las mercaderías.	Manejo responsable de las mercancías.	Actualmente los Accionistas estudian un proyecto el mismo que se enfoca en la compra de un terreno al norte de Quito para la creación de una nueva edificación con grandes galpones y bodegas para lograr un manejo responsable y seguro de las mercaderías.

Amenazas	Oportunidades/ Fortalezas	Resultados
Competencia entre empresas similares.	Atención personalizada al cliente. Variedad de servicios	Se puede enfrentar esta amenaza con la implementación de nuevos y variados servicios, con un buen trato al cliente y sobre todo en los precios y tarifas acordes al mercado.
Incremento en los aranceles. Prohibición de importaciones y/o exportaciones. Contrabando de mercaderías. Nuevas reforma y leyes al comercio exterior.	Atención personalizada al cliente.	Con la ayuda del trading, asesor, empleados de la empresa y una constante actualización de leyes y normativas se informara al cliente cuales son las nuevas reformas al comercio exterior, sus restricciones y como tratarlas con las entidades de control evitando así el contrabando de las mismas.
Con la creación del nuevo aeropuerto en Tababela, el tiempo de entrega de las mercaderías se tornara más demoroso.	Brindar un buen servicio.	Como lo manifestamos anteriormente la empresa estudia una posible compra de un terrero como también

		<p>de nuevos camiones, el servicio de transporte será el más medible e importante dentro de la empresa evitando el congestionamiento y el descontrol dentro de la entrega a tiempo de las mercaderías.</p>
--	--	--

2.5. ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA

A base de análisis internos y externos FODA se logra estrategias que les permite desarrollar su servicio que se convertirán en exitoso en los diferentes mercados competitivos. “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, estudia sistemáticamente su entorno y busca oportunidades en el mercado, desarrolla sus fortalezas y trabaja sobre sus debilidades para no crear una dependencia de los servicios actuales, de esta forma crea nuevos sitios competitivos ante la competencia. Para la empresa es substancial crear condiciones adecuadas para llevar acabo e impulsar cada uno de sus servicios, por ello la empresa se encuentra comprometida con la búsqueda constante, sistemática y creativa de soluciones a distintos problemas que afectan al desarrollo normal del comercio internacional.

2.6. VENTAJAS COMPETITIVAS

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, durante muchos años ha brindado un servicio de óptima calidad, período en el que se ha cristalizado como una empresa sólida de gran prestigio, adquiriendo ventajas competitivas las cuales le han hecho predominar sobre las demás empresas que prestan el mismo tipo de servicios.

Las estrategias de ventaja competitiva son:

- Crecimiento diversificado
- Crecimiento intensivo
- Crecimiento integrado
- Crecimiento de diversificación económica
- Alianzas estratégicas con la principales aerolíneas, navieras y distribuidores, la carga es la máxima prioridad, gracias a esto con espacios reservados y fuentes de distribución, se podrá garantizar al cliente que la mercadería viajara en el día planificado y el cumplirá con las obligaciones de calidad solicitadas.
- En el sector de servicios de empresas operadoras de carga, se ha establecido una política de precios en base a los competidores, y a la clasificación en categorías de los paquetes por parte de la SENA, lo cual es otro factor que determina un margen de precios. Una estrategia de precio es que sus costos

son reducidos por debajo de los de la competencia, para que, de ese modo se pueda bloquear a la competencia y ganarle mercado.

- Para una mejor gestión de las estrategias de marketing, éstas las dividimos o clasificamos en estrategias destinadas a 4 aspectos o elementos de un negocio: Estrategias para el producto, para el precio, para la plaza (o distribución), y estrategias para la promoción (o comunicación). Conjunto de elementos conocidos como las 4 Ps. o la Mezcla (o el Mix) de Marketing (o de Mercadotecnia). Este conjunto de estrategias son las que se implementan en la publicidad de la empresa.
- Luego de un sincronizado proceso de coordinación y planificación, es importante tomar en cuenta las estrategias de distribución a seguir. La unidad estratégica de Negocios se orienta a la búsqueda de soluciones para el manejo y distribución de mercancías desde el lugar que se inicia el proceso hasta el cliente final. Se presta el servicio de recolección, transporte, distribución y entrega puerta a puerta, cubriendo trayectos urbanos, regionales, nacionales e internacionales.
- La ventaja competitiva de distribución de la empresa compite en el mercado de comercio exterior haciendo que la distribución de la mercancía sea eficiente, entregándola siempre a tiempo, con una excelente atención y servicio al cliente.

2.7. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Según el acta de constitución de la empresa, su estructura administrativa es la siguiente:

JUNTA GENERAL DE SOCIOS:

Se realizara una vez por Ley una junta para la aprobación de cuentas anuales y el resto de temas que se quiera plantear, siendo obligatoria.

PRESIDENTE:

- ✚ Presidirá las reuniones de la Junta General de Socios
- ✚ Administrara los recursos humanos, materiales y financieros de la importadora Betancourt y Badillo.
- ✚ Representar ante cualquier autoridad con todas las facultades que corresponda ante posibles eventualidades.

GERENTE:

- ✚ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- ✚ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes y proveedores para establecer el buen funcionamiento de la importadora.
- ✚ Tomar decisiones administrativas y financieras.

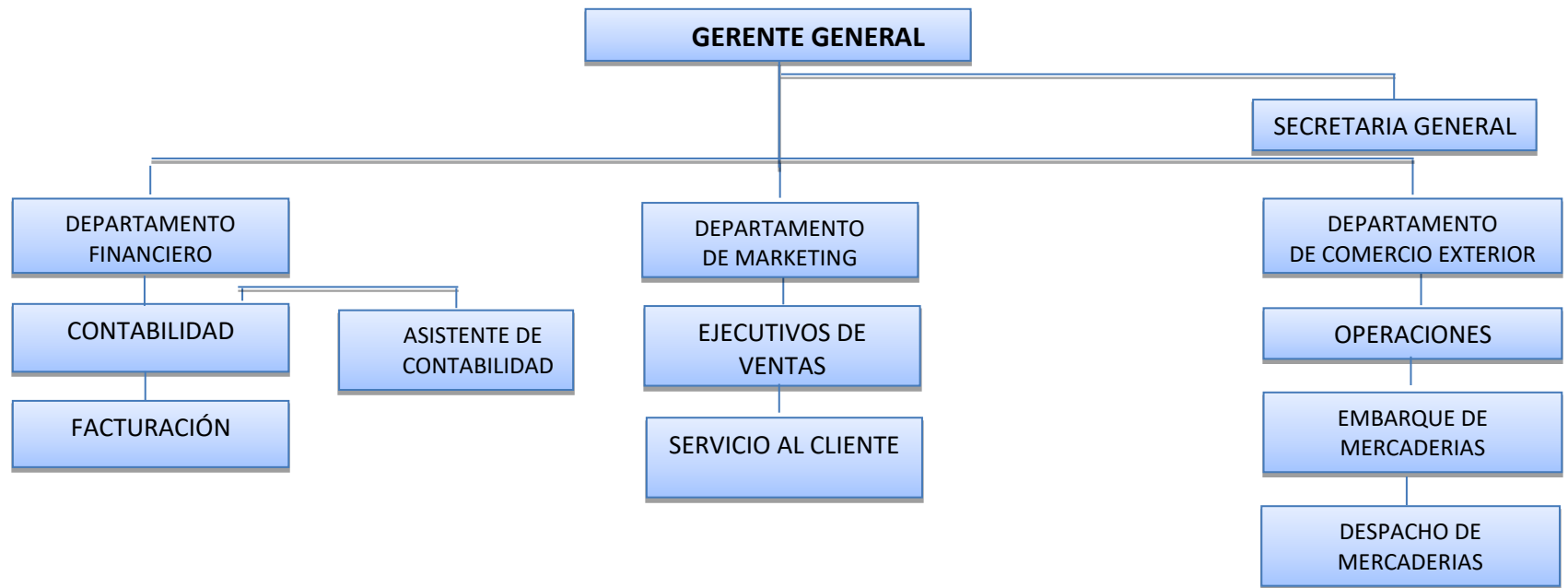
JEFES DEPARTAMENTALES:

- + Designar funciones a sus subalternos
- + Adoptar decisiones que incumbe a su jerarquía.

2.8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, dispone de un organigrama en el cual se ha realizado ligeras modificaciones que permitan comprender dicha estructura. A continuación presentamos la estructura organizacional:

FIGURA No.1



Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

2.9. ORGÁNICO FUNCIONAL

Nombre de puesto:	GERENTE GENERAL
Supervisa a :	Toda la Empresa
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Representar legal, judicial y extrajudicialmente a “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, ▪ Autorizar los contratos y adquisición de bienes con sujeción a la legislación de la materia vigente e intervenir como autoridad nominadora y competente de acuerdo a la ley.
Educación Formal:	Título profesional en Comercio Exterior o Administración de Empresas
Capacitación:	Comercio Exterior, Logística, Aranceles, Planificación Estratégica, Administración, Presupuesto, Desarrollo Organizacional, Contratación pública, Leyes Laborales, etc.
Competencia:	Capacidad de Análisis, Previsión y solución de problemas a tiempo, Trabajo con ética y justicia profesional.

Nombre de puesto:	SECRETARIA GENERAL
Supervisa a :	Todo el personal que este bajo su cargo, ej. Mensajeros.
Depende de:	Gerente Propietario
Funciones:	Da fe de los actos administrativos de la empresa, previa autorización de la gerencia general, comunicar a las áreas Financiera, Marketing y comercio Exterior en forma oportuna y verás las resoluciones, posiciones y recomendaciones del Gerente.
Educación Formal:	Título profesional en Secretariado Bilingüe.
Experiencia Laboral:	Puestos afines, mínimo de Dos años.
Capacitación:	Idiomas, Atención al Cliente e Informática.
Competencia:	Eficiencia y Eficacia en redacción comercial, buena presencia.

Nombre de puesto:	JEFE FINANCIERO
Supervisa a :	Departamento Contable
Depende de:	Gerente Propietario
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Programar, coordinar y ejecutar la política económica financiera de la empresa a corto, mediano y largo plazo. ▪ Supervisa las labores de contabilización de actividades económicas la entidad, velando por la entrega oportuna de los estados financieros y demás información que se requiera para la empresa.
Educación Formal:	Ingeniero en finanzas Contador Público Autorizado. Maestría en Administración Tributaria
Experiencia Laboral:	Puestos afines, mínimo de Cuatro años.
Capacitación:	Reformas Tributarias, Informática. NIIF
Competencia:	Eficacia en la dirección y control de actividades económicas, financieras de la empresa, valores éticos y morales, liderazgo.

Nombre de puesto:	ASISTENTE CONTABLE
Depende de:	Jefe Financiero
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsable del archivo. ▪ Cumple con órdenes inmediatas del Jefe Financiero.
Educación Formal:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título de Tercer nivel en Contabilidad y Auditoría.
Capacitación:	Tributación e Informática, NIIF
Competencia:	Rapidez y responsable en el manejo de información contable.

Nombre de puesto:	FACTURACIÓN
Depende de:	Jefe Financiero
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Facturación y cobranzas. ▪ Responsable del archivo.
Educación Formal:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título de Bachiller ▪ Tercer nivel en Finanzas o carreras afines.
Capacitación:	Informática, relaciones humanas.
Competencia:	Honestidad, Facilidad de palabra, metódico.

Nombre de puesto:	JEFE DE MARKETING
Supervisa a :	Departamento de marketing.
Depende de:	Gerente Propietario
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Programar y elabora el plan de marketing mensual. ▪ Supervisa las labores y el cumplimiento de las metas de los ejecutivos de ventas.
Educación Formal:	Ingeniero en Marketing y Ventas.
Experiencia Laboral:	Puestos afines, mínimo de cuatro años.
Capacitación:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relaciones públicas y laborales. ▪ Comercio Exterior ▪ Ventas
Competencia:	Eficiencia, fluidez de palabra, relaciones humanas, don de gente, conocimiento del mercado.

Nombre de puesto:	EJECUTIVO DE VENTAS
Depende de:	Jefe de Marketing
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplimiento en los indicadores de ventas. ▪ Reclutación de nuevos clientes.
Educación Formal:	Ingeniero en Marketing y Ventas.
Experiencia Laboral:	Puestos afines, mínimo de un año.
Capacitación:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relaciones públicas. ▪ Comercio Exterior ▪ Ventas
Competencia:	Responsable, Fluidez de palabra, relaciones humanas, poder de convencimiento.

Nombre de puesto:	SERVICIO AL CLIENTE
Depende de:	Jefe de Marketing
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Solucionar los reclamos por errores de facturación. ▪ Responder a las inquietudes de los clientes.
Educación Formal:	Bachiller
Experiencia Laboral:	Un año.
Capacitación:	Relaciones públicas, Comercio Exterior, informática, marketing de servicios, atención al cliente.
Competencia:	Buena presencia, relaciones humanas, capacidad de solución de problemas convencimiento.

Nombre de puesto:	JEFE DE OPERACIONES
Supervisa a :	Departamento de operaciones.
Depende de:	Gerente Propietario
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Importaciones ▪ Exportaciones ▪ Courier ▪ Logística ▪ Desaduanización ▪ Supervisión del cumplimiento de las operaciones de comercio exterior.
Educación Formal:	Ingeniero en Comercio Exterior.
Experiencia Laboral:	Puestos afines, mínimo de cuatro años.

Capacitación:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relaciones públicas y laborales. ▪ Comercio Exterior ▪ Aranceles ▪ Normativas internacionales
Competencia:	Eficiencia, relaciones humanas, Responsabilidad, conocimiento del mercado.

Nombre de puesto:	EMBARQUE DE MERCANCÍAS
Depende de:	Jefe de operaciones.
Funciones:	Embarque de mercancías de acuerdo a los diferentes regímenes aduaneros.
Educación Formal:	Ingeniero en Comercio Exterior.
Experiencia Laboral:	Un año
Capacitación:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comercio Exterior ▪ Aranceles ▪ Normativas internacionales
Competencia:	Eficiencia, eficacia, responsabilidad, ética profesional.

Nombre de puesto:	DESPACHO DE MERCADERÍAS
Depende de:	Jefe de operaciones.
Funciones:	Llevar el control y registros de las mercancías ingresadas a bodega. Entrega de las mercancías a los clientes.
Educación Formal:	Bachiller
Experiencia Laboral:	Seis meses.
Capacitación:	Organización y distribución
Competencia:	Responsable, ordenado, ágil.

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Marzo-2012

CAPÍTULO III

3. IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE NEGOCIACIONES INTERNACIONALES EN LA EMPRESA IMPORTADORA BETANCOURT Y BADILLO CÍA. LTDA.

3.1. REQUERIMIENTO DEL DEPARTAMENTO DE NEGOCIACIONES INTERNACIONALES

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, con el anhelo de mejorar la calidad en sus servicios decide implementar un Departamento de Negociaciones Internacionales que minimice el tiempo y los recursos de sus clientes.

3.1.1. SU IMPORTANCIA

La empresa no sólo se limitará a llevar a cabo operaciones privadas sino también negociaciones con otros países existiendo relación entre una empresa nacional y su mundo exterior obteniendo beneficios bilaterales.

Entre los factores de éxito que podemos mencionar en las operaciones de los negocios internacionales, incluimos la competitividad, el apoyo financiero entre las partes y la logística.

Este último aspecto es de suma importancia ya que cuando los actores involucrados se encuentran en diferentes países o regiones, la concreción y el éxito del negocio se complican aún más.

Es importante que los clientes conozcan el ambiente internacional que los rodea para, de esta manera, buscar nuevas formas de incrementar el crecimiento de ventas de su empresa, la competitividad y la oportunidad de explorar nuevos mercados.

El negocio internacional implica entonces el manejo de la inversión extranjera y de la estructura de mercados, que se da entre diferentes naciones. Dentro de este marco, es primordial que la empresa tenga un departamento de Negociaciones Internacionales el que se encargará de buscar diversidad de mercados y riesgos del país con el que establece el negocio, controlando y supervisando los diferentes procesos logísticos y aduaneros.

Para “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, la Implementación del Departamento de Negociaciones Internacionales es importante por los siguientes aspectos:

Empresa

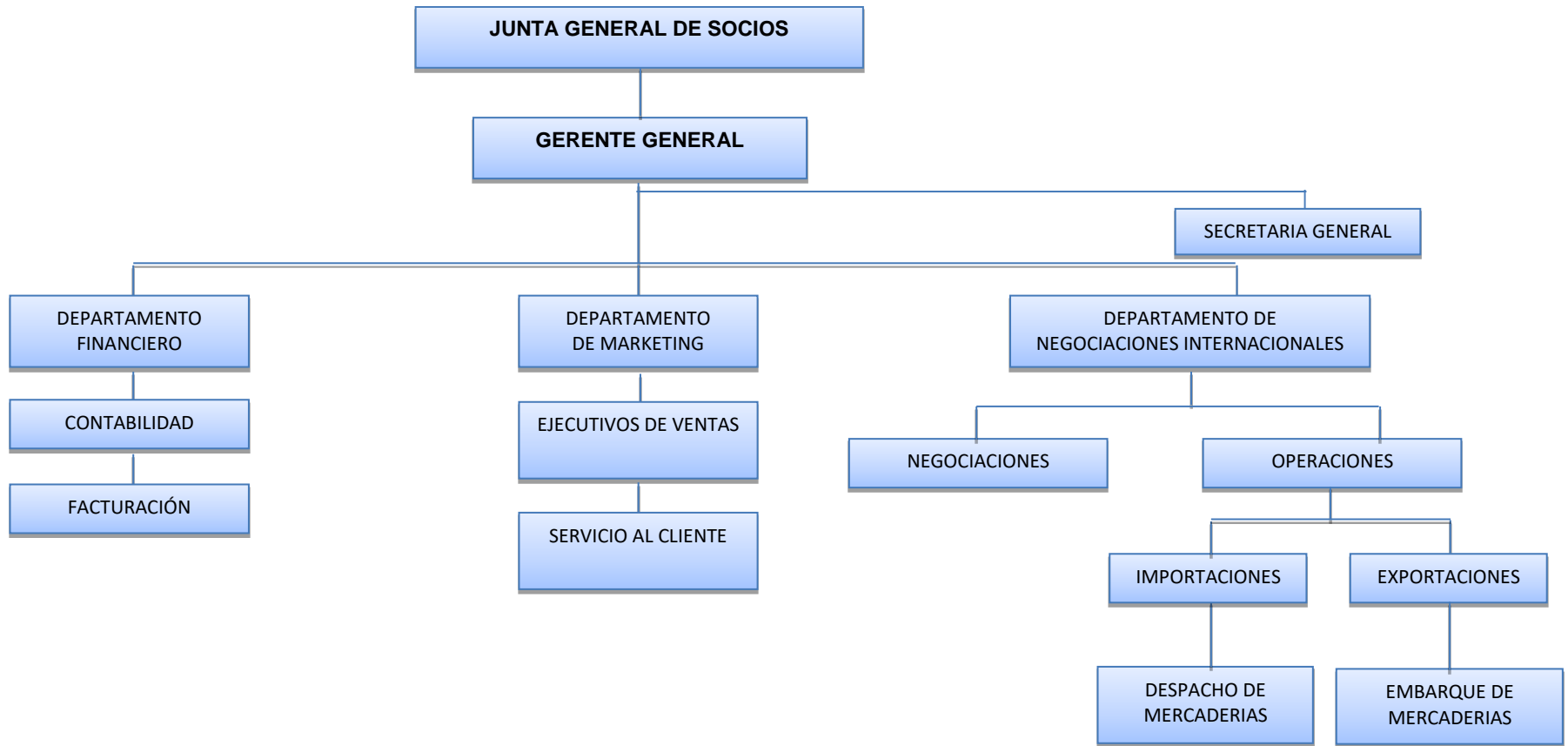
- Mejor distribución y coordinación en las actividades para cada uno de los funcionarios que forman parte del departamento.
- Crear responsabilidad en el personal con respecto a las funciones asignadas.
- Tener un mayor control en las operaciones de negociación, logísticas y aduaneras.
- Ser competitivo ante las demás empresas de similar actividad.
- Ser reconocida a nivel nacional e internacional.
- Brindar una diversa gama de servicios que vayan acorde con las necesidades del cliente.

- Captación de clientes que buscan seguridad y confianza en cada una de las operaciones a realizar.
- Anticiparse a solucionar los problemas del cliente en la complicada cadena de suministro con la más alta calidad y compromiso.
- Mayor rendimiento económico.
- Innovación constante y continua de acuerdo a los cambios y requerimientos del mercado mundial.

Clientes

- Mediante la implementación del servicio de “Negociación”, el cliente deja en manos de Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda. todo el proceso de importación y exportación
- Ahorro de tiempo y recursos económicos..
- Mayor información y asesoría para cada uno de los procesos.
- Los clientes podrán dar seguimiento a sus mercancías desde cualquier lugar y verificar el estado en que se encuentran.
- La “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”. se convertirá en el aliado estratégico, por esta razón velará siempre por sus intereses mediante tarifas justas y competitivas permitiendo obtener un beneficio mutuo.

3.1.2. NUEVA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.



Fuente: "Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda."

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Abril-2012

3.1.3. FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE NEGOCIACIONES INTERNACIONALES

El manual de funciones que se presenta a continuación describe el cargo y las actividades que cada empleado deberá llevar a cabo dentro del Departamento de Negociaciones Internacionales, a fin de evitar duplicidad y el desempeño incorrecto en sus labores.

Título de puesto:	JEFE DEL DEPARTAMENTO DE NEGOCIACIONES INTERNACIONALES
Supervisa a :	Al Departamento de Negociaciones Internacionales
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vigilar el cumplimiento de las actividades de comercio exterior. ▪ Servir de apoyo para dar solución a los diferentes problemas que tiene la empresa. ▪ Elaborar y actualizar manuales, instructivos y ayuda de trabajo de carácter técnico y operativo. ▪ Participar en la elaboración y modificación de tarifas, procedimientos, contratos, disposiciones legales y reglamentarias. ▪ Mantener informado a la Gerencia General sobre el comportamiento de las importaciones, desempeño financiero de los ingresos por liquidación. ▪ Velar por el incremento de los negocios internacionales ▪ Asegurar la disponibilidad técnica para los servicios internacionales. ▪ Otras actividades propias de su función.
Educación Formal:	Título profesional en Comercio Exterior Máster en Negocios Internacionales y Diplomacia.
Capacitación:	Comercio Exterior, Logística, Aranceles, Planificación Estratégica, Administración, Presupuesto, Desarrollo Organizacional, Contratación pública, Leyes Laborales, otras.
Competencia:	Capacidad de Análisis, Previsión y solución de problemas a tiempo, Trabajo con ética y justicia profesional y otras similares.

Título de puesto:	NEGOCIACIONES INTERNACIONALES
Supervisa a :	Subordinados.
Depende de:	Jefe del departamento de Negociaciones Internacionales.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Toma de contacto con los proveedores. ▪ Proceso de negociación del tráfico internacional. ▪ Transferencias monetarias a los bancos corresponsales. ▪ Preparar convenios y contratos a proponer a los clientes con su respectivo control y vigilar el cumplimiento. ▪ Participar en negociaciones con corresponsales internacionales, así como dar seguimiento a los mismos. ▪ Otras actividades propias de su función.
Educación Formal:	Ingeniero en Comercio Exterior – especialización en Negociaciones Internacionales. Máster en Negocios Internacionales y Diplomacia.
Experiencia Laboral:	Negociaciones internacionales, mínimo de cuatro años.
Capacitación:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relaciones públicas y laborales. ▪ Comercio Exterior ▪ Aranceles ▪ Normativas internacionales
Competencia:	Eficiencia, ética, honesto, relaciones humanas, responsabilidad, conocimiento del mercado, poder de convencimiento, mente negociadora, facilidad de palabra, otras similares.

Título de puesto:	AGENTE DE IMPORTACIONES
Supervisa a :	Subordinados.
Depende de:	Jefe del Departamento de Negociaciones Internacionales.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Viabilizar el servicio internacional de carga ▪ Obtener las licencias de Importación en la Aduana ▪ Logística en la distribución de los productos a nivel nacional. ▪ Desaduanización de las mercancías. ▪ Coordinar el transporte si el agente afianzado no se encarga del mismo. ▪ Revisar la mercadería cuando llega. ▪ Es responsable de realizar y supervisar todo el proceso de importación. ▪ Contratar al agente afianzado de aduanas, así como el transporte. ▪ Manejo de relaciones públicas con el cliente. ▪ Otras actividades propias de su función.
Educación Formal:	Ingeniero en Comercio Exterior.
Experiencia Laboral:	Puestos afines, mínimo de cuatro años.
Capacitación:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relaciones públicas y laborales. ▪ Comercio Exterior ▪ Aranceles ▪ Normativas internacionales
Competencia:	Eficiencia, relaciones humanas, Responsabilidad, conocimiento del mercado, otras similares.

Título de puesto:	AGENTE DE EXPORTACIONES
Supervisa a :	Subordinados.
Depende de:	Jefe del departamento de Negociaciones
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificar que la mercancía este correctamente documentada ▪ Encargarse de la logística para los diferentes tipos de embarque ▪ Elaborar el packing list y la factura del material que se va a exportar. ▪ Realizar el seguimiento de la exportación hasta que llegue a su lugar de destino. ▪ Otras actividades propias de su función.
Educación Formal:	Ingeniero en Comercio Exterior.
Experiencia Laboral:	Puestos afines, mínimo de cuatro años.
Capacitación:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relaciones públicas y laborales. ▪ Comercio Exterior ▪ Aranceles ▪ Normativas internacionales
Competencia:	Eficiencia, relaciones humanas, Responsabilidad, conocimiento del mercado, otras similares.

Título de puesto:	EMBARQUE DE MERCANCÍAS
Depende de:	Jefe de operaciones.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar el ingreso de mercancías a la zona primaria aduanera o bodegas del transportador. ▪ Embalar según a las especificaciones del producto. ▪ Revisar que la mercancía se encuentre etiquetada para que sea despachada adecuadamente y a tiempo al lugar correcto. ▪ Distribuir apropiadamente los bultos en los contenedores para que no tengan un contacto violento entre los mismos durante el viaje. ▪ Verificar que la mercancía a ser exportada conste en la lista de embarque ▪ Embarcar de acuerdo a los diferentes regímenes aduaneros ▪ Otras actividades propias de su función
Educación Formal:	Ingeniero en Comercio Exterior, Aduanas y Logística
Experiencia Laboral:	Un año.
Capacitación:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comercio Exterior ▪ Aranceles ▪ Normativas internacionales
Competencia:	Eficiencia, eficacia, responsabilidad, ética profesional, otras similares

Título de puesto:	DESPACHO DE MERCADERÍAS
Depende de:	Jefe de operaciones.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Contactarse diariamente con su Oficina Central y/o Jefes de despacho respectivo para conocer el horario asignado para el despacho. • Deberá realizar las coordinaciones y desplazamientos necesarios para la entrega de la mercancía a los clientes. • Llevar el registro y control respectivo de las mercancías ingresadas a bodega. • Confirmar el buen estado de los productos. • Efectuar la Guía de Remisión para el traslado a nivel nacional. • Solicitar la firma respectiva al cliente para constatación de la entrega efectuada • Otras actividades propias de su función
Educación Formal:	Bachiller
Experiencia Laboral:	Seis meses.
Capacitación:	Organización y distribución
Competencia:	Responsable, ordenado, ágil, otras similares

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”,

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Abril 2012

3.2. EL DEPARTAMENTO DE NEGOCIACIONES INTERNACIONALES.

Abarcará las actividades comerciales que se desarrollarán fuera del país, ayudando a establecer las condiciones y formas para el intercambio internacional de bienes y servicios entre las partes interesadas.

3.2.1. ÁREA DE NEGOCIACIONES INTERNACIONALES: SERVICIO DE TRADING.

3.2.1.1. NEGOCIACIONES INTERNACIONALES.

Las negociaciones internacionales, abarcan las actividades comerciales que se desarrollan en más de un país. El concepto incluye transacciones entre dos o más actores de diversos países y se componen de dos factores principales:

1. El comercio exterior, se refiere a las condiciones, formas y contenido que presenta el intercambio de productos; exactamente, son las leyes y regulaciones nacionales para manejar el comercio internacional.
2. El comercio internacional, agrupa todas las operaciones comerciales, importaciones y exportaciones, inversión directa, financiación internacional, mercadeo, etc., que se realizan mundialmente y en la cual participan las diferentes comunidades nacionales.

Los negocios internacionales son las costumbres y tradiciones culturales que priman en las negociaciones. Con los estadounidenses prevalecen; por ejemplo: la competencia, los resultados a corto plazo y no cultivan las relaciones personales. Lo contrario sucede con los japoneses, quienes toman decisiones en grupo con resultados a largo plazo; para ellos es indispensable desarrollar la amistad antes de negociar.

En los proceso de negociación se tomará en cuenta que el objetivo a futuro es obtener el éxito, el cual depende no sólo de las capacidades del negociador, sino también de las estrategias a seguir, en el entendido que no se puede ganar todo, hay que ceder para obtener del contrario una concesión en otro momento de la negociación.

3.2.1.2. SERVICIO DE TRADING

Podemos simplificar que el servicio de trading tiene como objetivo fundamental ser intermediador entre una empresa que desea comprar y otra que desea vender con expectativas de pequeños beneficios rápidos.

Las personas que obtienen más beneficio de este servicio son los exportadores, ayudan aquellos que no tienen presencia en otros países a establecer nexos o contactos directos con posibles compradores.

Los servicios que una empresa de trading va desde la localización de la compañía que se adapta a las necesidades, hasta la negociación de la operación, pasando por el intercambio de información y recursos monetarios.

3.2.1.3. IDENTIFICACIÓN DEL ÁREA DE NEGOCIACIONES MEDIANTE EL SERVICIO DE TRADING.

Con la implementación de este nuevo servicio la empresa se ocupará de la búsqueda y selección de productos, clientes, proveedores, supliéndolos en todas sus necesidades.

La empresa “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, se convertirá en un instrumento fundamental, que facilitará la inserción en el mercado mundial de empresas locales, en especial de Pymes, facilitando la exportación de productos no tradicionales, lo que estimula al crecimiento por su valor agregado, de igual manera servirá de apoyo a los importadores ecuatorianos, actividad mediante la cual la empresa buscará un proveedor que satisfaga los requerimientos del usuario, pasando por la negociación de los productos hasta la transacción financiera. Permanentemente controlaremos la calidad de los productos negociados, para garantizar siempre una plena satisfacción.

Los profesionales dedicados a la negociación serán personas especializadas con buenas relaciones comerciales que además de contar con una eficiente capacidad negociadora, debe poseer don de gente, capacidad de convencimiento, amabilidad, honestidad, iniciativa y sobre todo respeto a la labor que realiza.

3.2.1.4. PROCESO DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL.

3.2.1.4.1. IDENTIFICACIÓN DE LOS POSIBLES CLIENTES O PROVEEDORES.

Antes de iniciar el proceso de negociación el representante de la empresa, quien estará encargado de realizar las negociaciones debe contar con una base de datos de posibles compradores y proveedores de diferentes mercaderías destinadas a la importación o exportación. Cabe recalcar que el objetivo principal del negociador será buscar diferentes opciones que vayan en beneficio y satisfacción de las necesidades del cliente, garantizando un producto de excelencia.

3.2.1.4.2. TOMA DE CONTACTO

Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda. empieza generalmente por la toma de contacto mediante su correo electrónico silbetancourt@hotmail.com y posteriormente concreta sus negociaciones vía telefónica con fabricantes, distribuidores, proveedores, etc.

En caso de las exportaciones el negociador deberá ser persuasivo en la búsqueda de nichos de mercado con posibles compradores potenciales del producto que el cliente está dispuesto a internacionalizar.

El jefe del departamento de importaciones se encargará de contactar a los diferentes proveedores que ofrezcan mercancías de excelente calidad y a bajos precios.

3.2.1.4.3. PREPARACIÓN DE LA NEGOCIACIÓN

En las exportaciones el negociador conjuntamente con el cliente prepara la oferta y una agenda en la que se basará todo el proceso de negociación, desde su inicio hasta el cierre.

En el caso de las importaciones en primer lugar procederá a solicitar una proforma, para después conjuntamente con el cliente realizar un análisis y posteriormente preparar una propuesta mediante la cual se desarrollara la negociación.

Es importante destacar que la preparación de cada negociación es diferente ya que en cada una influyen diferentes aspectos y requerimientos del cliente.

3.2.1.4.4. DESARROLLO DE LA NEGOCIACIÓN.

La negociación se desarrolla en dos partes fundamentales que son:

a. Encuentro

El negociador tiene dos opciones para llevar a cabo una negociación:

- **Negociación personal (cara a cara).**- El funcionario o negociador luego de haber analizado la propuesta que mejor le conviene al cliente, asiste formalmente a reuniones con la parte negociadora.
- **Negociación a través de redes informáticas.**- La comunicación entre las partes se puede realizar mediante la utilización de medios tecnológicos, como puede ser el internet o vía telefónica.

b. Acuerdo

Después de haber establecido el tipo de negociación a realizar, las partes proceden a establecer acuerdos sobre los diferentes aspectos relacionados a las mercancías.

Los aspectos más relevantes son:

- **Precio y cantidad.-** Están ligados en la negociación, a más cantidad menos precio y a menos cantidad más precio, es por ende que se les considera uno de los puntos más importantes tanto para el cliente como para el vendedor, ya que de esto depende una buena continuidad en la negociación.
- **Términos de la negociación (INCOTERMS).-** Las partes negociadoras tienen que establecer el incoterm con el que se va a trabajar durante el tiempo del contrato, la elección de este dependerá del tipo de mercadería y de las condiciones físicas-logísticas que la empresa posee. Dependiendo de la elección del incoterm habrá una variación en el precio del producto.

A continuación detallamos información acerca de los incoterms:

Son un conjunto de reglas y disposiciones que indican cuando empieza el riesgo y cuando termina, al momento de hacer una compraventa internacional.

Objetivo de los INCOTERMS

El objetivo de los incoterms es conocer la distribución de los gastos y las correspondientes responsabilidades entre el comprador y el vendedor.

INCOTERMS

Los mismos han surgido por la necesidad de adaptarse los términos al creciente uso del intercambio de datos electrónicos y las técnicas de transporte.

La última revisión de estos términos se lo realizó en el 2000, detallando a continuación:

1. Por los constantes cambios ocasionados por el intercambio electrónico de datos (EDI), ahora necesario cuando el proceso del comercio exterior utiliza cada vez más sistemas que pueden operar sin el uso del papel o documentos; y
2. Por la evolución de los sistemas de transporte.

Transporte de los contenedores.- El uso de los contenedores ha revolucionado el comercio internacional.

El transporte Roll on / Roll off.- Conocido como RO-RO que es ejecutado mediante el empleo de buques provistos de rampas laterales o traseras permitiendo el acceso directo del material de carga a las bodegas.

Transporte multimodal.- Sirve para la movilización de las mercancías por dos o más medios de transporte diferentes; por ejemplo: inicia la transportación en la fábrica del productor pasando vía aérea, terrestre, marítima y férrea llegando así a su destino facilitando soluciones adecuadas a cada caso.

Para facilitar su comprensión la Cámara Internacional de Comercio, CCI, ha dividido en cuatro grupos los incoterms, los mismos que empiezan desde el grupo E, pasando por el F, C, y el D. cada grupo tiene sus propios términos y características.

GRUPO C

Consta de cuatro términos que son:

CFR = Cost and freight (Costo y Flete)

Implica que el vendedor entrega la mercancía cuando sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El vendedor debe pagar los costos y el flete necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino convenido, pero su responsabilidad termina en el puerto de embarque.

CIF = costin surance and freight (Costo, Seguro y Flete)

Señala que el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando sobrepasa la borda del buque el puerto de embarque.

El vendedor debe pagar los costos, flete y el seguro necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino acordado. El vendedor debe contratar el seguro y pagar la prima con cobertura mínima.

CIF puede ser utilizado únicamente en el transporte marítimo.

Además este término exige que el vendedor obtenga los documentos de exportación.

CPT = Carriage paid to (transporte pagado hasta)

Según la CCI, este término significa que el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del transportista designado por el. Además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar la mercancía al destino convenido. Esto quiere decir que el comprador asume todos los riesgos y cualquier otro costo, contraídos después que la mercancía haya sido así entregada.

CIP = Carriage and insurance paid to (transporte y seguro pagado hasta)

Se establece que con este término el vendedor debe realizar la entrega de la mercancía y ponerla a disposición del transportista designado por el mismo pero, además debe cancelar los costos del transporte necesarios para llevar la mercancía al destino convenido.

Consecuentemente el vendedor contrata el seguro y paga la prima del mismo.

El término CIP exige que el vendedor despache la mercancía de aduana para la exportación.

Además este término puede utilizarse con independencia del modo de transporte, incluyendo el transporte multimodal.

GRUPO D

Consta de cinco términos que son:

DAF = Delivered at frontier (entregada en frontera)

Indica que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía es puesta a disposición del comprador sobre los medios de transporte utilizados y no descargados en el puerto y lugar de la frontera convenida, pero antes de la aduana fronteriza del país colindante, debiendo estar la mercancía despachada de exportación.

DES = Delivered ex – ship (Entregada sobre buque)

Indica que el vendedor debe poner la mercancía a disposición del comprador a bordo del buque, sin despacharla de aduana para la importación, en el puerto de destino convenido.

El vendedor, debe soportar todos los costos y riesgos inherentes al llevar la mercancía al puerto de destino acordado con anterioridad a la descarga.

DEQ = Delivered ex – quay (entregada en muelle)

Simboliza que el vendedor debe poner a disposición del comprador la mercancía, sin despachar de aduana para la importación, en el muelle (desembarcadero) del puerto de destino.

El vendedor debe hacerse cargo de los costos y riesgos ocasionados al llevar la mercancía al puerto de destino y debe descargar la mercancía sobre el muelle.

DDU = Delivered duty un paid (entregada derechos no pagados)

El vendedor debe realizar la entrega de la mercancía al comprador, sin despachar de aduana para la importación y sin descargarla del transporte en el lugar de destino acordado.

El vendedor, debe asumir todos los costos y riesgos necesarios para trasladar la mercancía hasta aquel punto, los derechos e impuestos exigibles a la importación son por cuenta del importador.

Este término puede utilizarse por cualquier medio de transporte.

DDP = Delivered duty paid (entregada derechos pagados)

Con este término el vendedor debe entregar los productos al comprador, despachados de aduana para la importación y sin descargarlos del transporte en el lugar de destino acordado. Además indica que el exportador cumple con su obligación de entregar los productos cuando han sido colocados en el lugar acordado, fábrica o establecimiento del comprador en el país de importación.

GRUPO E

Representa el grupo de salida y consta de un solo término que es:

EXW = Ex – Works (en fabrica)

Con este término el vendedor cumple su obligación de entrega, cuando ha puesto la mercancía o los productos a disposición del comprador en su establecimiento, sea el taller, fábrica, bodega o almacén.

GRUPO F

Según el cual el vendedor entrega los productos o mercancías a un medio de transporte enviado o escogido por el comprador.

Consta de tres términos que son:

FCA = Free Carrier (franco transportista)

Significa que el vendedor entrega la mercancía despachada para la exportación al transportista nombrado por el comprador en el lugar convenido. Si la entrega se efectúa en los locales del vendedor, este es responsable de la carga; pero, si la entrega ocurre en cualquier otro lugar, el vendedor no es responsable de la descarga.

FAS = Free along side ship (Franco al costado de buque)

Según este término el vendedor ha entregado la mercancía cuando la misma es colocada en el muelle al costado del barco en el puerto de embarque. El comprador debe hacerse cargo de todos los gastos y costos hasta aquel punto. El término FAS exige que el vendedor despache la mercancía en aduana para la directa exportación.

FOB = Free on board (Franco a Bordo)

Significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Este término exige al vendedor despachar la mercancía en aduana para

la “directa” exportación. El FOB puede ser utilizado solo para embarques marítimos o para transporte por vías navegables interiores.

Este término es el más utilizado espacialmente en Ecuador. El término singulariza el precio de venta de un producto, cuando incluye los costos que demanda la colocación de la mercadería a bordo de la nave.

TABLA No. 2
LOS MODOS DE TRANSPORTE

EXW	En fábrica	Cualquier modo de transporte
FCA	Franco transportista	Terrestre
FAS	Franco al costado del buque	Transporte Marítimo
FOB	Franco a bordo	Transporte Marítimo
CFR	Costo y Flete	Transporte Marítimo
CIF	Costo, Seguro y Flete	Transporte Marítimo
CPT	Transporte pagado hasta	Cualquier modo de transporte
CIP	Trasporte y seguro pagado hasta	Cualquier modo de transporte
DAF	Entregado en frontera	Terrestre
DES	Entregado sobre el buque	Transporte Marítimo
DEQ	Entregada en muelle	Transporte Marítimo
DDU	Entregada derechos no pagados	Cualquier modo de transporte
DDP	Entregada derechos pagados	Cualquier modo de transporte

Fuente: Manual de Importaciones “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”,

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Abril 2012

Formas de pago.- Las partes negociadoras deben establecer la forma de pago, dependiendo el acuerdo comercial.

A continuación se detalla opciones de forma de pago que las partes pueden escoger:

1. Prepago

Es un sistema en el cual usted recibe el valor total de la exportación, antes de embarcar la mercancía.

Prepago funciona cuando se tiene suficiente confianza en el vendedor, pero se torna muy difícil especialmente cuando se está indicando una actividad exportadora.

2. Giro a la vista

El exportador envía los productos y en un viaje posterior pasa a retirar pos cheques o en su defecto pide que se lo depositen en su cuenta corriente o solicita que realicen una transferencia.

3. Giro a plazos

Es el giro a 60, 90 y hasta 120 días plazo. Significa que una vez embarcadas las mercancías, hay que esperar que se cumpla el plazo. Significa que una vez embarcadas las mercancías, hay que esperar que se cumpla el plazo. Tan solo unos días antes del vencimiento, se puede hacer un recordatorio a su cliente en el exterior para que se prepare el cheque o se disponga a realizar la transferencia internacional.

4. Carta de crédito

Una carta de crédito es un instrumento expedido por un banco en representación de uno de sus clientes, mediante el cual se autoriza a un individuo o empresa para girar letras a cargo del banco o sobre sus corresponsales, por su cuenta, bajo ciertas condiciones estipuladas en el crédito.

Carta de crédito de importación.- Constituye un documento mediante el cual el banco emisor, actuando por cuenta, orden y riesgo de un cliente ordenante / importador, se compromete a pagar el importe de crédito al exportador o beneficiario, siempre y cuando este último cumpla con las exigencias del mismo.

Ventajas y desventajas de la carta de crédito

Para el exportador.- Las ventajas fundamentales tienen que ver con la seguridad del cobro, además de contar con dos deudores, el importador y el banco.

Para el importador.- Las principales ventajas son que solo paga lo comprometido en el contrato de compra y venta. Así mismo, le brinda una suerte de financiamiento dado el tiempo que tarda la mercadería en llegar a la frontera.

El importador está garantizado de que todos los papeles de trabajo requeridos serán presentados antes que el pago se efectúe por la mercancía.

La carta de crédito protege tanto al importador como al exportador en una negociación internacional.

Una carta de crédito tiene las siguientes partes:

1. El importador u ordenante de la carta de crédito.

2. El banco emisor, banco que emite la carta de crédito.

3. El banco corresponsal, notificar o pagador de la carta de crédito que está ubicado en el país del exportador.

4. El exportador o beneficiario de la carta de crédito.

Clasificación de la carta de crédito

- Cartas de crédito más convenientes para el importador.
- Cartas de crédito más convenientes para el exportador.
- Cartas de crédito de mutua conveniencia.

Cartas de crédito convenientes para el importador

A plazos.- Una carta de crédito es a plazos, cuando el cliente paga después de 30, 60, 90, 120 o 180 días plazo, desde la fecha de realización del negocio, de la firma de las letras o generalmente de la fecha de embarque de las mercancías. Transcurrido dicho plazo, el cliente importador se acerca a su banco en el exterior en donde apertura la carta de crédito y paga el importe que corresponda.

Notificada.- Es aquella carta de crédito en la que la entidad financiera corresponsal solamente informa al beneficiario la apertura de la carta y no garantiza el pago.

Rotativa o revolving.- Es aquella carta de crédito que la utiliza un comprador que desee aprovechar una oferta de mercaderías a precios convenientes, siempre que la compra sea de gran volumen.

Si el vendedor acepta hacer embarques parciales, entonces puede utilizarse un crédito rotativo.

Este sistema puede ser automático o controlado, acumulativo o no acumulativo. En definitiva, un crédito revolving es aquel que reutiliza mediante cuotas periódicas que pueden ser acumuladas o no.

Cartas de crédito convenientes para el exportador

A la vista.- Una carta de crédito es a la vista, cuando el cliente en el exterior manifiesta: “veo y pago”, esto es, recibe los documentos de transporte, las facturas, certificados y demás documentos necesarios para nacionalizar o legalizar la mercancía en el extranjero y en ese momento, paga el valor del crédito.

Confirmada.- Es aquella carta de crédito en la que además de la garantía de pago por parte de la entidad financiera emisora existe también la garantía de pago de la entidad financiera corresponsal, para el caso de que el importador o la entidad financiera emisora no cumplan su obligación de pago.

Negociable.- Es aquella que permite que la letra de cambio aceptada por la entidad financiera emisora y/o por la entidad financiera confirmante pueda negociarse con otras entidades financieras distintas de las mencionadas.

No negociable.- Es aquella carta de crédito en la que la letra de cambio respectiva solo puede ser negociada por la entidad financiera emisora y/o la entidad financiera confirmante.

Transferible.- Es aquella carta de crédito que permite al beneficiario ceder los derechos que tiene sobre la carta de crédito. La transferencia se puede hacer una sola a una o más personas. El crédito se puede transferir total o parcialmente a favor de uno o varios beneficiarios. Claro que este derecho únicamente lo tendrá el exportador beneficiario conocido como el primer beneficiario.

Cartas de crédito de mutua conveniencia

Irrevocable.- Es aquella carta de crédito en la cual las condiciones del crédito no pueden ser alteradas sin el consentimiento de todas las partes involucradas (ordenante, beneficiario, banco emisor y banco corresponsal).

La carta de crédito irrevocable es aquella que no puede ser modificada, ni declarada insubsistente, sin el consentimiento expreso de todas las partes involucradas en la misma. En esta carta de crédito ningún cambio ni siquiera de la menor cuantía puede hacerse sin el permiso expreso de ambas partes.

Aclaración.- Una carta de crédito puede tener dos o más características de las mencionadas anteriormente. Por ejemplo, puede ser irrevocable, confirmada, negociada, a la vista, etc.

Lógicamente que una carta de crédito no puede tener características contradictorias. Por ejemplo; no puede ser al mismo tiempo a la vista y a plazos, modificada y confirmada o cláusula roja y cláusula verde.

La cobranza del exterior

En el ámbito bancario la cobranza del exterior es un sistema mediante el cual un exportador embarca la mercancía y una letra de cambio más los documentos, son enviados a un banco ubicado en su mismo país, para cobrar el valor que es pagado por el banco corresponsal en el país del vendedor.

Partes de una cobranza

- **El vendedor o exportador.-** Quien embarca las mercancías, obtiene los documentos y prepara la letra a la vista o a plazo, girada sobre la plaza y para la firma del comprador en el exterior por el valor de la mercancía.
- **El banco del exportador.-** Es el banco que remite la cobranza, es decir, el banco recibe los documentos del exportador y prepara una carta con las instrucciones para que se cobre al comprador – importador.
- **El banco cobrador.-** Se encarga de recibir la documentación y la carta de instrucciones arriba mencionada para efectuar el cobro,

y solo entrega la documentación al comprador después de recibir el dinero de la exportación o cuando se ha producido la aceptación de la letra por parte del cliente.

- **El comprador o importador.-** Es a quien se representan los documentos de la mercancía para que efectúe el pago o acepte la letra.

5. Seguro de crédito a la exportación.

Es una de las últimas formas aconsejables y la más moderna para asegurar el cobro de las exportaciones, se conoce como “seguro de crédito de exportación”. Esto significa que usted despacha la mercancía y junto con la documentación envían letras o facturas. El momento que el comprador extranjero firma dichas letras, el exportador tienen la seguridad de pago porque si el importador no cancela, lo hará el seguro que contrató. El seguro cancela un valor que oscila entre el 70 y 90 por ciento, del total de la factura dependiendo de los casos.

Un aspecto es muy importante aclarar; es que, el seguro de crédito a la exportación no es contratado por el exportador. Es el importador quien contrata dicho seguro en su país de origen.

3.2.1.4.5. CIERRE DE LA NEGOCIACIÓN.

El éxito de una negociación está en que el cliente y el proveedor hayan establecido acuerdos que beneficien a las dos partes. Al cierre de la negociación las partes

establecen mediante un contrato las condiciones y demás puntos abordados durante todo el proceso de negociación. Con una negociación exitosa para el cliente quien contrato los servicios de la empresa, asegura la satisfacción del cliente y al mismo tiempo el desarrollo institucional de la empresa, dándose a conocer por ser una empresa de servicios que vela por el bienestar de sus usuarios.

3.2.2. ÁREA DE OPERACIONES

3.2.2.1. IMPORTACIONES

El término importación se deriva del significado conceptual de introducir bienes y servicios en el puerto de un país. El comprador de dichos bienes y servicios se conoce como "importador", que tiene su sede en el país de importación, mientras que el vendedor con base en el extranjero se conoce como "exportador".

En otras palabras, una importación es cualquier bien; por ejemplo: materias primas o servicio traído de un país extranjero de una forma legítima por lo general para su uso comercial. Las mercancías o servicios de importación son proporcionados a los consumidores nacionales por los productores extranjeros. Una importación en el país receptor es una exportación en el país de origen.

Las importaciones, junto con las exportaciones, son la base del comercio internacional. La importación de bienes normalmente requiere la participación de las aduanas (SENAE), tanto en el país de importación como en el país de exportación y son a menudo sujetos a cuotas de importación, aranceles y acuerdos comerciales. Las variables macroeconómicas referidas como "importaciones" normalmente representan el valor económico del conjunto de bienes y servicios importados en su conjunto durante un determinado período de tiempo, generalmente un año.

El proceso de importación que realiza la empresa consiste, por tanto, en transacciones de bienes y servicios desde un país extranjero a nuestro país. La definición exacta de las importaciones en las cuentas nacionales incluye algunas delimitaciones a estas transacciones para considerarlas o no como una importación. Una delimitación general de las importaciones en las cuentas nacionales es la siguiente:

Una importación de un bien se produce cuando hay un cambio de propiedad de un no residente a un residente, lo que no implica necesariamente que el bien en cuestión cruce físicamente la frontera. En algunos casos específicos de las cuentas nacionales se imputan cambios de propiedad aunque en términos legales no haya ese cambio de propiedad; por ejemplo: arrendamiento financiero transfronterizo, entregas transfronterizas entre filiales de la misma empresa, etc.

- Las importaciones de servicios comprenden todos los servicios prestados por no residentes a residentes. En las cuentas nacionales las compras directas de los residentes fuera del territorio económico de un país se registran como importación de servicios, por lo tanto todos los gastos de los turistas en el territorio económico de otro país se consideran como parte de las importaciones de servicios. También los flujos internacionales de servicios ilegales deben ser incluidos.

3.2.2.2. EXPORTACIONES

Es la actividad comercial que permite llevar productos, bienes o servicios a otros países, con el fin de ser adquiridos, utilizados o consumidos y que podrían satisfacer un deseo o una necesidad en el exterior.

Los clientes y los países tienen diferentes motivos para traspasar con sus productos en los mercados del exterior. Es por ello que la Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, recomienda analizar los siguientes aspectos:

- **Necesidad de internacionalizar sus operaciones.-** La venta en los mercados extranjeros permite hacer conocer sus productos y satisfacer muchas necesidades, especialmente alimenticias.
- **Precios más rentables.-** Un producto que tiene un costo bajo en el Ecuador trasladado a otro punto geográfico, tiene la oportunidad de venderse a precios más elevados y dar mayor rentabilidad.
- **Traer divisas al País.-** La exportación es una de las formas esenciales que permiten traer divisas al país, por lo que su ingreso de las ventas foráneas, se distribuyen en el Ecuador incrementando el bienestar del país.
- **Proyectarse hacia mercados sentimentales.-** El Ecuador tiene un importante colectivo humano en el exterior, muchas personas que por diferentes razones han debido abandonar el país y viven en otros lugares, siempre tienen deseos y necesidades insatisfechas, requieren de sus productos, tradicionales y conocidos, añoran muchas cosas que en el país se producen.
- **Tentación de vender al exterior.-** La tentación de toda empresa en el mundo actual es vender al exterior, es decir exportar, para ampliar sus horizontes de negocios.
- **El mercado interno se encuentra contraído.-** Así mismo, si el mercado interno se ha contraído o fuese insuficiente para absorber la producción de las microempresas, se debe comenzar a pensar en clientes que están más allá de nuestras fronteras.

- **Ciclo de vida del producto.**- Cuando un producto que se ha vendido en el mercado interno, es muy conocido y tiene buenos volúmenes de venta, en muchas ocasiones se encuentra en su etapa de declive, mientras que en otros mercados no es conocido. Por tanto, salir al exterior implica la posibilidad de iniciar nuevamente el ciclo que es la introducción, crecimiento, madurez y declive.
- **Para aprender a vestir un producto.**- En Ecuador es necesario mejorar la presentación de los productos, referida principalmente al envase y embalaje, que es la condición importante de acceso al mercado internacional. Es conocido por todos los técnicos internacionales y sobre todo los exportadores, que un producto bien presentado tiene mejores oportunidades de venderse en el exterior.

Pueden exportar las siguientes personas:

- Cualquier persona natural.
- Cualquier persona jurídica.

Pueden exportar siempre y cuando dispongan del Registro Único de Contribuyentes (RUC), habilitado por el SRI y se registren en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) como exportadores.

Productos permitidos para la exportación.

Se podrá exportar todo tipo de productos, siempre y cuando cuenten con las debidas certificaciones y permisos aduaneros, exceptuando:

- Los considerados como patrimonio nacional de valor artístico, cultural, arqueológico o histórico; y,

- La flora y fauna silvestre en proceso de extinción y sus productos, salvo los que se realicen con fines científicos, educativos y de intercambio internacional con instituciones científicas, previa autorización del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Pero siempre será importante que la micro empresa o el micro empresario que desee exportar cierto producto y no se encuentra seguro acerca de si lo puede hacer o no, realice las consultas necesarias porque pueden darse casos en que se establezcan cuotas o restricciones temporales por los siguientes motivos:

- Para cumplir los compromisos internacionales, acuerdos o convenios.
- Cuando existe desabastecimiento interno ya sea por causas naturales, sequías u otros motivos.
- Disposiciones de las autoridades nacionales que limiten la exportación.

Análisis al exportar

Cuando un cliente se plantea la posibilidad de iniciar una actividad de exportación el personal de la empresa asesorará y recomendará analizar previamente conjuntamente con el cliente los siguientes puntos:

¿Tiene capacidad de producción actualmente no utilizada o, en su caso, posibilidad de incrementarla? Si la empresa tiene totalmente ocupada su capacidad productiva y no dispone de medios financieros para ampliarla no tiene sentido plantearse en ese momento la exportación ya que no va a ser capaz de atender la nueva demanda.

Capacidad logística: no es lo mismo para una empresa atender un mercado regional o nacional, que ser capaz de gestionar eficazmente el envío de sus productos a un mercado extranjero situado a miles de kilómetros.

Cuota de su mercado nacional: si su cuota de mercado es muy reducida lo lógico sería concentrar todos sus esfuerzos en el ámbito doméstico para tratar de fortalecer su posición, antes de salir al exterior. Si por el contrario, su cuota de mercado es muy elevada y muy difícil de incrementar e incluso de mantener, es aconsejable buscar nuevos mercados que permitan diversificar las ventas.

Producto: ¿es exportable?, ¿hay demanda para el mismo en otros mercados extranjeros?, ¿cumple los requisitos técnicos y los estándares exigidos internacionalmente?, ¿su nivel de calidad es competitivo?

Potencial financiero: el inicio de la actividad exportadora suele exigir inversiones a veces de elevada cuantía (viajes, negociaciones, estudios, asesoramientos, mejoras técnicas del producto, inversiones en el país de destino, etc.), mientras que la rentabilidad puede tardar cierto tiempo en alcanzarse.

La empresa debe analizar si cuenta con el potencial financiero suficiente para afrontar estos gastos.

Recursos humanos especializados: la actividad exportadora va a requerir personal que domine idiomas y que conozca los mecanismos de la exportación, por lo que si la empresa no cuenta en su plantilla con este perfil de empleado tendrá que contratarlos.

Solidez de la decisión de exportar: el inicio de la actividad exportadora hemos indicado que puede exigir importantes inversiones, de rentabilidad incierta y, en todo caso, normalmente a largo plazo; es posible que los primeros intentos terminen en fracaso. De ahí que sea aconsejable que la decisión de exportar se

adopte con pleno convencimiento de su importancia y potencial, de modo que el equipo directivo se mantenga firme en su empeño permitiéndole superar las primeras fases de mayor incertidumbre.

Una vez que la empresa ha decidido que va a iniciar la actividad exportadora, debe seleccionar aquellos mercados a los que va a dirigirse en un primer momento. Es absurdo pretender en un principio abarcar un elevado número de mercados, por el contrario, la empresa debe concentrar todos sus esfuerzos en un número reducido, allí donde sus posibilidades de éxito sean mayores:

Algunos criterios que pueden ayudar a seleccionar estos primeros mercados:

Proximidad geográfica y cultural (mismo idioma, mismas costumbres, etc.): va a resultar más fácil en un primer momento dirigirse a mercados de países vecinos o con mayor proximidad cultural.

Situación política y económica del país: hay que tratar de seleccionar países con estabilidad económica y que se encuentren en un buen momento del ciclo económico.

Tamaño de los mercados: la empresa debe seleccionar mercados con un tamaño que resulte atractivo (no es lógico poner en marcha todo el complejo mecanismo de la exportación para dirigirse a mercados limitados que apenas ofrezcan posibilidad de crecimiento).

Experiencia de otras empresas exportadoras: el asesor de la empresa busca criterios sobre la experiencia (positiva o negativa) acumulada por las empresas nacionales en los distintos mercados internacionales puede ayudar en este proceso de selección, de tal manera que el cliente este informado de la manera que será recibido en el futuro mercado.

Posibles limitaciones a la importación: si el posible país objetivo es muy dado a adoptar medidas que limiten o dificulten la importación, la empresa debe valorar si es aconsejable dirigir sus esfuerzos a dicho mercado.

También hay otros indicadores que interesa conocer antes de decidirse por un mercado determinado:

Renta per cápita: es un indicador de la capacidad adquisitiva de la población.

Ritmo de crecimiento económico: es muy diferente el interés de un mercado cuando su economía se encuentra en fase expansiva que cuando está en recesión.

Posibles ayudas a la exportación: Ecuador, país en vías de desarrollo el gobierno suele conceder a líneas de financiación preferente con las que poder hacer frente al pago de sus exportaciones. La existencia de estas ayudas puede facilitar enormemente la exportación a diferentes países.

Las posibles adaptaciones que habría que realizar en el producto para poder comercializarlo con cierta garantía de éxito en este nuevo mercado (bien ajustándolo al gusto de los consumidores, bien ante la necesidad de cumplir las normativas locales).

Estas adaptaciones pueden afectar: al envase, a la presentación, a la etiqueta, al tamaño, a las capacidades, a la calidad, etc.

Formación de los precios: siendo los márgenes que obtienen los distintos intermediarios como: mayorista, distribuidor, comerciante, etc. determinando el precio final del producto.

Rango de precio: ver en que segmento de precios se viene moviendo nuestros futuros competidores.

Análisis de la competencia, tanto de las empresas locales (número, fortaleza, cuota de mercado, organizaciones patronales, etc.), como de las extranjeras (forma de implantación, cuota de mercado, segmentos del mercado cubierto, técnicas de marketing, etc.)

Análisis de los potenciales consumidores: motivaciones de compra, ritmo, hábito, segmentación, fidelidad al producto, etc.

Canales de distribución: censo de mayoristas y detallistas, grado de desarrollo y eficiencia del aparato distributivo, principales empresas importadoras y distribuidoras, etc.

Usos comerciales: calendario como: época de ofertas, de compras, de entregas; forma de pago: plazo, descuento por pronto pago, medios de pagos empleados, tasa de impagados, etc.; idioma de trabajo, servicios que ofrecen las entidades financieras.

Tipos de Exportaciones

Existen muchos tipos de exportaciones en el mundo, casi todas están enmarcadas bajo los regímenes aduaneros. A continuación nos basaremos en dos tipos de exportaciones:

- **Exportación a consumo**

La exportación a consumo es el régimen aduanero por el cual las mercancías nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior.

- **Exportaciones temporales**

Se trata del envío de productos al exterior para eventos tales como: ferias internacionales, exhibiciones, presentaciones artísticas u otros eventos ocasionales.

Esto significa, que las mercancías van al exterior y luego de un plazo determinado que no sería mayor a un año regresan al país, si es que no se han vendido o sufrido algún tipo de transformación.

- 1. Exportación temporal con reimportación en el mismo estado.-** Es un régimen suspensivo del pago de impuestos que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para ser utilizadas en el extranjero, durante cierto plazo, con un fin determinado y reimportadas sin modificación alguna, con excepción de la depreciación normal por el uso.
- 2. Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo.-** Es el régimen mediante el cual se envía mercancías, nacionales durante cierto tiempo a fin de que sean reparadas, transformadas, elaboradas o calibradas para posteriormente ser reimportadas al país dentro de un plazo no mayor a un año.

a. PROCESO DE EXPORTACIÓN

A continuación detallamos todos los pasos y requisitos que el cliente debe seguir para realizar una exportación:

- 1. Registrarse como exportador en la SENAE**

2. Registrar los precios ante un notario para las cartas de crédito o por pedido del importador extranjero (opcional).
3. Elaborar la Factura Comercial.
4. Aprobar el DAU-e electrónicamente en la SENA E.
5. Obtener el conocimiento de embarque: marítimo, aéreo o terrestre.
6. Presentar el certificado de origen debidamente legalizado.
7. Otros documentos. El exportador debe conseguir otros documentos según sea el caso y el país hacia donde se destina su exportación, tales como:
 - Certificados de calidad
 - Homologación
 - Normalización
 - Sanitarios
 - Fitosanitarios
 - Ictiosanitarios
 - Zoosanitarios.

Además están las facturas consulares, packing list, licencias de importación, certificados de origen, trámites, autorizaciones previas, tasas, contribuciones, etc.

Todos los documentos requeridos deben estar listos antes de embarcar las mercancías.

Pasos para la exportación temporal

Este trámite se lo realiza bajo el régimen de exportación temporal y comprende los siguientes pasos:

1. Calificarse como exportados
2. Elaborar la factura comercial
3. Aprobar el DAU-e
4. Presentar a la SENA, una garantía específica aduanera, tal como lo indica en la Ley Orgánica de Aduana en el Art. 74- Derecho de Prenda.
5. Una vez aprobado el DAU-e se puede realizar el embarque.
6. Orden de embarque y su regularización.

Cuando se tienen todos los documentos requeridos para el efecto, se realizan los siguientes procedimientos:

Orden de embarque de la Declaración Aduanera Única electrónica

Significa la elaboración y envío vía electrónica de la autorización de embarque.

Regularización DAU-e 50 o 51.

Con el DAU-e 50 se regulariza la exportación temporal con reimportación en el mismo estado y con el DAU-e 51 se regulariza la exportación temporal para perfeccionamiento pasivo, es decir, la culminación de los trámites de exportación.

- **Documentos o especies valoradas.-** Necesarios para legalizar las importaciones en el exterior, reglamentos de importación, restricciones, cuotas y contingentes.
- **Derechos de aduana.-** Derechos y otros tributos a la importación- como son el impuesto al valor agregados, tasas aduaneras y de servicios, trato arancelario preferencial, etc.
- **Métodos de aforo.-** Tanto para el aforo físico como aleatorio, según la Ley Orgánica de Aduanas, Art. 46- Aforo.

- **Normas técnicas.-** Vigentes en el país de destino; en el caso de no haberlas para el producto en particular, investigar las normas de referencia más adecuadas como las normas ISO.
- **Manejo de divisas.-** Pagos, reglamentos vigentes en cuanto al manejo de divisas, cambios internacionales y otras regulaciones.
- **Reglas de origen.-** Tratado, Leyes, Reglamentos y todas las disposiciones sobre las Certificaciones de Origen de las mercancías.
- **Certificación.-** Necesidad de conformidad o no con las normas ISO serie 9000 sobre aseguramiento de la calidad, serie ISO 10000 sobre auditoria de la calidad y serie 14000 sobre protección del medio ambiente.

b. DOCUMENTOS NECESARIOS PARA EXPORTAR

Al asumir una obligación contractual internacional, el exportador debe conocer todos los documentos que se requieren para legalizar la salida de la mercancía del territorio aduanero, para negociar y legalizar sus cartas de crédito, para las cobranzas del exterior, el transporte y sobre todo para que el comprador pueda nacionalizar las mercancías. Es por ello que “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, asesora al exportador dependiendo del tipo de producto y destino sobre cada documento necesario para cumplir correctamente con el proceso de exportación.

Documentos internacionales de mayor importancia.

- **Documentos de transporte internacional.**

Son aquellos que prueban, acreditan y justifican que el transportista ha recibido las mercancías para trasladarlas bajo un contrato a su destino.

“Son los que se envían al importador o a otro usuario del comercio exterior, con el fin de garantizar que la mercancía ha sido depositada en un medio de transporte”

Esta clase de documentos tiene dos formas:

- ✓ **Pre pagado.-** Significa que el transporte es pagado por el expedidor.
- ✓ **Al cobro.-** Significa que la mercancía es embarcada y antes de que el importador la retire tiene que pagar el flete.

A su vez puede ser:

- ✚ Limpio
- ✚ Sucio (en verde o con reservas de origen)

Clases de documentos

Conviene conocer la siguiente clasificación de los documentos de transporte internacional:

1. Bill of Lading
2. Air waybill
3. Carta de porte internacional por carretera (cpic)

1. Conocimiento de embarque marítimo

El conocimiento de embarque marítimo es conocido como Bill of lading o B/L.

El conocimiento de embarque es el documento por el cual la compañía naviera reconoce que ha recibido la mercancía para su transporte hasta el puerto de destino.

Este es uno de los documentos más importantes porque cumple con tres finalidades:

- ✓ Es un contrato entre el remitente de una mercancía y la compañía transportadora.
- ✓ Es un recibo que prueba que una mercadería con determinadas características y cantidad ha sido embarcada.
- ✓ Es un documento que da fe que una determinada mercadería pertenece a la persona consignada en el documento.

2. La guía aérea.

El conocimiento de embarque aéreo o guía aérea es conocido también como **air waybill**.

Es el documento a través del cual una compañía de aviación certifica que ha recibido las mercancías para su transporte hasta el lugar de destino.

La guía aérea, es un documento no negociable que si bien no involucra propiedad como la posesión del conocimiento de embarque marítimo, cumple varios propósitos. Sus principales funciones son:

- ✓ Es un contrato de transporte. La emisión de la guía aérea es la evidencia documentada del contrato de transporte entre el expedidor y el transportador.
- ✓ Es una prueba del recibo de la mercancía. Luego de emitida, la copia de la guía aérea correspondiente es entregada al expedidor, conformando la evidencia de la aceptación de la mercancía.
- ✓ Es la factura del flete. La guía aérea se puede utilizar como cuenta o factura ya que indica cuando se debe pagar en destino, lo que debe abonar al consignatario al agente de carga o al transportador.

3. Carta de porte internacional por carretera (CPIC) o guía terrestre.

Es el documento que prueba que el transportista autorizado ha tomado las mercancías bajo su responsabilidad y se ha obligado a transportarlas y entregarlas de conformidad con las condiciones establecidas en ella o en el contrato correspondiente.

De la misma forma que los anteriores, es un documento entregado por el transportista terrestre, en el cual se especifican los siguientes datos:

- Nombre y dirección del remitente
- Lugar y fecha de embarque de las mercancías.
- Nombre y dirección del destinatario.
- Lugar, país y plaza de entrega de las mercancías.
- Vía o itinerario de transporte.
- Cantidad y clase de bultos.

- Marcas.
- Descripción de las mercancías.
- Peso total en kilogramos o en su caso volumen
- Valor
- Gastos a pagar
- Flete al cobro o prepagado.
- Nombre y firma del remitente.
- Lugar, país y fecha de emisión.
- Firma autorizada.
- Otros.

También debe conocer que los organismos componentes en materia de aduanas en los países vecinos son los siguientes:

En Colombia: Dirección de impuestos y aduanas nacionales.

En Perú: Superintendencia nacional de Aduanas.

En Venezuela: Servicio Nacional Integrado de Administración Tributaria – Gerencia de Aduanas.

En Bolivia: Dirección General de Aduanas.

En Ecuador: SENA E

Factura pro-forma

Es una pre-factura entregada por el vendedor al importador, con el objetivo de informarle con exactitud el precio que pagará por las mercancías y la forma de pago.

Una factura pro-forma, es una declaración en forma de factura para la entrada de los productos, y se utiliza cuando la factura comercial o de aduana requerida no está disponible en el momento de la entrada. La factura pro-

forma se puede usar para negociar la orden de importación y para representar la oferta del proveedor extranjero.

Factura comercial

Es el documento que describe las mercancías materia de contrato de compra-venta. Este documento lo otorga el exportador a nombre del importador y mediante el mismo se detallan los siguientes aspectos:

- Lugar y fecha de emisión.
- Número de la factura que se emite.
- Direcciones, teléfonos y fax, tanto del comprador como del vendedor.
- Descripción de las mercancías.
- Cantidad de bultos.
- Marcas.
- Peso neto en kilogramos y peso bruto en kilogramos (volumen si procede).
- Nombre de la compañía transportadora.
- Precio o valor de la mercadería.
- Partida arancelaria.

Es un documento privado que el vendedor de una mercancía entregue al adquiriente de la misma, como constancia de un acto de comercio.

Para cobros documentarios, cartas de crédito o cualquier otro tipo de negociación, generalmente se exigen los originales, más las copias necesarias de la factura comercial.

Los certificados

Son varios documentos que se utilizan dentro de las exportaciones, con son los certificados de calidad, los de peso o cantidad, de sanidad, fitosanitarios, ictiosanitarios, de revisión, consulares, etc.

Certificado de origen

Es el documento que garantiza el origen de la mercadería. Estos son exigidos por los países en razón de los derechos preferenciales que existen según convenios bilaterales o multilaterales. Además, es un documento por el cual se certifica que la mercancía es producida o fabricada en el país del exportador.

Este documento es muy necesario cuando se realizan operaciones comerciales entre países que tienen acuerdos que pacten preferencias arancelarias. Hace posible que el comprador, en el extranjero, no pague ciertos tributos a la importación, de los cuales está exento si presenta un certificado de origen válido cuyas firmas han sido reconocidas por las autoridades de los países firmantes de convenios o acuerdos de origen, con los cuales se realiza el intercambio comercial al que se refiere dicho certificado.

En el Ecuador la entidad que otorga la habilidad para expedir los certificados de origen es el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad.

Para tramitar una exportación se debe realizar el siguiente proceso:

FASE DE PRE-EMBARQUE: Se inicia con la transmisión y presentación de la orden de embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar, utilizando para el efecto el formato electrónico de la orden de embarque, publicado en la página web de la aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional.

Una vez aceptada la orden de embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a zona primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

Existe la posibilidad que ante una restricción o control solicitado por otras instituciones reguladoras o por control aduanero, ciertas mercancías requieran cumplir una formalidad aduanera adicional antes de ser embarcadas.

FASE POST-EMBARQUE: Se presenta la declaración aduanera de exportación definitiva según el código 40 en un plazo no mayor a treinta días hábiles posteriores al embarque de las mercancías.

Para las exportaciones por vía aérea de productos perecibles en estado fresco podrá presentarse una sola declaración aduanera, para varios embarques hacia un mismo destino, realizados dentro de un mismo mes. Esta declaración

y sus documentos de acompañamiento y de soporte deberán presentarse hasta quince días posteriores a la finalización del mes.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes. El SICE validará su información contra la del manifiesto de carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el número de refrendo de la DAU. Numerada la misma, el exportador o el agente de aduana deberán presentarla ante el departamento de exportaciones del distrito por el cual salió la mercancía junto con los documentos que acompañan a la misma.

Se deberá considerar que la norma contempla que hasta que esté listo el nuevo sistema informático, la DAU de exportación y sus documentos de acompañamiento y soporte deben ser entregados físicamente dentro del término de quince días posteriores a la aceptación electrónica a la administración aduanera correspondiente.

Así mismo se aclara que los tiempos de transmisión y entrega de documentos físicos se ajustarían cuando se encuentre implementado el nuevo sistema informático

3.2.2.2.1. IMPORTACIONES RÉGIMEN COURIER.

Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos o Courier

Es el envío de paquetes y/o bultos a través de cualquier clase de “correo”, sea éste público o privado, desde o hacia el extranjero. En caso de tratarse de correos privados, éstos deberán estar autorizados por la aduana del Ecuador.

Para efectos de clasificar las mercancías enviadas bajo esta modalidad, éstas se agruparán en categorías de acuerdo a su peso y valor FOB (franco a bordo).

Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda. posee las siguientes categorías, las cuales se clasifican en bultos y/o paquetes enviados a través de Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos o Courier.

TABLA No. 3
CATEGORÍAS

CATEGORÍAS	DESCRIPCIÓN	AD VALOREM	I.V.A.	FODINFA
A	<p>Documentos Impresos tales como: libros, cartas, postales, periódicos, fotografías, o cualquier otro tipo de información; contenidos en medios de audio y video, magnéticos, electromagnéticos, electrónicos; que no estén sujetos de licencias, etc., pudiendo ser de naturaleza judicial, comercial, bancaria, pero desprovistos de toda finalidad comercial y que no sean de prohibida importación. Esta categoría no requiere Declaración Aduanera Simplificada (DAS).</p>	0%	0%	0%
B	<p>Menor o igual a 4Kg y US\$400 FOB Paquetes cuyo peso sea menor o igual a 4 kg. y su valor FOB sea menor o igual a los US\$ 400,00 (o su equivalente en otra moneda); siempre que se trate de bienes de uso para el destinatario y sin fines comerciales. Las características de valor y peso deben presentarse en forma simultánea, adjuntando la Declaración Aduanera Simplificada-Courier (DAS-C).</p>	0%	0%	0%

<p style="text-align: center;">C</p>	<p>Menor o Igual a 50Kg y US\$2.000 FOB Paquetes cuyo peso no exceda los 50 kg. ni el valor FOB de US\$ 2.000,00 (o su equivalente en otra moneda), y que no contemple la categoría anterior. Sin embargo, cuando se trate de repuestos para la industria, equipos médicos, o medios de transporte, se admitirá un peso de hasta 200 kg., siempre que su valor FOB no supere los US\$ 2.000,00 (o su equivalente en otra moneda). Se exceptúan las limitaciones de valor y peso a las mercancías mencionadas anteriormente, cuando su número no exceda de 10 (diez) unidades. Las mercancías dentro de esta categoría, deben cumplir con todos los documentos de control previo para su desaduanización y se requiere la presentación de una Declaración Aduanera Simplificada-Courier (DAS-C)</p>	<p style="text-align: center;">20%</p>	<p style="text-align: center;">12%</p>	<p style="text-align: center;">0.5%</p>
<p style="text-align: center;">D</p>	<p>Textiles y calzados. Menores o iguales a 20Kg. y US\$2.000 FOB Todas las prendas, confecciones, textiles y calzados, que no se contemplen en la Categoría B, deberán obligatoriamente declararse en esta categoría, y el peso no puede excederse a los 20 kg. ni el valor sobrepasar los US\$ 2.000,00 (o su equivalente en otra moneda). Estos bienes no podrán ser usados, debido a que constituyen mercancías de prohibida importación. Esta categoría requiere la presentación de una Declaración Aduanera Simplificada-Courier (DAS-C).</p>	<p style="text-align: center;">10%</p>	<p style="text-align: center;">12%</p>	<p style="text-align: center;">0.5%</p>

	<p>*Cuando se trate de ropa a más del adv., debe sumarse \$5.50 por kilo</p> <p>*Cuando se trate de calzado a más del adv., debe sumarse \$6.00 por cada par de zapatos</p>			
E	<p>Medicina sin fines comerciales, equipos ortopédicos, órganos y tejidos, etc. Paquetes con medicinas sin fines comerciales, siempre que arriben a nombre de una persona natural; aparatos ortopédicos, órganos, tejidos y células; fluidos humanos y otros elementos requeridos para procesos médicos y quirúrgicos de emergencia; equipos y aparatos para personas con discapacidad, justificando su necesidad ante la administración aduanera. No contempla limitaciones de peso y valor ni se exigirán documentos de control previo o pago de impuestos. Se requiere la presentación de una Declaración Aduanera Simplificada-Courier (DAS-C).</p>	0%	12%	0.5%
F	<p>Libros o similares Paquetes con libros o similares, o equipos de computación y sus partes; siempre que la partida específica dentro de los capítulos 1 al 97 del Arancel Nacional de Importaciones tenga tarifa 0%. Estos artículos están exentos de toda limitación de peso y valor. Se requiere una presentación de una Declaración Aduanera Simplificada-Courier (DAS-C).</p>	0%	0%	0.5%

	<p>Equipos de computación y sus partes Paquetes con libros o similares, o equipos de computación y sus partes; siempre que la partida específica dentro de los capítulos 1 al 97 del Arancel Nacional de Importaciones tenga tarifa 0%. Estos artículos están exentos de toda limitación de peso y valor. Se requiere una presentación de una Declaración Aduanera Simplificada-Courier (DAS-C).</p>	0%	12%	0.5%

Fuente: “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”,

Elaborado por: Los Autores

Fecha: Abril 2012

Es necesario tener en cuenta las siguientes consideraciones al momento de realizar una importación mediante Courier:

- No se podrán realizar envíos de paquetes o bultos mediante Correos Rápidos o Courier, que contengan dinero en efectivo o mercancías que estén prohibidas por la legislación ecuatoriana. Resolución N°. 182.
- Todos los envíos realizados que constituyan muestras sin valor comercial, deberán venir claramente identificados como tales en la guía aérea o guía courier, factura y producto.
- Para las categorías C, D, E y F; es imprescindible la presentación de la Factura Comercial. En caso de no tenerla, será necesaria una Declaración de Valor suscrita por el remitente.
- Para las categorías C y D, en el caso de que las mercancías excedan las limitaciones de peso y valor, éstas deberán pagar todos los tributos y cumplir con todas las formalidades correspondientes a una importación común, es decir presentar la Declaración Aduanera Única y contratar los servicios de un agente de aduana. Se permite el envío por courier de ropa y calzado usado siempre que no exceda de 4 kilos (8.8 libras) y cuatrocientos dólares americanos, US\$ 400,00, lo que comúnmente se conoce como “envío 4x4”.
- *Para los envíos de sus mercancías por encomiendas postales y paquetes ems (Correos del Ecuador) , en el caso de las Categorías C, E y F las encomiendas postales no podrán sobrepasar los límites de pesos establecidos en el Art. 12 del Convenio Postal Universal y que se indica a continuación:*
 - ✓ *Los envíos prioritarios y no prioritarios, las cartas, las tarjetas postales, los Impresos y los pequeños paquetes de hasta 2 kilogramos.*
 - ✓ *Los cecogramas de hasta 7 kilogramos.*

- ✓ *Las sacas especiales que contienen diarios, publicaciones periódicas, libros, documentos impresos similares, consignados a la dirección de mismo destinatario y con el mismo destino, denominadas «sacas M, Hasta 30 kilogramos.*

3.2.2.2. IMPORTACIONES A CONSUMO

3.2.2.2.1. GENERALIDADES

Importación a consumo es el régimen por el cual las mercancías extranjeras son nacionalizadas y puestas a libre disposición para uso o consumo definitivo, luego de haber pagado los correspondientes tributos de comercio exterior y cumplir con las obligaciones en materia de restricciones arancelarias, así como las demás formalidades establecidas en la Ley Orgánica de Aduanas y en los regímenes de Importación para el Consumo.

Pueden Importar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador ante la aduana del Ecuador.

Pueden ser importadores casuales o frecuentes los mismos que deben cumplir con todos los requisitos legales vigentes; si es un importador frecuente debe registrarse como tal ante el Banco Central del Ecuador.

Consideraciones que deben tomarse en cuenta antes de una importación.

Si el valor de la mercancía importada a consumo es de **US\$ 4.000** o más, el importador tendrá que solicitar y realizar la inspección en origen, a través de una las empresas Verificadoras

Internacionales (S.G.S., Cotecna, Bureau Veritas, I.T.S.,Baltic Control) autorizadas por la aduana.

Si el valor FOB de la mercadería excede los US\$ 4.000, requiere el visto bueno de los Bancos Corresponsales en el Ecuador, autorizados por la aduana, previo al embarque.

El importador, previo al embarque de las mercancías, tendrá que identificar si las mismas son permitidas o no su importación.

En caso de ser permitida la importación, tiene que considerarse qué clase de mercancía va a importar, porque dependiendo de su naturaleza, deberá cumplir el requisito de autorización previa o registro sanitario del Ministerio de Salud Pública. En todo caso, conviene consultar el Arancel Nacional de Importaciones vigente, para establecer si la mercancía necesita autorización antes del embarque (del Ministerio de Salud Pública, de Agricultura o de Gobierno, entre otros).

Es obligatorio la intervención del Agente de Aduanas en los siguientes casos:

- a) Para importaciones y exportaciones efectuadas por entidades del sector público.
- b) En los despachos de las importaciones y exportaciones de las mercancías cuyo valor sobrepase los dos mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 2.000).

Mercancías permitidas para la importación

Se puede importar todo tipo de mercancías, con excepción de aquellas que se encuentren prohibidas de acuerdo al COMEXI.

Las mercancías restringidas de acuerdo al COMEXI, pueden ser objeto de importación siempre que cumplan con los requisitos exigidos por la normatividad legal específica para un determinado país.

Pasos para registrarse como importador

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, para registrar a un cliente como importador debe realizar el siguiente proceso:

- a. Registrar al cliente como importador ante la aduana del Ecuador, ingresando en la página www.aduanas.gov.ec, link OCE's (Operadores de Comercio Exterior), menú: Registros de datos.

A continuación detallamos los requisitos que el cliente debe entregar a la empresa para poder registrarlo como importador:

- Copia a color de la cedula de identidad del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia a color del RUC.
- Registro de firma.

Estos documentos deben estar debidamente notariados.

- Solicitud dirigida al departamento de help desk de *Concesión/Reinicio de Claves* que se encuentra en la misma página web y presentarla en cualquiera de las ventanillas de Atención al Usuario del SENA, firmada por el Importador o Representante legal de la Compañía. Importadora. Una vez recibida la solicitud se convalidan con los datos enviados en el formulario electrónico, de no existir novedades se acepta el registro inmediatamente.

b. Dentro del SISE, se debe registrar la firma autorizada del cliente para la Declaración Andina de Valor (DAV), ingresando en la página: www.aduana.gov.ec, opción Administración, modificación de datos generales.

c. Una vez aprobado el registro, el usuario podrá acceder a los servicios que le brinda el sistema interactivo del Comercio Exterior. (SICE).

Una vez realizados los pasos anteriores, el importador ya se encuentra habilitado para realizar una importación; sin embargo, es necesario determinar que el tipo de producto a importar cumpla con los requisitos de ley.

Para conocer si un producto está habilitado para ser importado, se deberá ingresar a la página del organismo regulador de comercio exterior en el

Ecuador, en la cual se disponen las restricciones y requisitos para la importación de cada producto.

Para verificar las restricciones podrá ingresar a la página web, link OCEs menú Arancel Nacional Integrado ingresando la partida o descripción del producto.

Una vez cumplidos los requisitos y restricciones del producto importado podrá realizar el trámite de desaduanización de la mercancía.

3.2.2.2.2. LOGÍSTICA

Es la encargada de la distribución eficiente de los productos de una determinada empresa con un menor costo y un excelente servicio al cliente.

Hoy en día el tema de la logística es un asunto tan importante y por lo que las empresas se esmeran por dar un mejor tratamiento, “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, ha desarrollado a través del tiempo y es en la actualidad un aspecto básico en la constante lucha por ser una de las primeras en brindar este servicio a nivel mercado nacional.

Anteriormente la logística era solamente, tener el producto justo, en el sitio justo, en el tiempo oportuno, al menor costo posible, actualmente estas actividades aparentemente sencillas han sido redefinidas y ahora son todo un proceso.

Por lo tanto la logística de la empresa “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.” busca de manera estratégica distribuir la adquisición, el movimiento, el almacenamiento de productos y el control de inventarios, así como todo el flujo de información asociado, a través de los cuales la empresa y el canal de distribución se encauzan de modo tal que la rentabilidad presente y futura de la empresa es maximizada en términos de costos y efectividad.

Se encarga de determinar y coordinar en forma óptima el producto, el cliente, el lugar y el tiempo correcto. Si asumimos que el rol del mercadeo es estimular la demanda, el rol de la logística será precisamente satisfacerla.

Solamente a través de un detallado análisis de la demanda en términos de nivel, locación y tiempo, es posible determinar el punto de partida para el logro del resultado final de la actividad logística, atender dicha demanda en términos de costos y efectividad.

La logística no es por lo tanto una actividad funcional sino un modelo, un marco referencial; no es una función operacional, sino un mecanismo de planificación; es una manera de pensar que permitirá incluso reducir la incertidumbre en un futuro desconocido.

Una vez realizado el contrato de compra – venta, el exportador emite la factura comercial, posteriormente el representante de “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, se encargará de reservar el cupo en la empresa transportista que empleará para traer la mercadería; la transportadora es la encargada de emitir el conocimiento de embarque, la guía aérea o el BL cuando es vía marítima, esto es según sea el modo de transporte que utilicé.

El gerente distrital o su delegado luego de descargar la mercancía, autorizará en forma inmediata el traslado de la misma a los lugares habilitados especiales o a las bodegas de almacenamiento temporal, que el propietario o consignatario de las mercancías haya señalado.

Si el distrito de destino final fuera distinto al de ingreso, la entrega de las mercancías se efectuará en el distrito de destino salvo solicitud del propietario de las mercancías de nacionalizar en ese distrito.

En el caso de mercancías manifestadas a bodegas de almacenamiento temporal, maquila depósitos aduaneros que se encuentren ubicados en un distrito aduanero del interior del país, se realizará el traslado por medio de la respectiva guía de movilización.

3.2.2.2.3. DESADUANIZACIÓN

Son los pasos que se llevan a cabo para el tránsito de las mercancías y el proceso para la nacionalización de una mercancía ante la SENA E en el cual se somete a la mercancía a un régimen aduanero establecido, de acuerdo a la naturaleza y/o objetivo de la operación.

El representante de “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, Agente Fedatario en Ecuador debe enviar electrónicamente la Declaración Aduanera Única (DAU) a través del SICE.

Una vez aceptada electrónicamente la Declaración Aduanera Única debe ser presentada junto con los demás documentos de acompañamiento físicamente en el distrito de llegada de las mercancías; Según la LOA: en las importaciones, la declaración se presentará en la Aduana de destino, desde siete días antes, hasta quince días hábiles siguientes a la llegada de las mercancías. De no presentar la DAU dentro de este plazo, sus mercancías caerán en abandono tácito.

Para realizar la desaduanización de las mercaderías se debe presentar la Declaración Aduanera Única acompañada con los siguientes documentos:

- Original o copia negociable del Documento de Transporte.
- Factura Comercial.

- Declaración Andina de Valor (DAV).
- Póliza de seguro
- Dependiendo del tipo de producto a importar, también se requerirá. (Se puede verificar la partida ingresando al SICE)
- Certificados de Origen de los países con los que el Ecuador mantiene acuerdos comerciales. En caso de no presentar dicho certificado el producto no podrá acogerse a la liberación arancelaria.
- Documentos de Control Previo (puede ser al embarque o a la presentación de la declaración aduanera), exigidos por regulaciones del COMEXI y/o del Directorio de la Aduana del Ecuador.

Después de presentar los documentos en las ventanillas del distrito aduanero, se determinará aleatoriamente el canal de aforo mediante la aplicación de criterios de análisis de riesgo; pudiendo ser este: físico aduana, físico verificador, documental o automático.

El sistema informático selecciona el tratamiento a aplicar mediante un modelo probabilístico, que clasifica las declaraciones aduaneras como de bajo, mediano o alto riesgo, teniendo en cuenta lo dispuesto por las disposiciones legales, así como el criterio de aleatoriedad.

Se asignará cualquiera de los canales que se detallan a continuación, las que deben estar respetadas, bajo responsabilidad.

▪ **ACEPTACIÓN DIRECTA O AUTOMÁTICO**

Declaración sujeta aforo de documentos electrónicos.

Las declaraciones seleccionadas en esta vía, se sujetarán al aforo de los documentos electrónicos, que se realizan mediante el cruce de datos

contenidos en los formatos electrónicos. No se requieren revisión de documentos impresos, ni reconocimiento físico, previo a la salida de la mercancía.

Este método no es de utilización frecuente, el sistema por condiciones de riesgo selecciona los otros métodos de aforo.

- **CANAL DOCUMENTAL.**

Declaración sujeta al aforo de documentos impresos y electrónicos.

Estas declaraciones son seleccionadas por el sistema informático aduanero durante el proceso de validación y se informará de tal condición al agente de aduana, junto al número de legalización.

Se deberá presentar los números de refrendo en la ventanilla, junto con la declaración impresa y firmada por el agente de aduana, para dar inicio al aforo documental.

Además del aforo de los documentos electrónicos, el personal de aduana realizará el aforo de los documentos impresos, que consiste en la revisión material de documentos físicos tales como la declaración y los documentos de acompañamiento.

Cuando el personal encargado determine que las declaraciones seleccionadas a esta vía requieren el aforo físico inmediato, quien autoriza el requerimiento y envía la orden al departamento de aforo, para su elaboración.

- **CANAL AFORO FÍSICO**

Declaración sujeta al aforo de documentos electrónicos, documentos impresos y reconocimiento físico de la mercancía.

Estas declaraciones son seleccionadas por el sistema informático aduanero durante el proceso de validación y se informará de tal situación al agente de aduana, junto al número de refrendo.

Se deberá presentar los documentos de acompañamiento en ventanilla, junto con la declaración aduanera impresa y firmada por el agente de aduana, para dar inicio al aforo documental.

Aforo y verificación son sinónimos. Aunque hay una sutil diferencia. Cuando se llevó a cabo en el exterior cuando el valor FOB de la mercadería es superior a \$4,000, hablamos de verificación y cuando se lleva a cabo en nuestro país, hablamos de aforo.

El aforo es realizado por la verificadora esta determina por sorteo y es aleatorio. Cuando se ha tenido aforo del país de origen y se requiere, además aforo en Ecuador, en el sorteo de la verificadora se debe revisar que dicha verificadora sea diferente a la que realizó el aforo en el país de origen.

Técnicamente hablando el aforo consiste en la revisión documental y/o física de la mercancía, del aforo resulta una “fecha de aprobación”, la cual es necesaria para, luego, pagar los tributos en el Banco Corresponsal.

Existen dos tipos de aforos: documental y físico.

- **AFORO FÍSICO**

Es el acto administrativo de determinación tributaria, mediante el cual, la aduana reconoce físicamente las mercancías para establecer su naturaleza, cantidad, valor y clasificación arancelaria.

- **AFORO DOCUMENTAL**

Verificación de la correcta liquidación de tributos mediante el examen documental comparado de lo consignado en la declaración y en los documentos que se acompañan a la misma.

Proceso del Aforo

El aforo debe realizarse con la presencia de nuestro Agente y la Verificadora. Es la revisión física de la mercadería. Según la Ley, a partir de la fecha de aceptación tenemos cinco días hábiles para presentarnos al aforo físico, de lo contrario, se considerará la mercadería en abandono tácito, y a partir de la fecha de aprobación tenemos dos días hábiles para pagar los tributos de lo contrario se considerará la mercadería en abandono tácito. Si existiese abandono tácito durante el aforo físico, se pagara un interés sobre el capital, calculando el tiempo en meses: $I = T \times t\% \times 1/12$ (I = interés, T = tiempo, t% = tasa de interés, 1/12 = meses).

El empleado de la verificadora revisa la mercadería, verifica que el sello de seguridad del contenedor, conocido como "precinto", no esté vulnerado. Todo precinto tiene un código, el cual debe constar en el conocimiento de embarque.

Si en presencia de nuestro agente delegado existe anomalía con este sello, él está en su derecho de parar el aforo físico y comunicar al importador inmediatamente, para que éste lo comunique a su vez a la compañía de seguros, y ésta dependerá del cliente si se continúa o no con el aforo físico, en este caso último para que personal de la aseguradora esté presente en el resto del proceso del aforo físico.

Obviamente, la verificadora también revisa que lo declarado sea igual a lo verificado. Si todo está correcto, automáticamente pasa a aforo documental, si no es igual, verifica que la diferencia esté dentro del margen de tolerancia según la Ley, hasta el 10% de los tributos, y el importador pagará lo mismo sobre la totalidad. Los tributos se pagan sobre lo que realmente llega, en el caso de que la diferencia sobrepase el 10%, dicha diferencia se considera un ilícito aduanero.

Cuando el aforo ha salido sin contratiempos se obtiene la fecha de aprobación, la fecha de recepción y la numeración que ha recibido su declaración, esto origina una obligación tributaria. En esta instancia ya no se puede solicitar el reembarque o ir a comercialización. Se puede exigir el reembarque a partir de la fecha de llegada de la mercadería, durante quince días hábiles.

En el caso de que la verificadora haya cambiado la partida o el valor debemos dar pruebas que demuestren su error, y si lo reconociera, entonces debe cambiar el certificado de verificación; pero si lo niega, podemos impugnar ese criterio y retirar la mercadería.

En Guayaquil, Manta y Quito existe el Departamento de Instancia de Valoración, que sirve como segunda apelación, es decir, cuando hay problemas con la clasificación se le puede pedir consulta de aforo.

Es importante recalcar que el agente de Aduana será el fedatario de todos los documentos correspondientes a la declaración, los mismos que serán entregados a ellos siguiendo el procedimiento designado por la SENA E.

LIQUIDACIÓN Y CANCELACIÓN DE TRIBUTOS

Una vez realizado el aforo por cualquier método y verificando que todo esté de acuerdo con lo dispuesto por la ley, la SENA E autoriza la liquidación del trámite y se obtiene la fecha de aprobación, se pagan los tributos y el aporte a la CORPEI en cualquier sucursal del Banco del Pacífico.

La documentación vuelve al departamento de comprobación, en donde declarará lo que ha pagado y lo que ha liquidado.

Cuando se trate de un trámite con canal directo, el sistema comunicará al usuario el número de refrendo o aceptación y el desglose de la liquidación para que pueda acercarse a las instituciones bancarias y efectuar el pago correspondiente o autorizar el débito bancario.

Impuestos a pagar en la Aduana

El valor CIF de la mercancía, es la base imponible para el cálculo de los impuestos y comprende la suma de los siguientes valores:

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

Una vez obtenido el valor CIF, podrá hacer el cálculo de los siguientes impuestos:

- **AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)**
Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador.
Porcentaje variable sobre el valor CIF, según el tipo de mercancía.

- **FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)**
Impuesto que administra el INFA. 0.5% del valor CIF.

- **ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)**
Administrado por el SRI.
Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen.

- **Salvaguardia por balanza de pagos según el consejo de comercio exterior e inversiones**

Son de 3 tipos:

- ✚ **Recargo Ad-Valorem, Recargo Arancelario Especial adicional al arancel vigente, y Restricción Cuantitativa de Valor - cupos**
Impuesto que administra la Aduana del Ecuador. Restricciones temporales que se aplican solamente a ciertos productos importados.

- ✚ **IVA (Impuesto al Valor Agregado)**
Administrado por el SRI. 12% del resultado de la suma de:
CIF + ADVALOREM + FODINFA + ICE + SALVAGUARDIA

- ✚ **IMPUESTO DE SALIDA DE DIVISAS**
Impuesto que administra el SRI. 1% del CIF + Ajustes de Valor.

El valor total a cancelar por el importador, es la suma de los impuestos antes mencionados.

RETIRO DE LA MERCADERÍA

El representante de “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, después de haber cancelado los tributos procede a retirar las mercaderías de las bodegas donde fueron depositadas al momento de su arribo.

Los almacenes temporales y las garantías de aduanas permiten el retiro de las mercancías de los recintos, previa verificación y cancelación, mediante consulta realizada en la pág. web de la Aduana. (www.cae.gov.ec) constatando lo siguiente:

- Número de declaración de refrendo
- Número de autorización de salida
- Número de contenedor o marcas y números

Adicional a esto:

Tres copias del DUI-C

La Aduana entrega tres copias del DUI-C autorizando la entrega de mercadería. Con la autorización, ninguna mercancía puede ser retenida por autoridad alguna, salvo orden judicial.

Copia Una

Una copia es para el importador, quien deberá archivar por tres años para fines aduaneros, pues en ese período la aduana puede solicitar una rectificación, luego de los cuales este documento prescribe para la Aduana, para fines de rentas deberá archivar por cinco años, y si nos

encontramos en un ilícito aduanero, deberá archivar por quince años, proveerse de un archivador metálico donde se conserven intactos.

Copia Dos

La segunda copia es para el bodeguero quien con DUI autorizará la salida de su mercadería; y,

Copia Tres

La tercera copia es para el Servicio de Vigilancia Aduanera, quien controla que la mercadería la autenticidad de la mercadería que sale.

Si tuviésemos un impedimento para pagar los tributos por falta de algún documento, la CAE nos exige una garantía, la cual consiste en el 20% del total de tributos a pagar y con un plazo de sesenta días.

Si en la declaración y entrega de papeles a la CAE falta la factura comercial, podemos retirar la mercadería con una garantía, tenemos treinta días calendario para presentar dicha factura.

Garantía con mercadería perecible.

Importadora Betancourt y Badillo deberá entregar un cheque certificado sobre el 120% del total de tributos. Se Tiene únicamente cinco días hábiles para presentar la documentación que faltará.

3.2.2.2.4. DESPACHO DE MERCADERÍAS

Para la entrega de mercancías al cliente en cualquier parte del país la empresa cuenta con cuatro unidades de transporte marca Chevrolet de diferentes capacidades y en perfectas condiciones, con el fin de brindar seguridad y garantía las unidades cuentan con un sistema de monitoreo constante permitiendo el seguimiento para que la ruta de entrega se cumpla correctamente. Al momento de ser entregada la mercadería el transportista firma una guía de remisión como constancia.

La entrega se lo realiza puerta a puerta esto quiere decir que los productos serán entregados en las instalaciones del usuario, el cual podrá verificar con tranquilidad y en presencia de un representante de la empresa el estado de las mercaderías.

3.3. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL DEPARTAMENTO DE NEGOCIACIONES

“Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.”, al implementar un departamento de negociaciones ocupará una posición privilegiada en el comercio exterior al estar familiarizada con las demandas del mercado, así como con las características del comercio internacional, es por ello que se considera un instrumento fundamental para facilitar la participación de las empresas nacionales en las importaciones.

Ventajas para el cliente

- El departamento será el encargado de buscar proveedores y enviar la proforma al cliente para que él analice los costos y el producto que va ser importado.

- Asesoría personalizada al cliente en cada una de las negociaciones que necesite realizar, siendo un soporte en leyes y regulaciones.
- Diversidad de Servicios, con una amplia gama de beneficios tarifarios y logísticos.
- Para tranquilidad del cliente la mercancía importada cuenta con un seguro que cubre las distintas eventualidades que estas pueden sufrir en su traslado.
- Evita el traslado innecesario del cliente hacia el proveedor ahorrándole tiempo y dinero en su negociación.
- Libera de todos los trámites incómodos que se debe realizar para la desaduanización de las mercancías.

Ventajas para la empresa

- Cumplimiento de los objetivos propuestos por la empresa.
- Mayor captación de clientes por la variedad de servicios que ofrece la empresa.
- Ser la única operadora de carga que tenga este servicio en la ciudad de Quito, alcanzando mayores reconocimientos empresariales.
- Generar mayor rentabilidad económica para la empresa y por ende tributos para el fisco.

- Nuevas alianzas estratégicas con proveedores a nivel mundial, dando a conocer los beneficios económicos y de mercado que obtendrían.
- Llegar a convertirse en el centro logístico y de comercio exterior más importante del Ecuador brindando a nuestros aliados un servicio con altos estándares de calidad, siendo el nexo del Ecuador y el mundo.

Desventaja para el cliente.

- La única desventaja temporal para el cliente es encargar la negociación directa con el importador – exportador, ya que estaría dispuesto a dejar todo en manos de Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.

Desventaja para la empresa.

- La implementación del departamento de negociaciones genera obligatoriamente el desembolso de recursos, ya que se deberá contar con una infraestructura adecuada, el equipo necesario y el personal capacitado para desempeñar las funciones delegadas.

3.4. RESULTADOS AL ESTRUCTURAR EL DEPARTAMENTO DE NEGOCIACIONES

Con los continuos cambios que se generan día a día la empresa está en la obligación de brindar un mejor servicio a los clientes, y de la misma manera a viabilizar mejor sus recursos tanto económicos, humanos y operativos.

Con la Implementación del Departamento de Negociaciones Internacionales, competitivamente dentro de las operadoras de carga a nivel nacional como internacional, siendo reconocidas por las Pymes e importadores como una empresa sólida y en beneficio de los microempresarios, la “Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda.” estará preparándose para obtener la certificación ISO 9001 y resultado de la certificación ser reconocida internacionalmente.

Con esta propuesta la empresa captar a más clientes de los esperados, la Junta de Accionistas se proponen ampliar sus oficinas en la Ciudad de Guayaquil y en un futuro en Manta.

COSTOS DE IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE NEGOCIACIONES INTERNACIONALES.

Para la Implementación del Departamento de Negociaciones Internacionales se propone utilizar una bodega, readecuado y remodelando su fachada interna, para lo cual se necesita una inversión de \$12.400,00 según se presenta en el siguiente cuadro:

PRESUPUESTO DE INVERSIONES		
	SUBTOTAL	TOTAL
<i>Obra civil</i>		8.600,00
<i>Mano de Obra</i>	1.600,00	
<i>Material</i>	6.000,00	
<i>Honorarios Profesionales</i>	1.000,00	
<i>Equipo de Computo</i>		2.400,00
<i>3 Computadoras Pentium</i>	2.400,00	
<i>Equipo de Oficina</i>		260,00
<i>2 Sumadoras Casio</i>	100,00	
<i>1 Telefax Panasonic</i>	160,00	
<i>Muebles y Enseres</i>		1.140,00
<i>3 Escritorios Ejecutivos</i>	900,00	
<i>3 Sillas Ejecutivas</i>	240,00	
TOTAL		12.400,00

Desde el punto de vista económico se proyecta obtener un incremento de \$80.000,00 dólares en sus ingresos, y por gastos \$50.773,00 para el funcionamiento normal del Departamento de Negociaciones Internacionales, esperando obtener un superávit de \$29.267,00 en forma anual, según se presenta en el cuadro de proyección:

PRESUPUESTO DE OPERACIONES ANUAL				
<i>INGRESOS</i>				80.000,00
<i>EGRESOS</i>				50.733,00
<i>Servicios Básicos</i>			1.080,00	
<i>Incremento total</i>	1.080,00			
<i>Recurso Humano</i>			45.053,00	
<i>Sueldo</i>		33.000,00		
<i>1 Jefe de Trading</i>	12.000,00			
<i>2 Negociadores</i>	16.800,00			
<i>1 Despachador</i>	4.200,00			
<i>Beneficios Sociales</i>		8.043,00		
<i>XIV Sueldo</i>	1.168,00			
<i>XIII Sueldo</i>	2.750,00			
<i>Vacaciones</i>	1.375,00			
<i>Fondo de Reserva</i>	2.750,00			
<i>IESS por pagar</i>		4.010,00		
<i>Aporte Patronal</i>	4.010,00			
<i>Otros Gastos</i>			4.600,00	
<i>SUPERAVIT</i>				29.267,00

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

- ✚ Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda. se encuentra en desventaja con la competencia ya que carece de un Departamento de Negociaciones Internacionales que ofrezca a sus clientes la facilidad de importar mercancías desde distintos puntos estratégicos a nivel mundial.
- ✚ La empresa no posee políticas de calidad, disminuyendo la competitividad en su entorno y por ende la pérdida de clientes y la expansión hacia nuevos mercados.
- ✚ Actualmente el manual de funciones que posee la empresa no define claramente las actividades y cargos que lleva a cabo el personal, lo que dificulta el correcto desempeño de la Importadora.
- ✚ La entidad no posee sucursales que permitan la captación de clientes a nivel nacional lo que impide el crecimiento económico de la misma.
- ✚ La empresa al cumplir normativas y realizar constantes actos de comercio exterior es reconocida internacionalmente, proyectando una imagen confiable ante los clientes y proveedores.

4.2 RECOMENDACIONES

- ✚ Es necesaria la implementación del Departamento de Negociaciones Internacionales propuesto en el trabajo investigativo ya que se ha considerado las necesidades y expectativas de la empresa, de tal manera que se logre alcanzar los objetivos institucionales y por ende mejorar los resultados.
- ✚ La empresa debe contratar un organismo facultado para la elaboración de políticas de calidad que ayuden a mejorar la competitividad en su entorno y por ende la captación de clientes y la expansión hacia nuevos mercados.
- ✚ A fin de evitar riesgos innecesarios Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda. deberá mejorar su manual de funciones tomando en cuenta las correcciones que se plantearon en el trabajo de tesis, el cual define claramente las actividades y cargos que desempeñará el personal.
- ✚ Se recomienda establecer sucursales a nivel nacional principalmente en las ciudades con mayor flujo económico, que permitan mejorar los ingresos de la empresa.
- ✚ Seguir cumpliendo con todas las normas y requerimientos establecidos por las distintas legislaciones aduaneras para no perder la solvencia en sus actividades y el prestigio institucional.

RESUMEN

La presente tesis es la Implementación del Departamento de Negociaciones Internacionales en la empresa Importadora Betancourt y Badillo Cía. Ltda., ubicada en la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha, con el propósito de ofrecer al cliente un servicio adecuado en los procesos de compra y/o venta internacional, logística y desaduanización de mercancías.

La empresa ofrece beneficios y oportunidades los cuales permiten ser más competitivos ante las demás empresas de similar actividad teniendo en cuenta que el éxito de una negociación consiste sobre todo en comprender las necesidades de la otra parte y persuadirle de tal manera que se ajuste a nuestros intereses obteniendo un beneficio mutuo.

La propuesta de la creación del Departamento de Negociaciones Internacionales es una guía para un crecimiento en los negocios de la empresa, especializándose en un nuevo servicio de Trading, el que va desde la localización de la compañía ansiada por el cliente hasta la negociación de la operación, intercambio de información, valores, tramites de nacionalización y entrega de las mercaderías.

La empresa mediante la implementación de este departamento será aún más competitiva, con liderazgo en el mercado de comercio exterior y sobre todo ofreciendo una gama de servicios que vayan acorde con las exigencias del mercado y de los clientes.

Se recomienda a los directivos de la empresa aplicar la propuesta con el fin de mejorar el servicio y organizar el trabajo de los funcionarios y brindar un mejor servicio al cliente.

ABSTRACT

This thesis is the implementation of the Department of international negotiations in the importing company and Badillo Betancourt Cia. Ltd, located in the city of Quito, Pichincha Province, in order to provide adequate service to customers in the process of buying and / or international sales, logistics and customs clearance of goods.

The company offers benefits and opportunities which allow being more competitive with other companies of similar activity given that a successful negotiation is especially understand the needs of the party and persuade in a way that suits our interests obtaining mutual benefits.

The proposal for the creation of the Department of International Negotiations is a guide for growth in the business of the company, specializing in a new trading service, which runs from the company location desired by the client to negotiate the operation, exchange of information, values, procedures nationalization and delivery of goods.

The company through the implementation of this department will be even more competitive, market leading foreign trade and above all offering a range of services to be in line with market requirements and customers.

It is recommended that the directors of the company implement the proposal in order to improve service and organize the work of officials and provide better customer service.



BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, Arthur, Diccionario Económico y de negocios, Ed. Espasa Calpe 2000
- BETANCOURT Y BADILLO CÍA. LTDA.
 - ✓ Manual de Exportaciones
 - ✓ Manual de Importaciones
- DANIELS Jhon. Negociaciones Internacionales. Décima Ed.
- DESS, Gregory G. y LUMPKIN G.T. Dirección Estratégica Creando Ventajas Competitivas. 2 Ed. Madrid. Mc Graw-Hill. 2003.
- DICCIONARIO DE TÉRMINOS CONTABLES
- GARCÍA LOMAS Olegario Llamazares. Negociación Internacional. 2004.
- IBARRA HERNANDEZ; Armando, Diccionario Bancario y Bursatil, Ed Porrúa
- JANY CASTRO, José Nicolás. Investigación Integral de Mercados, Tercera Ed. Bogotá, McGraw-Hill, 2005.
- SALVAT EDITORES, La Enciclopedia, Madrid 2003
- www.comercioexterior.com.ec
- www.globalmarketing.es

ANEXOS

ANEXO #1

FACTURA DE IMPORTACIÓN

ACE FABRICS & TRIMS A Division of American ImpEX Corporation 811 E. 9th Street Los Angeles, CA 90015 USA Tel: 213-496-0044 Fax: 213-623-6612		INVOICE Invoice Number: 59900U Invoice Date: May 26, 2010 Page: 2		
BILTO: NAHIMTEX JOHNNY TENORIO LUIS MORENO MORA 5-27 RUC: 0102245800001 CUENCA ECUADOR		055 - 2010 - 10 - 026740 - 4 08/06/2010 08/06/2010 08:53:19 NAHIMTEX JOHNNY TENORIO LUIS MORENO MORA 5-27 RUC: 0102245800001 CUENCA ECUADOR		
Customer ID	Customer PO	Payment Terms		
NAH939	WALK-IN-JOHNNY	C.O.D.		
Sales Rep	Shipping Method	Ship Date	Due Date	
OFFICE	PICK-UP	5/26/10	5/26/10	
Quantity	Item	Description	Unit Price	Amount
		MORV/GOLD 1115		
		CORAL 1115		
		CTN#7 PURPLE 11+15.2+15.2+15.5+16		
TOTAL NO. OF ROLLS: 35 ROLLS				
ESTADO DE CALIFORNIA CONDADO DE LOS ANGELES YO, LETICIA HERNANDEZ, NOTARY PUBLIC DE CALIFORNIA, CERTIFICO QUE, ESTA FACTURA ES DOCUMENTO ORIGINAL  NOTARY PUBLIC 05/28/2010				
Received By: 		LETICIA HERNANDEZ Commission # 1797897 Notary Public - California Los Angeles County My Comm. Expires May 10, 2012		
		AGENTE NACIONAL DE ADUANAS Y FISCOS LUISA SOLIZUR COLOM N. 2005		
		Subtotal 1,295 Payment/Credit Applied TOTAL \$1,295		
Note: Conditions Of Sale On reverse Side.				


ANEXO #2

GUÍA AEREA

233 MIA 60481153		233 60481153 4																																	
Shipper's Name and Address Ben Textiles 515 B East 9th Street, Tel: 213.624.3173, Los Angeles, CA 90015 UNITED STATES.		Shipper's account Number Not negotiable Air Waybill Fenix Airways Office Park MICC Issued by 7925 NW 12th Street Suite #410 Miami, FL 33126																																	
Consignee's Name and Address Tenorio Pelaez Johnny Fabian RUC: 0102245600001 LUIS MORENO MORA 5-27 Y ROBERTO CRESPO QUITO - ECUADOR		Consignee's account Number It is agreed that the goods described herein are accepted in apparent good order and condition (except as noted) under the terms of the contract on the reverse hereof. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR WATER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT THE SHIPMENT MAY BE CARRIED VIA INTERMEDIATE STOPPING PLACES WHICH THE CARRIER DEEMS APPROPRIATE. SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher value and paying a supplemental charge if required.																																	
Issuing Carrier's Agent Name and City Total Commerce DBA Pentabox 3410 NW 73rd Avenue, Miami, FL 33122 UNITED STATES.		Accounting Information AFORO DOCUMENTAL 16638427 COLLECT																																	
Airport of Departure (Addr. of first Carrier) and requested Routing Miami		Reference Number Optional Shipping Information																																	
Airport of Destination Quito		Declared Value for Carriage NVD Declared Value for Customs NCV																																	
Flight/Date -Jun/01/10		Amount of Insurance INSURANCE - If carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured. Figures in box marked amount of insurance.																																	
Handling Information Notificar a Trading Express Ph 2418706/2418707 NO SED REQUIRED. SECTION : 30.37 (a) Value of commodities classified under an individual Schedule B or HTS is under \$2500 United States in accordance with the Export Administration Regulations. ECUADOR Diversion contrary to U.S. law prohibited. SCI																																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">No. of Pieces</th> <th rowspan="2">Gross Weight</th> <th rowspan="2">kg</th> <th rowspan="2">Rate Class</th> <th rowspan="2">Commodity Item No.</th> <th rowspan="2">Chargeable Weight</th> <th rowspan="2">Rate</th> <th rowspan="2">Charges</th> <th rowspan="2">Total</th> <th rowspan="2">Nature and Quantity of Goods (Incl. Dimensions or Volume)</th> </tr> <tr> <th>Weight</th> <th>Charge</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10</td> <td>1135.50</td> <td>K</td> <td></td> <td></td> <td>1135.50</td> <td>0.95</td> <td></td> <td>1078.72</td> <td> TELAS/ FABRICS 10 PIECES 26 x 18 x 19 in x 1 26 x 18 x 17 in x 1 27 x 19 x 16 in x 1 27 x 18 x 16 in x 2 27 x 18 x 17 in x 1 29 x 18 x 17 in x 1 61 x 40 x 21 in x 1 61 x 44 x 40 in x 1 62 x 51 x 49 in x 1 </td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>1135.50</td> <td>K</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1078.72</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>				No. of Pieces	Gross Weight	kg	Rate Class	Commodity Item No.	Chargeable Weight	Rate	Charges	Total	Nature and Quantity of Goods (Incl. Dimensions or Volume)	Weight	Charge	10	1135.50	K			1135.50	0.95		1078.72	TELAS/ FABRICS 10 PIECES 26 x 18 x 19 in x 1 26 x 18 x 17 in x 1 27 x 19 x 16 in x 1 27 x 18 x 16 in x 2 27 x 18 x 17 in x 1 29 x 18 x 17 in x 1 61 x 40 x 21 in x 1 61 x 44 x 40 in x 1 62 x 51 x 49 in x 1	10	1135.50	K						1078.72	
No. of Pieces	Gross Weight	kg	Rate Class											Commodity Item No.	Chargeable Weight	Rate	Charges	Total	Nature and Quantity of Goods (Incl. Dimensions or Volume)																
				Weight	Charge																														
10	1135.50	K			1135.50	0.95		1078.72	TELAS/ FABRICS 10 PIECES 26 x 18 x 19 in x 1 26 x 18 x 17 in x 1 27 x 19 x 16 in x 1 27 x 18 x 16 in x 2 27 x 18 x 17 in x 1 29 x 18 x 17 in x 1 61 x 40 x 21 in x 1 61 x 44 x 40 in x 1 62 x 51 x 49 in x 1																										
10	1135.50	K						1078.72																											
<table border="1"> <tr> <td>Prepaid</td> <td>Weight Charge</td> <td>Collect</td> <td>Other Charges</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>1078.72</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Valuation Charge</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Tax</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Total other Charges Due Agent</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Total other Charges Due Carrier</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total prepaid</td> <td>Total collect</td> <td>1078.72</td> <td></td> </tr> </table>				Prepaid	Weight Charge	Collect	Other Charges			1078.72			Valuation Charge				Tax				Total other Charges Due Agent				Total other Charges Due Carrier			Total prepaid	Total collect	1078.72					
Prepaid	Weight Charge	Collect	Other Charges																																
		1078.72																																	
	Valuation Charge																																		
	Tax																																		
	Total other Charges Due Agent																																		
	Total other Charges Due Carrier																																		
Total prepaid	Total collect	1078.72																																	
Currency Conversion Rates cc charges in Dest. Currency Jun/01/2010 Miami																																			
For Carrier's Use only at Destination Charges at Destination Executed on Total collect Charges (Date) at (Place) Signature of issuing Carrier or its Agent																																			
Signature of Shipper or his Agent Total Commerce DBA Pentabox Authorized agent: Iara Natacha Medina Signature of Shipper or his Agent																																			
ORIGINAL 2 (FOR CONSIGNEE) 233 60481153																																			

ANEXO #3

PÓLIZA DE SEGURO DE TRANSPORTE



Geografía:
 Oficina Central /
 #332 y Calle Frío /
 P.O. Box 201993 /
 FAX: 281994, 281995 /
 informacion@hispanaseguros.com

Quito:
 Av. Orellana # 1941 y Juan León Mera /
 S.O. Juan León Mera Pisos 5, Of. 510 - 514 /
 Teléfonos: (02) 2238052, 2238054 /
 2544832, 2238041, 2234979, 2232795 /
 quito@hispanaseguros.com

Ambato:
 Av. Los Capulines este /
 Delicias y Morichón, C.C. C2326n /
 Locales 24 - 25 /
 Teléfonos: (03) 2627568, 2412756 /
 ambato@hispanaseguros.com

Medellín:
 Av. Los Pájaros este /
 5 de Octubre y Escalante /
 Edif. Hispana Pájaros P. 5.1 /
 Teléfonos: (07) 2627272, 2627025, 2615244

Santa Domingo:
 Río Huachi y Pto. Viejo /
 Edif. Suburbana Pájaros P. 5 /
 Teléfonos: (03) 2758221

Luz:
 Av. 24 de Mayo 1051 entre /
 Azuay y Miguel Roldán /
 Teléfonos: (07) 2963070

Cuenca:
 Av. 10 de Agosto 471 /
 y Francisco Morones /
 Teléfonos: (07) 2819193

SECCIÓN TRANSPORTES

Aplicación de Seguros de **TRANSPORTE**

La siguiente mercancía se declara en aplicación a la PÓLIZA FLOTANTE No. 005859 emitida a favor de _____ para viajes desde USA hasta EL SEGURO sobre el AEREO de POR CONFIRMAR (Vapor, Camión, Avión) (Barriera Agencia: Cia.) Anunciado para POR CONFIRMAR Consignada a TRADING EXPRESS S.A. Lugar y Fecha QUITO, 19 DE MAYO DEL 2010


Marca	Nos.	Peso Bruto Kigs	Cantidad Bultos	CONTENIDO	Valor Asegurado US \$	%	Prima US \$	Observaciones
				Mercaderías según nota de pedido No.	\$ 7,042.02	1.00%	\$ 70.42	<p>SEGÚN</p> <p>CONDICIONES</p> <p>ESTIPULADAS</p> <p>EN LA</p> <p>POLIZA</p>
						3.50%	\$ 246	
						0.50%	\$ 35.21	
						D.E.	\$ 9.00	
						SUBTOTAL	\$ 82.23	
						IVA 12%	\$ 9.87	
						TOTAL US\$	\$ 92.11	


Embarcado por _____

De conformidad con las condiciones de la Póliza. Los Asegurados o sus Embarcadores, llenarán este formulario en duplicado y lo remitirán a la Compañía de Seguros _____ en _____ o a sus Agentes autorizados antes de efectuado el embarque o despacho La Compañía o el Agente devolverá el duplicado debidamente sellado y firmado.

El presente formulario es uniforme para todas las compañías de Seguros que trabajen en el ramo de transporte y ha sido aprobada por la Superintendencia de Bancos y Seguros Resolución No. 23 78 e 2-1

No. 0010351

Asegurado 

Aceptada por la Compañía **HISPANA DE SEGUROS S.A.** 

Firma Autorizada

05/05/2010 10:00:267404
 08/06/2010 08:43:18
 AFORO DOCUMENTAL
 1663842

EN EL CALUJO DE AGENTE DE COMERCIALIZADOR LEVANTADO EN EL PRESENTE DOCUMENTO DE AMPLIACION DE SEGURO DE TRANSPORTE PARA EL SEGURO DE TRANSPORTE DE LA MERCANCIA IMPORTACION AMPARADA POR EL SEGURO DE TRANSPORTE DE LA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A.

ANEXO #4

DAV DECLARACION EN ADUANA DE VALOR


CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA		DECLARACION EN ADUANA DEL VALOR		DAV N°	
CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA		DECLARACION EN ADUANA DEL VALOR		DAV (1)	
000321					
1. ADUANA					
Hojas Adicionales	N° Formulario DAU	Régimen	Código	12. RUC / CI / Catastro / Pasap. Código	2. REGISTRO DE ADUANAS
1 de 2	16638427	10	Quito 055	0102245800001 1	
13. Consignatario o Importador					
TENORIO PELAEZ JOHNNY FABIAN					
14. Nivel de Distribuidor /					
055-2010-10-026740-2					
3. PROVEEDOR					
08/06/2010					
3.1. Nombre / Razón social		3.2. Condición		3.3. Dirección	
ACE FABRICS & TRIMS		FABRICANTE /		08/06/2010	
2.4. Ciudad		3.5. País		828 S. AVE. ST. LOS ANGELES CA 90014 USA	
LOS ANGELES		ESTADOS UNIDOS		213-486-0000	
		Código		E-mail	
		US		213-486-0000	
4. TRANSACCION					
16638427					
4.1. Naturaleza (Cód.)		4.2. Incoterms		4.3. N° de resolución de Aduana	
11		FOB		ESTADOS UNIDOS	
Lugar		4.4. Fecha		4.5. N° de Factura	
ESTADOS UNIDOS		08/06/2010		59900U	
4.6. N° de envío		4.7. Fecha de cambio		4.8. Fecha de Factura	
1,0000000		08/06/2010		26/05/2010	
4.9. Tipo de cambio		4.10. Fecha cambio		4.11. Moneda	
1,0000000		08/06/2010		(Cód.) USD	
4.12. País de origen		4.13. País de Procedencia		Código	
ESTADOS UNIDOS		US		ESTADOS UNIDOS	
4.14. Forma de envío		4.15. N° de envíos		4.16. Puerto de embarque	
Fraccionado [] Único [x]		1/1		Código	
AEREA		4		MIAMI	
4.17. Puerto de descarga		4.18. Puerto de descarga		Código	
QUITO		QUITO		ECUIQ	
4.19. Forma de Pago		Código		18	
A PLAZO (60 DIAS)					
5. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA					
Item	5.1. Subpartida (Nandina)	5.2. Descripción Comercial		5.3. Características / Tipo	
1	5514.43.00.00-9	TELA DE POLYESTER		CORDE D/BEADED	
2	5514.43.00.00-9	TELA DE POLYESTER		CORDE D/LACE	
3	5514.43.00.00-9	TELA DE POLYESTER		CORDE FUCHSIA	
4	5514.43.00.00-9	TELA DE POLYESTER		CORDE SAGE	
5	5514.43.00.00-9	TELA DE POLYESTER		CORDE AQUA	
Item	5.5. Marca comercial	5.6. Modelo	5.7. Año	5.8. Estado de mercancía	5.9. Cantidad
1	ACE FABRIC	FB 630CB/W	2010	1	143.30
2	ACE FABRIC	FB 630C/I	2010	1	76.50
3	ACE FABRIC	FB 630CB/F	2010	1	30.40
4	ACE FABRIC	FB 630CB/SA	2010	1	15.30
5	ACE FABRIC	FB 630CB/A	2010	1	15.00
6. INTERMEDIARIO ENTRE COMPRADOR Y VENDEDOR					
6.1. Se utilizó algún intermediario en la transacción comercial? SI NO X					
6.2. Nombre del Intermediario					
6.3. Dirección					
6.4. Ciudad					
6.5. País					
6.6. Tipo de Intermediario					
7. CONDICIONES DE LA TRANSACCION					
7.1. Existe vinculación con el proveedor SI NO X					
7.2. Ha influido la vinculación en el precio de las mercancías importadas SI NO X					
7.3. Existen pagos indirectos relativos a las mercaderías SI NO X					
7.4. Existen cánones o derechos de licencias relativos a las mercaderías importadas que Ud. está obligado a pagar directa o indirectamente como condición de vent. SI NO X					
7.5. Está la venta condicionada por un acuerdo, según el cual una parte del producto de cualquier reventa, cesión o utilización posterior de las mercancías importadas se revierte directa o indirectamente a su proveedor extranjero? SI NO X					
7.6. Existen restricciones para la cesión o utilización de las mercancías por el importador, de acuerdo a lo señalado en el Art. 1 del Acuerdo del valor GATT SI NO X					
7.7. Depende la venta o el precio, de condiciones o contraprestaciones en relación a las mercancías a valorar SI NO X					
7.8. Puede determinarse el valor de las condiciones o contraprestaciones SI NO X					
8. DETERMINACION DE LA TRANSACCION					
8.1. Base del cálculo US\$					
8.2. Adiciones a importes no incluidos en 8.1 a cargo del comprador US\$					
8.1.1. Precio factura		1,299.50		8.2.1. Comisiones, Corretaje, salvo comisiones de compra	
8.1.2. Pagos indirectos, descuentos retroactivos, otros		Total 8.1.		8.2.2. Envasas y embalajes	
		1,299.50			
8.3. Deducciones - importes incluidos en 8.1. US\$					
8.3.1. Gastos de entrega posteriores a la importación (transporte, etc)		8.2.3. Bienes y servicios suministrados por el importador gratuitamente o a precio reducido y utilizados en la producción y venta de las mercancías importadas		8.2.4. Cánones y derechos de licencia	
8.3.2. Intereses		8.2.5. Producto de cualquier reventa, cesión o utilización posterior que revierte al proveedor extranjero		8.2.6. Gastos de entrega hasta el lugar de importación	
8.3.3. Asistencia técnica, armado, montaje, instalación, entrenamiento, gastos de construcción.		8.2.7. Gastos de transporte hasta el lugar de embarque		8.2.8. Gastos de transporte desde lugar de embarque hasta el lugar de importación	
8.3.4. Derechos de Aduana y otros impuestos		8.2.9. Gastos de carga, descarga, manipulación		239.01	
8.3.5. Otros gastos		8.2.10. Gastos de seguro		20.4	
Total 8.3.		1,558.99		Total 8.2.	
8.4. Valor en aduana = 8.1 + 8.2 - 8.3		1,558.99		259.41	
8.5. Tiene carácter estimativo o provisional los casilleros 8.2.4 y 8.2.5. SI NO X					
9. DESAGREGACION DEL VALOR EN ADUANA					
9.1. FOB US\$		9.2. Flete US\$		9.3. Seguro US\$	
1,299.50		239.08		20.41	
9.4. Otros US\$					
10. IDENTIFICACION Y FIRMA DEL DECLARANTE					
10.1. Nombre del Importador:			10.2. Cargo:		10.3. Fecha:
TENORIO PELAEZ JOHNNY FABIAN			IMPORTADOR		08/06/2010
Declaro bajo juramento que la información aquí considerada es correcta y ajustada a las disposiciones legales vigentes. Conozco que cualquier omisión puede dar origen a los procesos legales y sanciones establecidas en la Ley Orgánica de Aduanas.					
ECOMINT S.C.C.					

ANEXO #5

LIQUIDACIÓN DAU

LIQUIDACION DE DAU ELECTRONICOS

Page



ADUANA DEL ECUADOR

REPÚBLICA DEL ECUADOR DECLARACIÓN ADUANERA ÚNICA

16638427

A ADUANA

01	N° Orden	Año	Aduana	Codigo	Régimen	Codigo	Fecha/Hora TX
	000322	02	QUITO	055	03 IMPORTACION A CONSUMO	10	04 08/06/2010-08:53:16

B REFRENDO

05	Número	055-2010-10-026740-4
	Fecha Recop	08/06/2010
	Hora	08:53:16
	Aforo	01

C CONTRIBUYENTE / AGENTE

06	Importador / Exportador	TENORIO PELAEZ JOHNNY FABIAN	
	Type y N° Doc ID	07	0102245800001
	Ciudad	08	
09	Dirección	HERMANO MIGUEL 8-26 MARISCAL SUCRE	
	Teléfono	10	
	Nivel Comercial	11	
12	Declarante / Agente	2495	
	Código	2495	
	Almacén / Depósito	13	EXTECOMEXSA COMERCIO EXTERIOR
	Código	5061	

D VALORES EN ADUANA

14	Fob USD	15	Flete USD	16	Seguro USD	17	Ajuste USD	18	CIF USD	19	Valor Aduana USD
	5863.3		1078.72		92.11				7034.1294		7034.1294

E AUTOLIQUIDACION DE TRIBUTOS

20	CONCEPTO	LIQUIDACION \$(1)	LIBERACION	CANTIDAD A PAGAR \$(1-2)
21	AD / VALOREM			1406.83
22	DER. ESPECIFICO			0
23	IMP. CONSUMO ESPECIAL			0
24	IMP. VALOR AGREGADO			1017.14
25	DERECHO ANTIDUMPING			0
26	DERECHOS CONSULARES			0
27	SOBRETIEMPRO PETROLERO			0
28	ADICIONAL POR BARRIL DE CRUDO			0
29	TASA MODERNIZACION			0
30	TASA DE CONTROL			0
31	TASA ALMACENAJE			0
32	MULTAS (ART 89 Y 91)			0
33	INTERESES			0
34	IMP. A LA SALIDA DE DIVISAS			0
35	FODINFA			35.17
36	CORPEI			0
37	OTROS			0
38	SALVAGUARDA			0
	TOTAL AUTOLIQUIDACION			2,459.14

F BANCO Y ADUANA

LIQUIDACION DE DAU ELECTRONICO

Nro DAU	055-2010-10-026740-4-01	Fec Liquidación	08/06/2010
Declarante	TENORIO PELAEZ JOHNNY FABIAN	Fec Ultimo Día de Pago	10/06/2010
Id Autorización		Fec Cancelación	
Nro Secuencial	16638427	PAGO AUTORIZADO	

CONCEPTO DEL TRIBUTO	AUTOLIQ(\$)	LIQUIDACION(\$)	LIBERACION/SUSPENSIÓN (\$)	CANTIDAD A PAGAR(\$)
AD VALOREM	1406.83	1406.83		1406.83
DERECHO ESPECIFICO	0	0		0
IMPUESTO A CONSUMOS ESPECIALES	0	0		0
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	1017.14	1017.14		1017.14
DERECHO ANTIDUMPING	0	0		0
MULTAS	0	0		0
TASA DE MODERNIZACION	0	0		0
TASA DE CONTROL	0	0		0
TASA DE ALMACENAJE	0	0		0
FODIN	35.17	35.17		35.17
SALVAGUARDA	0	0		0
INTERES	0	0		0
IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS	0	0		0
TOTAL	2,459.14	2,459.14		2,459.14

CORPEI

Agente: 2495-LASSO SALAZAR JOSE XAVIER

ANEXO #6

CUPÓN CORPEI

CUPON CORPEI DE IMPORTACION
CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES CORPEI

Nº 51452152

Cludad: Quito Fecha: 1 / 1 / 2010
DIA MES AÑO

Nombre del Aportante: TEDORO PELAEZ JOHNNY FABIAN

Tipo/Numero Identificación: B.U.C. C.I. PASAPORTE 0102245800007

Nº DAU / DUI 178638727
(Declaración de Aduana)

Valor FOB: USD \$ 5.00 Valor Cuota: USD \$ 0.50 APORTANTE

Declaro que la información contenida en este cupón tiene origen lícito, es verdadera, y eximo a la Institución Financiera Casadora de toda responsabilidad, incluso respecto a los impuestos, si la declaración fuese falsa o errónea.

EF VALOR: 5.00 DOC: 367743337 NRO: 51452152 OFI: 0255
BF Cajero: WECUAGES Fecha: 2010/Jun/07 CBH38 Sec-B

ANEXO #7

FACTURA DE ALMACENAJE



**COMERCIO EXTERIOR &
ASOCIADOS EXTECOMEXSA Cia. Ltda.**
Calle De los Cedros 1207 y Av. Real Audiencia
(Sector La Rumiñahui)
Telefax: 02-2480-452 / 02-2480-462
e-mail: servicioalcliente@extecomexsa.com
Quito - Ecuador

RUC: 1791738764001

SERIE 001-001 **FACTURA**
0028790

Aut. SRI No. 1108168154

Cliente: **TENORIO PELAEZ JOHNNY PAELAN**
 RUC/VCI: **0102245800001** Fecha: **Quito 09/06/2010**
 Dirección: **HERMANO MIGUEL 8-26 Y MARISCAL SUÑRE** Teléfono:

DETALLE	DIAS	PESO Kls	VALOR TOTAL
Tarifa Básica	0	1144.5	80.00
Días adicionales	0		0.00
Días en Bodega	0		
Manejo			88.67
023360481153			
SUBTOTAL			158.67
FAVOR CANCELAR CON CHEQUE A NOMBRE DE EXTECOMEXSA CIA. LTDA.			0.00
Reyes, Coba Fernando Enrique - Soluciones Publicitarias - Telf.: 2664895 R.U.C.: 1703627826001 - Auto. SRI 5592 - 23/Abril/2010 - Del 28401 al 31400			IVA 12% 19.04
Válido para su emisión hasta Abril del 2011			TOTAL USD. 177.71



CLIENTE



FIRMA AUTORIZADA

Original: ADQUIRENTE, Copia rosada: EMISOR Copia celeste: SIN VALOR TRIBUTARIO

EXTECOMEXSA
CANCELADO

ANEXO #8
PACKING LIST

ALIMENTOS NATURALES E.I.R.L.

PACKING LIST

Date

11	setiembre	2010
----	-----------	------

 Shipment #

32

 AW B#

075-72664701

 Shipping Co.

Alimentos Naturales E.I.R.L.

 Consignee

Wealmoor Ltd

 Product

Fresh green organic asparagus

 TOTAL BOXES

130

Numero de guia
002-0000047

Pallet #

66

boxes

50

	Small	Standard	Large	Extr. Large	Jumbo
X 100 gr					
X 200 gr					
X 250 gr	8	26	13	3	
morados x 200					
Total	8	26	13	3	0

Pallet #

67

boxes

40

	Small	Standard	Large	Extr. Large	Jumbo
X 100 gr					
X 200 gr	7	18	9	2	
X 250 gr					
morados x 200		1	1	2	
Total	7	19	10	4	

Pallet #

68

boxes

40

	Small	Standard	Large	Extr. Large	Jumbo
X 100 gr					
X 200 gr	8	19	12	1	
X 250 gr					
morados x 200					
Total	8	19	12	1	

Formato packing list allinat-isa 2007/xls

ANEXO #9
LIQUIDACIONES

EUROFRESH PERÚ S.A.C.		R.U.C. 20492896269 LIQUIDACION DE COMPRA 007- N° 000077	
Sede Productiva: Av. Panamericana Norte N° 1355A - Santa María - Huaura Teléfono: (0511) 232-7427 Nextel 420*6777 / (01) 99420-6777 Domicilio Fiscal: Jr. Héctor Arellano N° 150 Interior "F" - La Victoria - Lima 13			
EUROFRESH PERÚ			
Señor(es):	LAVERIANO CORDOVA GILBERTO ARMANDO		
Domicilio:	Jr. César Vallejo N° 11E - Moro		
Lugar de Venta:	MORO		
Doc. Identidad:	32875110		
		Lima, 14 de ABRIL del 2010	
CANT.	DESCRIPCION	P. UNITARIO	VALOR DE VENTA
1218.8 Kg	PALTA ORGANICA FUERTE SIN PROCESAR CORRESPONDIENTE AL LOTE N° 0079130410 Guía de Remisión N° 0006 - 000037 	2.1084	2.569.78
SON: DOS MIL QUINIENTOS SESENTA Y NUEVE CON 78/100 NUEVOS SOLES.		SUB-TOTAL	2.569.78
		I.G.V. %	
		TOTAL	2.569.78
MORIMOTO NARD ROSA MERCEDES R.U.C.: 1815409432 SERIE: 007 DEL 001 AL 600 N° AUT: 740781023 F3: 25022010		LIMA, 14 DE ABRIL DEL 2010 p. EUROFRESH PERÚ S.A.C.	
		CERTIFICACION	


ANEXO #10

CERTIFICADO DE ORIGEN

1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country) CENTRAL PIURANA DE ASOCIACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO AV. JOSÉ DE LAMA Nº 1605 URB. SANTA ROSA - SULLANA - PIURA		Reference No A 50070307 GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A PERU Issued in (country)			
2. Goods consigned to (consignee's name, address, country) PORT INTERNATIONAL ORGANICS GMBH LIPPELTSTRABE 1 D 20097 HAMBURG - GERMANY		See notes overleaf			
3. Means of transport and route (as far as known) TYPE TRANSPORT: MARITIME PORT OF LOADING: PAITA - PERU PORT OF DISCHARGE: ROTTERDAM - HOLLAND VESSEL: CAP PORTLAND V. 0235N/ HAPAG LLOYD		4. For official use 			
5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages, description of goods	8. Origin criterion (see notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
1	570 BOXES	BANANO ORGANICO DE COMERCIO JUSTO VERDE FRESCO CAVENDISH, ENVASADO EN CAJAS DE CARTON Y BOLSAS DE POLIETILENO MAX HAVELAAR BIO FLO ID: 5138 (ORGANIC FAIR TRADE BANANAS FRESH GREEN CAVENDISH, PACKED IN CARDBOARD BOXES AND POLYTHENE BAGS).	"P"	NET WEIGHT 19,591.20 KGS. GROSS WEIGHT 20,580.00 KGS.	0002-000492 06.10.2010
2	432 BOXES	BANANO ORGANICO VERDE FRESCO CAVENDISH, ENVASADO EN CAJAS DE CARTON Y BOLSAS DE POLIETILENO GOLDEN BIO. (GREEN FRESH CAVENDISH BANANAS PACKED IN CARTON BOXES AND POLYTHENE BAGS). P.A. 0903.00.12.00			
11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.		12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were PERU produced in (country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to HOLLAND (importing country) PIURA, October 06th, 2010			
Form. No. 3397 4.7 (1990) Formular-Vorlag PRESCOTT & DRÜCKT eMail: prescott-ds@post.ca · Germany design				Place and date, signature and stamp of certifying authority	
				Place and date, signature of authorized signatory	

ANEXO #11

GUÍA DE EMBARQUE

Carrier: Hapag-Lloyd Aktiengesellschaft, Hamburg		Bill of Lading		Multimodal Transport or Port to Port Shipment	
Shipper: CENTRAL PIURANA DE ASOCIACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO-CEPIBO AV. JOSE DE LAMA N 1605-URE. SANTA ROSA-SULLANA TELFONO:+51 (0) 73 490087 RUC:20525288871/FLO ID:5138					
Consignee (not negotiable unless consigned to order): PORT INTERNATIONAL ORGANICS GMBH LIPPELTSTRABE 1 D 20097 HAMBURG-GERMANY (040) 30 10 00-0			Carrier's Reference: 92122362 B/L No.: HLCULI3100910903 Page: 2 / 3 Export References:		
Notify Address (Carrier not responsible for failure to notify; see clause 20 (1) hereof): PORT INTERNATIONAL ORGANICS GMBH LIPPELTSTRABE 1 D 20097 HAMBURG-GERMANY (040) 30 10 00-0			Forwarding Agent: Consignee's Reference: Place of Receipt:		
Vessel(s): CAP PORTLAND Voyage-No.: 023534			Place of Delivery:		
Port of Loading: PAITA, PERU Port of Discharge: ROTTERDAM, NETHERLANDS					
Container Nos., Seal Nos., Marks and Nos.: CRLU 6218602 SEALS : 000040 A3277924 MARKS & NOS : MAX HAVELAAR BIO GOLDEN BIO		Number and Kind of Packages, Description of Goods: 1 CONT. 40'X9'6" REEFER CONTAINER 1080 BOXES " FYT" BOXES OF ORGANIC GREEN FRESH CAVENDISH BANANAS, PACKED IN CARTON BOXES AND POLYETHYLENE BAGS NUMERO DE FACTURA:0002 - 000492 576 CAJAS MAX HAVELAAR BIO 432 CAJAS GOLDEN BIO SET TEMPERATURE : +13,0 C		Gross Weight: 20580,00 Measurement: KGM	
*SLAC = Shipper's Load, Stow, Weight and Count SHIPPED ON BOARD, DATE : 07.OCT.2010 PORT OF LOADING: PAITA, PERU VESSEL NAME CAP PORTLAND					
Shipper's declared Value [see clause 7(2) and 7(3)] Total No. of Containers received by the Carrier: 1 Packages received by the Carrier: 1			Above Particulars as declared by Shipper. Without responsibility or warranty as to correctness by Carrier [see clause 11] ORIGINAL		
Movement: FCL/FCL Currency: USD			RECEIVED by the Carrier from the Shipper in apparent good order and condition (unless otherwise noted herein) the total number in quantity of Containers or other packages or units indicated in the box opposite entitled "Total No. of Containers/Packages received by the Carrier" for Carriage subject to all the terms and conditions hereof INCLUDING THE TERMS AND CONDITIONS ON THE REVERSE HEREOF AND THE TERMS AND CONDITIONS OF THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF from the Place of Receipt to the Port of Loading, and from there to the Port of Discharge or the Place of Delivery, whichever is applicable.		
Charge Rate Basis W/Vel/Val P/C Amount THO 75,00 CTR 1 P 75,00 EBS 240,00 CTR 1 C TSD 8,50 CTR 1 C THD 290,00 CTR 1 C LUMPSUM C		One original Bill of Lading, duly endorsed, must be surrendered by the Merchant to the Carrier in exchange for the Goods in conformity with the Bill of Lading. The Merchant expressly accepts and agrees to all its terms and conditions whether printed, stamped or written, or otherwise incorporated, from the date of the signing of this Bill of Lading by the Merchant. IN WITNESS WHEREOF the number of original Bills of Lading stated below at of this tenor and date has been signed, one of which being accomplished the others to stand void.			
Total Freight Prepaid: 75,00 Total Freight Collect: Total Freight:			Place and date of issue: LIMA, PERU 07.OCT.2010 Freight payable at: DESTINATION Number of original B/L: 1/3		
FOR ABOVE NAMED CARRIER HAPAG-LLOYD PERU S.A.C. (AS AGENT)					

90-40745 LV.06/06