

ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO



“HEROES DEL CENEPA”

**TITULO:
PLAN DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
DE IMPORTACIÓN DE EXTRACTO DE QUEBRACHO DESDE
ARGENTINA A REGIMEN DE CONSUMO**

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:
INGENIERAS EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION
INTERNACIONAL**

**ELABORADO POR:
SILVIA VANESSA BENITEZ PALACIOS
ADRIANA JEANNETH VELASQUEZ OÑA**

QUITO, 26 ABRIL 2010

DEDICATORIA

A Dios, por haberme iluminado y permitido culminar mi carrera universitaria de una manera exitosa, junto a todas las personas que me han brindado todo lo necesario para poder seguir adelante día a día.

A mi madre y mi hermano que me han apoyado incondicionalmente en el transcurso de toda mi carrera para que yo pueda convertirme en una profesional. A mi padre de corazón, Ing. Hernán Prócel Gangotena, por ser el principal eje de mi vida, aunque no pueda estar físicamente a mi lado, sé que su corazón está junto a mí y se regocija de ver este tan anhelado triunfo.

A todos mis familiares, especialmente a mi Abuelita Marthy y mi Tía Ceci, que siempre han creado cimientos de bondad en mi vida para hacer de mí un ser humano integral.

A mí enamorado Matías que ha sido un apoyo fundamental en la elaboración del presente trabajo y ha sabido darme su comprensión y amor incondicional.

A mi amiga y compañera Adri, por haber iniciado junto a mí este proyecto que nos ha permitido alcanzar un logro profesional muy importante en nuestras vidas.

A todos mis amigos, compañeros de trabajo, en especial Lorena, que ha sido mi amiga incondicional y una gran guía profesional.

Gracias a todos.....!!!!

Silvia

DEDICATORIA

A mi padre Dios por haberme bendecido con sus dones y permitirme utilizarlos para poder alcanzar este logro profesional.

A mi Madre querida quien ha sido en toda mi vida mi principal apoyo y gestora de mi formación personal y profesional ya que con su ejemplo de fortaleza y perseverancia inculco en mí el deseo de alcanzar este título que me permitirá demostrar mis capacidades para ponerlos al servicio de la sociedad.

A mi enamorado Mauro quien en este camino ha sabido darme su mano y brindarme su amor y ayuda.

A mi amiga y compañera de este proyecto Silvi por haber iniciado la vida universitaria juntas y juntas haber alcanzado este sueño.

Y a las buenas amigas y amigos de la vida y del trabajo, quienes con sus palabras de aliento y apoyo; me levantaban el ánimo para seguir esforzándome día a día.

Los quiero gracias por todo.

Adri.

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Politécnica del Ejército, sus profesores y en especial al Ingeniero Jorge Ojeda por su trabajo en pro del alumnado y en especial por poner su corazón en la carrera de Comercio Exterior y Negociación Internacional, ya que es a Él a quien le debemos alcanzar el Título de Ingenieras en nuestra querida Escuela “Héroes del Cenepa”.

Al Ingeniero Fabián Guayasamín, por su apoyo académico, su comprensión, su don de persona y la amistad que nos brinda.

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por las Srtas. SILVIA VANESSA BENÍTEZ PALACIOS, con cédula de identidad No 1717153058 y ADRIANA JEANNETH VELÁSQUEZ OÑA, con cédula de identidad No. 1717581787 como requerimiento para la obtención del título de INGENIERAS EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL.

Quito, 20 de abril de 2010

ING. JORGE OJEDA

DIRECTOR

ING. FABIÁN GUAYASAMÍN

CODIRECTOR

AUTORÍA

Nosotras, SILVIA VANESSA BENÍTEZ PALACIOS, portadora de la cédula de identidad No. 1717153058 y ADRIANA JEANNETH VELÁSQUEZ OÑA, portadora de la cédula de identidad No. 1717581787, estudiantes de la carrera de Comercio Exterior y Negociación Internacional de la ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO, certificamos que el presente trabajo lo hemos realizado personalmente en su totalidad con el asesoramiento del Sr. Ing. Jorge Ojeda y el Sr. Ing. Fabián Guayasamín Director y Codirector de Tesis respectivamente.

AUTORIZACIÓN

Nosotras, SILVIA VANESSA BENÍTEZ PALACIOS, portadora de la cédula de identidad No. 1717153058 y Yo ADRIANA JEANNETH VELÁSQUEZ OÑA, portadora de la cédula de identidad No. 1717581787, autorizamos a quien corresponda para que nuestra Tesis de grado “PLAN DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE IMPORTACIÓN DE EXTRACTO DE QUEBRACHO DESDE ARGENTINA A REGIMEN DE CONSUMO”, sea publicada en la página Web de la ESPE.

Atentamente,

SILVIA BENÍTEZ PALACIOS

ADRIANA VELÁSQUEZ OÑA

EXTRACTO

El presente estudio corresponde a un plan de Comercio Exterior y Negociación Internacional de la Importación de extracto de Quebracho, en el que analizará el producto, con todas las características que hacen de uso algo fundamental para la industria de la curtiembre.

Adicionalmente se realizará el estudio de la competencia, la cual se concentrará sobre todo en analizar las preferencias de los consumidores, establecer sus necesidades y sus deseos, de forma que se desarrollen distintas técnicas encaminadas a persuadir a los consumidores para que adquieran nuestro producto. En determinadas áreas la competencia resulta imprescindible; en otras, como en el desarrollo de las nuevas líneas de productos, desempeña una función de asesoramiento. También se hará una comparación de Proveedores, observaremos similitudes y diferencias relevantes culturales, así como las ventajas y desventajas del extracto de Quebracho con respecto a otros productos sustitutos del mismo.

Posterior a ello, revisaremos los Acuerdos Comerciales suscritos por los países que intervienen en la negociación; los requisitos arancelarios y para-arancelarios que se necesitan para la importación del extracto de Quebracho, así como las medidas técnicas que nos proporciona Argentina, ya que estas son las más adecuadas tanto por precio como por calidad, cumpliendo con la reglamentación necesaria de envasado y etiquetado, entre otros aspectos fundamentales para la logística de la importación.

Se puntualizará las estrategias de marketing que ayudarán sustancialmente a que este proceso se desarrolle de la mejor manera ya que a través de él, la persona se aproxima o no a determinado bien o servicio que se vaya a brindar. Se analizará los canales de distribución a utilizar, supervisando el transporte de bienes desde la fábrica hasta el almacén, y de ahí, al punto de venta final. La estrategia inminente consiste en satisfacer las necesidades de los clientes, tratando de ofrecer un producto cuyo precio y calidad esté por encima de sus expectativas y de la competencia.

Para culminar realizaremos el análisis financiero mediante el cual podremos medir el progreso del proyecto comparando resultados alcanzados con las operaciones planeadas y los controles aplicados, además tendremos la información necesaria sobre la capacidad de endeudamiento, su rentabilidad y su fortaleza o debilidad financiera, esto facilita el análisis de la situación económica de la empresa para la toma de decisiones.

EXTRACT

This study constitutes a plan of Foreign Trade and International Trading for the Import of extract Quebracho, we will analyze the product, with all the features that make the use fundamental to the tanning industry.

Additionally the study will comprehend the competition, which focus primarily on analysis of consumer preferences, establish their needs and desires, in order to develop some techniques designed to persuade consumers to purchase our product. In some areas the competition is essential, in others help to the development of new product lines, plays an advisory role. We will also compare suppliers looking relevant cultural similarities and differences and the advantages and disadvantages of Extract of Quebracho in relation to other substitute products.

Subsequently, we will review trade agreements signed by the countries involved in negotiation, tariff requirements and para-tariff barriers that are required for the import of Extract of Quebracho and technical measures that provide us Argentina, these are the more appropriate for price and quality, fulfilling the necessary regulations for packaging and labeling, also we will check other important topics for the import logistic.

It's important to specify the marketing strategies that help substantially to guide this process in the best way and that through it, the person approaches or not a particular good or service to be provide. It will analyze the distribution channels used, reviewing the movement of goods from factory to warehouse, and then to the point of final sale. The immediate strategy is to meet the customer needs, trying to offer a product whose price and quality is above expectations and competition.

Finally to complete the study we will do the financial analysis in order to measure project progress by comparing results obtained with planned operations and checks, we will also have the necessary information on debt capacity, profitability and financial strength or weakness, this facilitates analysis of the economic situation of the enterprise for decision making.

PRÓLOGO

En el desarrollo de un Plan de Comercio Exterior y Negociación Internacional para importación de mercancías se define dos fases importantes.

En la primera fase se elabora un análisis de carácter nacional, sectorial del producto a importar y de los productos relacionados o sustitutos. En ésta etapa también se deberá investigar y analizar temas relacionados con la influencia de la normativa nacional e internacional en el proceso de intercambio de mercancías entre el país de origen y el de destino, el análisis del mercado en temas relacionados con los proveedores internacionales, las empresas que forman parte del sector industrial al cual pertenece la mercancía objeto de análisis y la demanda del producto en el mercado nacional.

En la segunda fase se diseña la propuesta de Comercio Exterior en la cual se identifica la más óptima elección de los operadores de Comercio Exterior con los cuales se va a trabajar, la logística a desarrollar, los procedimientos y tramitología a ser utilizados según el régimen aduanero determinado, las técnicas de negocios a implementarse bajo el enfoque de las estrategias de crecimiento y la propuesta operativa de mercadeo nacional.

El análisis y propuestas así desarrolladas deberán validarse mediante procesos de análisis financiero que justifiquen la inversión en esta importación de mercancías.

JUSTIFICACIÓN

Debido a la carencia de información sistematizada reflejada en un solo documento y al desconocimiento de la Normativa para la Importación a Consumo de Extracto de Quebracho desde Argentina, se presenta la necesidad de elaborar un Plan de Comercio Exterior y Negociación Internacional para la Importación de Extracto de Quebracho, basándose en el análisis profundo de bases legales, acuerdos comerciales y requisitos fundamentales, de este modo podremos apreciar la factibilidad de implementación del presente proyecto.

También es necesario realizar un análisis de varios aspectos de la comercialización de la materia prima que se va a importar para tener una visión de los posibles mercados potenciales de venta, una vez que ha sido transformado en nuestro país en un producto terminado, esto debido a que las cifras de exportación de productos de cuero han aumentado radicalmente, los niveles de calidad cada día se hacen más exigentes y las normativas más estrictas, por lo que el uso de materia prima se hace indispensable en los mismos estándares de calidad que lo exige el producto final.

Elementos como la logística de importación, costos de la misma, disponibilidad del producto, el precio de venta para la introducción en el mercado nacional, segmentación del mercado y que segmentos se atacarán, como se competirá en el mercado enfocándose a un área específica (nicho), estrategias de ventas para la comercialización del producto, precio final para el consumidor, que tanto espacio queda existente para maniobrar en términos de ofertas especiales y descuentos, son los puntos principales en los que nos enfocaremos para la elaboración del presente trabajo.

IMPORTANCIA

El mundo de los negocios es cada vez más competitivo y requiere ampliar los mercados nacionales a los internacionales para mantener un crecimiento económico. La globalización y el comercio exterior, así como las relaciones entre los países han ido en aumento a una velocidad impresionante. El obtener beneficios de estos es una verdadera obra de arte que da resultados beneficiosos y extraordinarios a quienes buscan en él satisfacer necesidades o las crean y se hacen de un mercado.

Los negocios internacionales requieren de actividades diferentes a las acostumbradas en escala nacional. Es por ello que se requiere tener en cuenta variables, como la cultura, las relaciones entre los países involucrados, Tratados Comerciales y restricciones que se aplican a la importación y exportación de los productos.

El desarrollo del presente trabajo es de vital importancia para la industria de la curtiembre, ya que el extracto de Quebracho posee características técnicas que proporcionan al cuero una textura dócil y blanda que permite obtener los acabados finales de mayor calidad en el producto terminado cumpliendo los estándares necesarios para su futura comercialización y exportación, debido a que el producto es un curtiente vegetal, no posee grado de toxicidad alguno, por lo que no provoca niveles elevados de impacto ambiental.

El hecho de no poder satisfacer internamente la necesidad del producto ocasiona que varias empresas dedicadas a la industria de la curtiembre opten por la importación directa del mismo para su posterior comercialización, por lo que se hace necesario el presente estudio, a través del cual se darán los lineamientos metodológicos para la creación de una empresa capaz de cubrir las necesidades del mercado con patrones de calidad de excelencia.

OBJETIVOS

GENERAL

Diseñar un plan de Comercio Exterior y Negocios Internacionales de Importación de extracto de Quebracho desde Argentina.

ESPECÍFICOS

1. Realizar un análisis de la Industria de la curtiembre.
2. Determinar los posibles proveedores de la mercancía.
3. Analizar a los consumidores mediante la elaboración del estudio de demanda.
4. Realizar un estudio de mercado de la competencia del sector.
5. Identificar los productos sustitutos.
6. Realizar un análisis del acuerdo comercial que se mantiene a nivel del ALADI aplicado al Extracto de Quebracho.
7. Analizar los requisitos arancelarios y para arancelarios para la importación del Extracto de Quebracho.
8. Diseñar el proceso de importación de Extracto de Quebracho.
9. Elaborar la documentación de respaldo por Importación a Consumo.
10. Elaborar un directorio de proveedores del sistema de logística de importación.
11. Discriminar entre empresas que brindan servicios logísticos y elegir la que ofrezca mayores beneficios.

- 12.Elaborar un manual de logística de importación de Extracto de Quebracho.
- 13.Diseñar el marketing estratégico y operativo de las mercancías.
- 14.Elaborar el presupuesto de importación.
- 15.Diseñar un flujo de caja bajo el concepto de implementación de una empresa de comercialización de Extracto de Quebracho.
- 16.Determinar la viabilidad del proyecto mediante el análisis de indicadores financieros.

METODOLOGÍA

La Metodología es el camino o procedimiento que se debe seguir, no solo para obtener información y datos relevantes en la investigación sino también y primordialmente para cumplir los objetivos que nos hemos propuesto, por lo que podemos decir que la Metodología es una parte fundamental de éste plan, ya que describe las unidades de análisis, la técnica de observación y recolección de datos. Es por ello que es de vital importancia mencionar que la Metodología que se va a utilizar en el presente estudio, que es Concluyente y Exploratorio.

Este método concluyente nos ayudará a partir de las Bases Legales, Procedimientos Aduaneros, Medidas de Carácter Técnico, Acuerdos de Alcance Regional, Normativa Fitosanitaria, a particularizarlos o especificarlos en los aspectos, propuestas, estrategias y elementos particulares de la presente investigación.

Para ello, nos valdremos de Técnicas e Instrumentos que nos ayudarán a consolidar toda la información a ser recopilada durante la elaboración del presente estudio.

Se obtendrá información secundaria a través de la revisión de Bibliografía especializada, links de Internet referentes al tema, además se observarán aspectos y documentos eminentemente técnicos que serán los referentes del motivo central de nuestro “Plan de Comercio Exterior y Negocios Internacionales de Importación de Extracto de Quebracho desde Argentina”.

En cuanto al método exploratorio, se aplicará una encuesta estructurada dirigida hacia el estudio de la demanda interna del producto.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PARTES PRELIMINARES

Dedicatoria.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Certificación.....	v
Autoría.....	vi
Autorización.....	vii
Extracto.....	viii
Extract.....	x
Prólogo.....	xi
Justificación.....	xii
Importancia.....	xiii
Objetivos.....	xiv
Metodología.....	xvi
Índice de Contenidos.....	xvii
Índice de Capítulos.....	xviii
Índice de Tablas.....	xxii
Índice de Gráficos.....	xxiv
Índice de Ilustraciones.....	xxvi

ÍNDICE DE CAPÍTULOS

1.	CAPÍTULO I. ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA DEL CUERO EN ECUADOR Y GENERALIDADES DEL EXTRACTO DE QUEBRACHO	1
1.1.	Análisis del Sector del Cuero en el Ecuador	1
1.1.1.	Generalidades	1
1.2.	Producto	3
1.3.	El Quebracho Ordinario	5
1.4.	Consejos para el uso de Extractos de Quebracho	6
1.5.	Hoja de Seguridad	7
1.6.	Histórico de Exportaciones e Importaciones del Sector	10
1.6.1.	Exportaciones de Manufacturas de Cuero	10
1.6.1.1.	Demanda mundial	11
1.6.2.	Curtiembres	11
1.6.2.1.	Importaciones de insumo	12
1.6.2.1.	Importaciones de Extracto de Quebracho	17
2.	CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO	19
2.1.	Entorno de Proveedores	19
2.1.1.	Unitán	20
2.1.1.1.	Política de Calidad	21
2.1.1.2.	Producto	22
2.1.1.3.	Líneas de Producto	24
2.1.1.4.	Cotización	24
2.1.2.	Indunor – Grupo Silvateam	25
2.1.2.1.	Línea de Productos	26
2.1.2.2.	Calidad	27
2.1.2.3.	Salud y Ambiente	27
2.1.2.4.	Cotización	28
2.2.	Análisis de Clientes	29
2.2.1.	Tipo de Cliente	29
2.2.2.	En qué empresa adquiere el Producto	30
2.2.3.	Motivación de Compra	31
2.2.4.	Temporadas de Adquisición	32
2.2.5.	Usos del Producto	33
2.2.6.	Productos Sustitutos	34
2.2.7.	Nivel de Satisfacción	35
2.2.8.	Demanda Mensual del Producto por Empresa	36
2.2.9.	Precio por Saco Adquirido	38
2.2.10.	Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Empresa	42
2.2.11.	Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Motivación de Compra	43
2.2.12.	Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Temporada de Adquisición	45
2.2.13.	Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Uso del Producto	46
2.2.14.	Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Productos Sustitutos	48
2.2.15.	Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Nivel de Satisfacción	49
2.2.16.	Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Cantidad de Sacos que se consumen Mensualmente	51
2.2.17.	Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Precio por cada Saco	51
2.3.	Análisis de la Competencia	52
2.3.1.	Superquímicos	52
2.3.1.1.	Historia	53
2.3.1.2.	Ubicación	53
2.3.1.3.	Representaciones	54

2.3.1.4.	Línea de Productos	54
2.3.2.	Brenntag	55
2.3.2.1.	Calidad, Seguridad y Ambiente	56
2.3.2.1.1.	Calidad	56
2.3.2.1.2.	Seguridad	56
2.3.2.1.3.	Ambiente	56
2.3.2.2.	Ubicación	57
2.3.2.3.	Unidades de Negocios	57
2.4.	Análisis de Producto Sustituto	58
2.4.1.	Extracto de Mimosa	58
2.4.1.1.	Propiedades	59
2.4.1.2.	Aplicación	59
2.4.1.3.	Almacenamiento	59
2.4.2	Importaciones de Extracto de Mimosa	59
3.	CAPITULO III. PROCESO LOGISTICO PARA LA IMPORTACION A CONSUMO DE EXTRACTO DE QUEBRACHO DESDE ARGENTINA A REGIMEN DE CONSUMO	61
3.1.	Introducción	61
3.1.1.	Entorno Internacional	59
3.1.2.	Entorno Nacional	62
3.1.3.	Entorno Empresarial	63
3.2.	Normativa de Exportaciones desde Argentina	64
3.3.	Acuerdos Comerciales	65
3.3.1.	Negociación CAN – MERCOSUR	65
3.3.2.	Acuerdo N° 059	68
3.4.	Organismos Nacionales	71
3.5.	Regímenes Aduaneros	72
3.5.1.	Regímenes Comunes	72
3.5.2.	Regímenes Especiales	72
3.5.3.	Regímenes Particulares o de Excepción	73
3.6.	Reglas Generales para la Interpretación de la Nomenclatura Arancelaria	73
3.7.	Logística	76
3.7.1.	Operadores de Comercio Exterior	76
3.7.2.	Elección de la Naviera	77
3.7.3.	Elección de la Aseguradora	79
3.7.3.1.	Servicio de Indemnizaciones de Seguros Cóndor	79
3.7.3.2.	Productos	80
3.7.4.	Trámite de Importación	81
3.7.4.1.	Diagrama General del Proceso	81
3.7.4.2.	Exportador – Negociación – Importador	82
3.7.4.3.	Cost and Freight (CFR o C&F) Costo y Flete	82
3.7.4.4.	Exportador en Planta	83
3.7.4.5.	Proceso de Exportación	84
3.7.4.6.	Documentación Final de Exportación	86
3.7.4.6.1.	Factura Comercial	87
3.7.4.6.2.	Packing List – Lista de Empaque	87
3.7.4.6.3.	Certificado Fitosanitario	88
3.7.4.6.4.	Certificado de Origen	89
3.7.4.6.5.	Bill of Lading	91
3.7.4.7.	Envío de Documentación Física al Importador	93
3.7.4.8.	Tránsito	93
3.7.4.8.1.	Ruta	94
3.7.4.9.	Arribo de documentación al Importador y envío a Agente Afianzado	95
3.7.4.10.	Arribo y Nacionalización de la Mercancía en Destino	98
3.7.4.10.1.	Previo al arribo de la Mercancía	99
3.7.4.10.2.	Arribo de la Mercancía	100

3.7.4.11.	Recepción de Mercancía en Bodega	101
3.7.5.	Liquidación de Tributos	103
4.	CAPITULO IV. PLAN DE NEGOCIOS ESTRATEGICO Y OPERATIVO	105
4.1.	Marketing Estratégico	105
4.1.1	Idea de Negocio	105
4.1.2.	Macroambiente	107
4.1.3.	Microambiente	109
4.1.4.	Filosofía Corporativa	117
4.1.4.1.	Nombre de la Empresa	117
4.1.4.2.	Estrategia de Cobertura	117
4.1.4.3.	Misión	117
4.1.4.4.	Visión	117
4.1.4.5.	Valores Corporativos	118
4.1.4.6.	Objetivos Estratégicos de Crecimiento	118
4.1.4.6.1.	Crecimiento Intensivo	118
4.1.4.6.2.	Crecimiento por Integración	119
4.2.	Marketing Operativo	120
4.2.1.	Posicionamiento de la Marca	120
4.2.1.1.	Marca	120
4.2.1.2.	Slogan	121
4.2.1.3.	Logotipo	121
4.2.1.4.	Gama Cromática	121
4,2,1,5	Tipografía Corporativa	122
4.2.1.6.	Papelería	123
4.2.2.	Asociar a la marca con el producto	128
4.2.3.	Influir en la decisión de compra	128
4.2.4.	Posicionar la marca por tipo de cliente	129
4.2.5.	Líneas de productos " Quebraquim"	130
4.2.6.	Concepto de volumen de Importación - Argentina	130
4.2.7.	Consumo Nacional - " QuebraQuim"	131
4.2.8.	Resaltar medidas de Seguridad del producto	131
4.2.9.	Cumplimiento Normas Fitosanitarias	132
4.2.10.	Criterios de selección de la zona de emplazamiento de la bodega	132
4.2.11.	Diseño de la página Web "QuebraQuim"	134
4.2.12.	Estrategias de Relaciones Publicas	137
4.2.12.1.	Cursos de capacitación Manejo de Productos Químicos de la industria de la curtiembre	137
4.2.12.2.	Cursos de capacitación y entrenamiento de planes emergentes	141
4.2.13.	Estrategia de Responsabilidad Social	143
4.2.13.1.	Curso de capacitación en Seguridad Industrial, Salud Ocupacional y Medio Ambiente	143
4.2.14.	Plan de Medios	145
4.2.15.	Desarrollo de Mercados	145
4.2.15.1	Expansión geográfica de la empresa	145
4.2.16.	Desarrollo de Productos	147
4.3.	Crecimiento por Integración	149
4.3.1.	Integración Vertical	149
4.3.1.1.	Formación Equipo de Ventas	149
4.3.1.2.	Políticas del Departamento de Ventas	156
4.3.2.	Integración Horizontal	162
4.3.2.1.	Productos relacionados con la industria - Elementos de protección personal para manejo de productos de la curtiembre	162
5.	CAPITULO V. ESTUDIO FINANCIERO	168
5.1.	Inversiones	171
5.1.1.	Activos Corrientes	170

5.1.2.	Activos Fijos	170
5.1.3.	Activos Diferidos	171
5.2.	Gastos Presupuestados	171
5.2.1.	Costo Variable	171
5.2.2.	Costos Fijos	172
5.3.	Ingresos Presupuestados	174
5.4.	Margen de Contribución	175
5.5.	Punto de Equilibrio	175
5.6.	Flujo de Caja	176
5.7.	Indicadores Financieros	179
5.7.1.	Índices de Liquidez	179
5.7.2.	Capital de Trabajo	179
5.7.3.	Razón Corriente	180
5.7.4.	Prueba Acida o Liquidez seca	180
5.7.5.	Índice de Endeudamiento	181
5.7.6.	Índice de Apalancamiento	181
5.8.	Evaluación Financiera	182
5.8.1.	Valor Actual Neto	182
5.8.2.	Tasa Interna de Retorno	183
5.8.3.	Período de Recuperación	183
6.	CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	184
6.1.	Conclusiones	184
6.2.	Recomendaciones	185
ANEXOS		
ANEXO 1:	Formato Encuesta Consumidores	187
ANEXO 2:	Nota de Pedido	188
ANEXO 3:	Factura Comercial	189
ANEXO 4:	Bill of Lading	190
ANEXO 5:	Paking List	191
ANEXO 6:	Certificado de Origen	192
ANEXO 7:	Certificado Fitosanitario	193
ANEXO 8:	Póliza de Seguro de Transporte	194
ANEXO 9:	Declaración Aduanera del Valor	195
ANEXO 10:	Declaración Aduanera Unica A	196
ANEXO 11:	Declaración Aduanera Unica C	197
ANEXO 12:	Cupón Corpei de Importación	198
GLOSARIO		199
BIBLIOGRAFIA		229

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Exportaciones por Producto Manufacturas de Cuero	10
Tabla 2: Importaciones de Productos Químicos para la Curtiembre Miles de Dólares CIF	13
Tabla 3: Importaciones por Uso o Destino Económico Miles de Dólares FOB	14
Tabla 4: Importaciones por Uso o Destino Económico Toneladas	15
Tabla 5: Importaciones por Secciones de la Nomenclatura Arancelaria Miles de Dólares FOB	16
Tabla 6: Evolución de Importaciones de Quebracho Atomizado Toneladas	17
Tabla 7: Importaciones por País de Quebracho Atomizado Toneladas	18
Tabla 8: Tipos de Clientes	29
Tabla 9: Empresa en la que adquiere el Producto	30
Tabla 10: Motivación de Compra	31
Tabla 11: Temporadas de Adquisición	32
Tabla 12: Usos del Producto	33
Tabla 13: Productos Sustitutos	34
Tabla 14: Nivel de Satisfacción	35
Tabla 15: Demanda Mensual del Producto por Empresa	36
Tabla 16: Precio Promedio por Saco	38
Tabla 17: Empresa donde se adquiere el Producto por Tipo de Cliente	42
Tabla 18: Motivación de Compra por Tipo de Cliente	43
Tabla 19: Temporada de Adquisición por Tipo de Cliente	45
Tabla 20: Uso del Producto por Tipo de Cliente	46
Tabla 21: Producto Sustituto por Tipo de Cliente	48
Tabla 22: Nivel de Satisfacción por Tipo de Cliente	49
Tabla 23: Demanda Mensual de Sacos por Tipo de Cliente	51
Tabla 24: Precio Promedio por Saco por Tipo de Cliente	51
Tabla 25: Importaciones de Extracto de Mimosa	59
Tabla 26: Empresas Navieras	77
Tabla 27: Cotización Mediterranean Shipping Company	78
Tabla 28: Empresas Aseguradoras	79
Tabla 29: Carga de la mercancía en Planta – 1FCL – 18TM	84
Tabla 30: Documentación Final de Exportación	86
Tabla 31: Envío Documentación Física al Importador	93
Tabla 32: Costos de la Naviera en el Exterior pagados por el Exportador	93
Tabla 33: Arribo de Documentación al Importador y envío a Agente Afianzado	95
Tabla 34: Pagos que realiza el Importador – Naviera – Almacenera – Agente Afianzado	98
Tributos al Comercio Exterior	
Tabla 35: Tiempo de Gestión del Trámite en la CAE	99
Tabla 36: Recepción de Mercancías en Bodega	101
Tabla 37: Base Imponible – Cálculo de Tributos	103
Tabla 38: Línea de Productos – Proveedores	110
Tabla 39: Criterio de localización zona centro	133
Tabla 40: Criterio de localización zona parque industrial	133
Tabla 41: Estado de Situación Inicial	169
Tabla 42: Costo de Importación de la Mercancía	170
Tabla 43: Costo de la Mercancía	171
Tabla 44: Depreciación Activos Fijos	172
Tabla 45: Amortización de deuda	173
Tabla 46: Sueldos y Salarios Vendedor	173

Tabla 47: Sueldos y Salarios Administrativo	173
Tabla 48: Material Publicitario	174
Tabla 49: Política de Precios	174
Tabla 50: Ingreso Presupuestado	174
Tabla 51: Margen de Contribución	175
Tabla 52: Punto de Equilibrio	175
Tabla 53: Política de Ventas	179
Tabla 54: Flujo de Caja	180

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Exportaciones por Producto Manufacturas de Cuero	11
Gráfico 2: Importaciones por Uso o Destino Económico Productos Químicos Miles de Dólares CIF	13
Gráfico 3: Importaciones por Uso o Destino Económico Productos Químicos Miles de Dólares FOB	14
Gráfico 4: Importaciones por Uso o Destino Económico Productos Químicos Toneladas	15
Gráfico 5: Importaciones por Secciones de la Nomenclatura Arancelaria Miles de Dólares FOB	16
Gráfico 6: Evolución de Importaciones de Extracto de Quebracho Toneladas	17
Gráfico 7: Importaciones por País de Extracto de Quebracho Toneladas	18
Gráfico 8: Tipos de Clientes	29
Gráfico 9: Empresa en la que adquiere el Producto	30
Gráfico 10: Motivación de Compra	31
Gráfico 11: Temporadas de Adquisición	32
Gráfico 12: Usos del Producto	33
Gráfico 13: Productos Sustitutos	34
Gráfico 14: Nivel de Satisfacción	35
Gráfico 15: Demanda Promedio Mensual de Sacos y Precio Promedio por Tipo de Cliente	41
Gráfico 16: Empresa donde se adquiere el Producto por Tipo de Cliente	42
Gráfico 17: Motivación de Compra por Tipo de Cliente	44
Gráfico 18: Temporada de Adquisición por Tipo de Cliente	45
Gráfico 19: Uso del Producto por Tipo de Cliente	47
Gráfico 20: Producto Sustituto por Tipo de Cliente	48
Gráfico 21: Nivel de Satisfacción por Tipo de Cliente	50
Gráfico 22: Importaciones de Extracto de Mimosa	60
Gráfico 23: Operadores de Comercio Exterior	77
Gráfico 24: Diagrama General del Proceso de Importación de Extracto de Quebracho	81
Gráfico 25: Procesos que cumple el Exportador en Planta	84
Gráfico 26: Mapa Físico de Argentina – Distancia Planta Indunor a Puerto de Embarque en Buenos Aires	85
Gráfico 27: Carga de Extracto de Quebracho	86
Gráfico 28: Factura Comercial	87
Gráfico 29: Packing List	87
Gráfico 30: Certificado Fitosanitario	89
Gráfico 31: Certificado de Origen	90
Gráfico 32: Emisión de B/L	92
Gráfico 33: Frecuencias	93
Gráfico 34: Ruta	94
Gráfico 35: Salida de Contenedor de Extracto de Quebracho a Bodega	102
Gráfico 36: Matriz Multicriterios: Ideas de Negocio	107
Gráfico 37: Matriz Multicriterios: Importación y Exportación	108
Gráfico 38: Matriz Multicriterios: País de Origen de la Mercancía	109
Gráfico 39: Matriz Multicriterios: Empresas Proveedoras	110
Gráfico 40: Matriz Multicriterios: Estrategias utilizadas por las Empresas Proveedoras	111
Gráfico 41: Matriz Multicriterios: Demanda Nacional	113
Gráfico 42: Matriz Multicriterios: Legal	114

Gráfico 43: Matriz Multicriterios: Operadores de Comercio Exterior	115
Gráfico 44: Matriz Multicriterios; Competencia Nacional e Internacional	116
Gráfico 45: Localización Bodega	133
Gráfico 46: Punto de Equilibrio	176
Gráfico 47: Relación Activo y Pasivo	180
Gráfico 48: Índice de Endeudamiento	181
Gráfico 49: Índice de Apalancamiento	182

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Árbol de Quebracho	3
Ilustración 2: Plantación de Quebracho	4
Ilustración 3: Medición Tallo de Árbol de Quebracho	5
Ilustración 4: Quebracho Cultivado	5
Ilustración 5: Planta Unitán	20
Ilustración 6: Proceso de Prueba de Quebracho Colorado	21
Ilustración 7: Logos de Gestión de Calidad Unitán	21
Ilustración 8: Sembrío Quebracho Colorado	23
Ilustración 9: Trabajadores Planta Indunor	25
Ilustración 10: Muestra de Producto terminado con Quebracho Atomizado	26
Ilustración 11: Muestra de Extracto de Quebracho Atomizado	26
Ilustración 12: Logo Super Químicos	52
Ilustración 13: Ubicación Superquímicos	53
Ilustración 14: Representaciones Superquímicos	54
Ilustración 15: Logo Brenntag	55
Ilustración 16: Ubicación Brenntag	57
Ilustración 17: Extracto de Mimosa	58
Ilustración 18: Clasificación Arancelaria del Extracto de Quebracho	75
Ilustración 19: Restricciones de la Subpartida Arancelaria del Extracto de Quebracho	75
Ilustración 20: INCOTERM - CFR	82
Ilustración 21: Contenedor 20' Standard	92
Ilustración 22: Preliquidación de Impuestos	103
Ilustración 23: Liquidación de Tributos	104
Ilustración 24: Marca QuebraQuim	120
Ilustración 25: Logotipo QuebraQuim	121
Ilustración 26: Coordenadas color rojo	122
Ilustración 27: Coordenadas color marrón	122
Ilustración 28: Tarjeta de Presentación	123
Ilustración 29: Hoja membretada	124
Ilustración 30: Sobre	125
Ilustración 31: Hoja membretada Fax	126
Ilustración 32: Factura	127
Ilustración 33: Pagina principal web "QuebraQuim"	134
Ilustración 34: Presentación - Línea de Productos	134
Ilustración 35: Presentación - Calidad	135
Ilustración 36: Presentación -Responsabilidad Social y Ambiental	135
Ilustración 37: Presentación - Novedades	136
Ilustración 38: Presentación - Acerca de Nosotros	136
Ilustración 39: Presentación - Contáctenos	137
Ilustración 40: Cronograma Plan de Medios	145
Ilustración 41: División política del Ecuador	146
Ilustración 42: Mascarilla y gafas de protección	164

Ilustración 43: Guantes de protección

164

Ilustración 44: Botas de protección

165

CAPITULO I

ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA DEL CUERO EN ECUADOR Y GENERALIDADES DEL EXTRACTO DE QUEBRACHO

1.1. Análisis del Sector del Cuero en el Ecuador

1.1.1. Generalidades

La industria del Cuero en Ecuador es un sector importante en la economía, aproximadamente representa el 14.78 % de la contratación de la mano de obra nacional, y solo en Tungurahua se concentra el 68% de la producción total del cluster¹.

El cuero es la piel del animal preparada químicamente para producir un material robusto, flexible y resistente a la putrefacción. Casi toda la producción mundial de cuero procede de pieles de ganado vacuno, caprino y lanar. También se emplean, en menor proporción, pieles de caballo, cerdo, canguro, ciervo, foca, morsa y diversos reptiles².

El cuero se emplea para una amplia gama de productos. La variedad de pieles y de sistemas de procesado producen cueros suaves como telas o duros como suelas de zapato. Las pieles de vaca, la principal materia prima de la producción de cuero, pueden ser ligeras y flexibles o duras y resistentes. Estas últimas se emplean para producir cuero destinado a suelas de zapatos, correas de transmisión de máquinas, juntas de motores o arneses, entre otras aplicaciones. La piel de ternera es más ligera y de grano más fino, y se emplea para fabricar cuero fino para artículos como empeines de zapato. La piel de oveja es suave y flexible y proporciona el tipo de cuero apropiado para guantes, cazadoras o chamarras y otras prendas. Desde la antigüedad, los seres humanos han utilizado pieles de animales para la elaboración

¹ www.cccuenca.com.ec/descargas/indicadores/INDICADORESCUERO.pdf

² www.biologia.edu.ar/tesis/forcillo/pdf/Historia.pdf

de cuero. Su proceso de producción a partir de pieles mediante el uso de productos químicos se denomina curtido³.

En la actualidad, el cuero tiene sustitutos, muchas sustancias artificiales se producen y venden como cuero sintético. Entre estos productos hay plásticos, como el cloruro de polivinilo, o fibras no tejidas impregnadas con agentes aglomerantes. Estos materiales carecen de la porosidad, flexibilidad y resistencia del cuero. Sin embargo, su producción resulta más barata que la del cuero, por lo que se han hecho con una cuota de mercado importante, sobre todo en la industria del calzado.

La actividad manufacturera en cuero tiene sus orígenes en los inicios mismos del hombre. El primer material que se utilizó para cubrir su cuerpo fueron precisamente las pieles de animales que comía. Éstas, por ser naturales, tendían a arruinarse o pudrirse, por lo que como necesidad aprendió a preservarlas y mejorar sus características⁴.

En Ecuador, la actividad con pieles, tiene sus inicios en la época precolombina, cuando nuestros aborígenes ya las usaban para cubrirse, para protección en las constantes guerras entre tribus, tanto como vestimenta, calzado y escudos. En el incario se mejoró la técnica de conservación de pieles y se le añadió otros fines como la elaboración de los “Quipus” que representaban la escritura incaica a través de nudos en cuerdas curtidas de cuero. En la música tuvo importancia vital a ser parte fundamental de los tambores.

Posteriormente, el desarrollo del sector curtidor en el marco de una economía interna hasta los años sesenta mantiene un nivel artesanal, que ante el crecimiento de ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, con la consecuente demanda de calzado, bolsos, billeteras, carteras, manufacturas de cuero, inicia su

3

www.d1105488.mydomainwebhost.com/portaleso/trabajos/tecnologia/materiales/LAS_FIBRAS_TEXTILES.ppt#267,12,Diapositiva 12

4 www.mific.gob.ni

industrialización bajo el modelo de sustitución de importaciones de la década de los setenta⁵.

Actualmente el cuero tiene problemas en cuanto al nivel de producción de pieles crudas, que al no cubrir la demanda existente, y a la baja calidad, sin embargo es un sector que ha sabido superar crisis, que genera uno de los mayores niveles de empleo en el país y que es la base fundamental del sector del calzado de cuero.

1.2. Producto



Ilustración 1: Árbol de Quebracho

Las propiedades curtientes del Quebracho Colorado fueron descubiertas en el año 1867 por un curtidor francés, Emilio Poisier, que vivía en Argentina. Para el año 1895 los extractos de quebracho ya se exportaban a Europa y unas décadas más tarde se transformaron en el extracto vegetal más utilizado en el mundo. Durante los últimos años del siglo XX, las investigaciones sobre usos alternativos de los taninos permitieron la incorporación de los extractos de quebracho en un número creciente de aplicaciones⁶.

El nombre quebracho proviene de la expresión “quebra-hacha” debido a la gran dureza de su madera. Los extractos de quebracho son una compleja combinación de polifenoles obtenidos por extracción acuosa del duramen del árbol de quebracho colorado que crece en América del Sur en la región denominada Chaco que comprende el Noreste de Argentina y el Sur de Paraguay.

⁵ www.ecuadortrade.org/contenido.ks?contenidold=1167

⁶ www.unitan.ne



Ilustración 2: Plantación de Quebracho⁷

Estos polifenoles son compuestos naturales que tienen las siguientes características:

- 1.- Origen catequínico: por lo que se los clasifica en la familia de los taninos condensados.
- 2.- Un amplio rango de pesos moleculares (que van desde 200 hasta 15.000) que pueden ser separados o bien reaccionados químicamente de acuerdo con el uso final deseado.
- 3.- Presencia de importante cantidad de trímeros y tetrámeros de polímeros C15 con una gran cantidad de grupos oxhidrilos (-OH) que le confieren un importante nivel de reactividad.
- 4.- Baja concentración de azúcares y ácidos. Alta estabilidad a la hidrólisis y resistencia a los microorganismos.

⁷ www.silvateam.net
www.unitan.ne



Ilustración 3: Medición Tallo de Árbol de Quebracho

Estas versátiles características permiten que los extractos sean transformados y modificados por diversos procesos para alcanzar productos con propiedades específicas para cada aplicación⁸.



Ilustración 4: Quebracho Cultivado

Los extractos de **Quebracho Colorado** y sus derivados son conocidos en todo el mundo como curtientes naturales que permiten a los curtidores la producción de una amplia variedad de cueros curtidos con una apariencia natural y un hermoso aspecto.

1.3. El Quebracho Ordinario

Es el extracto natural que se obtiene por extracción directa de la madera de Quebracho. Este tipo de extracto es rico en taninos condensados de alto peso molecular (flobafenos) que son difícilmente solubles. Su empleo es por lo tanto limitado a pequeñas adiciones en la fase de curtición de la suela en licores calientes (a temperaturas superiores a 35°C) para mejorar el rendimiento y la impermeabilidad del cuero.

⁸ www.silvateam.net
www.unitan.ne

Los extractos solubles en el frío se obtienen sometiendo el extracto ordinario a un proceso de sulfitación que transforma los flobafenos en taninos completamente solubles. Los extractos de Quebracho solubles a frío son los tipos de extractos de Quebracho más conocidos y utilizados.

Las principales características de estos extractos son: una alta velocidad de penetración y un contenido elevado de taninos y relativamente bajo de no-taninos. El contenido bajo de ácidos y medio de sales los caracteriza como extractos que curten suavemente (poco astringentes). Los extractos solubles de Quebracho se combinan bien y en cualquier proporción con todos los demás extractos vegetales, con taninos sintéticos fenólicos, naftalénicos y fenol-naftalénicos y pueden ser utilizados en todas los sistemas de curtición vegetal (tina-tambor, rápido, semi-rápido) y para la recurtición de las pieles al cromo donde se requiere una buena plenitud, redondez y buen corte al lijado.

1.4. Consejos para el uso de Extractos de Quebracho⁹

- Para evitar los efectos de la contaminación con hierro se recomienda el uso de secuestrantes como el ácido oxálico.
- Para un excelente llenado del cuero, el extracto agregado a los fulones de curtido y/o de recurtido debe estar en polvo no disuelto y preferentemente en baños "cortos".
- La temperatura del baño no debe superar a los 40 grados C en curtición puro vegetal. Cuando se recurte cueros wet blue pueden ser usadas temperaturas mayores (las usadas normalmente en procesos de recurtido).
- Los extractos de Quebracho pueden ser usados en combinación con todo tipo de productos curtientes vegetales, taninos sintéticos y productos resínicos.
- Debido a sus características (ausencia de azúcares y presencia de complejos derivados del bisulfito de sodio) los licores del Quebracho son muy

⁹ www.unitan.ne

resistentes a la acción bacteriológica y a la hidrólisis, es decir que en la curtición vegetal, el agente evita que la piel se pudra y se encoja.

- Para mejorar la resistencia del cuero recurtido "fuertemente al vegetal" es conveniente preengrasar antes de la neutralización y antes o durante el proceso de recurtido, completándolo después.
- Para un mejor uso de las propiedades de llenado de los extractos es recomendable adicionarlos en dos o tres porciones con los auxiliares.

1.5. Hoja de Seguridad¹⁰

1.1.1 EXTRACTO DE QUEBRACHO

1. IDENTIFICACION DEL PRODUCTO

Nombre comercial: INDUSOL ATO
Tipo de producto y uso: Extracto de quebracho para uso en curtiembres

2. COMPOSICION/INFORMACION ACERCA DE LOS INGREDIENTES

Característica química: mezcla compleja de polímeros flavonoides.

3. IDENTIFICACION DE RIESGOS

Inhalación: el polvo, si se inhala, tiene efecto astringente. Puede causar tos y dificultades respiratorias en concentraciones elevadas.

Ingestión: puede causar desórdenes gastrointestinales debidos a la acción astringente.

Contacto con la piel: puede causar irritación después de un prolongado tiempo de contacto.

Contacto con los ojos: puede causar lagrimeo.

4. MEDIDAS DE PRIMEROS AUXILIOS

Contacto con la piel: lavar abundantemente con agua y jabón.

Contacto con los ojos: lavar inmediatamente con agua por lo menos 10 minutos. Consulte con el medico.

¹⁰ www.chemicalgallery.com/produccion/contenido/multi-idioma/proveedores/home/86/msds/1955.pdf

Ingestión: inducir el vómito. RECURRIR INMEDIATAMENTE A CONSULTA MEDICA, mostrando la hoja de seguridad.

Inhalación: airear el ambiente. Alejar rápidamente al paciente del ambiente contaminado y hacerlo descansar en un ambiente bien aireado.

5. MEDIDAS EN CASO DE INCENDIO

No permitir que las nubes de polvo se acerquen a fuentes de ignición.

Extintidores recomendados: agua, CO2, espuma y polvos químicos.

Extintidores prohibidos: ninguno en particular.

Riesgos de su combustión: evitar inhalar el humo.

Medios de protección: usar protección para las vías respiratorias y los ojos.

6. MEDIDAS EN CASO DE DERRAME/PERDIDA ACCIDENTAL

Precauciones personales: usar guantes, indumentaria de protección y antiparras de seguridad.

Precauciones ambientales: si el producto cae en un curso de agua, en red cloacal o ha contaminado el suelo o la vegetación, alertar a las autoridades competentes.

Métodos de limpieza: recoger el producto para volverlo a utilizar, si es posible, o para su eliminación Eventualmente absorber el producto con materiales inertes. Posteriormente, lavar con agua la zona y los materiales utilizados.

7. MANIPULACION Y ALMACENAJE

Precauciones en la manipulación: evitar el contacto y la inhalación de los polvos. Ver también el párrafo 8. Durante el trabajo no comer ni beber.

Condiciones del almacenaje: mantener los contenedores siempre bien cerrados.

Indicación para los locales de almacenaje: el producto se ve afectado por la humedad. Conservar en ambientes secos y adecuadamente aireados.

8. CONTROL DE LA EXPOSICION/ PROTECCION PERSONAL

Medidas de precaución: airear adecuadamente los locales donde se almacena y/o se manipula el producto.

Protección respiratoria: usar protección respiratoria sólo si la ventilación no es suficiente o la exposición es prolongada.

Protección para las manos: usar guantes de protección.

Protección para los ojos: usar antiparras de seguridad.

Protección para la piel: ninguna protección especial debe adoptarse para el uso normal del producto.

9. PROPIEDADES FISICAS Y QUIMICAS

Aspecto y color	Polvo marrón
Olor	Característico
PH	4,5± 0,3
Punto de fusión:	No es aplicable
Punto de ebullición:	No es aplicable
Auto-inflamabilidad:	No inferior a 500 °C
Presión de vapor:	Información no disponible
Densidad relativa:	0,5-0,6 kg/dm ³
Hidrosolubilidad:	Soluble
Liposolubilidad:	Información no disponible

10. ESTABILIDAD Y REACTIVIDAD

Condiciones que deben evitarse: estable en condiciones normales.

Sustancias que deben evitarse: este producto se degrada en contacto con el hierro, metales pesados, alcaloides, gelatina, albúminas, amidas, materiales oxidantes, agua de cal.

11. INFORMACION ECOLOGICA

Utilizar el producto según las buenas normas de trabajo, evitando derramar el producto en el medio ambiente.

12. CONSIDERACIONES ACERCA DEL TRATAMIENTO

Recuperar si es posible.

13. INFORMACION ACERCA DEL TRANSPORTE

Mercadería no peligrosa de acuerdo con las normas de transporte.

14. INFORMACION ACERCA DE LA REGLAMENTACION

El producto no debe considerarse peligroso.

1.6. Histórico de Exportaciones e Importaciones del Sector

1.6.1. Exportaciones de Manufacturas de Cuero

El comercio de manufacturas de cueros es hoy día una de las fuentes de actividad económica más dinámica del mundo, que se refleja en el ejercicio exportador de países como Italia, Estados Unidos, China, Hong Kong, Argentina, Brasil y México entre otros.

La industria de cueros y sus manufacturas a nivel mundial ha experimentado cambios sustanciales durante el último cuarto del siglo XXI. En efecto, como uno de los resultados de la globalización, el comercio mundial del cuero presentó una clara tendencia a la concentración de la demanda entre las grandes empresas del sector, las cuales tendieron a optimizar sus procedimientos de compra y por tanto a reducir el número de sus proveedores, logrando que las materias primas fueran entregadas en el lugar de producción, en el tiempo y en la forma requeridos, conduciendo a ahorros sustanciales y a una disminución de los riesgos asociados a un proceso de producción de gran valor¹¹.

EXPORTACIONES DE MANUFACTURAS DE CUERO												
Toneladas												
Productos \ Años	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Manufacturas de cuero	26.043	54.756	34.250	52.119	45.026	31.813	35.866	36.373	40.376	53.112	62.463	71.814

Tabla 1: Exportaciones por Producto Manufacturas de Cuero

¹¹ www.cueroplanet.com/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=36

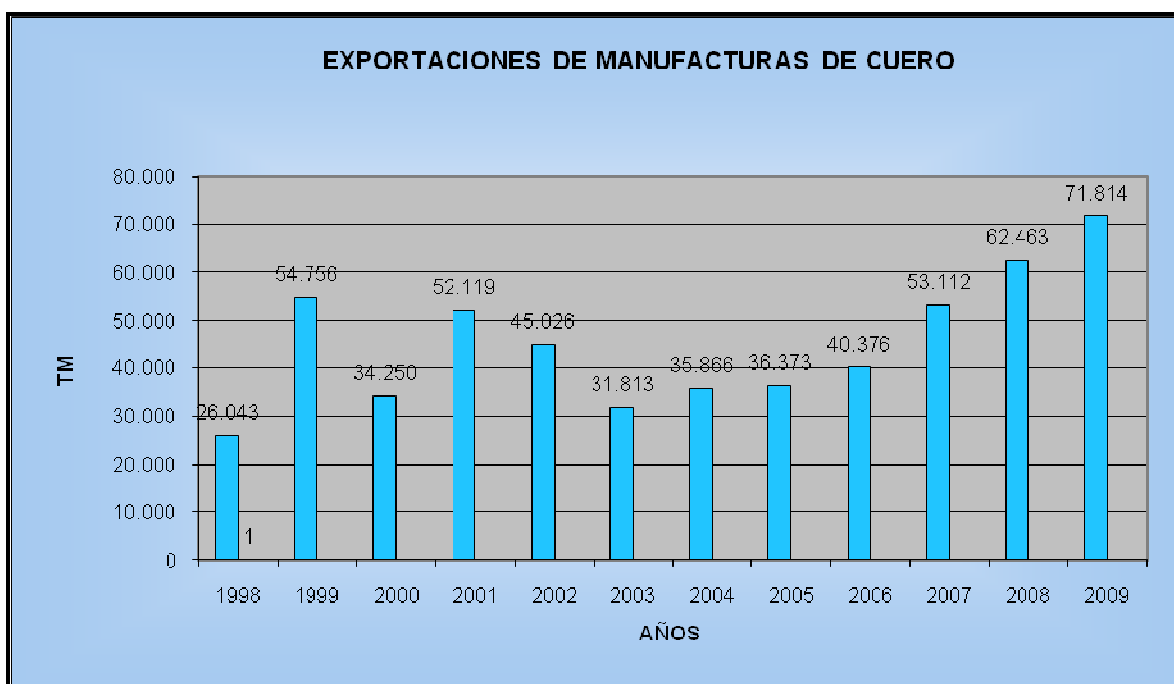


Gráfico 1: Exportaciones por Producto Manufacturas de Cuero

Elaborada por: Autoras

Fuente: BCE

1.6.1.1. Demanda mundial

El mayor consumidor de productos de cuero a escala mundial es la Unión Europea (Alemania, Francia, Italia y Reino Unido que concentran el 62% del consumo de la Unión), con una demanda superior a 7.000 millones de dólares¹².

1.6.2. Curtiembres

En términos generales, se considera que este eslabón está constituido por las actividades de curtido, y acabado de cuero; repujado y charolado; adobo, fabricación de artículos de pieles con excepción de prendas de vestir y, algo que parece no existir en el país, la fabricación de artículos de carnaza.

El Curtido Vegetal, uno de los más utilizado en Ecuador es donde se utilizan extractos naturales como el quebracho o castaño y la mimosa, apoyados en una

¹² www.cueroplanet.com/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=36

variedad de curtientes para mejorar la calidad del curtido. Este proceso se utiliza principalmente para los cueros de bovino destinados a la fabricación de suelas de calzado y de sillas de montar, así como la vaqueta.

En términos generales, por manufacturas de cuero se entiende la elaboración de artículos de cuero para uso industrial, la fabricación de aperos y arneses, sillas de montar y sus accesorios, la fabricación de carteras y artículos de marroquinería, de maletas para equipaje y artículos conexos, de estuches y artículos decorativos, así como prendas y accesorios de vestir, accesorios para protección de productos de alta tecnología electrónicos.

1.6.2.1. Importaciones de insumos

Se requiere una gran cantidad de insumos para la producción de cueros y sus manufacturas, la curtiembre nacional privilegia la utilización de materias primas e insumos nacionales en desmedro de los importados, en proporciones que van del doble hasta el cuádruplo debido al incremento de los precios por la crisis mundial.

Estos insumos van desde productos químicos para el curtido, recurtido, tintes o similares hasta productos para la industria del calzado, accesorios para marroquinería, etc. Unos de los principales proveedores de productos químicos para las curtiembres son Brasil y Argentina sin embargo, se tienen también proveedores en Australia, Alemania, Italia y otros países¹³.

¹³ www.cueroplanet.com

IMPORTACIONES POR USO O DESTINO ECONOMICO												
Miles de dólares CIF												
Productos\ Años	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Productos químicos	532.233	391.934	513.960	560.504	576.676	594.046	757.024	904.837	1.025.976	1.168.920	1.311.864	1.454.808

Tabla 2: Importaciones de Productos Químicos para la Curtiembre
Miles de Dólares CIF

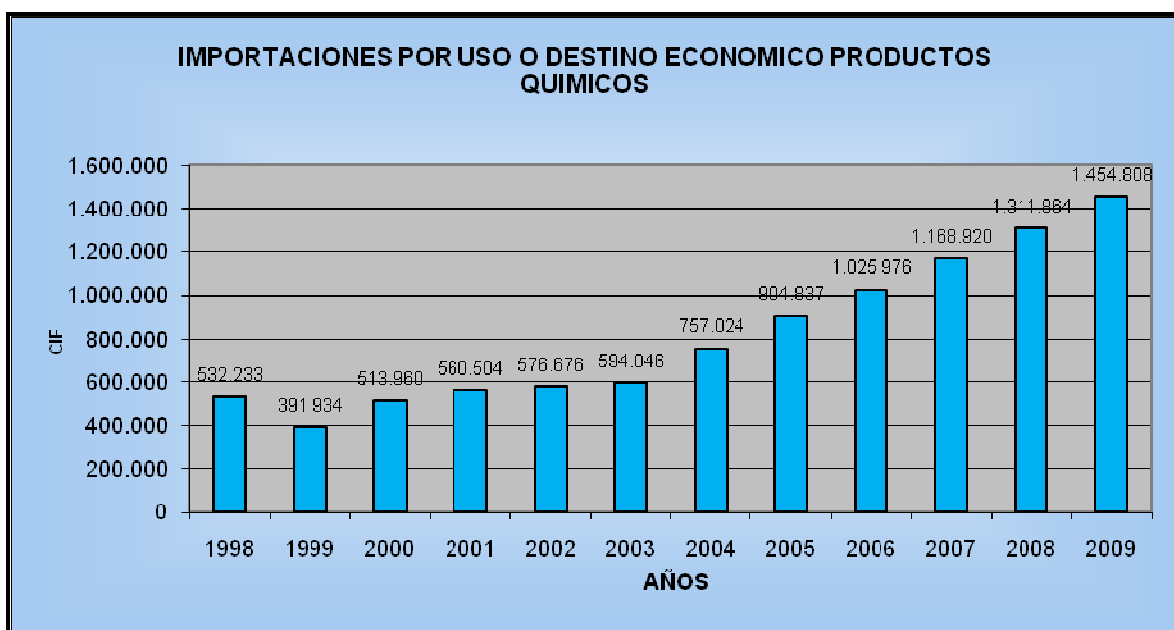
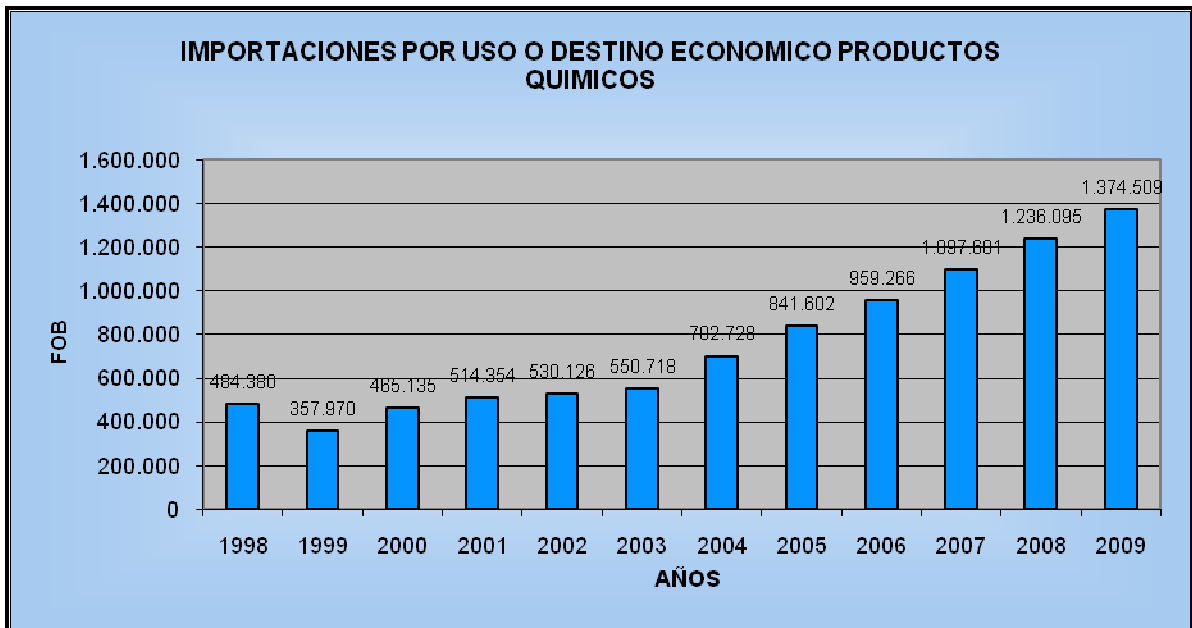


Gráfico 2: Importaciones por Uso o Destino Económico Productos Químicos
Miles de Dólares CIF

Elaborada por: Autoras
Fuente: BCE

IMPORTACIONES POR USO O DESTINO ECONOMICO													
Miles de dólares FOB													
Productos \ Años	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Productos químicos	484.380	357.970	465.135	514.354	530.126	550.718	702.728	841.602	959.266	1.097.681	1.236.095	1.374.509	566.544

**Tabla 3: Importaciones por Uso o Destino Económico
Miles de Dólares FOB**



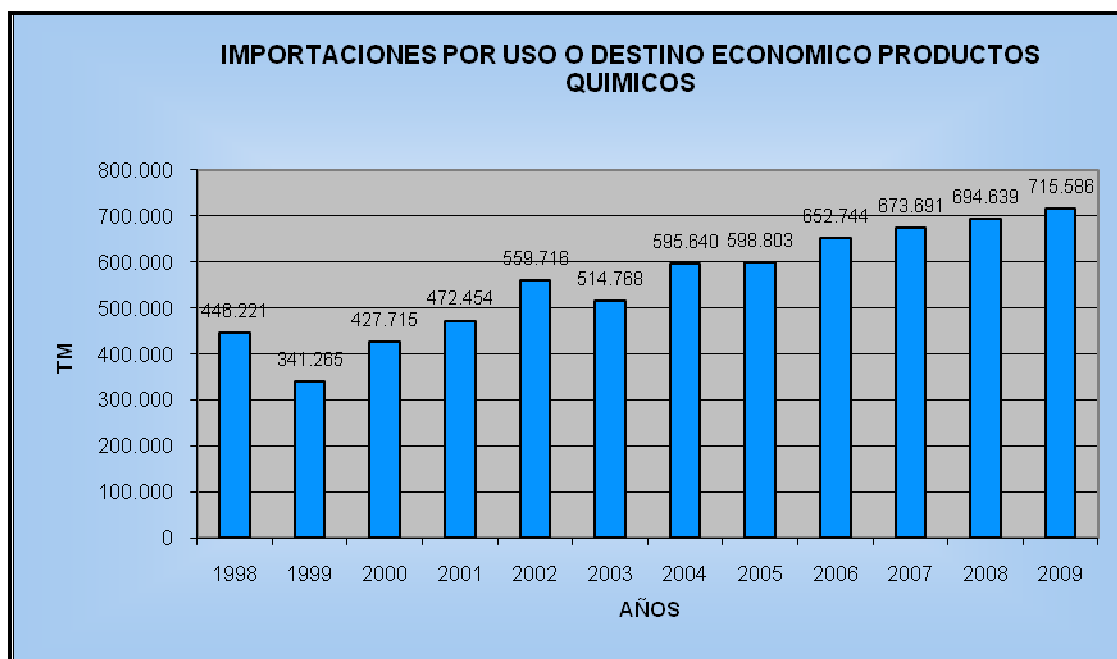
**Gráfico 3: Importaciones por Uso o Destino Económico Productos Químicos
Miles de Dólares FOB**

Elaborada por: Autoras

Fuente: BCE

IMPORTACIONES POR USO O DESTINO ECONOMICO												
Toneladas												
Productos Años	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Productos químicos	446.221	341.265	427.715	472.454	559.716	514.768	595.640	598.803	652.744	673.691	694.639	715.586

**Tabla 4: Importaciones por Uso o Destino Económico
Toneladas**



**Gráfico 4: Importaciones por Uso o Destino Económico Productos Químicos
Toneladas**

**Elaborada por: Autoras
Fuente: BCE**

IMPORTACIONES POR SECCIONES DE LA NOMENCLATURA ARANCELARIA												
Miles de dólares FOB												
Productos \ Años	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Productos de las industrias químicas y de las industrias conexas	710.521	543.316	644.601	775.504	825.767	846.832	1.032.031	1.156.466	1.323.334	1.560.823	1.798.311	2.035.799

Tabla 5: Importaciones por Secciones de la Nomenclatura Arancelaria Miles de Dólares FOB

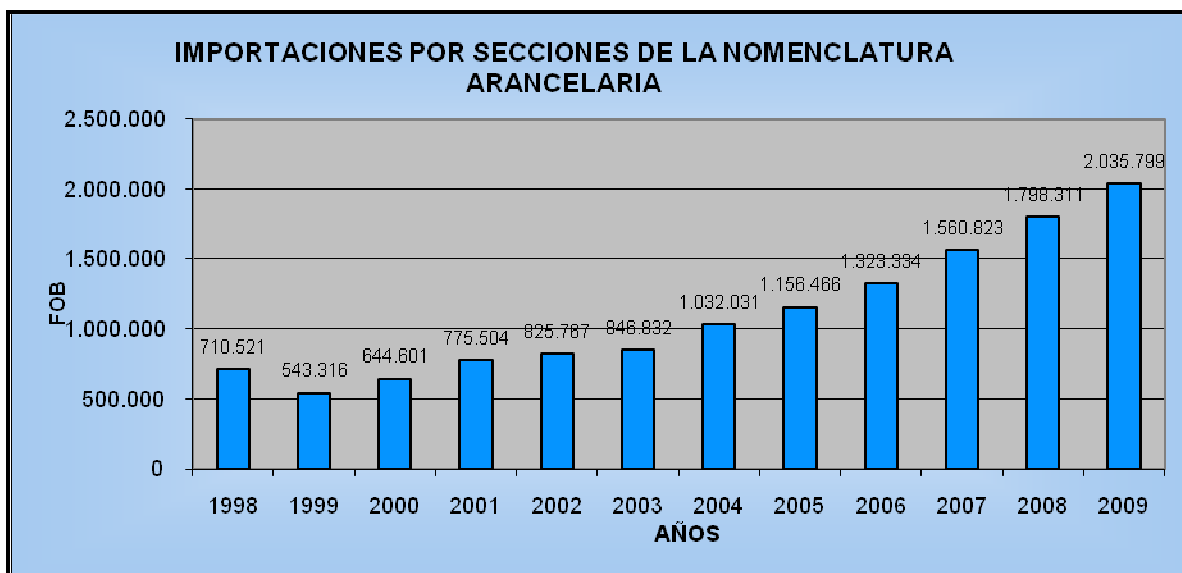


Gráfico 5: Importaciones por Secciones de la Nomenclatura Arancelaria Miles de Dólares FOB

Elaborada por: Autoras
Fuente: BCE

Como podemos observar, la evolución de las importaciones de productos de la industria química, materia prima fundamental para la elaboración del cuero, ha sido creciente en los últimos años, lo que nos demuestra que la producción del mismo tanto para consumo interno como para exportación también ha tenido una significativa prosperidad. Las Curtientes siempre buscan maximizar la calidad de su producto terminado por lo que han visto la necesidad de utilizar producto de importación para dar un valor agregado a sus artículos que en un mediano y largo plazo implica para ellas muy buena rentabilidad.

En nuestro país uno de los productos curtientes de mayor demanda es el Quebracho Atomizado, debido a que todas las características que este producto le proporciona al cuero, hacen que los curtidores siempre deseen estar abastecidos

con el stock suficiente para producción en grandes o pequeñas cantidades y a la par de ello también vemos que la evolución de las importaciones del mismo se ha mantenido estable.

1.6.2.2. Importaciones de Extracto de Quebracho

EVOLUCION DE IMPORTACIONES DE EXTRACTO DE QUEBRACHO						
AÑO	2004	2005	2006	2007	2008	2009
TM	147,57	164,10	138,00	191,99	129,35	167,14

Tabla 6: Evolución de Importaciones de Quebracho Atomizado Toneladas

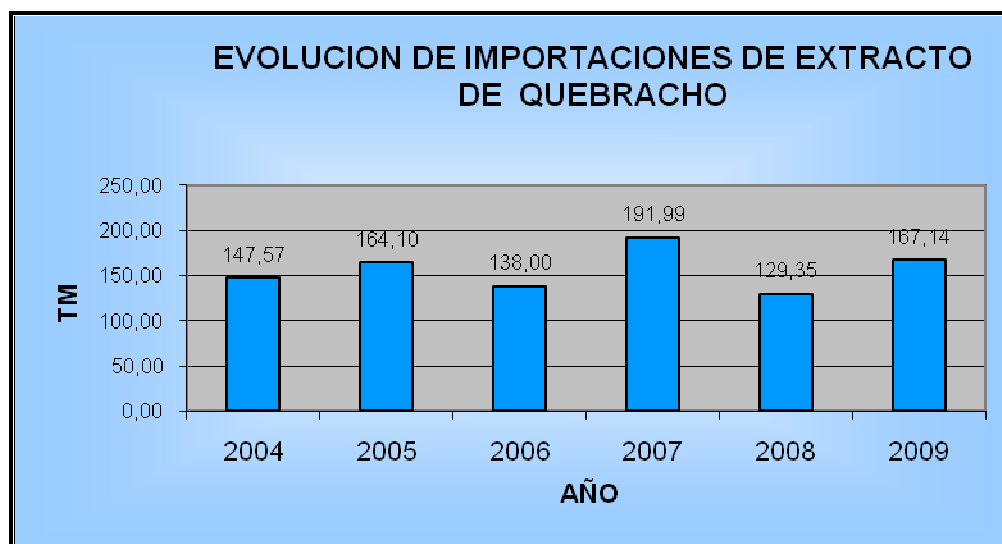


Gráfico 6: Evolución de Importaciones de Quebracho Atomizado Toneladas

Elaborada por: Autoras

Fuente: BCE

Adicionalmente, también es necesario indicar que las importaciones en su mayoría, se las realiza desde Argentina, ya que este país es la cuna de producción del Quebracho Atomizado, en general todo el Chaco Argentino es la zona con mayor producción de Extracto de Quebracho Atomizado a nivel mundial. La calidad del producto, la pureza en la extracción hacen que sea el más cotizado y también por las posibilidades y las técnicas de aplicación de los Extractos de Quebracho, estas

son múltiples, según el sistema de curtición, el tipo de piel que se trabaja y según las condiciones locales.

IMPORTACIONES POR PAIS DE QUEBRACHO ATOMIZADO		
PAIS	ARGENTINA	COLOMBIA
TM	976,55	16,27

Tabla 7: Importaciones por País de Quebracho Atomizado Toneladas

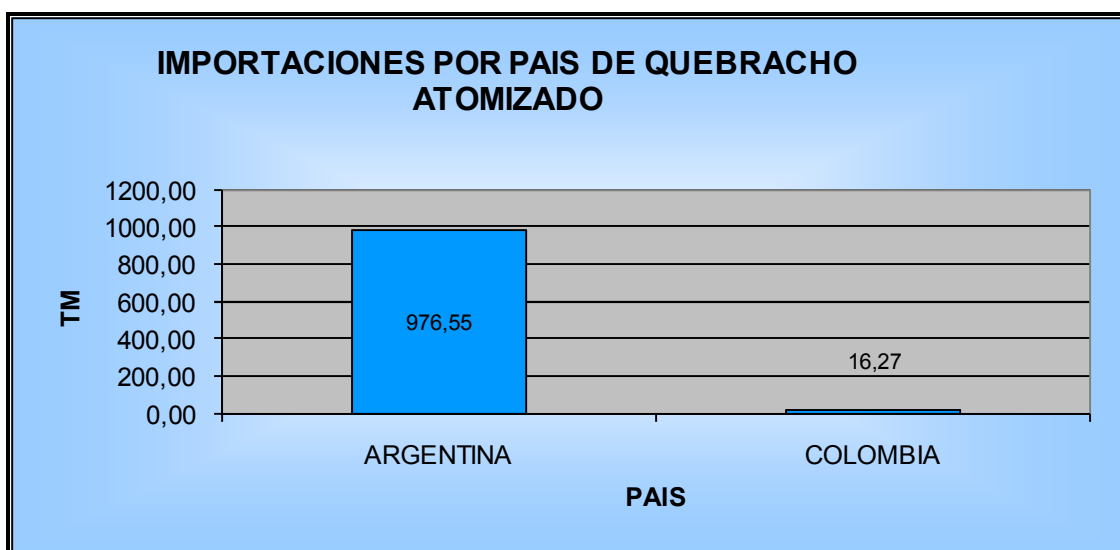


Gráfico 7: Importaciones por País de Quebracho Atomizado Toneladas

Elaborada por: Autoras
Fuente: BCE

Por todo lo anteriormente expuesto, y debido a que la industria de la curtiembre así como de los productos químicos ha ido evolucionando de manera significativa, analizaremos la factibilidad de realizar un estudio de la importación de Quebracho Atomizado desde Argentina, ya que los principales proveedores del producto se encuentran en este país.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

El Estudio de Mercado es la función que vincula a los potenciales [clientes](#) y al vendedor, a través de la [información](#), la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y [problemas](#) de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de [mercadeo](#) y para mejorar la comprensión del [proceso](#).

Dicho de otra modo el [estudio de mercado](#) es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de [datos](#), resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas [estadísticas](#) y así obtener como resultados la aceptación o no del producto dentro del mercado.¹⁴

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, realizaremos el análisis de cuatro aspectos esenciales:

- Entorno de Proveedores
- Análisis de Cliente
- Análisis de la Competencia
- Producto Sustituto

2.1. Entorno de Proveedores

Con respecto a las empresas productoras y exportadoras de Extracto de Quebracho en el mundo, las de mayor participación en el mercado son argentinas debido a que es una especie nativa en el noreste de este país, así como también lo podemos encontrar en México, Colombia y Perú en cantidades más bajas. Las dos empresas más importantes proveedoras de quebracho son:

- Unitán
- Indunor – Grupo Silvateam

¹⁴www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml

2.1.1. Unitán¹⁵

Unitán es sinónimo de tanino vegetal. Este versátil compuesto natural que se extrae del duramen del Quebracho Colorado, especie nativa abundante en el noreste de la Argentina, está presente en toda la línea de productos de Unitán:

- Curtientes Vegetales
- Dispersantes
- Maderas
- Cartones
- Azúcar
- Vinos
- Alimentación animal
- Minerales
- Suelos



Ilustración 5: Planta Unitán

Unitán es líder de la industria por volumen, línea de productos y calidad. Su producción anual de 40.000 toneladas se exporta en un 90% a más de cincuenta países a través de una calificada red de agentes. En sus dos fábricas ubicadas en las provincias de Chaco y Formosa, un grupo humano de más de quinientas personas sostiene diariamente este liderazgo y ha alcanzado la certificación ISO 9000/2000 para el aseguramiento de la calidad de todo su sistema de gestión y la plena asistencia a sus clientes.

Más de cien años de presencia en los mercados internacionales sólo pueden alcanzarse asegurando el mejor resultado a los clientes. **Unitán** trabaja incesantemente para ampliar su gama de productos y mejorar sus prestaciones. Sus técnicos y laboratorios brindan asesoramiento y soporte especializado para cada aplicación.

¹⁵www.unitan.net/



Ilustración 6: Proceso de Prueba de Quebracho Colorado

El uso sustentable de una materia prima con características únicas y que es exclusiva de la región le confiere a los productos una serie de prestaciones imposibles de igualar.

2.1.1.1. Política de Calidad

Unitán ha implementado un Sistema de Gestión de la Calidad que cumple los requerimientos de las normas ISO 9001:2000 para el “diseño, producción y comercialización de extractos de Quebracho y sus derivados en aplicaciones como curtientes, dispersantes, adhesivos, y aditivos”.



Ilustración 7: Logos de Gestión de Calidad Unitán

Unitán y quienes integran la misma, como líderes en la producción de extractos vegetales tienen el compromiso de:

- Afianzar la calidad e imagen de sus productos
- Investigar y desarrollar nuevas aplicaciones
- Lograr un crecimiento sostenido de la empresa
- Contribuir al desarrollo del país y la región

La política de calidad tiene por objetivos:

- Acrecentar la confianza de los clientes en que los productos y servicios cumplen totalmente con las especificaciones acordadas.
- Mejorar los productos incorporándoles atributos que ayuden a los clientes a ser más competitivos.
- Afianzar la red comercial con el fin de proveer un mejor servicio y mayor satisfacción a los clientes.
- Aplicar métodos de prevención, mejora continua y actividades de capacitación como herramientas clave de superación.
- Mantener a la organización comprometida en el logro de estos objetivos y políticas.

2.1.1.2. Producto

Las propiedades curtientes del Quebracho Colorado fueron descubiertas en el año 1867 por un curtidor francés, Emilio Poisier, que vivía en Argentina. Para el año 1895 los extractos de quebracho ya se exportaban a Europa y unas décadas más tarde se transformaron en el extracto vegetal más utilizado en el mundo. Durante los últimos años del siglo XX, las investigaciones sobre usos alternativos de los taninos permitieron la incorporación de los extractos de quebracho en un número creciente de aplicaciones.

El nombre quebracho proviene de la expresión “quiebra-hacha” debido a la gran dureza de su madera. Los extractos de quebracho son una compleja combinación de polifenoles obtenidos por extracción acuosa del duramen del árbol de quebracho colorado que crece en América del Sur en la región denominada Chaco que comprende el Noreste de Argentina y el Sur de Paraguay. Estos polifenoles son compuestos naturales que tienen las siguientes características:

- Origen catequínico: por lo que se los clasifica en la familia de los taninos condensados.
- Un amplio rango de pesos moleculares (que van desde 200 hasta 15.000) que pueden ser separados o bien reaccionados químicamente de acuerdo con el uso final deseado.
- Presencia de importante cantidad de trímeros y tetrámeros de polímeros C15 con una gran cantidad de grupos oxhidrilos (-OH) que le confieren un importante nivel de reactividad.
- Baja concentración de azúcares y ácidos.
- Alta estabilidad a la hidrólisis y resistencia a los microorganismos.

Estas versátiles características permiten que los extractos sean transformados y modificados por diversos procesos para alcanzar productos con propiedades específicas para cada aplicación.

Unitán cumple con todas las reglamentaciones forestales vigentes y produce 500.000 plantines anuales en sus viveros, preservando así este recurso natural y su medioambiente.

Unitán cuenta con más de un siglo de experiencia y tradición produciendo extractos de quebracho en sus dos fábricas localizadas en el Norte de Argentina. Su objetivo principal es ofrecer productos naturales, novedosos, confiables y eficientes a partir de un recurso renovable, otorgando así ventajas diferenciales a sus clientes.



Ilustración 8: Sembrío Quebracho Colorado

2.1.1.3. Líneas de Producto

Unitán cuenta con las siguientes Líneas de Producto:

- Curtientes Vegetales
- Dispersantes
- Maderas
- Cartones
- Azúcar
- Vinos
- Alimentación Animal
- Minerales
- Suelos

2.1.1.4. Cotización

NEGOCIACION: CFR (Costo y Flete)

FOB: USD\$ 1.460,00/TM

FLETE: USD\$ 132,82/TM

CANTIDAD: 18 TM

FORMA DE PAGO: ADELANTADO

DISPONIBILIDAD: INMEDIATA

ORIGEN: ARGENTINA

PUERTO DE EMBARQUE: BUENOS AIRES

PUERTO DE DESTINO: GUAYAQUIL

MODO DE TRANSPORTE: CONTENEDOR

PACKING: SACOS X 25KG.

TRANSITO: 27 DIAS

2.1.2. Indunor – Grupo Silvateam¹⁶

Indunor es una empresa argentina que produce extractos de tanino vegetal desde inicios de 1900. En los años 60, comenzó con la fabricación del furfural, que dio un notable impulso al desarrollo tecnológico de las plantas, produciendo una diversificación industrial que todavía sigue en camino.

En sus dos establecimientos de La Escondida y La Verde, ubicados en la región del Chaco, Indunor produce tanino de quebracho para el curtido de pieles, furfural y otros extractos a partir del quebracho apropiadamente tratados para conformarse a las exigencias de los distintos sectores industriales.



Ilustración 9: Trabajadores Planta Indunor

Fiel a los valores de la protección del medio ambiente, Indunor ha trabajado siempre con el fin de evitar, en los diversos usos industriales de sus productos, la generación de residuos o de emisiones contaminantes.

Por último, a pesar de estar radicada en el territorio argentino, la empresa se desempeña a nivel internacional y más de las tres cuartas partes de la producción, son exportadas en 60 países de todo el mundo.

¹⁶ www.silvateam.com/

2.1.2.1. Línea de Productos

- División Cuero
- Alimentación Animal
- Alimenticia
- Farmacéutica
- Textil
- Furánicos
- Fundición
- Petróleo
- Minería
- Industriales



Ilustración 10: Muestra de Producto terminado con Extracto de Quebracho

El extracto de Quebracho fabricado por Indunor S.A. se ofrece en el mercado bajo forma sólida o de polvo atomizado y humectado.



Ilustración 11: Muestra de Extracto de Quebracho

2.1.2.2. Calidad

La certificación según la norma UNI ISO 9000 fue obtenida en el año 1995, pero es para resaltar el hecho de que la sociedad siempre trabajó según conceptos de calidad que fueron más tarde expresados por la norma. De hecho, los aspectos cualitativos relacionados a los productos (alto Standard y su incremento a través del tiempo) han continuamente caracterizado la oferta de SilvaTEAM, así como la atención a las necesidades y satisfacción del cliente que siempre tuvieron en un primer plano.

La innovación en los productos, nace gracias a una fuerte relación de colaboración con el cliente y al estudio de sus exigencias técnico-comerciales, teniendo siempre en cuenta las consecuencias ambientales que esto pudiera ocasionar. Por lo tanto, a la calidad de los procesos y la de los productos, se agrega la constante búsqueda en mejorar la relación con los clientes y proveedores, con el objetivo de crear una “cadena virtuosa” que los transforme en verdaderos y propios socios

2.1.2.3. Salud y Ambiente

Silvateam, se ocupa desde siempre en el desarrollo de su actividad con una constante atención al mejoramiento continuo, la seguridad, la salud de sus empleados, la protección del ambiente, la aplicación de modelos de comportamiento y de procesos específicos, información transparente hacia los clientes, los habitantes y las autoridades competentes.

Silvateam, con el continuo esfuerzo de su propio sector de investigación y desarrollo, la constante confrontación con la clientela y otras empresas del sector y en el espíritu de lo indicado en las líneas guía de la comunidad europea concernientes a la salud y el medio ambiente, tiene como objetivo, la drástica reducción en las materias primas consideradas peligrosas, utilizadas en las fases de fabricación, el ahorro de energía y de agua utilizadas en las distintas fases de la producción y generando la menor cantidad de residuos posible.

Los productos terminados destinados a la industria, siempre con una evolución constante, satisfacen plenamente las exigencias de sus usuarios bajo todos los aspectos relacionados con la seguridad.

Silvateam, para cuidar el medio ambiente, controla y excluye métodos de recolección salvaje de plantas de las que son extraídas algunas materias primas.

Los cultivos son totalmente renovables, por lo que no se daña el delicado equilibrio de la Tierra y no se efectúa ningún derroche, ya que la biomasa es utilizada para la producción de energía y por lo tanto, sin otros aportes de dióxido de carbono en la atmósfera.

2.1.2.4. Cotización

NEGOCIACION: CFR (Costo y Flete)

FOB: USD\$ 1.200,00/TM

FLETE: USD\$ 105,56/TM

CANTIDAD: 18TM

FORMA DE PAGO: CAD (Pago Contra Documentos – Cash Against Documents)

DISPONIBILIDAD: 15 A 20 DIAS LUEGO DE COLOCADO EL PEDIDO

ORIGEN: ARGENTINA

PUERTO DE EMBARQUE: BUENOS AIRES

PUERTO DE DESTINO: GUAYAQUIL

MODO DE TRANSPORTE: CONTENEDOR

PACKING: SACOS X 25KG.

TRANSITO: 18 DIAS

Se ha determinado que en base al análisis de las cotizaciones de los dos Proveedores que el más conveniente es INDUNOR – SILVATEAM, ya que nos presenta 4 ventajas principales, que son el valor de la mercadería, costo del flete, forma de pago y tránsito.

2.2. Análisis de Clientes

El presente estudio ha sido realizado en una muestra de 50 clientes de los cuáles 3 son Distribuidores, 5 Minoristas y 42 Clientes Esporádicos, con el fin de determinar en qué empresa adquieren producto, cuál es su motivación de compra, las temporadas en las que el producto es adquirido, los usos que le dan al mismo,

productos sustitutos, niveles de satisfacción, demanda del producto, precios promedio en el mercado.

2.2.1. Tipos de Cliente

TIPO DE CLIENTE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
DISTRIBUIDOR	3	6,0	6,0	6,0
MINORISTA	5	10,0	10,0	16,0
CLIENTE ESPORADICO	42	84,0	84,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Tabla 8: Tipos de Clientes

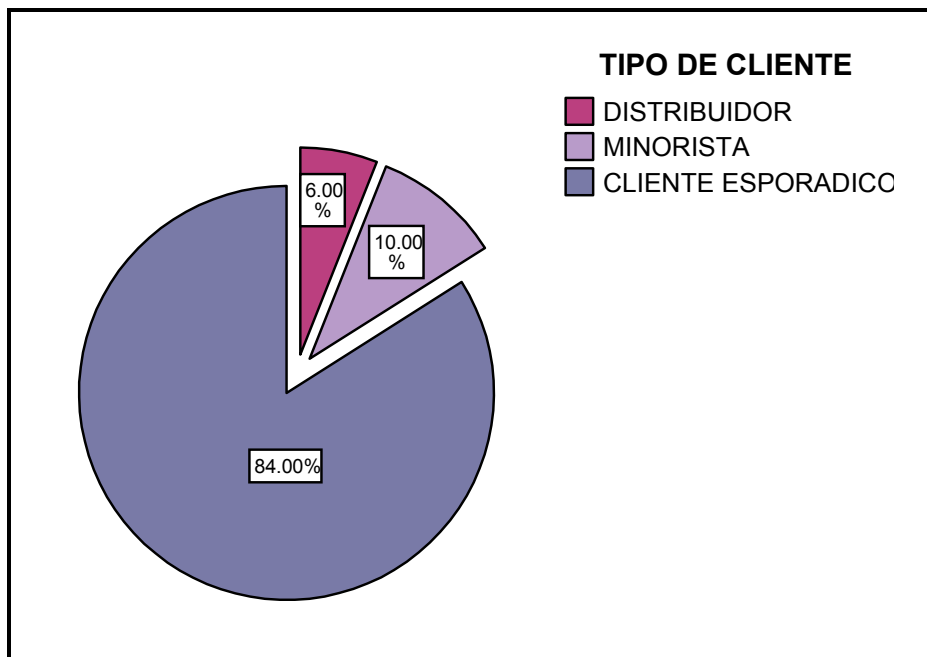


Gráfico 8: Tipos de Clientes

Elaborado por: Autoras

De acuerdo al análisis de mercado realizado, se ha establecido que de una muestra de 50 clientes el 6% son Distribuidores, 10% Minoristas y el 84% son Clientes Esporádicos.

2.2.2. En qué empresa adquiere el Producto

	EMPRESA	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	BRENNTAG	31	62,0	62,0	62,0
	SUPER QUIMICOS	10	20,0	20,0	82,0
	EN LAS DOS ANTERIORES	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Tabla 9: Empresa en la que adquiere el Producto

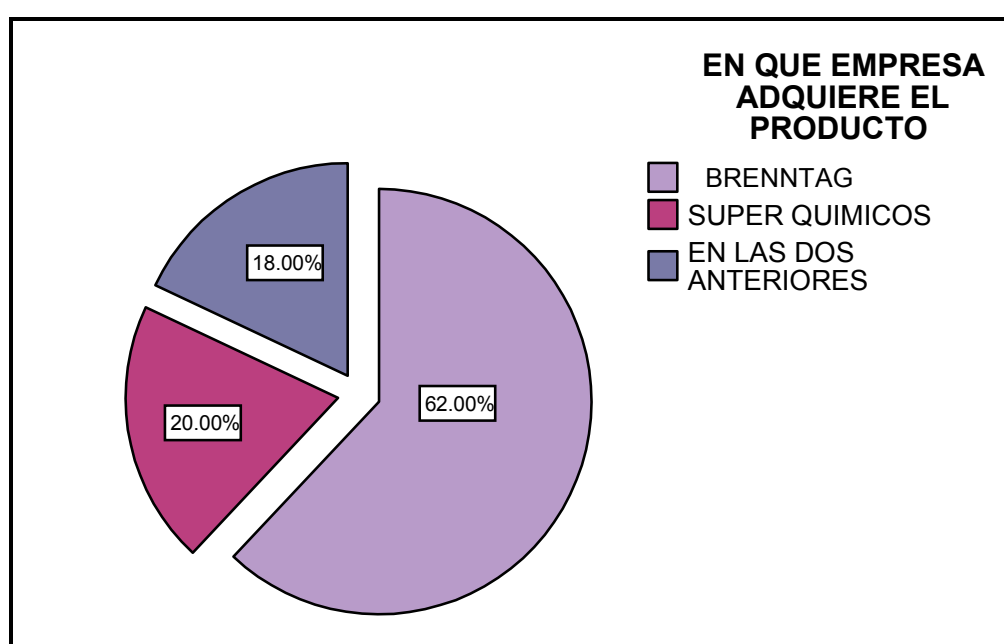


Gráfico 9: Empresa en la que adquiere el Producto

Elaborado por: Autoras

De la muestra de 50 clientes encuestados, 31 mencionan que adquieren el producto en Brenntag, 10 de ellos mencionan que compran producto en Superquímicos y 9 mencionan que adquieren producto en las dos empresas.

2.2.3. Motivación de Compra

MOTIVOS	N	Suma
DISPONIBILIDAD	50	46,00
CALIDAD	50	45,00

FORMA DE PAGO	50	42,00
PRECIO	50	34,00
N válido (según lista)	50	

Tabla 10: Motivación de Compra

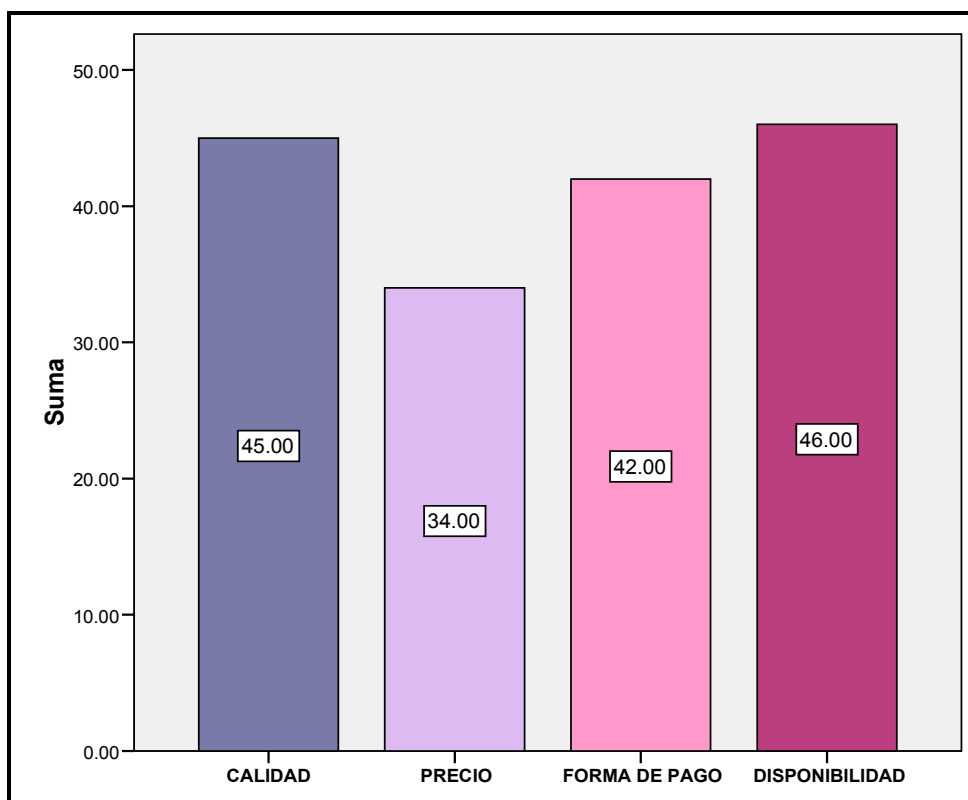


Gráfico 10: Motivación de Compra

Elaborado por: Autoras

De la muestra de encuestados, la motivación principal de compra es la disponibilidad con un total de 46 menciones, como segundo factor de compra tenemos 45 menciones que consideran que calidad es importante, el tercer factor que mide la motivación de compra es la forma de pago con 42 menciones y finalmente vemos que 34 menciones determinan que el precio influye en la adquisición del producto.

2.2.4. Temporadas de Adquisición

TEMPORADA	N	Suma
TODO EL AÑO	50	31,00

POR TEMPORADA	50	29,00
OTROS	50	23,00
N válido (según lista)	50	

Tabla 11: Temporadas de Adquisición

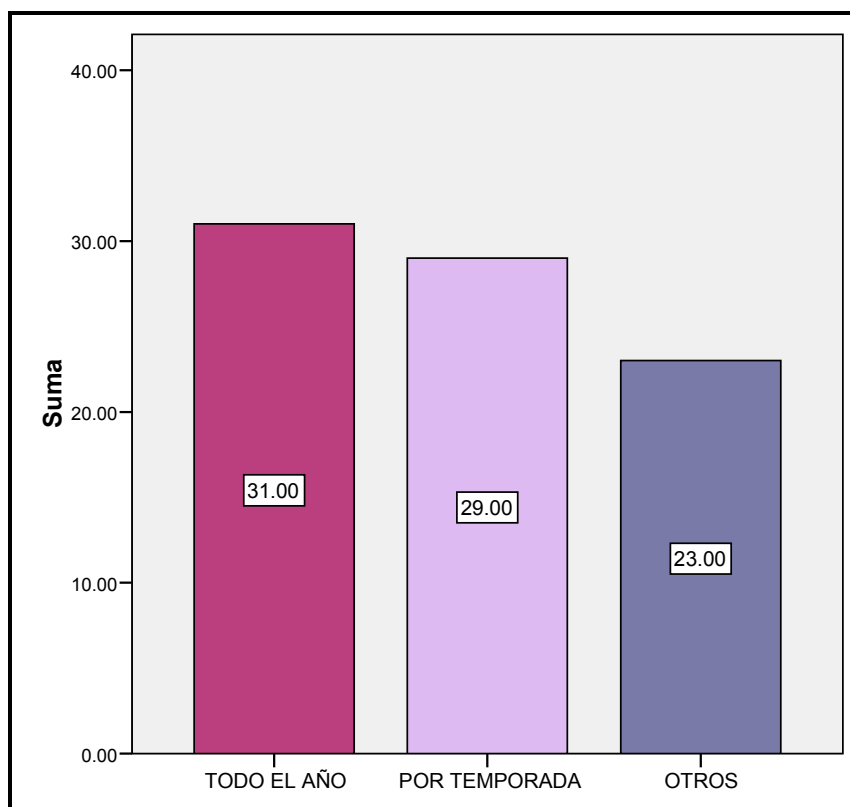


Gráfico 11: Temporadas de Adquisición

Elaborado por: Autoras

Para las temporadas de adquisición se ha determinado que existen 31 menciones que adquieren el producto durante todo el año, adicionalmente se determinó que hay 29 menciones que adquieren el producto también por temporada y 23 menciones indican que la adquisición se hace además por contratos ocasionales.

2.2.5. Usos del Producto

USOS	N	Suma
TRATAMIENTO DEL	50	17,00

CUERO Y SUELAS		
SUELAS	50	14,00
TRATAMIENTO CUERO DE CALZADO	50	11,00
VENTA	50	8,00
N válido (según lista)	50	

Tabla 12: Usos del Producto

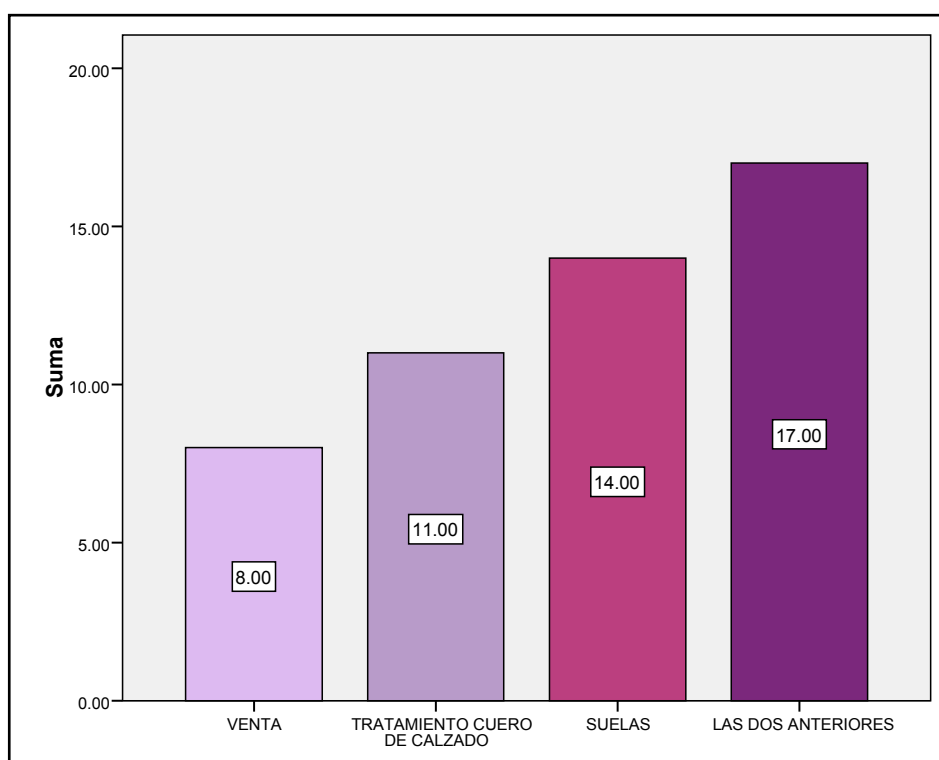


Gráfico 12: Usos del Producto

Elaborado por: Autoras

Podemos observar que hay 17 menciones que utilizan el producto para Tratamiento del Cuero y Suelas, 14 menciones lo utilizan únicamente para elaboración de Suelas y 11 menciones lo utilizan exclusivamente para el Tratamiento de Cuero de Calzado.

2.2.6. Productos Sustitutos

PRODUCTOS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
-----------	------------	------------	------------	------------

SUSTITUTOS				válido	acumulado
Válidos	SI	39	78,0	78,0	78,0
	NO	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Tabla 13: Productos Sustitutos

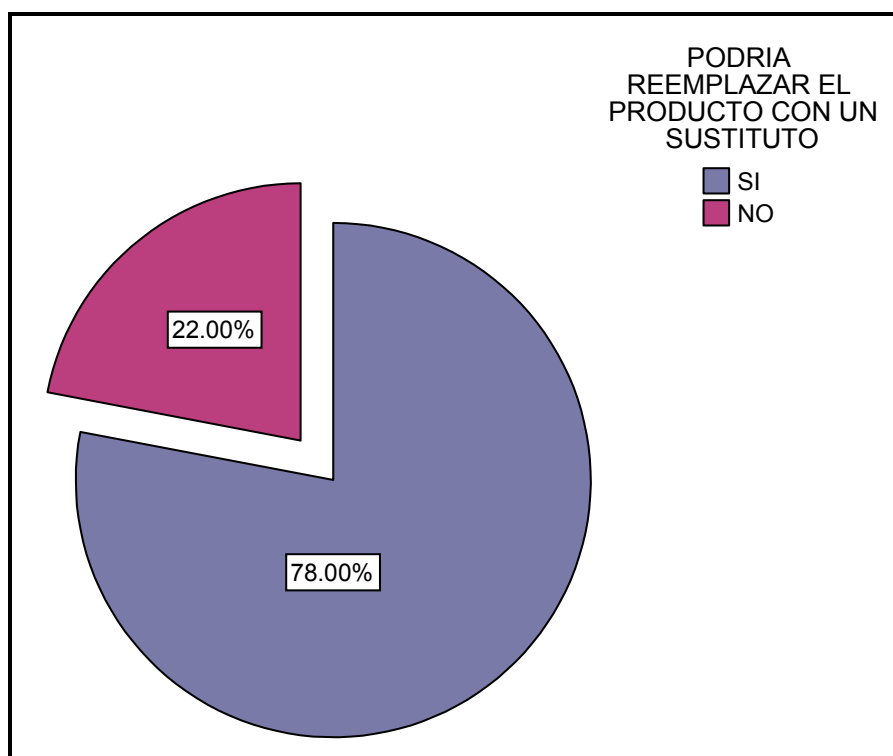


Gráfico 13: Productos Sustitutos

Elaborado por: Autoras

El 78% de los clientes encuestados, indica que si puede reemplazar el producto y utilizar un sustituto en su trabajo, contrariamente el 22% de los clientes muestra que no puede reemplazar el producto por otro.

2.2.7. Nivel de Satisfacción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VÁLIDOS	SI	50	100,0	100,0

Tabla 14: Nivel de Satisfacción

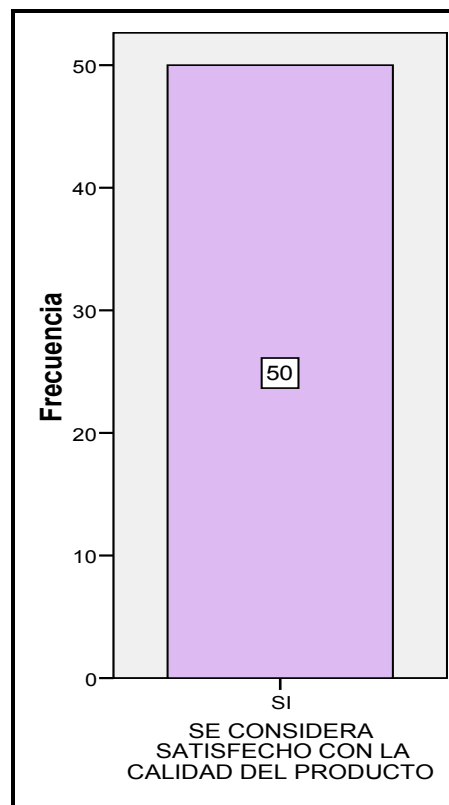


Gráfico 14: Nivel de Satisfacción

Elaborada por: Autoras

De la muestra de encuestados, obtuvimos un total de 50 afirmaciones que confirman a que se encuentran satisfechos con el producto.

2.2.8. Demanda Mensual del Producto por Empresa

<u>EMPRESA</u>	<u>CANTIDAD DE SACOS CONSUMIDOS MENSUALMENTE</u>
ANDER QUIM	250,00
IMPRODECU	300,00
SUELAS Y CUERO	200,00
TENERIA VIDA NUEVA	150,00
CURTIEMBRE SALINAS	125,00
CURTIDURIA GOMEZ	100,00
CURTIDURIA LOPEZ Y HNOS.	130,00
TENERIA AMERICANA	115,00
CURTIDURIA ARTESANAL TOTORAS	5,00
CURTIDURIA LA MERCED	3,00
CURTIDURIA PIZARRO	7,00
CURTIDURIA SALAZAR	14,00
CURTIDURIA TUNGURAHUA	10,00
CURTIDURIA RENACIENTE S.A.	2,00
ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR	16,00
TENERIA DIAZ	12,00
TENERIA INCA	4,00
TENERIA SAN AGUSTIN	8,00
TENERIA SAN JOSE	25,00
TENERIA AMAZONAS	18,00
TENERIA BAYER	2,00
TENERIA CABARO	14,00
TENERIA CUMANDA	3,00

TENERIA ORIENTAL	5,00
TENERIA MIRAFLORES	10,00
TENERIA DEL NORTE	12,00
CURTIEMBRE DURAN SOCIEDAD ANONIMA	15,00
CURTILAN CURTIDURIA LANAS SOCIEDAD CIVIL	10,00
GUAMAN PEDRO	3,00
PEREZ DANIEL	9,00
CURTIDURIA AMBATO	11,00
MARTINEZ PEREZ CARLOS	8,00
CURTIDURIA AMAZONAS	10,00
TENERIA DEL SOL	2,00
PINCAY SUAREZ NELSON	4,00
PIELES PUMA	7,00
VASQUEZ PRECIADO JAIME	18,00
SOL CUERO	11,00
MEZA ARTURO	9,00
TENERIA NEOGRANADINA BENEFICIADORA DE CUEROS S.A.	8,00
TORRES FERNANDO	5,00
AMORES LUCIA	20,00
ZAPATA MARCO	12,00
CUEROSA S.A.	6,00
CURTIDURÍA GORDON	2,00

CURTIDURÍA LUSANT	4,00
CURTIEMBRE SAN ISIDRO	8,00
PROPIEL CIA. LTDA.	6,00
TENERÍA PROMPELL S.A.	3,00
CURTIEMBRES PICO HERMANOS	12,00
Total	1743,00

Tabla 15: Demanda Mensual del Producto por Empresa

Elaborada por: Autoras

2.2.9. Precio por Saco Adquirido

<u>EMPRESA</u>	<u>PRECIO POR SACO</u>
ANDER QUIM	56,00
IMPRODECU	57,00
SUELAS Y CUERO	56,00
TENERIA VIDA NUEVA	58,00
CURTIEMBRE SALINAS	58,00
CURTIDURIA GOMEZ	58,00
CURTIDURIA LOPEZ Y HNOS.	58,00
TENERIA AMERICANA	58,00
CURTIDURIA ARTESANAL TOTORAS	58,50
CURTIDURIA LA MERCED	58,50
CURTIDURIA PIZARRO	58,50
CURTIDURIA SALAZAR	60,00
CURTIDURIA TUNGURAHUA	60,00

CURTIDURIA RENACIENTE S.A.	61,00
ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR	60,00
TENERIA DIAZ	60,00
TENERIA INCA	61,00
TENERIA SAN AGUSTIN	60,00
TENERIA SAN JOSE	60,00
TENERIA AMAZONAS	60,00
TENERIA BAYER	61,00
TENERIA CABARO	60,00
TENERIA CUMANDA	61,00
TENERIA ORIENTAL	61,00
TENERIA MIRAFLORES	60,00
TENERIA DEL NORTE	60,00
CURTIEMBRE DURAN SOCIEDAD ANONIMA	60,00
CURTILAN CURTIDURIA LANAS SOCIEDAD CIVIL	60,00
GUAMAN PEDRO	61,00
PEREZ DANIEL	60,00
CURTIDURIA AMBATO	60,00
MARTINEZ PEREZ CARLOS	60,00
CURTIDURIA AMAZONAS	60,00
TENERIA DEL SOL	61,00
PINCAY SUAREZ NELSON	60,00
PIELES PUMA	60,00

VASQUEZ PRECIADO JAIME	60,00
SOL CUERO	60,00
MEZA ARTURO	60,00
TENERIA NEOGRANADINA BENEFICIADORA DE CUEROS S.A.	61,00
TORRES FERNANDO	60,00
AMORES LUCIA	60,00
ZAPATA MARCO	60,00
CUEROSA S.A.	61,00
CURTIDURÍA GORDON	61,00
CURTIDURÍA LUSANT	61,00
CURTIEMBRE SAN ISIDRO	61,00
PROPIEL CIA. LTDA.	60,00
TENERÍA PROMPELL S.A.	61,00
CURTIEMBRES PICO HERMANOS	61,00
Total	2987,50

Tabla 16: Precio Promedio por Saco

Elaborada por: Autoras

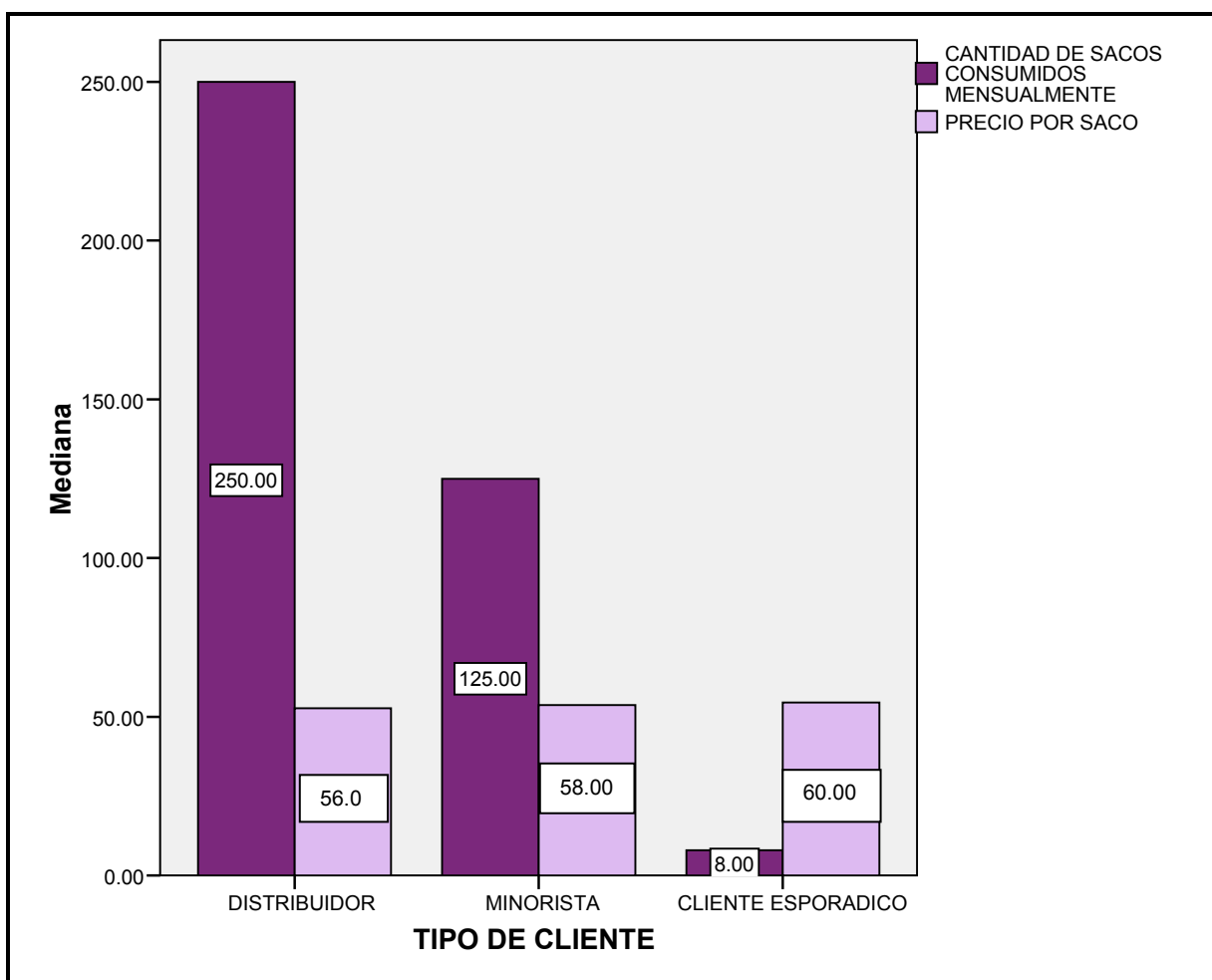


Gráfico 15: Demanda Mensual Promedio de Sacos y Precio Promedio por Tipo de Cliente

Elaborado por: Autoras

Del análisis realizado el promedio de sacos que compran los Distribuidores al mes es de 250, a un precio promedio de USD\$ 56,00.

Los Minoristas adquieren un promedio de 125 sacos al mes a un precio promedio de USD\$ 58,00.

Los Clientes Esporádicos, compran un promedio de 8 sacos mensuales a un precio promedio de USD\$ 60,00.

2.2.10. Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente - Empresa

Tabla de contingencia EN QUE EMPRESA ADQUIERE EL PRODUCTO * TIPO DE CLIENTE

		TIPO DE CLIENTE			Total	
		DISTRIBUIDOR	MINORISTA	CLIENTE ESPORADICO		
EN QUE EMPRESA ADQUIERE EL PRODUCTO	BRENNTAG	Recuento	2	5	24	31
		% de TIPO DE CLIENTE	66,7%	100,0%	57,1%	62,0%
	SUPER QUIMICOS	Recuento	0	0	10	10
		% de TIPO DE CLIENTE	,0%	,0%	23,8%	20,0%
	EN LAS DOS ANTERIORES	Recuento	1	0	8	9
		% de TIPO DE CLIENTE	33,3%	,0%	19,0%	18,0%
Total		Recuento	3	5	42	50
		% de TIPO DE CLIENTE	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 17: Empresa donde se adquiere el Producto por Tipo de Cliente

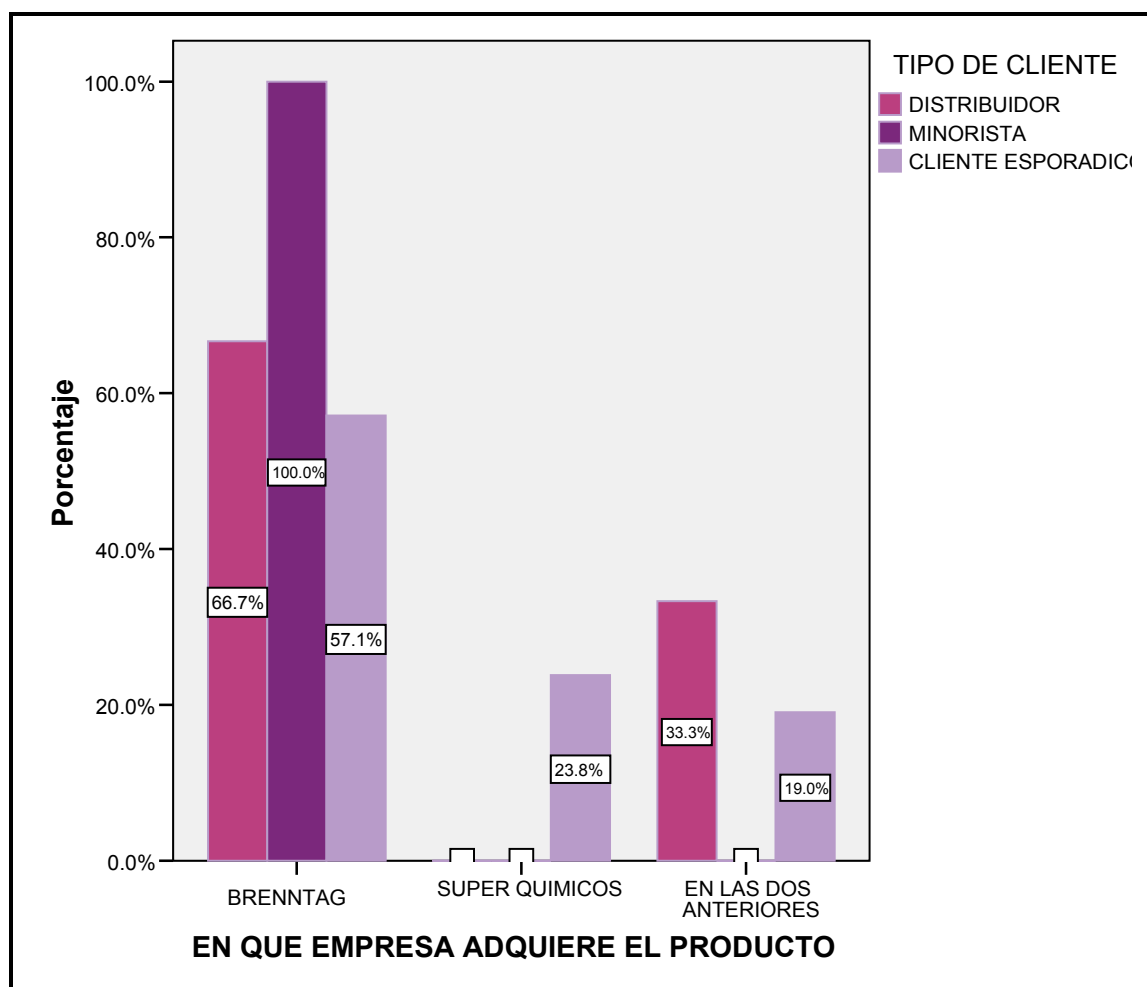


Gráfico 16: Empresa donde se adquiere el Producto por Tipo de Cliente

Elaborado por: Autoras

Podemos observar que el 66,7% de los Distribuidores adquieren el producto en Brenntag y el 33,3% compra el producto tanto en Brenntag como en Super Químicos.

Respecto a los Minoristas apreciamos que únicamente consumen producto de Brenntag.

Los Clientes Esporádicos tienen un 57,1% de sus compras en Brenntag, 23,80% en Super Químicos y el 19% adquiere en las dos empresas anteriores.

2.2.11. Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Motivación de Compra

<u>TIPO DE CLIENTE</u>	<u>CALIDAD</u>	<u>PRECIO</u>	<u>FORMA DE PAGO</u>	<u>DISPONIBILIDAD</u>
DISTRIBUIDOR	3,00	1,00	3,00	3,00
MINORISTA	5,00	5,00	5,00	5,00
CLIENTE ESPORADICO	37,00	28,00	34,00	38,00
Total	45,00	34,00	42,00	46,00

Tabla 18: Motivación de Compra por Tipo de Cliente

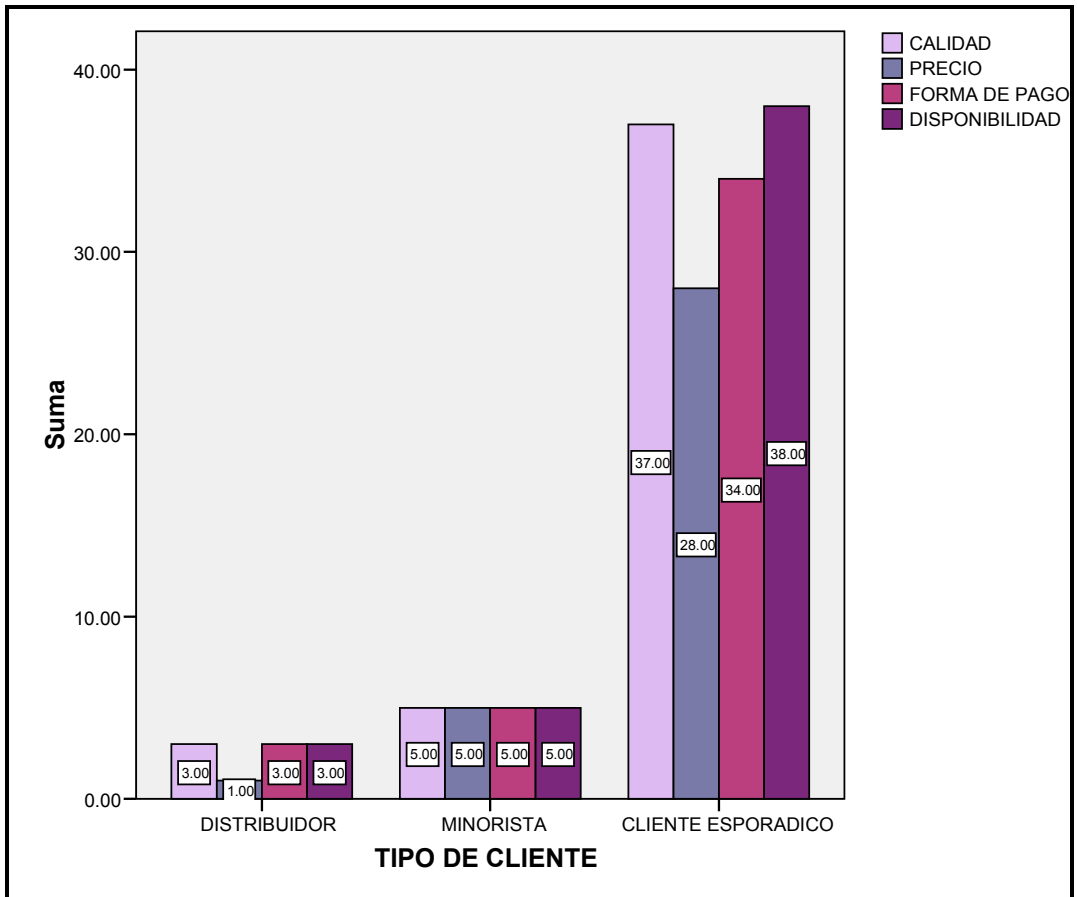


Gráfico 17: Motivación de Compra por Tipo de Cliente

Elaborado por: Autoras

Con referencia a la motivación de compra podemos ver que 3 Distribuidores compran el producto por la calidad, 1 únicamente por el precio, 3 de ellos por la forma de pago y los 3 restantes por la disponibilidad del producto.

Con respecto a los Minoristas, observamos que 5 de ellos adquieren el producto por la calidad, 5 por el precio, 5 por la forma de pago y finalmente los 5 restantes por la disponibilidad del producto.

Analizando los Clientes Esporádicos determinamos que 37 adquieren el producto por la calidad, 28 de ellos por el precio, 34 de acuerdo a la Forma de Pago y 38 por la Disponibilidad del producto.

2.2.12. Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Temporada de Adquisición

<u>TIPO DE CLIENTE</u>	<u>POR</u>		
	<u>TODO EL AÑO</u>	<u>TEMPORADA</u>	<u>OTROS</u>
DISTRIBUIDOR	3,00	,00	2,00
MINORISTA	5,00	,00	2,00
CLIENTE ESPORADICO	23,00	29,00	19,00
Total	31,00	29,00	23,00

Tabla 19: Temporada de Adquisición por Tipo de Cliente

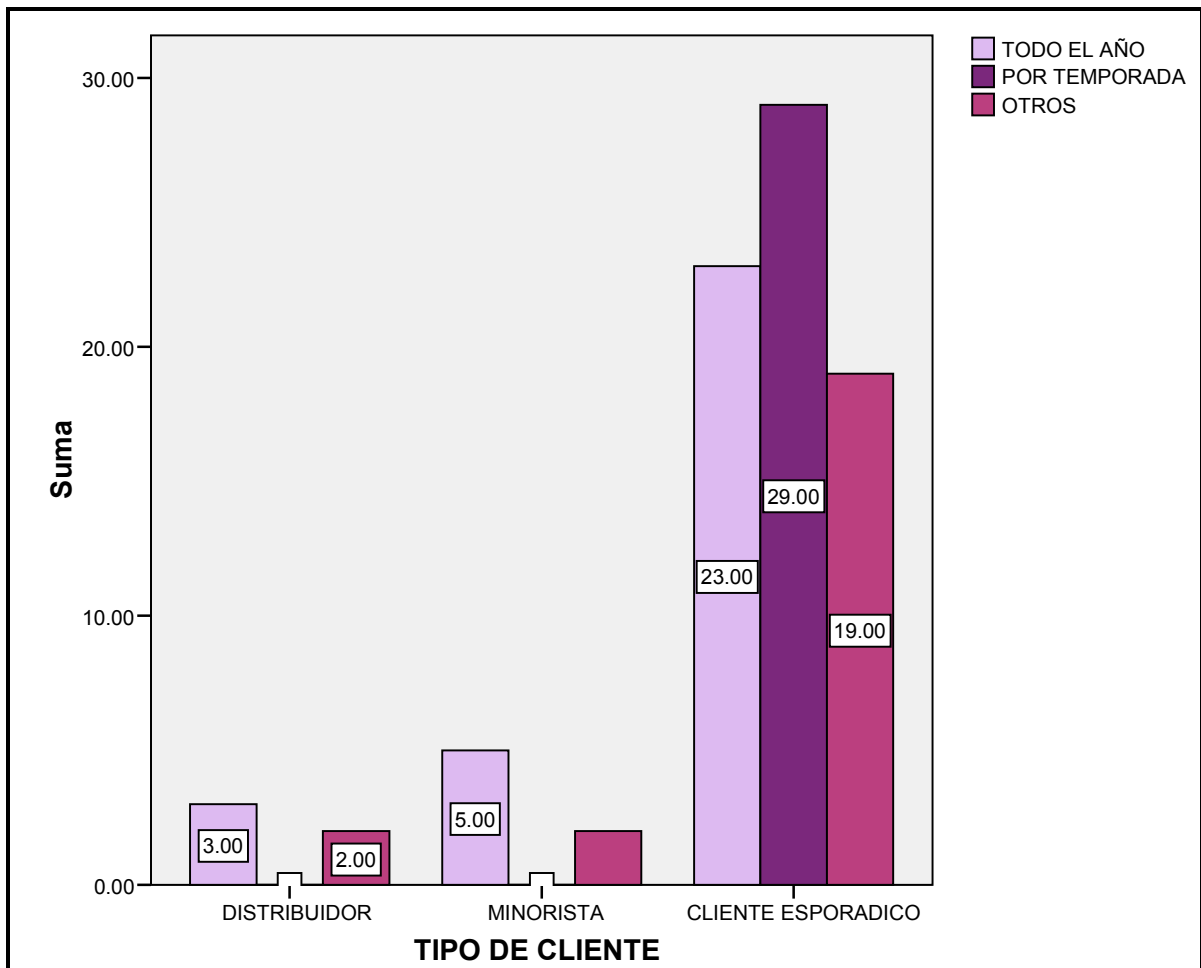


Gráfico 18: Temporada de Adquisición por Tipo de Cliente

Elaborado por: Autoras

Para la determinación de Temporadas de Adquisición del Producto podemos observar que 3 de los Distribuidores compran producto Todo el Año y 2 de ellos compran el producto por Contratos Ocasionales.

Con respecto a los Minoristas, 5 de adquieren el producto durante todo el Año y 2 compran el producto para Contratos Ocasionales.

De los Clientes Esporádicos, 23 compran el producto Todo el Año, 29 lo adquieren por Temporadas y 19 de ellos para Contratos Ocasionales.

2.2.13. Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Uso del Producto

<u>TIPO DE CLIENTE</u>	<u>VENTA</u>	<u>TRATAMIENTO</u>		<u>TRATAMIENTO</u>
		<u>CUERO DE CALZADO</u>	<u>SUELAS</u>	<u>DEL CUERO Y SUELAS</u>
DISTRIBUIDOR	3,00	,00	,00	,00
MINORISTA	5,00	,00	,00	,00
CLIENTE ESPORADICO	,00	11,00	14,00	17,00
Total	8,00	11,00	14,00	17,00

Tabla 20: Uso del Producto por Tipo de Cliente

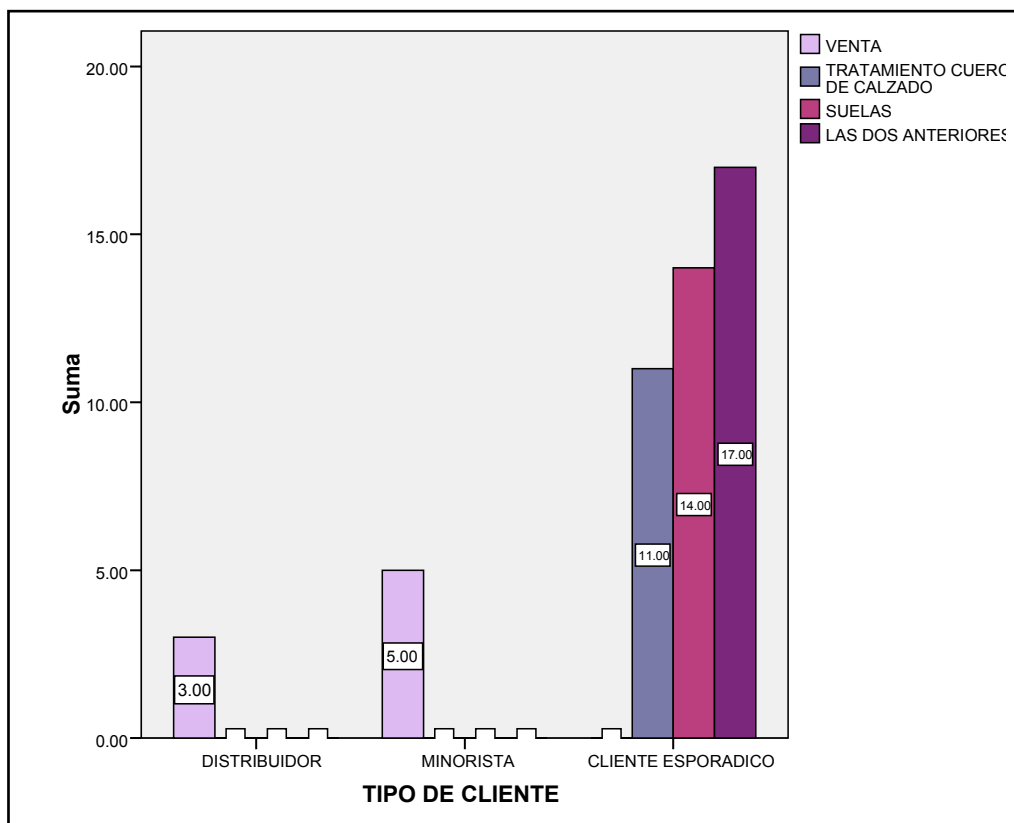


Gráfico 19: Uso del Producto por Tipo de Cliente

Elaborado por: Autoras

Para el análisis de los usos del producto, vemos que los 3 Distribuidores únicamente destinan el producto a la Venta.

De igual modo, los 5 Minoristas destinan el producto exclusivamente para la Venta.

Los Clientes Esporádicos, lo utilizan 11 menciones para Tratamiento de Cuero de Calzado, 14 menciones para elaboración de Suelas y 17 menciones para los dos procesos anteriores.

2.2.14. Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Productos Sustitutos

			TIPO DE CLIENTE			Total
			DISTRIBUIDOR	MINORISTA	CLIENTE ESPORADICO	
PODRIA REEMPLAZAR EL PRODUCTO CON UN SUSTITUTO	SI	Recuento	3	5	31	39
		% de TIPO DE CLIENTE	100,0%	100,0%	73,8%	78,0%
	NO	Recuento	0	0	11	11
		% de TIPO DE CLIENTE	,0%	,0%	26,2%	22,0%
Total		Recuento	3	5	42	50
		% de TIPO DE CLIENTE	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 21: Producto Sustituto por Tipo de Cliente

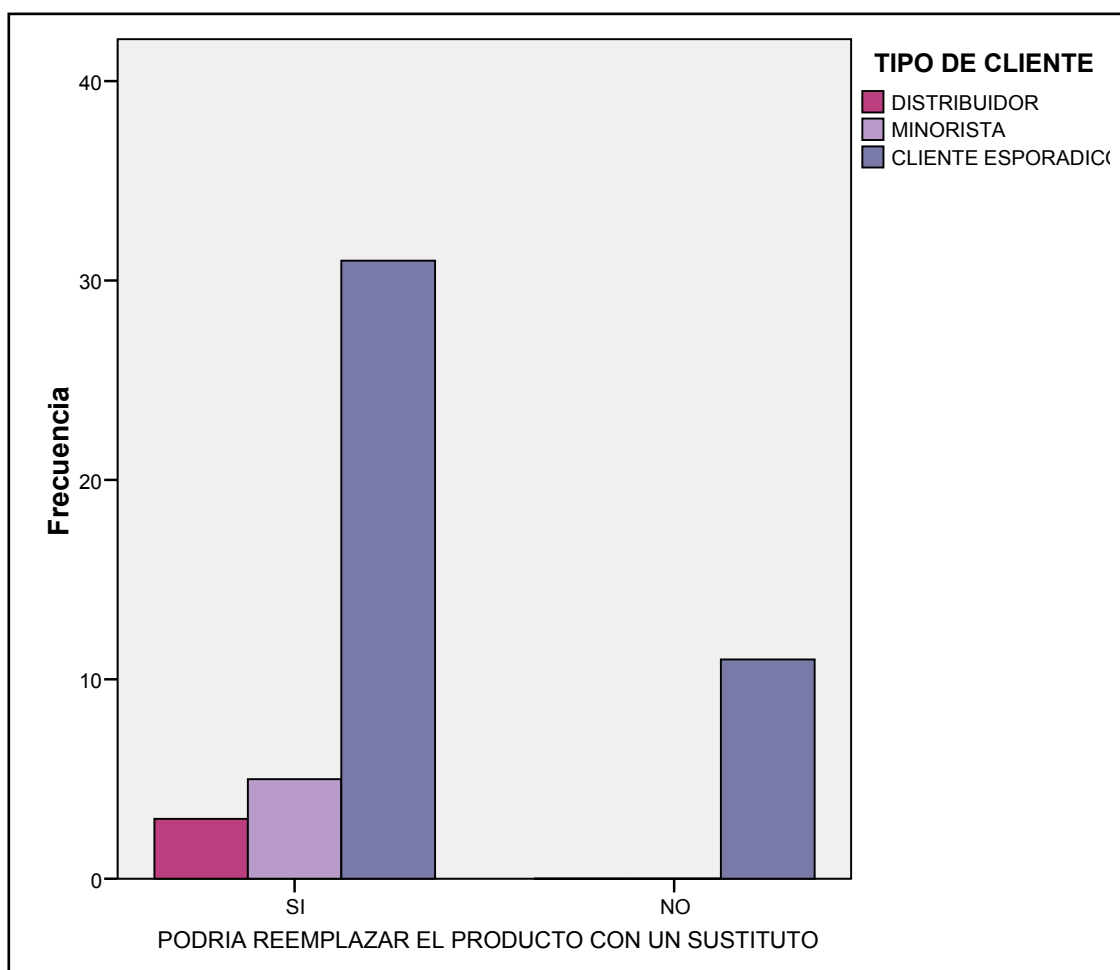


Gráfico 20: Producto Sustituto por Tipo de Cliente

Elaborado por: Autoras

De la muestra investigada podemos determinar que, de los Distribuidores y Minoristas encuestados el 100% de ellos podrían reemplazar el producto, mientras que en el caso de los Clientes Esporádicos el 73.80% se pronuncian indicando que si lo podrían sustituir mientras que el 26.20% indica que no lo sustituiría.

2.2.15. Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Nivel de Satisfacción

		TIPO DE CLIENTE			Total
		DISTRIBUIDOR	MINORISTA	CLIENTE ESPORADICO	
SE CONSIDERA	SI	Recuento			
SATISFECHO					
CON LA			3	5	42
CALIDAD DEL					50
PRODUCTO					
		% de TIPO DE	100,0%	100,0%	100,0%
		CLIENTE			100,0%
Total		Recuento	3	5	42
		% de TIPO DE	100,0%	100,0%	100,0%
		CLIENTE			100,0%

Tabla 22: Nivel de Satisfacción por Tipo de Cliente

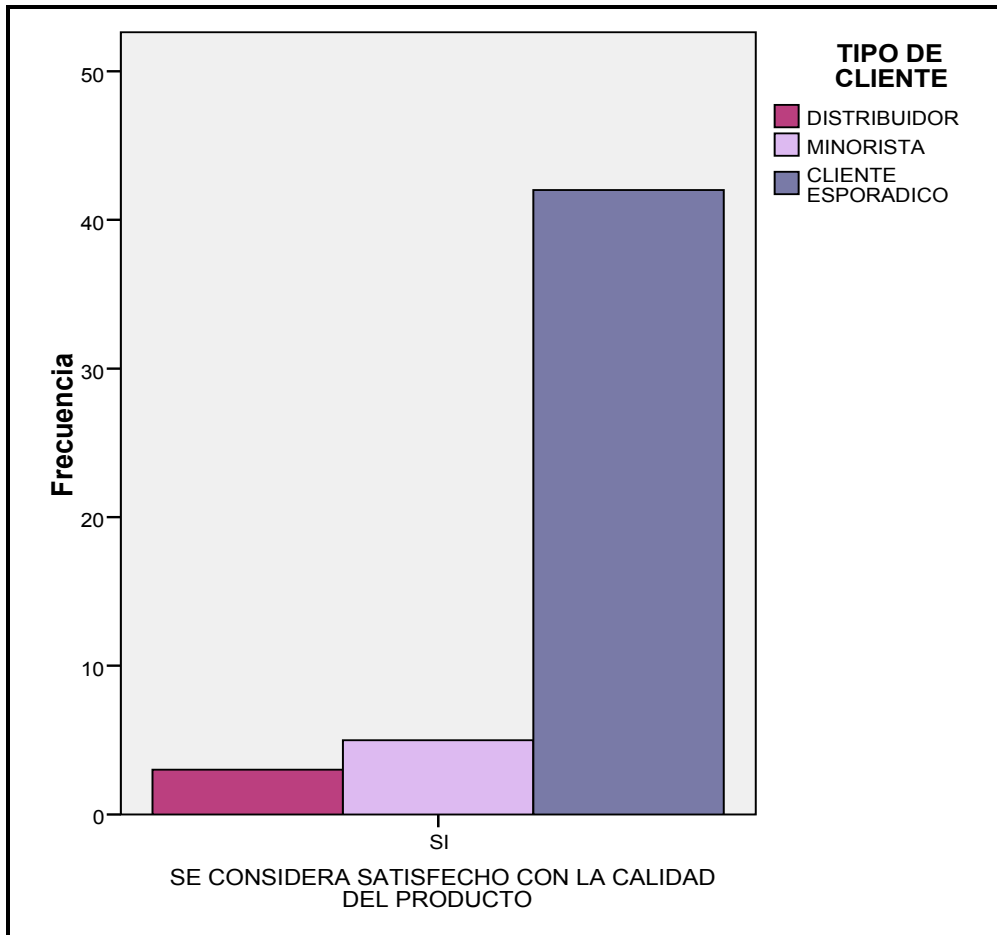


Gráfico 21: Nivel de Satisfacción por Tipo de Cliente

Elaborado por: Autoras

Del total de la muestra encuestada, tanto los Distribuidores, Minoristas y los Clientes Esporádicos concuerdan en que se encuentran satisfechos con el producto que adquieren.

2.2.16. Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Cantidad de Sacos que se consumen Mensualmente

TIPO DE CLIENTE	CANTIDAD DE SACOS CONSUMIDOS MENSUALMENTE
DISTRIBUIDOR	750,00
MINORISTA	620,00
CLIENTE ESPORADICO	373,00
Total	1743,00

Tabla 23: Demanda Mensual de Sacos por Tipo de Cliente

Elaborada por: Autoras

Se ha llegado a determinar que la cantidad de sacos promedio que adquieren los Distribuidores es de 750, los Minoristas adquieren un promedio de 620 sacos, mientras que los Clientes esporádicos adquieren 373 sacos.

2.2.17. Análisis de Tablas Cruzadas Tipo de Cliente – Precio por cada Saco

TIPO DE CLIENTE	PRECIO POR SACO
DISTRIBUIDOR	56,00
MINORISTA	58,00
CLIENTE ESPORADICO	60,00
Total	174,00

Tabla 24: Precio Promedio por Saco por Tipo de Cliente

Elaborada por: Autoras

De la muestra analizada, se puede determinar que el precio promedio por saco adquirido para el caso de los Distribuidores es de \$56,00, de los Minoristas es de \$58,00 en cuanto a los Clientes Esporádicos el precio es de \$60,00.

2.3. Análisis de la Competencia

2.3.1. Superquímicos¹⁷



Ilustración 12: Logo Super Químicos

Son una organización comercial dedicada a proveer insumos químicos y soluciones integrales de alta calidad para las diferentes industrias de nuestra región.

Su visión es ser una compañía en expansión que se consolide como proveedor confiable de insumos químicos en la Región Andina.

Superquímicos está comprometida con el mejoramiento continuo de sus procesos, búsqueda permanente con sus proveedores de nuevos insumos y soluciones para la industria, con el fin de cumplir y superar las expectativas de todos los clientes con asesoría técnica actualizada, calidad de productos y servicio comercial eficiente.

¹⁷ www.surtiquimicos.com.co

2.3.1.1. Historia

1985 Fundación de la compañía en Bogotá - Colombia. Empezó sus operaciones con la comercialización de materias primas para la industria del cuero de la multinacional americana Rohm And Haas.

1991 Inicia la representación con la multinacional argentina Unitán

1992 Inicio de operaciones en Venezuela, se constituye Quimicur

1994 Inicia la representación con la multinacional brasilera Seta

1998 Inicia la representación con la multinacional alemana Bayer

2000 Inicia la representación con la multinacional alemana Dystar

2002 Inicio de operaciones en Perú y Ecuador, se constituye Quimtexa y Superquímicos

2006 Inicia la representación con la multinacional americana Cargill

2008 Inicia la representación con la multinacional americana Atlas

2009 Inicia la representación con la multinacional americana Stepan

2.3.1.2. Ubicación

Con el fin de prestar un eficiente servicio técnico y comercial en la Comunidad Andina, constituyen sus sedes en Colombia, Perú, Ecuador, Venezuela y USA. Esta última como apoyo logístico de las operaciones comerciales.



Ilustración 13: Ubicación Superquímicos

2.3.1.3. Representaciones

Las principales Empresas Representadas son las siguientes:



Ilustración 14: Representaciones Superquímicos

2.3.1.4. Línea de Productos

La Línea de Productos de la Empresa Superquímicos es la siguiente:

- Textil
- Pinturas y Recubrimientos
- Alimentos
- Cueros
- Cuidado del Hogar
- Cerámicas y Cartón

2.3.2. Brenntag¹⁸



Ilustración 15: Logo Brenntag

Brenntag ha permanecido durante 36 años en el mercado ecuatoriano y continúa administrando los grandes flujos de productos procedentes de importantes fabricantes químicos y transformándolos en un flujo de mercancías adaptado a las necesidades.

Su servicio también incluye asesoramiento personalizado ante cualquier duda relacionada con los productos químicos.

Brenntag Ecuador S.A. posee trabajadores responsables, cualificados y altamente motivados, todos ellos garantizan la más alta calidad en un servicio que engloba diferentes aspectos, como una entrega rápida, asesoramiento técnico especializado. Mediante el desarrollo de soluciones logísticas que tienen en cuenta las distintas fases de los procesos, los socios colaboradores pueden concentrarse en sus actividades principales y beneficiarse de sus conocimientos y su eficiencia, esto les permite simplificar la gestión y reducir, al mismo tiempo, los costes de transporte y almacenamiento.

2.3.2.1. Calidad, Seguridad y Ambiente

2

Es bien sabido que el trabajo con productos químicos requiere un cuidado especial para la seguridad de los empleados, los clientes, proveedores y toda la comunidad en general, así como el medio ambiente. En consideración a esto, Brenntag ha desarrollado un sistema único de gestión de Calidad, Seguridad y Ambiente, el sistema CASA, que es certificable por las normas ISO 9001 (calidad), ISO 14001 (ambiente), OHSAS 18001 (seguridad) y el compromiso de Responsible Care.

Los lineamientos básicos del sistema son:

¹⁸ www.brenntagla.com/es

2.3.2.1.1. Calidad

Transformar las necesidades de los clientes en atributos de productos y servicios. Para ello el sistema CASA permite:

- Oír la voz del cliente, planificando y diseñando productos y servicios que cumplan con sus expectativas.
- Generar los servicios/ productos en forma eficiente, sin interrupciones.
- Medir y Analizar factores críticos del producto y servicio, para asegurar que se cumplan los objetivos de satisfacción de clientes.
- Retro alimenta al sistema constantemente, asegurando el Mejoramiento Continuo.

2.3.2.1.2 Seguridad

Realizar las actividades en forma segura, sin imprevistos y contando con un plan interno para enfrentar accidentes. Esto se logra mediante el desarrollo de una actitud de prevención que evita condiciones o acciones inseguras. El sistema permite:

- Administrar el riesgo: identificar los riesgos y desarrollar procedimientos de protección proporcionales a ellos.
- Transporte, almacenamiento y manipulación en general: asegurar un manejo responsable de los productos, mediante el compromiso de un personal comprometido con la seguridad.
- Emergencias: prevención y respuestas adecuadas que incorporan a toda la comunidad potencialmente afectada.

2.3.2.1.3. Ambiente

Los impactos ambientales se identifican y se desarrollan programas de gestión ambiental que controlan los más significativos. Se diseñan objetivos ambientales, con metas claras, cuyo cumplimiento es monitoreado en forma permanente. Los

resultados de los programas son analizados para asegurar que los impactos significativos estén incorporados dentro de un sistema de mejoramiento continuo.

El mejoramiento de la calidad, seguridad y ambiente se puede lograr con el apoyo de cada una de las oficinas de BRENNTAG. Las empresas ya se han comprometido a destinar los recursos necesarios para cumplir estos objetivos, lo que incluye el esfuerzo de un equipo de trabajo en cada una. Sin embargo, estos equipos no lograrán gran cosa sin el compromiso individual de cada uno de los empleados de la empresa. BRENNTAG ya cuenta con los individuos que van generar las acciones de mejoramiento del futuro. Son personas con un fuerte compromiso con la calidad, seguridad y ambiente. Invitamos a todos a ser parte de este cambio, participando activamente en el desarrollo y mantención del sistema CASA.

2.3.2.2. Ubicación

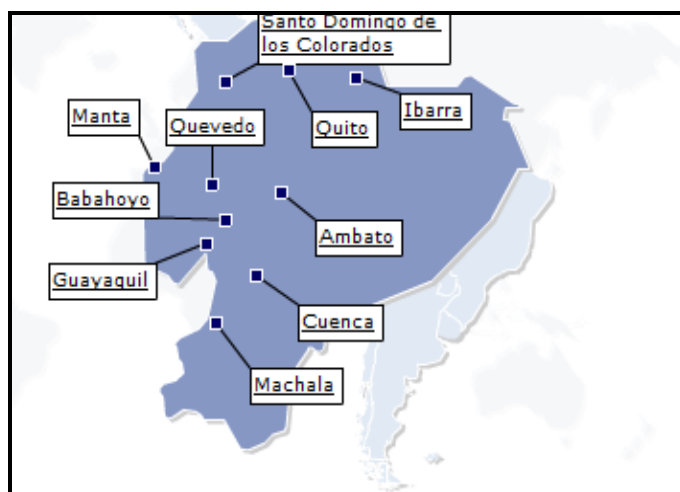


Ilustración 16: Ubicación Brenntag

2.3.2.3. Unidades de Negocios

Brenntag ofrece servicios y experiencia cualificada en los siguientes sectores:

- **Agroquímicos – Químicos Industriales**

- Alimentación
- Procesos Químicos
- Textiles y Cuero
- Cuidado Personal
- Farmacéuticas
- Pulpa y Papel

- **Petróleo y Gas**

- Tratamientos de Agua
- Plásticos
- Pinturas y Recubrimientos

- **Minería**

- Tratamientos del Metal

2.4. Análisis de Producto Sustituto

2.4.1. Extracto de Mimosa



Ilustración 17: Extracto de Mimosa

El Extracto de Mimosa es un extracto natural, de uso general, indicado para la curtición vegetal y recurtición de cuero al cromo. Su aspecto físico, es de un polvo de coloración parda clara.

2.4.1.1. Propiedades

La Mimosa es soluble en agua fría tanto como en agua caliente y posee las siguientes características de curtición vegetal:

- Penetración eficiente
- Buen poder de fijación
- Excelente rendimiento

En la curtición de cueros al cromo, el uso de la Mimosa Permite:

- Rellenar faldas y flancos
- Favorece el ligado
- Mantener del grabado de la estampa
- Excelente efecto de quema

2.4.1.2. Aplicación

La Mimosa puede ser aplicada sola o combinada con otros extractos vegetales.

2.4.1.3. Almacenamiento

La Mimosa en polvo mantiene sus propiedades inalteradas cuando es almacenada en un ambiente seco, ventilado, protegido de la luz solar y el embalaje cerrado.

2.4.2. Importaciones de Extracto de Mimosa

IMPORTACIONES DE EXTRACTO DE MIMOSA DESDE BRASIL						
Toneladas						
Productos \ Años	2004	2005	2006	2007	2008	2009
EXTRACTO DE MIMOSA™	60,25	84,54	80,00	69,60	104,89	82,40

Tabla 25: Importaciones de Extracto de Mimosa desde Brasil

Elaborado por: Autoras

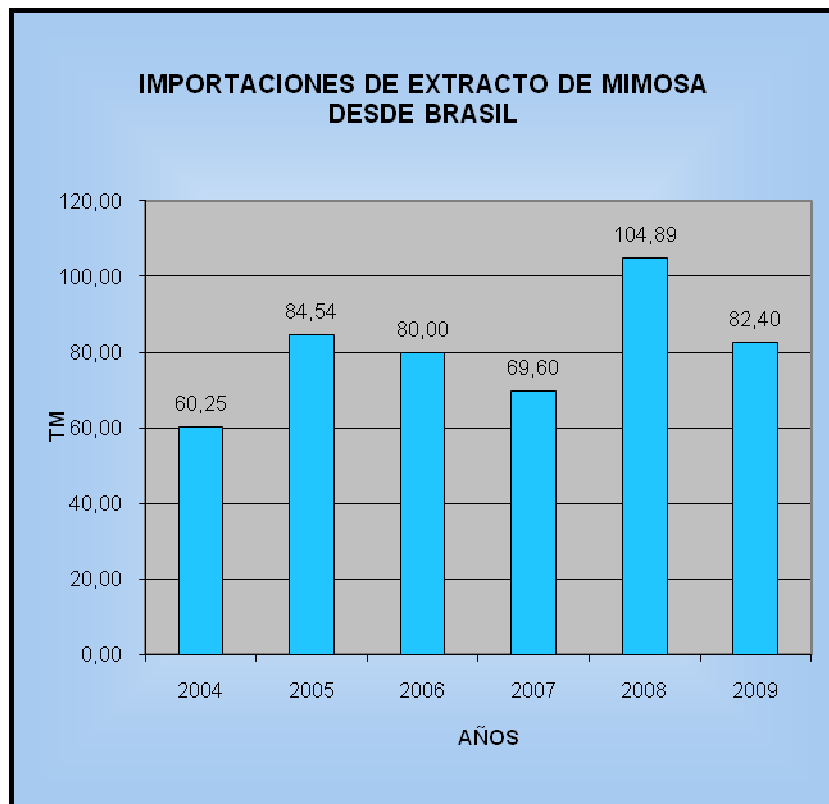


Gráfico 22: Importaciones de Extracto de Mimosa desde Brasil

Elaborado por: Autoras

Fuente: BCE

CAPITULO III

PROCESO LOGÍSTICO PARA LA IMPORTACIÓN A CONSUMO DE EXTRACTO DE QUEBRACHO DESDE ARGENTINA A RÉGIMEN DE CONSUMO

3.1. Introducción

Para analizar la importancia del Comercio Exterior en la Importación a Consumo de Extracto de Quebracho, debemos basarnos fundamentalmente en tres entornos:

3.1.1. Entorno Internacional

El entorno internacional se caracteriza por una tendencia hacia la globalización de la economía mundial. Los países han reducido las trabas al comercio en el marco de las negociaciones de la nueva Organización Mundial de Comercio. Es muy importante la incorporación de los países socialistas de Europa y China al comercio mundial y la apertura al comercio de los países en desarrollo. La globalización se extiende no solo a los bienes sino también a los servicios y los mercados de capitales, que se han liberado. En este contexto, es muy difícil restringir el movimiento de capitales. El comercio mundial ha crecido mucho más que el crecimiento del producto. La desregulación y la revolución tecnológica en telecomunicaciones y transporte han sido muy importantes para dinamizar el comercio mundial.¹⁹

El Comercio Exterior se ha convertido en uno de los temas de mayor trascendencia para la economía mundial y particularmente para nuestro país, de modo especial desde que entramos al proceso completo de globalización e integración internacional, debido a que ahora todos los países nos manejamos como un solo grupo y no como entes aislados. Hoy en día se exige en todos los parámetros de Comercio Exterior el estandarizar procesos y coordinar acciones, con el fin de

¹⁹ www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/NotasTecnicas/nota20.pdf

obtener resultados inmediatos y eficientes para poder recuperar las economías de los países.

El rumbo basado en la liberalización del comercio, actúa a favor de la competitividad importadora y exportadora porque asegura el acceso a insumos y bienes de capital importados en condiciones competitivas y sin restricciones.²⁰

Por otro lado, las negociaciones internacionales crean la posibilidad de diversificar y ampliar mercados. No obstante, en muchos casos estos acuerdos esconden posiciones proteccionistas al liberarse únicamente partidas que no representan una participación importante en los flujos de comercio. Existen riesgos también de que renazcan posiciones proteccionistas que limitan la expansión del comercio, sobre todo aquellas que pudiesen eventualmente adoptar los países desarrollados, con el fin de evitar el surgimiento de ventajas comparativas dinámicas en las exportaciones de similares productos provenientes de los países en desarrollo.²¹

3.1.2. Entorno Nacional

En los últimos años se ha avanzado significativamente con las reformas estructurales encaminadas a lograr una economía eficiente y competitiva, que permita una adecuada inserción del país en la economía mundial. Las acciones desplegadas en la liberalización comercial han sido integrales, pues se han articulado a la estabilidad macroeconómica, y han involucrado la reforma arancelaria, el apoyo a la actividad importadora y exportadora, la promoción externa, la modernización del aparato institucional, y la simplificación de trámites administrativos.²²

En años recientes, en el ámbito comercial se han llevado a cabo acciones que buscan eliminar las barreras de tipo legal e institucional al comercio exterior; extender y mejorar las redes de cooperación entre el sector público y el sector empresarial. También se ha buscado aprovechar mecanismos de integración

²⁰ www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5691/1/D-38927.pdf

²¹ www.bce.fin.ec/docs.php?path=./documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/NotasTecnicas/nota20.pdf

²² www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5582/1/Creaci%C3%B3n%20de%20una%20Empresa%20de%20Asesor%C3%ADa%20y%20Gesti%C3%B3n%20en%20COMEX%20y%20Log%C3%ADstica%20V%C3%ADa%20Guayaquil%20para%20PYMES.pdf

bilateral y multilateral para ampliar y diversificar los mercados para los productos ecuatorianos.

3.1.3. Entorno Empresarial

El comercio exterior involucra a muchos actores de todos los ámbitos de la sociedad, esto significa que el desarrollo del comercio exterior puede afectar positivamente a todos los miembros de una sociedad de manera más equitativa. El comercio exterior se produce sobre la base de la especialización y el aprovechamiento de ventajas comparativas y competitivas que responden al mejor aprovechamiento de recursos lo que permite la generación de trabajo y riqueza.²³

Lo que el Comercio Exterior busca es el desarrollo de la industria importadora y exportadora, a contribución del mantenimiento de equilibrios macroeconómicos, el bienestar de su población mediante el acceso a bienes y servicios de calidad a buenos precios, la generación de empleo y el respeto a estándares laborales, entre otros.

Además, se busca también aumentar el intercambio de bienes, mejorar el abastecimiento de materias primas, diversificar las exportaciones, encaminar las importaciones a la adquisición de materias primas que permitan mejorar y dar calidad a productos elaborados en el Ecuador y de este modo mejorar las condiciones específicas de la balanza comercial, diversificación de socios comerciales, etc.

Producto de este estudio podremos establecer las pautas necesarias para proporcionar al Operador de Comercio Exterior ciertas guías para que pueda de una manera eficiente satisfacer las necesidades que demandarían las operaciones de Comercio Exterior para la importación de Extracto de Quebracho argentino.

²³www.comexi.gov.ec/docs/Elementos_para_la_definicion_de_politica_de_Comercio_Exterior_del_Ecuador.pdf

3.2. Normativa de Exportaciones desde Argentina

El proceso de apertura e internacionalización de Argentina, la ha llevado a convertirse en una de las economías más abiertas de Latinoamérica, gracias a la reducción y eliminación de barreras no arancelarias, licencias e impuestos específicos a la importación, así como requerimientos de tipo documental.

Algunos productos están sujetos a licencias no restrictivas, con el fin de velar por que se cumpla la legislación interna.

En el caso del Extracto de Quebracho, que es un producto de origen vegetal se requiere autorización previa del Servicio Nacional de Sanidad Animal y Calidad Agroalimentaria (SENASA)²⁴.

El SENASA es el organismo del Estado argentino encargado de ejecutar las políticas nacionales en materia de sanidad y calidad animal y vegetal y verificar el cumplimiento de la normativa vigente en la materia. El SENASA entiende asimismo en la fiscalización de la calidad agroalimentaria, asegurando la aplicación del Código Alimentario Argentino para aquellos productos del área de su competencia.

También es de su competencia el control del tráfico federal, importaciones y exportaciones de los productos, subproductos y derivados de origen animal y vegetal, productos agroalimentarios, fármaco-veterinarios y agroquímicos, fertilizantes y enmiendas. En síntesis, el SENASA planifica, organiza y ejecuta programas y planes específicos que reglamentan la producción, orientándola hacia la obtención de alimentos inocuos para el consumo humano y animal.

En lo que se refiere a la Salud Vegetal, la responsabilidad primaria del SENASA es entender en la protección fitosanitaria de los vegetales, productos, subproductos, derivados, insumos específicos y alimentos, elaborando las normas a que deberán ajustarse las personas físicas o jurídicas, organismos e instituciones públicas o privadas que actúen en la materia.

²⁴ www.senasa.gov.ar

También es competencia del SENASA entender en la planificación, programación, organización, ejecución y supervisión de los planes y programas destinados a la vigilancia, detección, prevención, control y erradicación de plagas, especialmente las consideradas cuarentenarias y enfermedades de los vegetales y sus productos.

3.3. Acuerdos Comerciales

3.3.1. Negociación CAN – MERCOSUR

Para la importación del Extracto de Quebracho desde Argentina, realizaremos el estudio del **Tratado de Libre Comercio Colombia, Ecuador, Venezuela y MERCOSUR – Anexo IV relativo al Régimen de Origen para las Importaciones del MERCOSUR.**²⁵

El presente régimen establece las normas para la calificación, declaración, certificación, control y verificación del origen de las mercancías aplicables al comercio en el mercado ampliado, así como para la expedición directa, sanciones y responsabilidades.

El Extracto de Quebracho es considerado como mercancía originaria de uno de los países signatarios del acuerdo, como lo es Argentina ya que es un producto elaborado de una planta que originaria de este país.

Para que el producto goce de todas las exoneraciones arancelarias es necesario la declaración y certificación del origen. Esto es posible realizarlo, con la obtención del Certificado de Origen.

El certificado de origen es el documento que certifica que las mercancías cumplen con las disposiciones sobre el origen del presente Régimen. Dicho certificado ampara una sola operación de importación de una o varias mercancías y su versión original deben acompañar al resto de la documentación, en el momento de tramitar el despacho aduanero.

²⁵ www.comunidadandina.org/externo/can_mercosur.htm

La expedición y control de la emisión de los certificados de origen estará bajo la responsabilidad de las autoridades competentes en cada Parte Signataria. Los certificados de origen serán expedidos por dichas autoridades en forma directa o por entidades en quienes se haya delegado dicha responsabilidad.

Las Partes Signatarias mantendrán vigentes las actuales reparticiones oficiales y los organismos públicos o privados habilitados para emitir certificados de origen, con el registro y las firmas de los funcionarios acreditados para tal fin, debidamente registrados en la Secretaría General de la ALADI. Sin perjuicio de las modificaciones que cada Parte Signataria requiera notificar, de acuerdo a los procedimientos dispuestos por dicha Secretaría General.

El certificado de origen deberá ser emitido a más tardar dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a su solicitud y tendrá una validez de ciento ochenta (180) días calendario, contados a partir de la fecha de su emisión.

El certificado de origen deberá llevar el nombre y la firma autógrafa del funcionario habilitado por las Partes Signatarias para tal efecto, así como el sello de la entidad certificadora.

Los certificados de origen no podrán ser expedidos con- antelación a la fecha de la factura comercial sino en la misma fecha o dentro de los sesenta (60) días calendario siguientes.

La descripción de la mercancía en el certificado de origen deberá concordar con la descripción del ítem arancelario en que se clasifica y con la que figura en la factura comercial.

En todos los casos, debe consignarse el número de la factura comercial en el campo reservado para ello en el certificado de origen. El certificado de origen deberá tener todos sus campos debidamente llenados.

El certificado de origen no deberá presentar raspaduras, tachaduras o enmiendas.

Adicionalmente es necesario que se dé la declaración jurada de origen, la cual deberá contener mínimo los siguientes datos:

- a) Nombre, denominación o razón social del productor y/o exportador, según corresponda y de su representante legal;
- b) Domicilio legal o registrado para efectos fiscales, según sea el caso;
- c) Descripción de la mercancía a exportar y su clasificación arancelaria;
- d) Valor FOB de la mercancía a exportar;
- e) Información relativa a la mercancía indicando:
 - materiales originarios de la Parte Signataria exportadora;
 - materiales originarios de otras Partes Signatarias, indicando:
 - origen;
 - clasificación arancelaria;
 - valor CIF, en dólares de los Estados Unidos de América;
 - porcentaje que representan en el valor FOB de la mercancía.
 - materiales no originarios de las Partes Signatarias, indicando:
 - origen y procedencia;
 - clasificación arancelaria;
 - valor CIF, en dólares de los Estados Unidos de América;
 - porcentaje que representan en el valor FOB de la mercancía;
- f) Una descripción de todo el proceso productivo.

Dicha declaración jurada deberá ser firmada por el productor cuando este sea el exportador. En caso que el productor no sea el exportador, la declaración jurada deberá ser firmada por ambos.

La declaración jurada tendrá una validez de tres (3) años a partir de la fecha de su recepción por las autoridades certificadoras, a menos que antes de dicho plazo se modifique alguno de los siguientes datos:

- a) origen, cantidad, peso, valor y clasificación arancelaria de los materiales utilizados en la elaboración de la mercancía;
- b) proceso de transformación o elaboración empleado;

- c) proporción del valor CIF de los materiales no originarios en relación al valor FOB de la mercancía;
- d) denominación o razón social del productor o exportador, su representante legal o domicilio de la empresa.

La modificación de uno o más de los datos señalados anteriores se deberá notificar a las autoridades competentes o entidades certificadoras según sea el caso, y ameritará la presentación de una nueva declaración jurada en los términos establecidos.

Para que una mercancía originaria se beneficie del tratamiento preferencial, deberá expedirse directamente de la Parte Signataria exportadora a la Parte Signataria importadora. A tal fin, se considera expedición directa:

- a) Las mercancías transportadas únicamente por el territorio de una o más Partes Signatarias del Acuerdo;

Adicionalmente es necesario mencionar que se cumplirán las disposiciones del Acuerdo 059:

3.3.2. Acuerdo N° 059

ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA SUSCRITO ENTRE LOS GOBIERNOS DE LA REPÚBLICA ARGENTINA, DE LA REPÚBLICA FEDERATIVA DEL BRASIL, DE LA REPÚBLICA DEL PARAGUAY Y DE LA REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY. ESTADOS PARTES DEL MERCOSUR Y LOS GOBIERNOS DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA, DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR Y DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA, PAÍSES MIEMBROS DE LA COMUNIDAD ANDINA.²⁶

Los Gobiernos de la República Argentina, de la República Federativa del Brasil, de la República del Paraguay y de la República Oriental del Uruguay, Estados Partes del MERCOSUR y los Gobiernos de la República de Colombia, de la República del Ecuador y de la República Bolivariana de Venezuela, Países Miembros de la

²⁶ <http://intranet.comunidadandina.org/Documentos/DInformativos/SGdi671.pdf>

Comunidad Andina serán denominados "Partes Signatarias". A los efectos del presente Acuerdo, las "Partes Contratantes" son, de una parte el MERCOSUR y de la otra parte los Países Miembros de la Comunidad Andina que suscriben el Acuerdo.

Tomando en consideración que es necesario fortalecer el proceso de integración de América Latina, a fin de alcanzar los objetivos previstos en el Tratado de Montevideo 1980, mediante la concertación de acuerdos abiertos a la participación de los demás países miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) que permitan la conformación de un espacio económico ampliado y que es conveniente ofrecer a los agentes económicos reglas claras y previsibles para el desarrollo del comercio y la inversión, para propiciar de esta manera, una participación más activa de los mismos en las relaciones económicas y comerciales entre los Estados Partes del MERCOSUR y los Países Miembros de la Comunidad Andina, se conviene que las Partes Contratantes conformarán una Zona de Libre Comercio a través de un Programa de Liberación Comercial, que se aplicará a los productos originarios y procedentes de los territorios de las Partes Signatarias. Dicho Programa consistirá en desgravaciones progresivas y automáticas, aplicables sobre los aranceles vigentes para la importación de terceros países en cada Parte Signataria, al momento de la aplicación de las preferencias de conformidad con lo dispuesto en sus legislaciones.

En el comercio de bienes entre las Partes Contratantes, la clasificación de las mercancías se regirá por la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, en su versión regional NALADISA 96 y sus futuras actualizaciones, las que no modificarán el ámbito y las condiciones de acceso negociadas, para lo cual la Comisión Administradora definirá la fecha de puesta en vigencia de dichas actualizaciones.

Con el objeto de imprimir transparencia a la aplicación y alcance de las preferencias, las Partes Signatarias se notificarán obligatoriamente a partir de la entrada en vigencia del presente Acuerdo, las resoluciones clasificatorias dictadas o emitidas por sus respectivos organismos competentes con base en las notas explicativas del Sistema Armonizado. Ante eventuales divergencias de

interpretación, las Partes podrán recurrir a la Organización Mundial de Aduanas (OMA), sin perjuicio de lo señalado en el literal e) del Artículo 41 del presente Acuerdo.

Este Acuerdo incorpora las preferencias arancelarias negociadas con anterioridad entre las Partes Signatarias en los Acuerdos de Alcance Parcial en el marco de la ALADI, en la forma como se refleja en el Programa de Liberación Comercial.

Asimismo, este Acuerdo incorpora las preferencias arancelarias y otras condiciones de acceso negociadas con anterioridad en los Acuerdos de Alcance Regional en el marco de la ALADI, en la forma como se refleja en el Programa de Liberación Comercial. No obstante, serán aplicables las preferencias arancelarias y otras condiciones de acceso que estén siendo aplicadas por las Partes Signatarias en la fecha de suscripción del presente Acuerdo, al amparo del Acuerdo Regional Relativo a la Preferencia Arancelaria Regional (PAR) y de los Acuerdos Regionales de Apertura de Mercados en favor de los países de menor desarrollo económico relativo (NAM). en la medida en que dichas preferencias y demás condiciones de acceso sean más favorables que las que se establecen en el presente Acuerdo.

Las Partes Signatarias no podrán adoptar gravámenes y cargas de efectos equivalentes distintos de los derechos aduaneros que afecten al comercio amparado por el presente Acuerdo. En cuanto a los existentes a la fecha de suscripción del Acuerdo, sólo se podrán mantener los gravámenes y cargas que constan en las Notas Complementarias, los que se podrán modificar pero sin aumentar la incidencia de los mismos.

Se entenderá por "gravámenes" los derechos aduaneros y cualquier otro recargo de efecto equivalente que incidan sobre las importaciones originarias de las Partes Signatarias. No están comprendidos en este concepto las tasas y recargos análogos cuando sean equivalentes al costo de los servicios prestados ni los derechos antidumping o compensatorios.

Las Partes Signatarias no mantendrán ni introducirán nuevas restricciones no arancelarias a su comercio recíproco.

Las Partes Contratantes se mantendrán mutuamente informadas, a través de los organismos nacionales competentes, sobre las eventuales modificaciones de los derechos aduaneros y remitirán copia de las mismas a la Secretaría General de la ALADI para su información.

En materia de licencias de importación, las Partes Signatarias se regirán por lo dispuesto en el Acuerdo sobre Procedimientos para el Trámite, de Licencias de Importación de la OMC.

Las Partes Contratantes, en un plazo no mayor a ciento ochenta (180) días contados a partir de la fecha de entrada en vigencia de este Acuerdo, intercambiarán listas de medidas que afecten su comercio recíproco, tales como, licencias no automáticas, prohibiciones o limitaciones a la importación y exigencias de registro o similares, con la finalidad exclusiva de transparencia. La inclusión de medidas en dicha lista no prejuzga sobre su validez o pertinencia legal.

Asimismo, las Partes Contratantes se mantendrán mutuamente informadas través de los organismos nacionales competentes, sobre las eventuales modificaciones de dichas medidas y remitirán copia de las mismas a la Secretaría General de la ALADI para su información.

3.4. Organismos Nacionales

Dentro de la Normativa Nacional no tenemos ningún tipo de documento previo que gestionar para la importación del Extracto de Quebracho; la subpartida arancelaria, no tiene ningún tipo de restricciones ni salvaguardias para la importación. Debido a esto, ningún Organismo Nacional interviene en el proceso de importación.

3.5. Regímenes Aduaneros

Los Regímenes Aduaneros son los siguientes:²⁷

3.5.1. Regímenes Comunes

- Importaciones a Consumo
- Exportación a Consumo

3.5.2. Regímenes Especiales

- Tránsito Aduanero
- Importación Temporal con Reexportación en el mismo Estado
- Importación Temporal para Perfeccionamiento Activo
- Depósito Aduanero
 - Comerciales
 - Públicos
 - Privados
 - Industriales
- Almacenes Libres y Especiales
- Exportación Temporal con Reimportación en el mismo Estado
- Exportación Temporal para Perfeccionamiento Pasivo
- Devolución Condicionada
- Reposición con Franquicia Arancelaria
- Zona Franca
 - Comerciales
 - Industriales
- Régimen de Maquila
- Ferias Internacionales

²⁷ Ley Orgánica de Aduanas, Capítulo VI, Regímenes Aduaneros Sección I

3.5.3. Regímenes Particulares o de Excepción

- Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos
- Tráfico Fronterizo
- Zona de Libre Comercio

Para nuestro estudio hemos elegido el Régimen de Importación a Consumo, que de acuerdo al Artículo 55 de la Ley Orgánica de Aduanas es el régimen aduanero por el cual las mercancías extranjeras son nacionalizadas y puestas a libre disposición para su uso o consumo definitivo.

Hemos escogido este Régimen Aduanero ya que la importancia de la comercialización del producto radica en la disponibilidad del mismo y que éste se encuentre en el momento preciso cuando el cliente lo requiere y así al estar presente constantemente en el mercado, el público va a tomarlo en cuenta al hacer una selección, para conocerlo, probarlo y consumirlo, y con base en ello tomar una decisión de fidelidad, y esto a su vez se traduce directamente en una garantía de permanencia en el mercado.

Adicionalmente, el único requisito previo al retiro de mercancías es el pago de tributos, sin exigencia de garantías ni presentación de documentación adicional para nacionalizar la misma.

La carga aproximadamente tarda en salir de Aduana, luego del arribo del buque en 3 días hábiles si el Aforo es Documental, salvo que se proceda con Aforo Físico tarda 2 días hábiles adicionales.

3.6. Reglas Generales para la Interpretación de la Nomenclatura Arancelaria

La clasificación del Extracto de Quebracho según la nomenclatura se regirá por los siguientes principios:²⁸

²⁸ www.educarm.es/templates/portal/ficheros/websDinamicas/30/reglas_sistema_armonizado.pdf

REGLA 1

Los títulos de las secciones, de los capítulos o de los subcapítulos sólo tienen un valor indicativo, ya que la clasificación está determinada legalmente por los textos de las partidas y de las notas de sección o de capítulo y, si no son contrarias a los textos de dichas partidas y notas, de acuerdo con las reglas siguientes:

REGLA 6

La clasificación de mercancías en las subpartidas de una misma partida está determinada legalmente por los textos de las subpartidas y de las notas de subpartida así como, mutatis mutandis, por las reglas anteriores, bien entendido que sólo pueden compararse subpartidas del mismo nivel, a efectos de esta regla, también se aplicarán las notas de sección y de capítulo, salvo disposiciones en contrario.

El Extracto de Quebracho se encuentra clasificado en la Subpartida Arancelaria 3201.10.00.00, tomando en consideración la Regla 1 que indica que la clasificación está determinada por los textos de partidas y textos de las subpartidas y Regla 6 que indica que solo pueden compararse subpartidas del mismo nivel.

Sección VI :	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS O DE LAS INDUSTRIAS CONEXAS
Capítulo 32 :	Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados; pigmentos y demás materias colorantes; pinturas y barnices; mástiques; tintas
Partida Sist. Armonizado 3201 :	Extractos curtientes de origen vegetal; taninos y sus sales, éteres, ésteres y demás derivados
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 32011000 :	- Extracto de quebracho
SubPartida Nacional 3201100000 :	EXTRACTO DE QUEBRACHO
Código Producto Comunitario (ARIAN) 3201100000-0000 :	
Código Producto Nacional (TNAN) 3201100000-0000-0000 :	

Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	0 %
FDI	0.5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Salvaguardia por Porcentaje	0 %
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	0 %
Afecto a Derecho Especifico	
Unidad de Medida	Kilogramo Bruto (KG)
Observaciones	
Es Producto Perecible	NO

Ilustración 18: Clasificación Arancelaria del Extracto de Quebracho

Fuente: Web CAE

La subpartida del Quebracho Atomizado no tiene restricciones de Importación.

The screenshot shows the 'Aduana del Ecuador' website interface. At the top, there are navigation tabs: 'Despacho', 'Carga', 'Trámite', 'Catalogos', 'Administración', and 'Arancel'. Below these, the 'Arancel Nacional' section is active. A search bar contains 'Partida : 3201100000' and 'y/o Descripción :'. A 'Consultar' button is visible. On the left, a sidebar menu lists various categories like 'Consultas', 'Arancel Nacional', 'Medidas Arancelarias', etc. The main content area displays the message: 'No existen restricciones/prohibiciones vigentes para la Consulta' with a link to 'Ver historico de Vigencias de Restricciones/Prohibiciones para la consulta'.

Ilustración 19: Restricciones de la Subpartida Arancelaria del Extracto de Quebracho

Fuente: Web CAE

3.7. Logística

La logística y el comercio internacional son diligencias que están experimentando un crecimiento enorme como consecuencia de la libre circulación de mercancías entre las diferentes áreas de mercado que componen países geográficamente cercanos. La actividad logística responde de forma inmediata a las transacciones comerciales que se inician entre empresas u organizaciones exportadoras o importadoras. Esta respuesta exige una plena sincronización entre los compromisos de entrega negociados y la capacidad real de la cadena de suministro que se establece entre las partes. La distribución o el aprovisionamiento de bienes procedentes de países lejanos obligan a las organizaciones a diseñar y ejecutar estrategias conjuntas para la comercialización y el movimiento eficiente de materiales.²⁹

Por todo lo anteriormente explicado, a continuación detallaremos los procesos con cada uno de los intervinientes dentro de la Logística de Importación del Extracto de Quebracho.

3.7.1. Operadores de Comercio Exterior

Los Operadores de Comercio Exterior que intervienen en el proceso de Importación del Extracto de Quebracho son:

- Exportador
- SENASA
- Aduana Argentina
- Naviera
- Importador
- Aseguradora
- CAE
- Agente Afianzado
- Almacenera

²⁹www.google.com/url?sa=t&source=web&ct=res&cd=1&ved=0CAYQFjAA&url=http%3A%2F%2Fbcncl.es%2Fcast%2FILI%2FM%25E1ster%2520en%2520LC_def.doc&rct=j&q=La+actividad+log%C3%ADstica+responde+de+forma+inmediata+a+las+transacciones+&ei=Vae2S8C2HITE8wTLqcjqAw&usg=AFQjCNF5YD63W026PgfTnriSCXwWxZsBnw

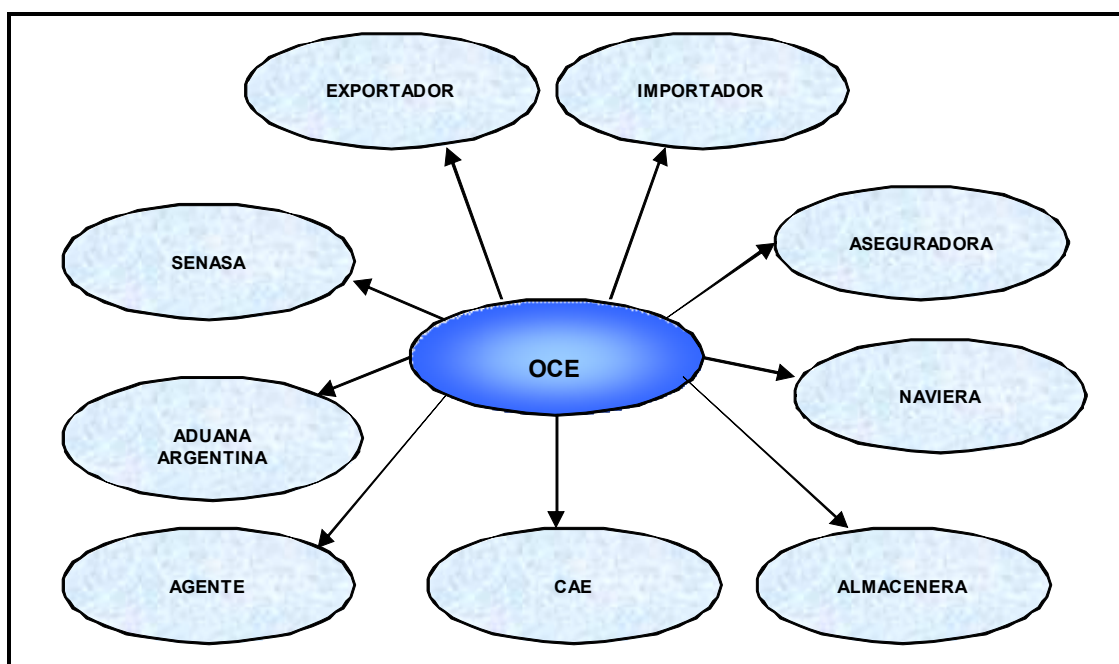


Gráfico 23: Operadores de Comercio Exterior

Elaborado por: Autoras

3.7.2. Elección de la Naviera

EMPRESAS NAVIERAS		
GREENANDES ECUADOR S.A.	HAMBURG SÚD ECUADOR S.A.	MAERSK DEL ECUADOR C.A.
Rep. Principal: Ing Luis Fernando Trujillo Seminario	Rep. Principal: Sr. Marcio V. Galavotti Rocchi	Rep. Principal: Sr. Marcos Eduardo Hansen
Dirección: Junín 114 y Malecón. Edificio Torres del Río. Piso 5 Oficina 6	Dirección: Av. Las Monjas # 10 y C.J. Arosemena. Edificio Berlín Planta Baja, Bloque B.	Dirección: Av. Juan Tanca Marengo Km 1.8 y Jose Santiago Castillo S/N, Edificio CONAUTO, Piso 3
Teléfonos: 2302020	Teléfonos: 2207989	Teléfonos: 2682531-2682532
Fax: 2302020 Ext. 130-131 - 2560206	Fax: 2207990	Fax: 2682533
WebSite: www.evergreen-marine.com	WebSite: www.hamburgsud.com	WebSite: www.maersksealand.com
Email: general@greenandes.com.ec	Email: hsdg@gye.hamburgsud.com ; marcio.rocchi@gye.hamburgsud.com	Email: ecuadm@maersk.com ; ecutopsec@maersk.com
MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY	NAVESUR S.A.	TRANSOCEANICA CIA. LTDA.
Rep. Principal: Sr. Gustavo Naranjo Suárez	Rep. Principal: Sr. José Antonio Gómez González	Rep. Principal: Ing. Carl Riemann Schwarz
Dirección: Av. Francisco de Orellana y Alberto Borges. Edificio Centrum Piso 15 Oficina 1	Dirección: Av. José Joaquín Orrantía y Av. Juan Tanca Marengo Edificio Executive Center Piso 1 Oficina 107	Dirección: Maleón 1401 e Illingworth. Piso 7
Teléfonos: 2693283 -2693290	Teléfonos: 2290049	Teléfonos: 2598060
Fax: 2693291 - 2693292	Fax: 2290054	Fax: 2598098
WebSite: www.mscevga.ch	WebSite: www.navesur.com	WebSite: www.transoceanica.com.ec
Email: mscecuador@mscecuador.com	Email: jgomezg@navesur.com ; maquir	Email: transoc@transoceanica.com.ec

Tabla 26: Empresas Navieras
Elaborada por: Autoras

La Empresa Naviera con la cual se trabajará es Mediterranean Shipping Company Chile S.A., Filial de la 2º Naviera más grande a nivel mundial, cuya casa matriz se encuentra en Ginebra, Suiza.³⁰

El motivo de la elección de esta Naviera es que brinda un servicio personalizado al cliente, tiene un tiempo de tránsito apropiado que permite siempre tener previsión de la disponibilidad del producto en bodega y además los costos son convenientes en comparación con otras Líneas Navieras, la cotización es la siguiente:

<u>FLETE MARITIMO</u>		
PUERTO EMBARQUE	1X20 STANDARD	
Buenos Aires	USD 1900.00	
<u>GASTOS DESTINO</u>		
THC (Terminal Handling Charge – Manipuleo en Terminal)	USD 114.00	NO GRAVA IVA
CONTROL DOCUMENTOS	USD 34.00	INCLUYE IVA
VISTO BUENO	USD 216.00	NO GRAVA IVA
HANDLING IMPORTACION	USD 33.60	INCLUYE IVA
SERVICIO DE RECAUDACION	USD 5.00	INCLUYE IVA
SELLO	USD 10.00	INCLUYE IVA
CONTROL Y SUPERVISION DE CONTENEDORES	USD 20.00	INCLUYE IVA
SALIDAS:	SEMANALES	
DIAS LIBRES:	21 Días	
TIEMPO DE TRÁNSITO:	18 días. Aprox.	
CREDITO:	15 días para pago de Gastos Locales	
Retiro del contenedor en Guayaquil, con la exoneración el cheque de garantía únicamente con una carta de responsabilidad.		

**Tabla 27: Cotización Mediterranean Shipping Company
Elaborada por Autoras
Fuente: Mediterranean Shipping Company**

³⁰ www.msccargentina.com/es/terms_conditions_page.html

3.7.3. Elección de la Aseguradora

Se han puesto a consideración las siguientes Empresas Aseguradoras:

ASEGURADORAS			
EMPRESA O PERSONA NATURAL	DIRECCION	PERSONA DE CONTACTO	TELÉFONO
ACE Seguros S. A.	Av. Amazonas 3655 y Juan Pablo Sanz, Edificio Antisana, 4to. Piso, Quito	Sr. Adriano Romano	593-2-2447 809
AIIG Metropolitana S. A.	Av. Brasil 293 y A. Granda Centeno, Edificio IACA. 5to. Piso. Quito	Dra. Diana Pinilla	593-2-2467 004
Alianza S. A.	Av. 12 de Octubre 1795 y Baquerizo Moreno, Quito	Sr. Eduardo Barquet	593-2-2256 143
Amedex S. A.	Av. Amazonas 4080 y UNP, Edificio Puerta del Sol, Torre Oeste, Oficina 802, Quito	Sr. Freddy Galarza	593-2 2261 299
Aseguradora del Sur S. A.	Av. República de El Salvador 34-211 y Moscú, Quito	Sr. Rodrigo Cevallos Breihl	593-2 2269 780
Cervantes S. A.	Av. Patria 640, Edificio Banco Internacional, 1er. Piso, Quito	Sr. Santiago Bermeo	593-2 2229 496
Seguros Colonial S. A.	Av. Amazonas 60-17 y Río Coca, Edificio Eteco-Promelsa, 2do. Piso, Quito	Ing. Fernando Mantilla	593-2 2468 933
Seguros Cóndor S.A.	Av. 12 de Octubre y Francisco Salazar, Ed. Plaza 2000, Piso 7	Ing. José Antonio Bastidas	593-2 2235211
Panamericana del Ecuador S. A.	Portugal E12-72 y Av. Eloy Alfaro, Quito	Dr. Luis Felipe Arango	593-2 2253 003
Reaseguradora Universal S. A.	Av. Amazonas 35-16 y Juan Pablo Sanz, Edificio Xerox, 1er. Piso, Quito	Lcdo. Galo Semblantes Vorbeck	593-2 2449 324

Tabla 28: Empresas Aseguradoras
Elaborada por: Autoras

La Empresa Aseguradora elegida es Seguros Cóndor S.A.

3.7.3.1. Servicio de Indemnizaciones de Seguros Cóndor

Como aseguradores profesionales, el personal de la Compañía es consciente que toda su actividad carecería de significado, si al momento crucial de la pérdida no se satisfacen las expectativas del asegurado, mediante una actitud amplia y receptiva

frente a la reclamación y un tratamiento rápido, comprensivo y equitativo en la liquidación de la indemnización.³¹

En concordancia con lo anterior, Seguros Cóndor tienen implementado en su departamento de indemnizaciones los mecanismos que le permiten atender de manera rápida los avisos de pérdida reportados, para entrar en comunicación inmediata con los clientes y su intermediario e iniciar los trámites respectivos de ajuste de las pérdidas. Para lo cual si se requiere la designación de ajustadores profesionales igualmente se hará siempre bajo la supervisión de la Compañía, para garantizar ante todo la prontitud y el adecuado servicio que se brinde a los asegurados.

Una vez liquidada y sustentada la pérdida, la Compañía está en disponibilidad de girar la indemnización en un corto plazo.

En complemento con las actividades de ajuste y liquidación del siniestro, la Compañía brinda el servicio de control portuario para las importaciones a través de compañías de reconocida experiencia en este medio, lo cual le permite de común acuerdo con el asegurado efectuar control de recepción, descargue, almacenamiento y traslado interno de la mercancía, hasta el destino final. Este servicio adicional, sin costo para el asegurado, es prestado por personal especializado en el área de manejo de carga y seguridad, y pretende disminuir la exposición de pérdida que puedan tener los asegurados.

3.7.3.2. Productos

Por muchos años Seguros Cóndor se ha desarrollado y especializado en las diversas áreas de seguros generales como una alternativa de servicio para el sector industrial y comercial en Ecuador, consolidándose sin lugar a dudas, como una de las opciones de mayor presencia en el mercado en estos ramos.

El prestigio que ha alcanzado la Compañía tanto a nivel nacional como internacional, sumado a su reconocida solvencia, solidez y capacidad financiera, le

³¹ www.seguroscondor.com/index.htm

permiten cubrir las necesidades de cobertura a nivel de pólizas de diferentes tipos de clientes en el Ecuador.

Más adelante se indicará el tipo de Seguro y demás detalles sobre el mismo que nos brinda Seguros Cóndor para la importación de Extracto de Quebracho.

3.7.4. Trámite de Importación

3.7.4.1. Diagrama General del Proceso

A continuación se presenta un esquema general del proceso de importación de Extracto de Quebracho, desde la Planta en Argentina, hasta la entrega de la mercancía en Ecuador a los distintos tipos de clientes.

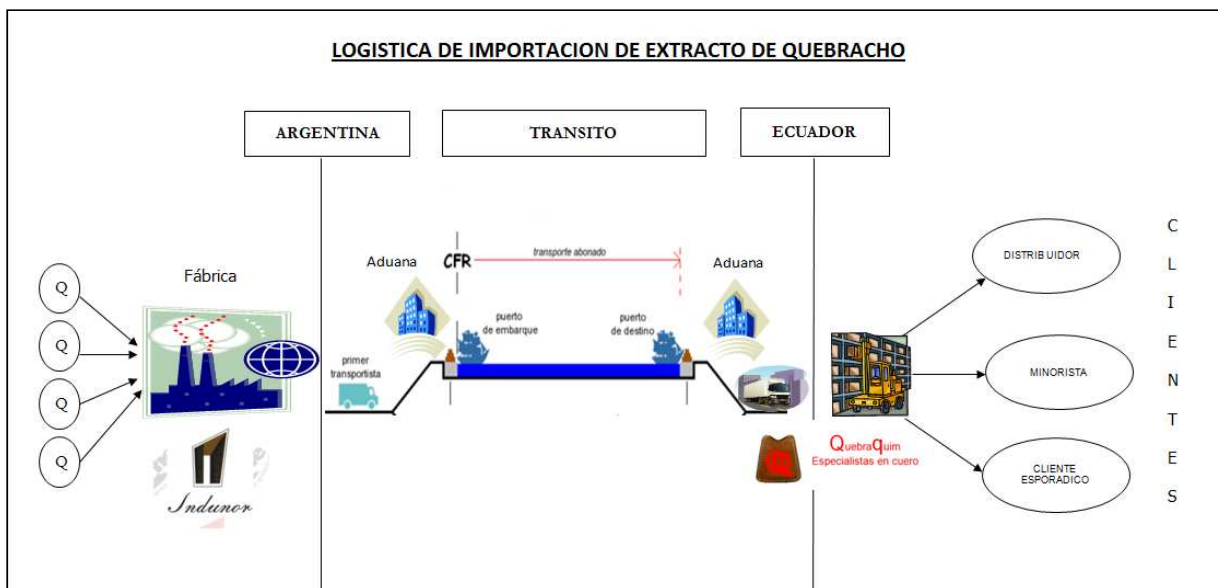


Gráfico 24: Diagrama General del Proceso de Importación de Extracto de Quebracho

Elaborado por: Autoras

3.7.4.2. Exportador – Negociación – Importador

El momento de establecer la cotización, Indunor, se toma en cuenta los siguientes aspectos:

- Características del producto
- El precio
- El tiempo de embarque
- Los términos de venta y de pago para la transacción
- Descuento de venta, si procede o no comisiones
- Período durante el cual la cotización es válida
- Fecha estimada de embarque y de arribo de la mercancía
- Puerto de Embarque

En el caso de Indunor y Quebraquim, el Incoterm con el que se negocia es CFR.

3.7.4.3. Cost and Freight (CFR o C&F) Costo y Flete

El vendedor transfiere el riesgo al comprador en el momento en que la mercancía cruza la borda del buque en el puerto de embarque. Es el vendedor quien selecciona la línea naviera y paga el flete marítimo hasta el puerto convenido, así como los gastos de carga de la mercancía al buque, al igual que las formalidades aduaneras de exportación. Se utiliza en transporte marítimo.³²

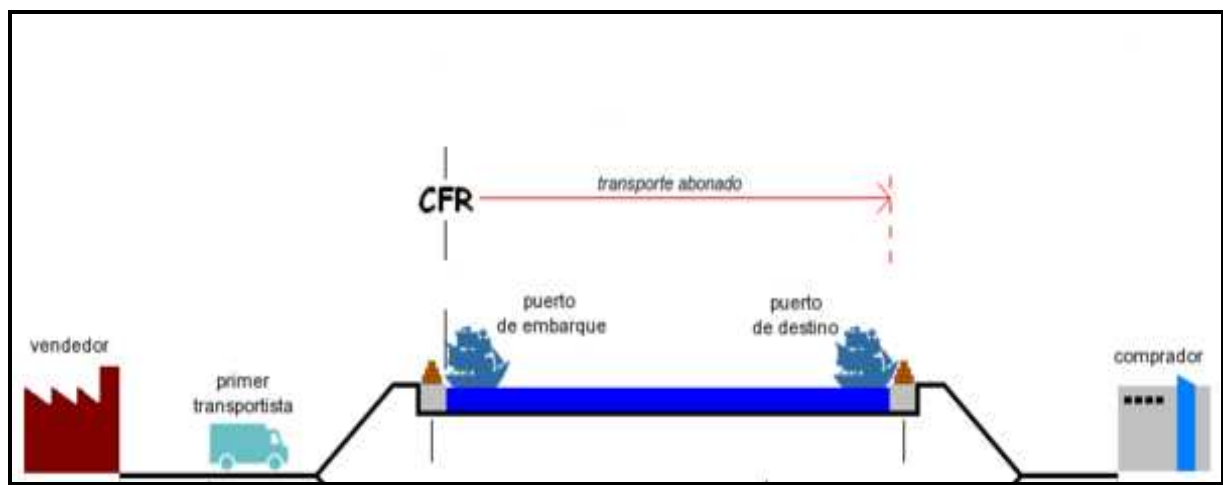


Ilustración 20: INCOTERM - CFR

³² www.camarasal.com/INCOTERMS.pdf

3.7.4.4. Exportador en Planta

1. El Exportador procede a preparar el Extracto de Quebracho en las fundas de yute de 25Kg. cada una.
2. Se hacen los ingresos correspondientes en el sistema de toda la mercancía que está siendo embalada y paletizada para que se proceda con el ingreso correspondiente.
3. La persona de Servicio al Cliente, verifica que las cargas ingresadas correspondan efectivamente al pedido que esté siendo despachado y embarcado para generar la documentación reglamentaria final.
4. La Planta informa al Aérea Comercial sobre el valor total de la carga, así como el número de toneladas métricas que se están despachando.
5. Los formatos de los pedidos despachados deben contener la siguiente información:
 - a. Número de Pedido
 - b. Número de Factura que se asignará
 - c. Precio correcto de acuerdo a la cotización enviada al cliente
 - d. Cantidad de Bultos y presentación
 - e. Peso Neto y Peso Bruto correctos
 - f. El costo del flete marítimo negociado
 - g. Packing List
6. Se realiza la verificación interna entre órdenes ingresadas, despachados y cargas físicamente realizadas para enviar la documentación a Facturación.

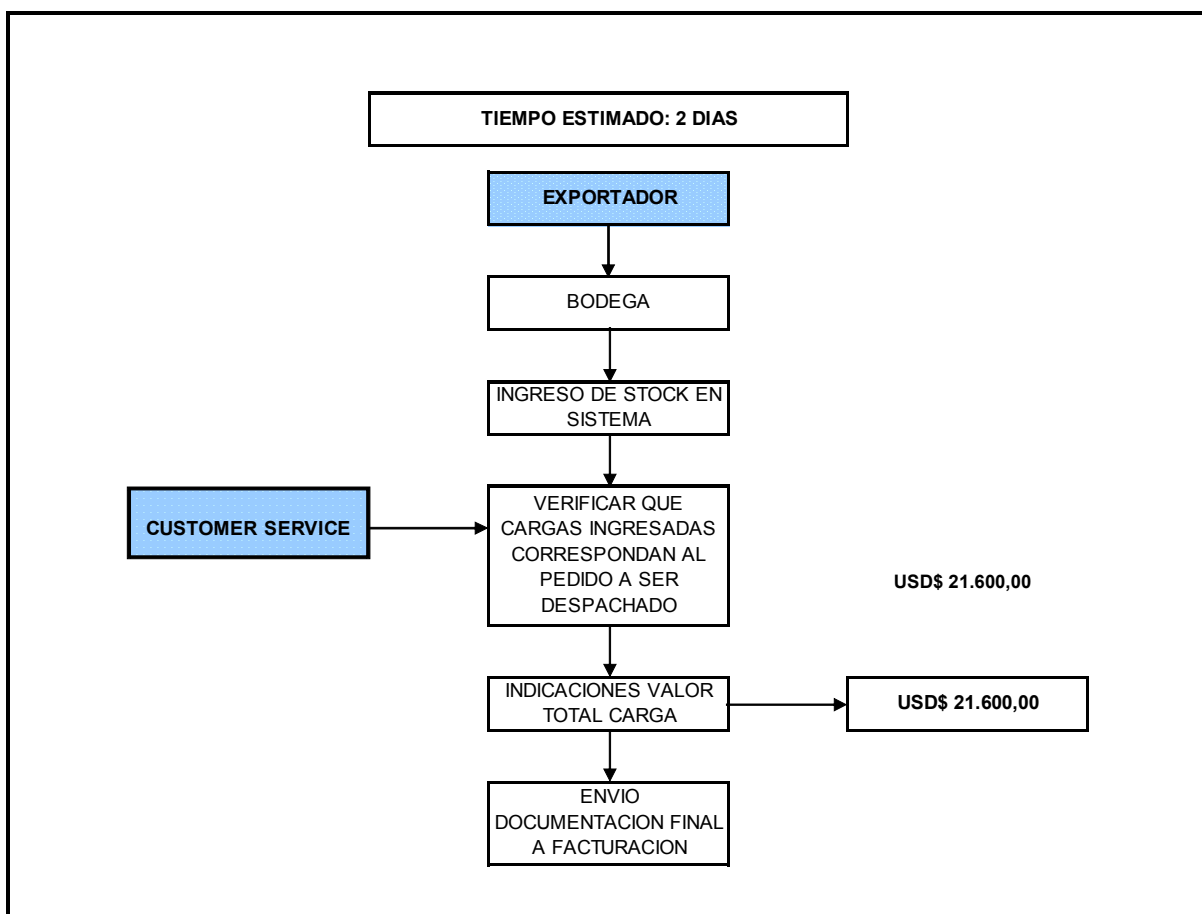


Gráfico 25: Procesos que cumple el Exportador en Planta
Elaborado por: Autoras

3.7.4.5. Proceso de Exportación

<u>PROCESO</u>	<u>TIEMPO</u>	<u>COSTO</u>
Estibaje	1 día	USD\$ 60,00
Flete Chaco – Buenos Aires	3 días	USD\$ 1.100,00

TABLA 29: Carga de la mercancía en Planta – 1FCL (Full Container Load - Contenedor Completo) – 18TM
Elaborada por: Autoras

1. El Exportador recibe los camiones que envía la Empresa de Transporte Terrestre para el embarque de su mercancía en El Chaco, ubicado al nordeste de Argentina.

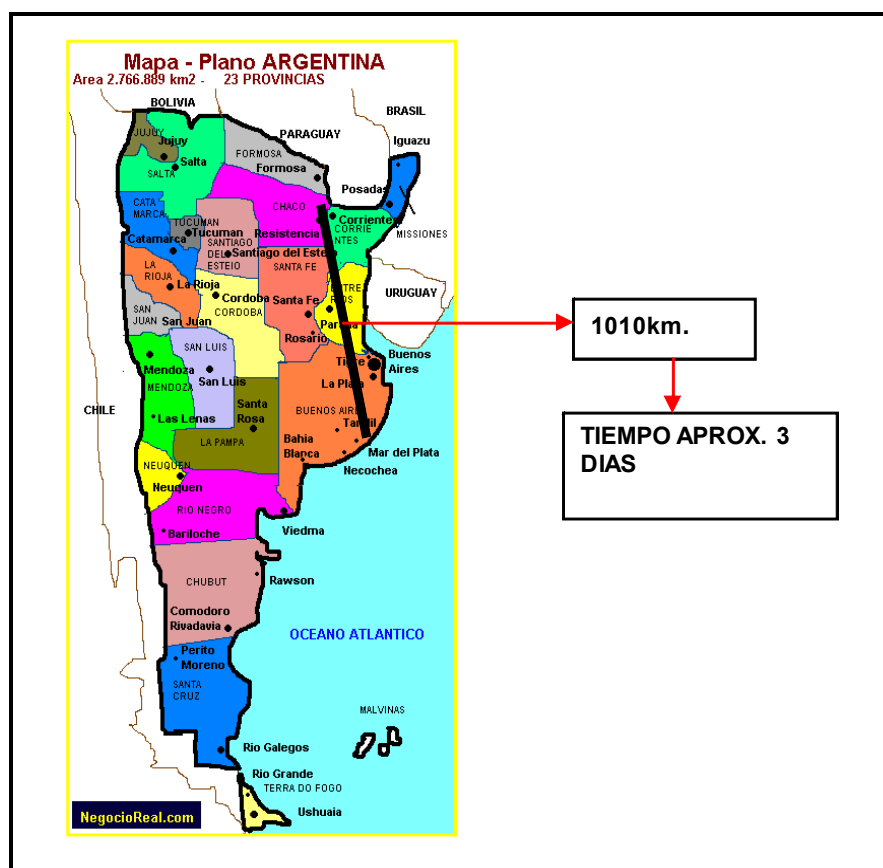


Gráfico 26: Mapa Físico de Argentina – Distancia Planta Indunor a Puerto de Embarque en Buenos Aires
 Elaborado por: Autoras

2. Se carga el producto paletizado y este es enviado al puerto de embarque en Buenos Aires. Los pallets se compran debidamente fumigados, según las NORMAS INTERNACIONALES PARA MEDIDAS FITOSANITARIAS NIMF N° 15 de la REGLAMENTACIÓN DEL EMBALAJE DE MADERA UTILIZADO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL (ABRIL 2009).³³
3. El Exportador previamente realiza una reserva de espacio en el buque, de la naviera seleccionada. Una vez que los camiones llegan al puerto se proceden a cargar en el contenedor. La naviera hace colocar el contenedor dentro del buque y hace su registro en el sistema de aduanas indicando el número de B/L (Bill of Lading – Conocimiento de Embarque) con su respectivo manifiesto; una vez que el buque llega al puerto de destino cada despachador hace su nacionalización.

³³ www.mapa.es/agricultura/pags/sanidadVegetal/EmbalajesdeMadera/directrices_embalaje_madera.pdf

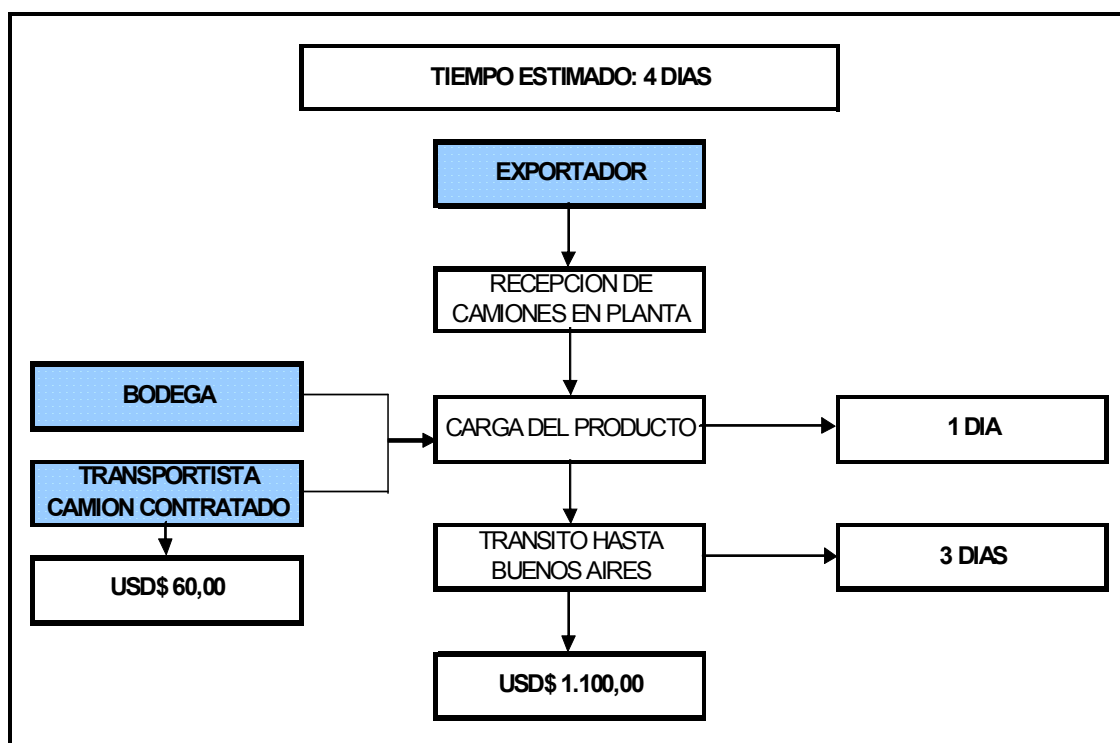


Gráfico 27: Carga de Quebracho
 Elaborado por: Autoras

3.7.4.6. Documentación Final de Exportación

<u>PROCESO</u>	<u>TIEMPO</u>	<u>COSTO</u>
Elaboración Factura	2 días	USD\$ 2,00
Elaboración Packing List	2 días	USD\$ 2,00
Emisión Certificado Fitosanitario	2 días	USD\$ 20,00
Emisión Certificado de Origen	3 días	USD\$ 0,00
Emisión de Conocimiento de Embarque	5 días	USD\$ 50,00

TABLA 30: Documentación Final de Exportación
 Elaborada por: Autoras

3.7.4.6.1. Factura Comercial

Una vez elaborada la documentación interna correspondiente, se procede a elaborar la factura con la información de respaldo, posteriormente se escanea la factura y se envía vía mail al importador para revisión, aprobación y finalmente se imprime la original.

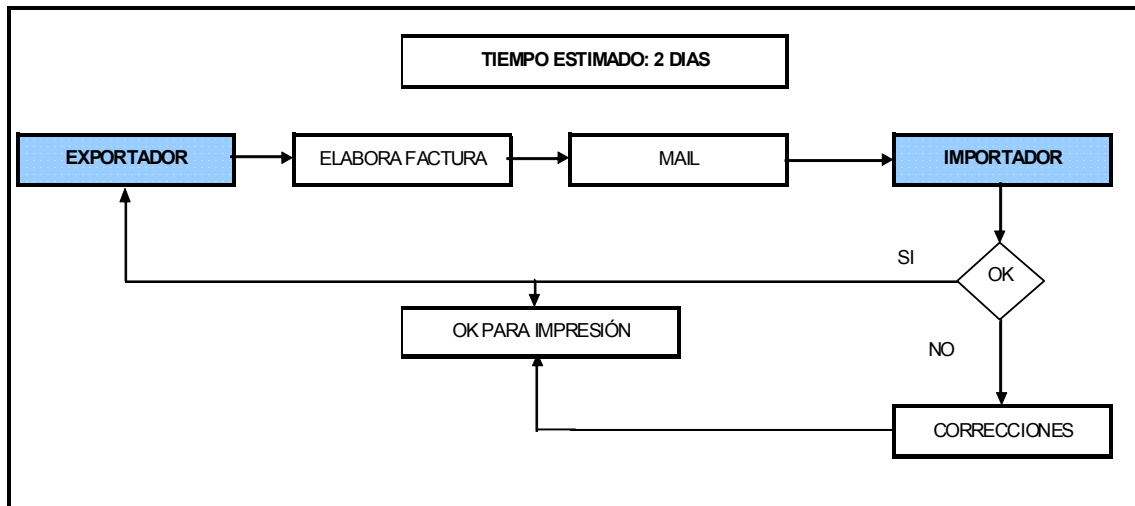


Gráfico 28: Factura Comercial
Elaborado por: Autoras

3.7.4.6.2. Packing List – Lista de Empaque

Se procede a realizar la Lista de Empaque correspondiente con las especificaciones de la factura comercial, y los datos corroborados por Planta.

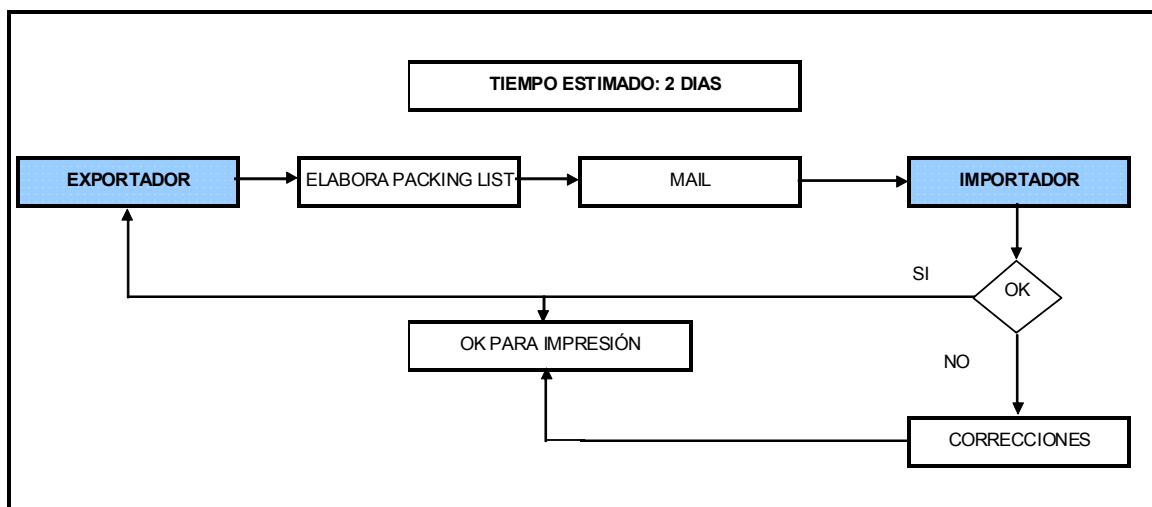


Gráfico 29: Packing List
Elaborado por: Autoras

3.7.4.6.3. Certificado Fitosanitario

1. El exportador verifica las regulaciones que debe cumplir con el país importador.
2. Recibe la información proporcionada por el SENASA de Argentina (Servicio Nacional de Sanidad Animal y Calidad Agroalimentaria).³⁴
3. Solicita al SENASA la certificación de cumplimiento de requisitos y se envían las muestras correspondientes para el análisis.
4. Estas son enviadas a un laboratorio para la revisión de las mismas.
5. Se efectúa el análisis y se expide el dictamen de certificación. En el caso de que SENASA no estuviere conforme con la calidad del Extracto de Quebracho, el Exportador presentará los justificativos necesarios de su Departamento de Calidad y reingresa nuevamente el trámite para el análisis y posterior aprobación.
6. En este Certificado Fitosanitario consta lo siguiente: POR EL PRESENTE SE CERTIFICA QUE LAS PLANTAS, PRODUCTOS VEGETALES U OTROS ARTICULOS REGLAMENTADOS, DESCRITOS AQUÍ, HAN SIDO INSPECCIONADOS Y/O ANALIZADOS, DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS OFICIALES ADECUADOS, Y SE CONSIDERAN LIBRES DE PLAGAS CUARENTENARIAS ESPECIFICADAS POR LA PARTE CONTRATANTE IMPORTADORA Y QUE CUMPLEN CON LOS REQUISITOS FITOSANITARIOS EXIGIDOS POR ESTA, INCLUYENDO LOS RELATIVOS A PLAGAS NO CUARENTENARIAS REGLAMENTADAS.

³⁴ www.senasa.gov.ar

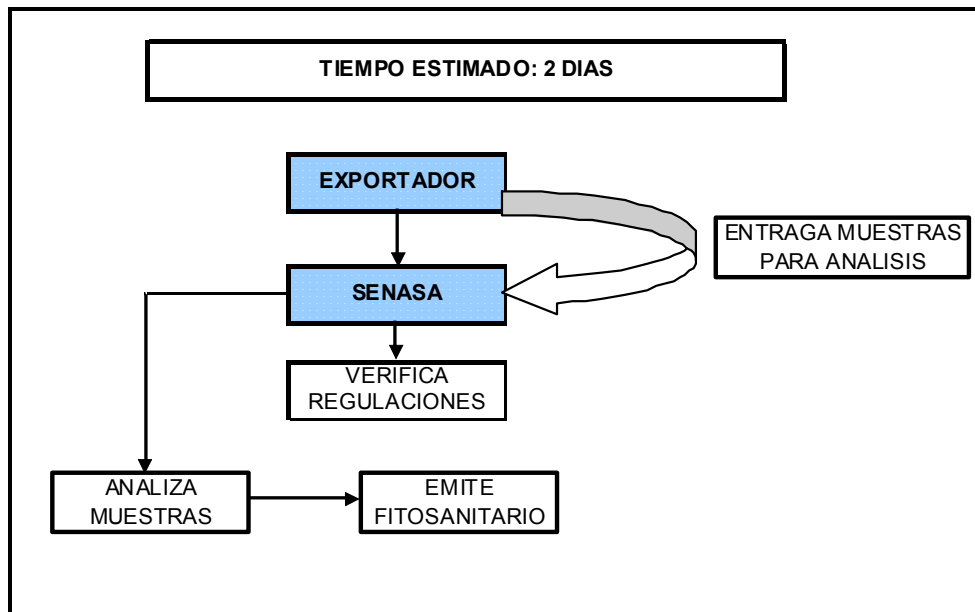


Gráfico 30: Certificado Fitosanitario
Elaborado por: Autoras

3.7.4.6.4. Certificado de Origen

1. El exportador verifica la existencia de algún acuerdo de libre comercio con el país importador.
2. La Cámara de Comercio de Exportadores de la República Argentina proporciona información sobre los Tratados de Libre Comercio suscritos entre Ecuador y Argentina.
3. El exportador procede a la revisión de los mismos y solicita el Certificado de Origen tomando en cuenta el Acuerdo Mercosur – Colombia – Ecuador y Venezuela. Para que esto sea aprobado es necesario que el Exportador presente la siguiente información para que quede debidamente registrado en la Cámara de Comercio Argentina:
 - Fotocopia del Permiso de embarque cumplido, o en su defecto del documento de embarque (Conocimiento de Embarque -B/L-, Guía Aérea).
 - Fotocopia de la Factura Comercial (Pro forma).
 - Constancia de carga del Formulario “A” impresa. La misma se obtiene a través del sistema. El exportador deberá ingresar al sistema <http://sistemas.indcompyme.gov.ar/sur/extranet/> con un código de registro; en caso de no estar registrado en el sistema se deber ingresar al [Registro de Empresas](#). Una vez en el sistema el exportador completará el

Formulario “A” – Certificado de Origen en el sistema. Se imprime constancia de carga que genera el sistema.

- Se Presenta toda la documentación en el Área de Sistema Generalizado de Preferencias, Dirección de Promoción de Exportaciones, en Buenos Aires, de Lunes a Viernes de 13:00 a 16:00 hs.
- Finalmente se retira el Formulario “A” intervenido por la Dirección de Promoción de Exportaciones en el Área de Sistema Generalizado de Preferencias, Dirección de Promoción de Exportaciones, en Buenos Aires, de Lunes a Viernes de 13:00 a 16:00 hs.

La emisión del Certificado de Origen es gratuita, y debe ser gestionado por Exportadores o personas autorizadas por ellos en el momento del embarque de la mercancía. La emisión del documento depende de la Subsecretaría de Política y Gestión Comercial, Ministerio de Producción.

El tiempo que demora desde la solicitud hasta la entrega del documento es de setenta y dos (72) horas para embarques vía marítima.

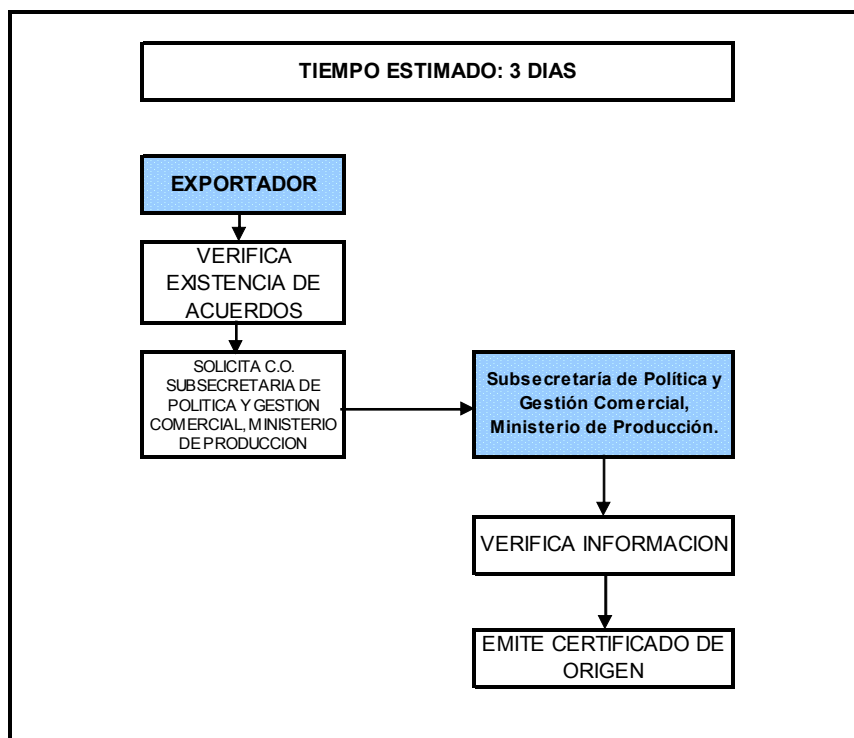


Gráfico 31: Certificado de Origen
Elaborado por: Autoras

3.7.4.6.5. Bill of Lading o Conocimiento de Embarque

1. De acuerdo a la negociación del Incoterm correspondiente, en este caso CFR, se procede a embarcar con la Naviera Mediterranean Shipping Company.
2. El puerto de origen es el lugar donde saldrá la mercancía hacia el puerto de destino; el importador deberá tener conocimiento del puerto donde será destinada la carga así como la línea naviera contratada.
3. El exportador carga la mercancía en la Planta de Indunor situada en el Chaco.
4. Se envía la mercancía en camiones y esta es llevada al puerto; en el almacén correspondiente se procede a contenerizar.
5. Una vez contenerizado, se carga el contenedor en el buque asignado y se procede a despachar el Extracto de Quebracho hacia Ecuador.
6. Culminado el embarque del contenedor, la naviera recopila todos datos exigibles completar la información del B/L y este es emitido una vez que tengan los datos exactos de salida de la mercancía del puerto, estos datos son:

- Consignatario
- Consignante
- Puerto de Embarque
- Puerto de Destino
- Nombre de la Nave
- Número de Viaje
- Peso Neto
- Peso Bruto
- Número de Bultos
- Descripción de la mercancía
- Nivel de Peligrosidad
- Sello
- Número de Contenedor
- Tipo de Flete
- Fecha de Zarpe

7. Se envía un borrador del Conocimiento de Embarque al exportador para la aprobación correspondiente y este da el OK para impresión final.
8. Se envían originales y copias al exportador para que proceda con el envío de toda la documentación original al importador.



Ilustración 21: Contenedor 20' Standard

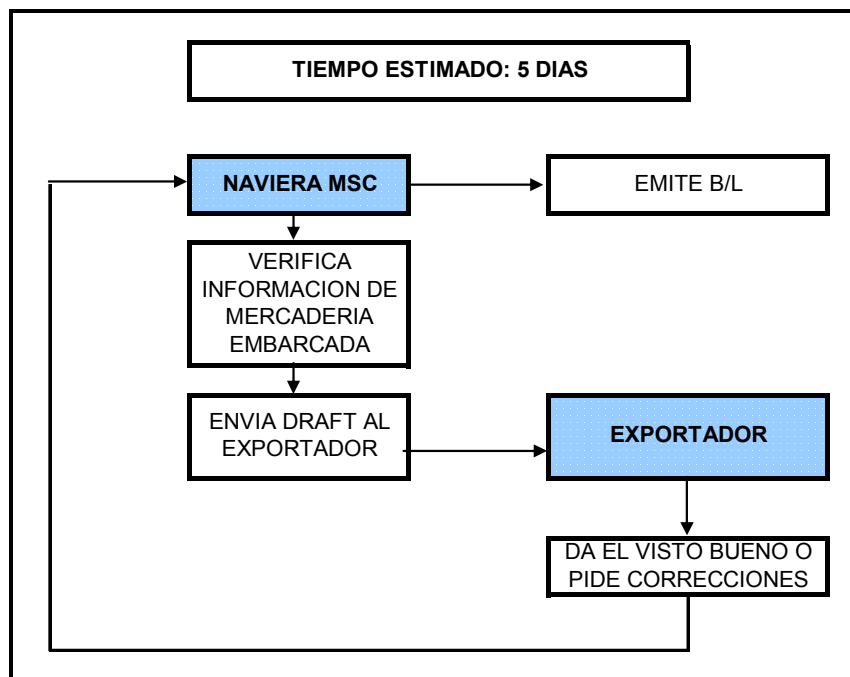


Gráfico 32: Emisión de B/L
Elaborado por: Autoras

3.7.4.7. Envío de Documentación Física al Importador

<u>PROCESO</u>	<u>TIEMPO</u>	<u>COSTO</u>
Envío por Courier	3 días	USD\$ 42,50

TABLA 31: Envío Documentación Física al Importador
Elaborada por: Autoras

Se contrata a FEDEX para el envío de documentos, se procede a embalar los mismos y se realiza el despacho para el importador, quién lo recibe luego de 3 días laborables aproximadamente, a través del Banco.

3.7.4.8. Tránsito

<u>PROCESO</u>	<u>TIEMPO</u>	<u>COSTO</u>
Flete	18 días aprox.	USD\$ 1.900,00
THC (Flete Interno)	1 día	USD\$ 140,00
Manipuleo Contenedor	1 día	USD\$ 35,00
Emisión de B/L	2 días	USD\$ 60,00
Cargos Logísticos por Servicios de la Naviera	1 día	USD\$ 25,00

TABLA 32: Costos de la Naviera en el Exterior pagados por el Exportador
Elaborada por: Autoras

<u>PUERTO</u>	<u>PAIS</u>	<u>FRECUENCIA</u>	<u>VIA</u>	<u>N° DIAS</u>
CARTAGENA	COLOMBIA	SEMANAL	CAUCEDO	14
BUENAVENTURA	COLOMBIA	SEMANAL	FREEPART	16
GUAYAQUIL	ECUADOR	SEMANAL	CAUCEDO	18
CALLAO	PERU	SEMANAL	FREEPART	21
PAITA	PERU	SEMANAL	CAUCEDO / BALBOA	24

Gráfico 33: Frecuencias
Elaborado por: Autoras
Fuente: Naviera MSC

3.7.4.8.1. Ruta

- a. Buenos Aires
- b. Montevideo
- c. Río Grande
- d. México
- e. Panamá
- f. Cartagena
- g. Guayaquil



Gráfico 34: Ruta
Elaborado por: Las Autoras

3.7.4.9. Arribo de documentación al Importador y envío a Agente Afianzado

<u>PROCESO</u>	<u>TIEMPO</u>	<u>COSTO</u>
Revisión documental	1 día	-
Solicitud Póliza de Seguro	1 día	USD\$ 58,75 (0,25% CFR = USD\$ 23.500,00)
Envío documentos Agente	2 horas	USD\$ 4,00
Ingreso documentos CAE	1 día	-

TABLA 33: Arribo de Documentación al Importador y envío a Agente Afianzado
Elaborada por: Autoras

1. Una vez que el exportador ha enviado los documentos, el importador es notificado a través de correo electrónico para que retire los documentos del banco al arribo de los mismos, previo el pago de la Factura Comercial.
2. FEDEX procede con la entrega formal y esto se notifica al exportador para constancia de la recepción.
3. El importador realiza la revisión correspondiente de la documentación recibida, se debe verificar que la Factura Comercial, Conocimiento de Embarque, Packing List, Certificado de Origen, Certificado Fitosanitario, contengan la información completa y correcta para la nacionalización (Si el importador ve que existen inconsistencias en cuanto a la información, solicita al exportador los correctivos del caso y nueva emisión de ser preciso para evitar inconvenientes el momento de nacionalizar).
4. El importador gestiona la Póliza de Seguro de Transporte, con la debida anticipación (antes de la salida del buque en origen) con el fin de llegar al término CIF que es la base imponible para las importaciones.

Se contratará una póliza seguro contra LIBRE DE AVERIA PARTICULAR (L.A.P), la póliza se emite para amparar la movilización de la mercancía. El límite de la póliza es de USD\$ 200.000, lo que indica que este es el máximo de responsabilidad de la Compañía Aseguradora sobre los bienes asegurados.

Daños al medio transportador:

- Vuelco
- Embarrancamiento
- Encallamiento
- Hundimiento
- Descarrilamiento
- Caída
- Incendio
- Choque con objeto externo

Dentro de lo que cubre la misma constan los siguientes elementos:

- Embalaje: Sacos, cajas, tambores metálicos y/o plásticos, siempre y cuando sean aprobados internacionalmente para cada tipo de mercancías.
- Valuación: CFR + 10% derechos arancelarios y otros Gastos Adicionales de Aduana.

Los valores deducibles son los siguientes:

- General: 10% del valor del siniestro.
- Robo y Asalto: 10% del valor del siniestro.

La tasa negociada es 0,25% del valor CFR, lo cual cubre transporte Marítimo y/o Aéreo y/o Terrestre.

El trayecto asegurado, va desde el puerto, hasta las bodegas del Asegurado en Ambato – Ecuador. Esto se sujeta al término de compra – venta (INCOTERM) utilizado en cada caso.

En caso de que el momento del siniestro se determine que el embalaje no era el apropiado según Normas Internacionales, no procederá la aplicación.

Es obligación del Asegurado, notificar inmediatamente cuando ocurra el siniestro para que la Aseguradora tome las providencias necesarias. A partir del momento del siniestro se tienen 72 horas hábiles para reportarlo.

El Asegurado, notifica con 48 horas de anticipación el arribo del buque para que cada embarque sea claramente identificado y para efectos de contratación de Custodia Aduanera.

Con respecto a la Custodia Aduanera el transporte que se utilizará una vez que la mercadería sale del almacén temporal, es terrestre, el contenedor es descargado directamente en nuestra bodega en Ambato y durante todo el camino custodia armada lo escolta para evitar robos o cambio de mercancía en el tránsito.

5. La póliza se adjunta a la demás documentación de acompañamiento y se envía al agente afianzado.

6. La Clasificación Arancelaria está definida por la aplicación de las Normas establecidas en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, sobre las Reglas Generales Interpretativas y las Notas Explicativas, esto permitirá el uso de la preferencia arancelaria. En el caso del Extracto de Quebracho, la subpartida es la **3201.10.00.00 EXTRACTO DE QUEBRACHO**.

7. Una vez que el agente de aduana tiene los documentos revisa que los mismos estén completos: Factura Comercial, Conocimiento de Embarque con visto bueno, Póliza de Transporte, Packing List.

8. Posteriormente, Baja Manifiesto Electrónico del SICE y procede a digitar en el sistema toda la información para generar el DAU.

9. El DAV correspondiente es elaborado por el Importador quien envía al Agente Afianzado para que lo adjunte a los documentos de acompañamiento.

10. La documentación completa es ingresada por ventanilla a la CAE para que se proceda con el trámite de nacionalización.

3.7.4.10. Arribo y Nacionalización de la Mercancía en Destino

<u>PROCESO</u>	<u>TIEMPO</u>	<u>COSTO</u>
ALMACENERA CONTECON		
Recepción / Despacho Contenedores	2 días	USD\$ 37,05
Porteo de Contenedores	1 día	USD\$ 42,93
Pesaje de Contenedores	1 día	USD\$ 36,98
Almacenaje de Contenedores	8 días	USD\$ 29,57
Protección / Colocación de Sellos	1 día	USD\$ 4,26
NAVIERA MSC		
THC	1 día	USD\$ 114,00
Control Documentos	1 día	USD\$ 34,00
Visto Bueno	2 días	USD\$ 216,00
Handling Importación	1 día	USD\$ 33,60
Servicio de Recaudación	1 día	USD\$ 5,00
Sello	1 día	USD\$ 10,00
Control y Supervisión de Contenedores	1 día	USD\$ 20,00
AGENTE AFIANZADO		
Servicios	8 días	USD\$ 100,00
LIQUIDACION CAE - IMPUESTOS		
Impuestos correspondientes	2 días	USD\$ 2.958,98
Impuesto de Salida de Divisas	2 días	USD\$ 470,00
CORPEI	2 días	USD\$ 5,40
Tiempo Total de Nacionalización y retiro del Puerto	3 días aprox.	

TABLA 34: Pagos que realiza el Importador – NAVIERA – ALMACENERA – AGENTE AFIANZADO – TRIBUTOS AL COMERCIO EXTERIOR
Elaborada por: Autoras

<u>PROCESO</u>	<u>TIEMPO</u>	<u>COSTO</u>
EN ADUANA		
Recepción de documentos	2 horas	USD\$ 0,00
Revisión de documentos	2 horas	USD\$ 0,00
Aforo Físico o Documental	30 minutos	USD\$ 0,00
NOTA: LA ADUANA NO COBRA POR LOS SERVICIOS ANTES MENCIONADOS		
Aforo	1 día	USD\$ 0,00
Emisión de Informe	1 hora	USD\$ 0,00
Envío para liquidación de tributos	2 horas	USD\$ 0,00

TABLA 35: Tiempo de Gestión del Trámite en la CAE
Elaborada por: Autoras

3.7.4.10.1. Previo al arribo de la Mercancía

1. Previo al arribo de la mercancía, la naviera envía el manifiesto de carga electrónico a la CAE, con 48 horas de anticipación.
2. El Transportista deberá transmitir electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) la información del Manifiesto de Carga dentro de las siguientes 48 horas antes de la llegada del Medio de Transporte.
3. Aquí es posible realizar correctivos necesarios en caso de existir errores.
4. Esta información es enviada a través del Correo Seguro.
5. Con esta información la CAE comprobará los siguientes datos:
 - Aduana del manifiesto
 - Año del manifiesto de carga
 - Código de tipo de manifiesto
 - Número de manifiesto de carga
 - Puerto de descarga
 - Dígito verificador
 - Año de la orden interna del operador
 - Número de orden interna del operador

- Tipo de transacción
- Cantidad de documentos de transporte
- Peso bruto en kilos
- Bultos
- Volumen
- Cantidad de contenedores
- Tipo de envío
- Código de la empresa
- Propietaria del medio de transporte
- Nave
- Código del agente
- Operador del medio de transporte
- Número de viaje del medio de transporte
- Fecha estimada de arribo
- Nombre del medio de transporte
- Nacionalidad o bandera del medio de transporte
- Capitán de la nave
- Puerto de inicio del viaje
- Fecha de zarpe en puerto
- Fecha de envío
- Hora de envío

3.7.4.10.2. Arribo de la Mercancía

1. Cuando la mercancía ha arribado y ha sido manifestada electrónicamente, se procede con la tarja de Aduana, que es el conteo y registro de los bienes que se descargan, del recinto aduanero, comprendiendo la anotación de la información que en cada caso se requiera, tal como el tipo de mercancía, cantidad, marcas, estado y condición exterior del embalaje.³⁵
2. A la par de ello la mercancía se descarga en plataforma y la empresa almacenera de turno o la que se encuentre designada en el manifiesto procede al retiro de la mercancía y la traslada a sus instalaciones.

³⁵ www.sunat.gob.pe/orientacion/sDetracciones/anexo3.html

3. Mientras tanto el agente afianzado quién revisa periódicamente si el buque ha arribado, procede a preparar la información y documentación para ingreso a la CAE. Apenas la Naviera envía el Aviso de Llegada correspondientes, el Agente en primera instancia genera la DAU en forma electrónica, posteriormente se entrega en forma física la documentación en la CAE junto con la Declaración Aduanera generada y el DAV a través de ventanilla.
4. Se procede con el Aforo Físico o Documental de la mercancía arribada, una vez que el Revisor Documental examina la documentación.
5. Una vez realizado el Aforo Documental automáticamente se genera la liquidación, si se procedió con Aforo Físico, se realiza la respectiva Acta de Aforo y si no ha existido ninguna novedad respecto a Valor, Clasificación, Cantidad, etc., en el SICE se genera la Liquidación de la Obligación Tributaria Aduanera. La importación de Quebracho grava IVA y Fodinfra.
6. Se cancelan los tributos correspondientes en el banco.
7. Se adiciona el valor del cupón del Corpei que es el 0,025% del Valor FOB.
8. Se cancela el bodegaje en Contecon u otro.
9. Se procede a contratar el transporte y se genera la Autorización de ingreso y salida de vehículos pesados (AISV) para el transporte en la bodega. El momento de salir se pasa por la báscula para que la carga sea pesada y se verifica que los sellos del contenedor estén íntegros y sean los mismos que están en la Declaración de Contenedores.
10. Se procede a retirar la carga del almacén temporal.

3.7.4.11. Recepción de Mercancía en Bodega

<u>PROCESO</u>	<u>TIEMPO</u>	<u>COSTO</u>
Custodia	1 día	USD\$ 350,00
Flete Guayaquil – Ambato (Incluido desestiba en bodega)	1 día	USD\$ 0,80 x cada saco = 720 sacos x 0,66 = 480,00

TABLA 36: Recepción de Mercancías en Bodega
Elaborada por: Autoras

1. Cuando la mercancía ha salido del almacén temporal es transportada hacia la bodega en Ambato.
2. Una vez en la Bodega se descarga el contenedor completo para la respectiva revisión.
3. El producto es despachado a las respectivas empresas.

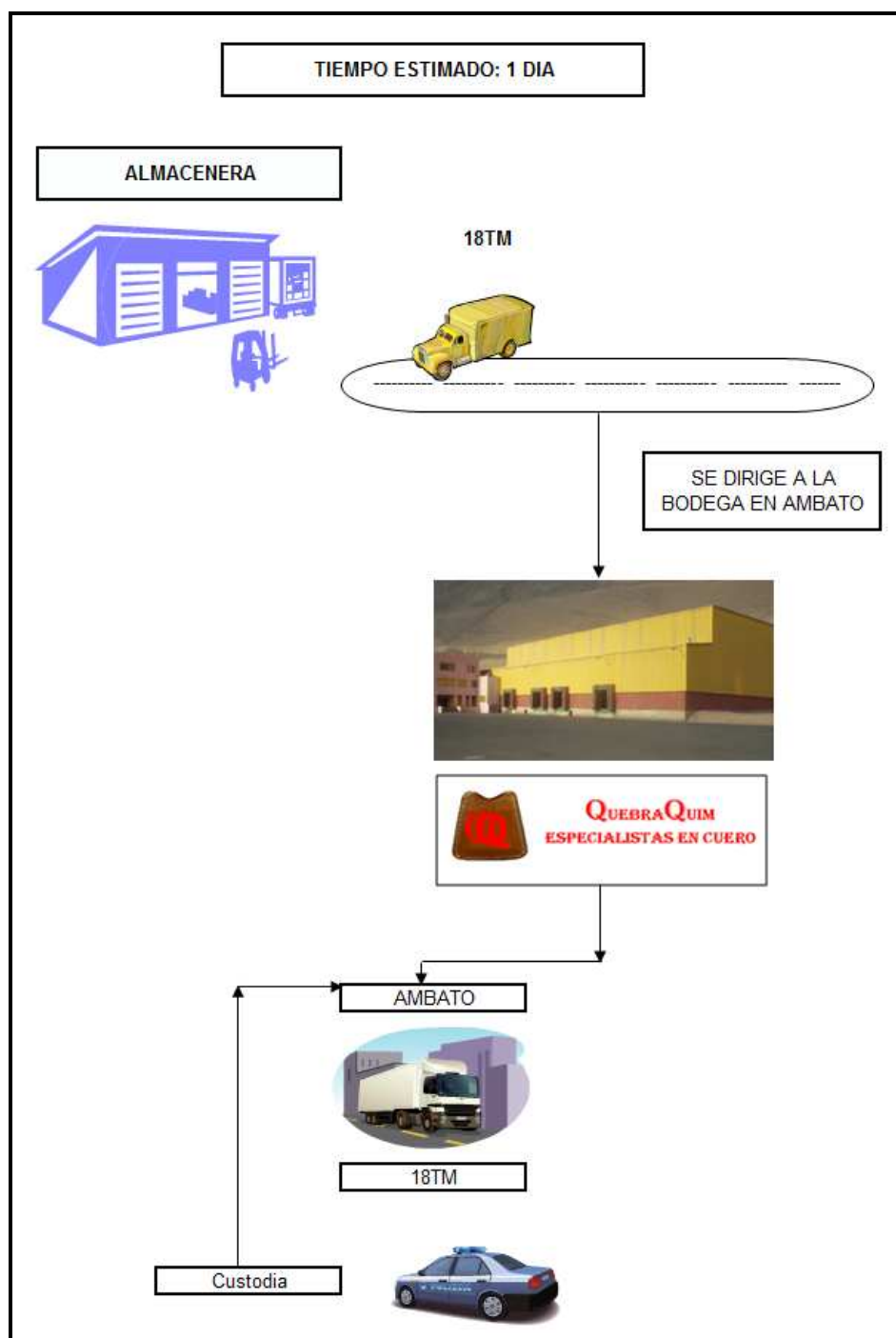


Gráfico 35: Salida de Contenedor de Extracto de Quebracho a Bodega
 Elaborado por: Las Autoras

3.7.5. Liquidación de Tributos

<u>PROCESO</u>	<u>COSTO</u>
FOB	USD\$ 21.600,00
Flete	USD\$ 1.900,00
Seguro	USD\$ 58,75

TABLA 37: Base Imponible – Cálculo de Tributos
Elaborada por: Autoras

PRELIQUIDACION DE TRIBUTOS DE LA PARTIDA 3201.10.00.00

Moneda transacción: Dólar Americano | Tipo de Cambio: 1.00000000 | Tipo tratamiento: 1 | Tipo despacho: 0 | Regimen: 10 | País Origen: AR | Tiene C. Origen?: | TPNG: 000 | Fecha Embarque: 15.04.2010 | Fecha Llegada: 15.04.2010

FOB / M.T. (USD)	FOB (USD)	Flete (USD)	Seguro (USD)	CF (VM Aduana)	PAIS	TPNG	Peso neto	Cantidad
21600.00	21600.00	1900.00	58.75	23558.75	AR	000	18.00	18.000

OPCIONES PARA CALCULOS

CAUSALES DE MULTA

- Tiene faltas reglamentarias?
- Tiene todos los permisos?
- Tiene las autorizaciones?

CALCULO DEL ICE

- NO CALCULAR (manual)
- Calcular con EX-Aduana
- I.C.E. Calculado SRI (Vehiculos)

CALCULO DEL ISD

- Calcular ISD (2% del FOB)

- Calcular Sufijos TNAN ?
- Producto del S.A.F.P.

- Datos de Vehiculos

OPERACIONES

	LIQUIDACION	LIBERACION	A PAGAR
AD VALOREM	0.00	0.00	0.00
SALVAGUARDIA	0.00	0.00	0.00
DER. ESPECIF.	0.00	0.00	0.00
ICE	0.00	0.00	0.00
IVA	2841.19	0.00	2841.19
D. ANTIDUMP.	0.00	0.00	0.00
T. MODERNIZ.	0.00	0.00	0.00
T. CONTROL	0.00	0.00	0.00
FODINFA	117.79	0.00	117.79
IMP. SALIDA DE DIVISAS	0.00	0.00	0.00
OTROS	0.00	0.00	0.00
TOTAL AUTOLIQUIDACION			2958.98
		CORPEI	5.40
		GARANTIA 0%	0.00
ALMACENAJE	0.00	0.00	0.00
MULTAS	0.00	0.00	0.00

Ilustración 22: Preliquidación de Impuestos
Fuente: PUDELECO EDITORES

3 CAPITULO IV

4 PLAN DE NEGOCIOS ESTRATEGICO Y OPERATIVO

4.1. Marketing Estratégico

4.1.1. Idea de Negocio

El análisis realizado en los capítulos anteriores, permiten orientar la toma de decisiones de los lineamientos a seguir sobre el marketing nacional e internacional, con el fin de plantear y evaluar la idea de negocio, bajo el enfoque de la valoración de la necesidad y características únicas del producto; los segmentos de mercado y el portafolio de productos que la empresa constituirá, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

La variable producción de cuero se considera como nuestro elemento básico dentro del objetivo de llegar a elaborar un material robusto, con gran durabilidad e impermeabilidad. Este enfoque hace que el nivel de atraktividad de este producto sea considerado medio por ser de uso industrial, sin embargo debido a que el portafolio de productos a ser estructurado esta en función de las empresas proveedoras que se basan en ofrecer productos de calidad con una alta velocidad de penetración, contenido elevado de taninos, contenido bajo en ácidos y compromiso con el medio ambiente hace que esto incida en un posicionamiento de marca bajo criterios de empresas líderes, considerando que su competitividad se restringe y orienta hacia el concepto de que el producto final será un producto de uso masivo.

Desde el punto de vista del posicionamiento de marca se deberá tomar en consideración como temas de campaña relacionados con: enfatizar en las características únicas del producto, su disponibilidad y las políticas empresariales de crédito, ya que son los conceptos que motivan la adquisición del producto.

La determinación del posicionamiento también se lo realizará bajo el enfoque de la segmentación del mercado, considerando los criterios de calidad de material, tipo de producto y presentación nos ayudarán a establecernos en el mercado nacional.

En cuanto al portafolio de productos se basará de inicio con el posicionamiento del extracto de quebracho y luego el abanico de productos se irá ampliando en función de las necesidades del cliente y de la industria.

Los criterios de segmentación de mercados se centran en el tipo de clientes tales como: distribuidores, minoristas y esporádicos, en los cuales estará centrado nuestra campaña de comunicación.

La inversión es considerada alta, es decir si una empresa desea incursionar en este giro de negocio y desea llegar a ser competitiva deberá invertir un gran nivel de recursos en la adquisición de la mercadería.

Sobre los criterios antes emitidos se ha elaborado una matriz de atraktividad y competitividad de la Idea de Negocio, en la cual se puede notar que los criterios características únicas del producto, disponibilidad, presentación, tipo de producto se ubican en atraktividad alta y competitividad alta, así mismo la segmentación de mercado se ubica en atraktividad alta y competitividad media, con respecto a las políticas empresariales de crédito y materiales se ubican en atraktividad media y competitividad media, además se considera la producción de cuero con nivel de atraktividad medio y competitividad alta, ya que hay que considerar que si bien es un producto de uso industrial el producto final que se elabora con este es de uso masivo esto eleva su nivel de competitividad.

MATRIZ MULTICRITERIOS: IDEAS DE NEGOCIO

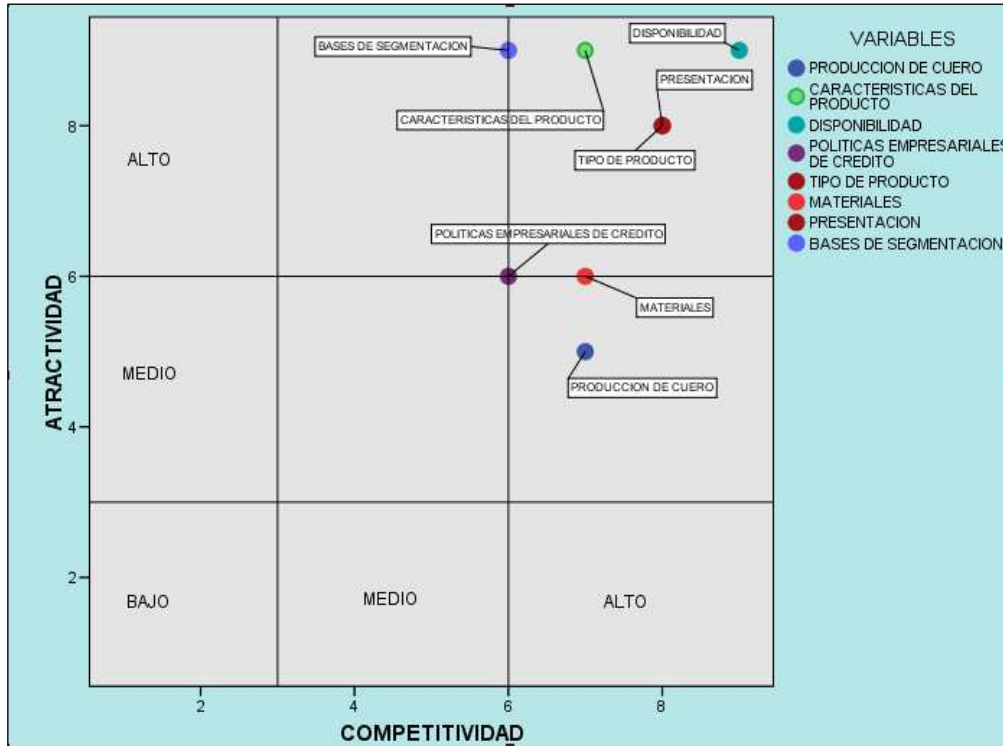


Gráfico 36: Matriz Multicriterios: Ideas de Negocio

Elaborado por: Autoras

4.1.2. MACROAMBIENTE

El análisis de macro ambiente se lo ha centrado hacia la elección del país de origen o destino de la mercancía bajo el criterio de importaciones o exportaciones según las tendencias de volumen de compra y de crecimiento de las operaciones comerciales. Se ha elegido la importación de la mercancía y no la exportación debido a que Ecuador no es un país productor del árbol de quebracho material del cual se obtiene el producto a importar.

Adicionalmente se ha identificado como países proveedores de esta mercancía a Colombia y Argentina.

MATRIZ MULTICRITERIOS: IMPORTACION – EXPORTACION

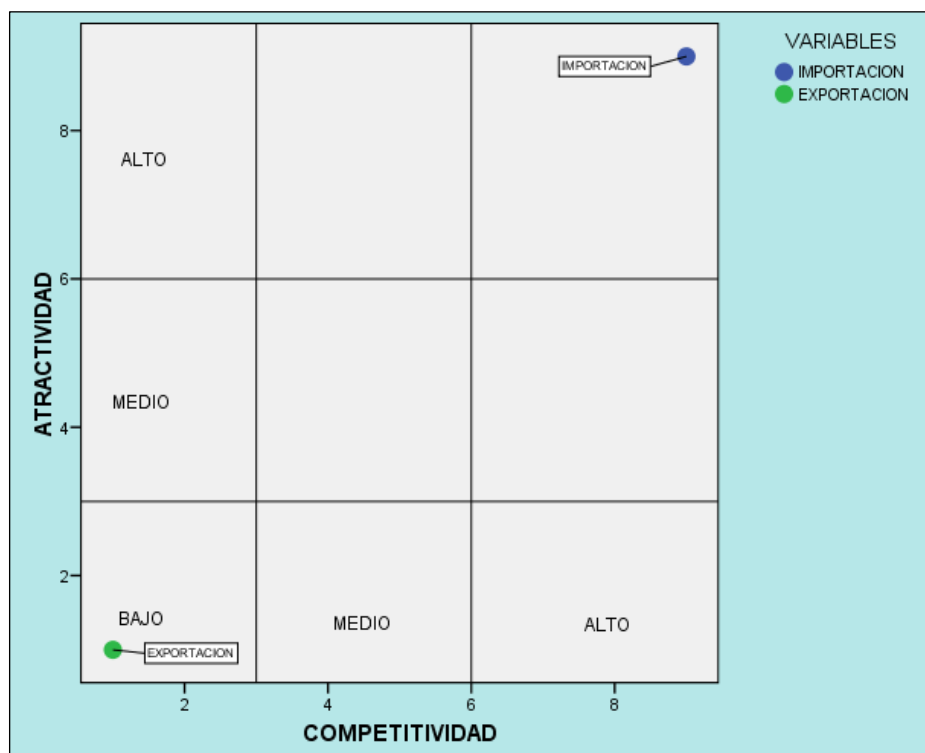


Gráfico 37: Matriz Multicriterios: Importación y Exportación

Elaborado por: Autoras

En la matriz de atractividad y competitividad de Países de Origen de la mercadería, la elección de Argentina como el país de donde se realizará la importación se debe a la percepción de calidad del producto argentino, por ser el principal productor y exportador de extracto de quebracho.

El 96.54% de las importaciones de extracto de quebracho son realizadas desde Argentina según indican las estadísticas, se debe importar desde ese país tanto por el nivel de crecimiento de las importaciones como por el volumen en kilos importados.

El precio del producto originario de Argentina tiene otro atractivo el precio promedio en el mercado es de UDS 59,00.

MATRIZ MULTICRITERIOS: PAISES DE ORIGEN DE LA MERCADERIA

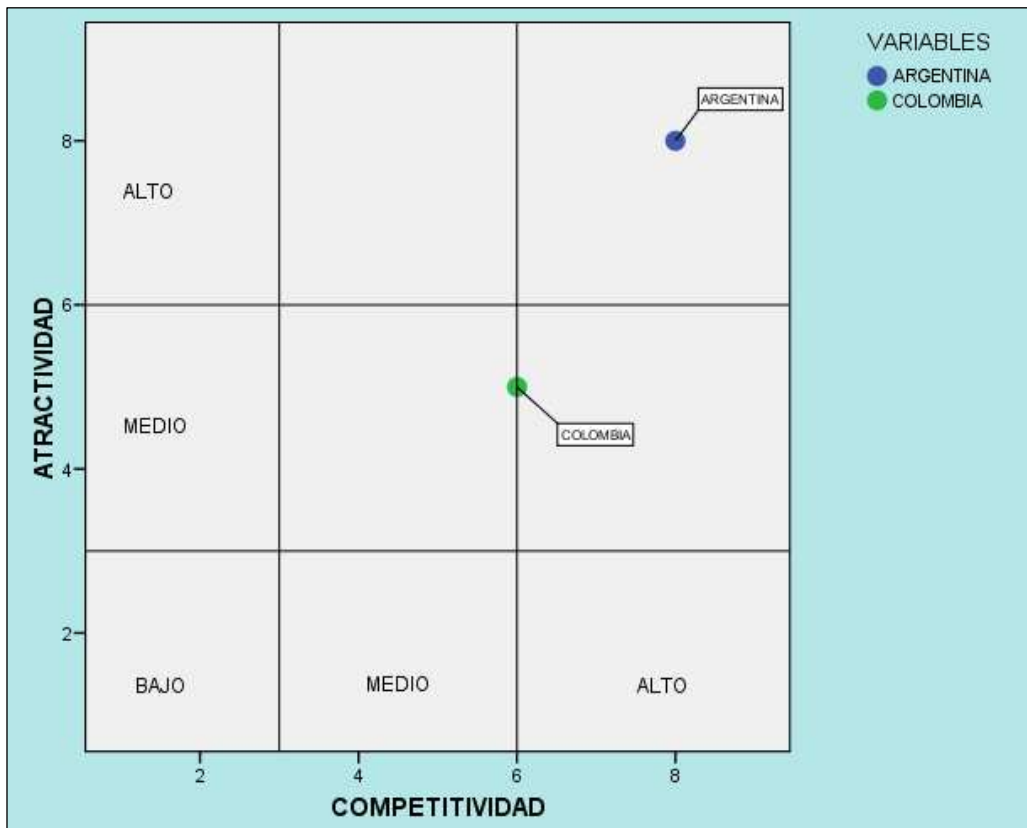


Gráfico 38: Matriz Multicriterios: País de Origen de la Mercancía

Elaborado por: Autoras.

4.1.3. MICROAMBIENTE

Las empresas a ser elegidas para que sean proveedoras del producto son:

- Unitán
- Indunor

Las mismas que ofrecen las siguientes líneas de productos relacionadas con el tratamiento del cuero:

LINEAS DE PRODUCTOS - PROVEEDORES

UNITAN	INDUNOR
Curtientes	División de cuero
Aditivos para cartones	Extracto de castaño
Aditivos para madera	Taninos sintéticos
Aditivos para asfalto	Aceites y engrases
Estabilizantes de suelo	Resinas

Tabla 38: Líneas de Productos - Proveedores

Elaborado por: Autoras

El nivel de atraktividad y competitividad de Indunor es muy significativo ya que es una empresa que cuenta con un buen posicionamiento en el mercado internacional, además tiene amplia gama de productos para ofrecer y otra ventaja es la del precio, con respecto a Unitan su atraktividad y competitividad es media con relación al posicionamiento de este empresa en el mercado internacional, a la línea de productos y los precios que ofrece.

MATRIZ MULTICRITERIOS: EMPRESAS PROVEEDORAS

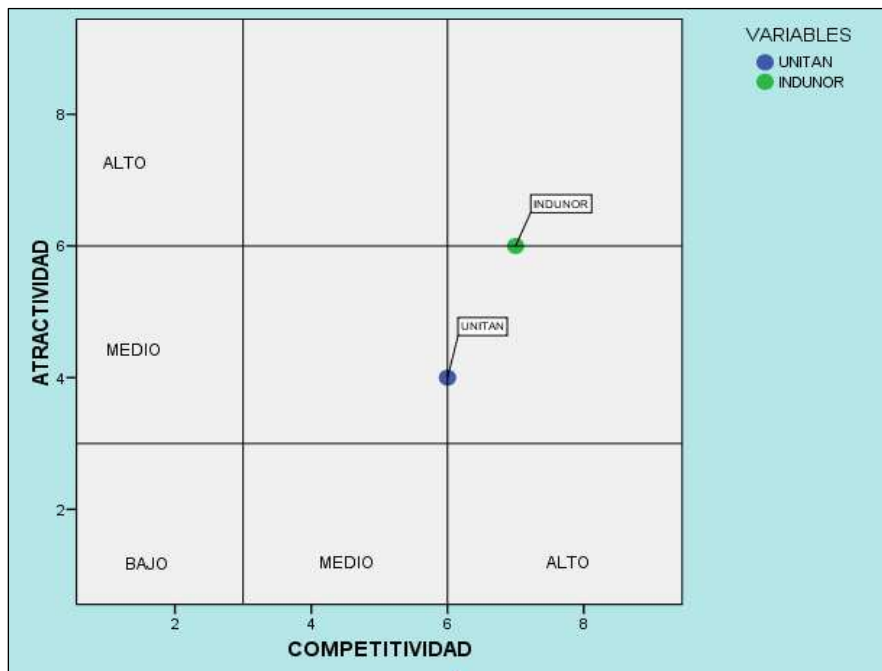


Gráfico 39: Matriz Multicriterios: Empresas Proveedoras

Elaborado por: Autoras

En la matriz de atractividad y competitividad sobre las estrategias utilizadas actualmente por las empresas proveedoras son variadas en el ámbito empresarial y venta de productos con el uso de líneas de marketing directo, paginas web, catálogos y todas aquellas estrategias que resaltan las características y medidas de seguridad del producto.

Así mismo el ámbito de la relaciones publicas y el concepto de responsabilidad social es muy utilizado por estas empresas partiendo por el concepto del manejo correcto del producto la preocupación por la salud de las personas que se encuentran expuestas a materiales químicos.

Las estrategias de integración horizontal están orientadas con el uso adecuado de los productos relacionados con la industria de la curtiembre, así como también dar a conocer los procesos adecuados del tratamiento adecuado de residuos para disminuir el impacto ambiental que estos producen.

MATRIZ MULTICRITERIOS: ESTRATEGIAS UTILIZADAS POR LAS EMPRESAS PROVEEDORAS

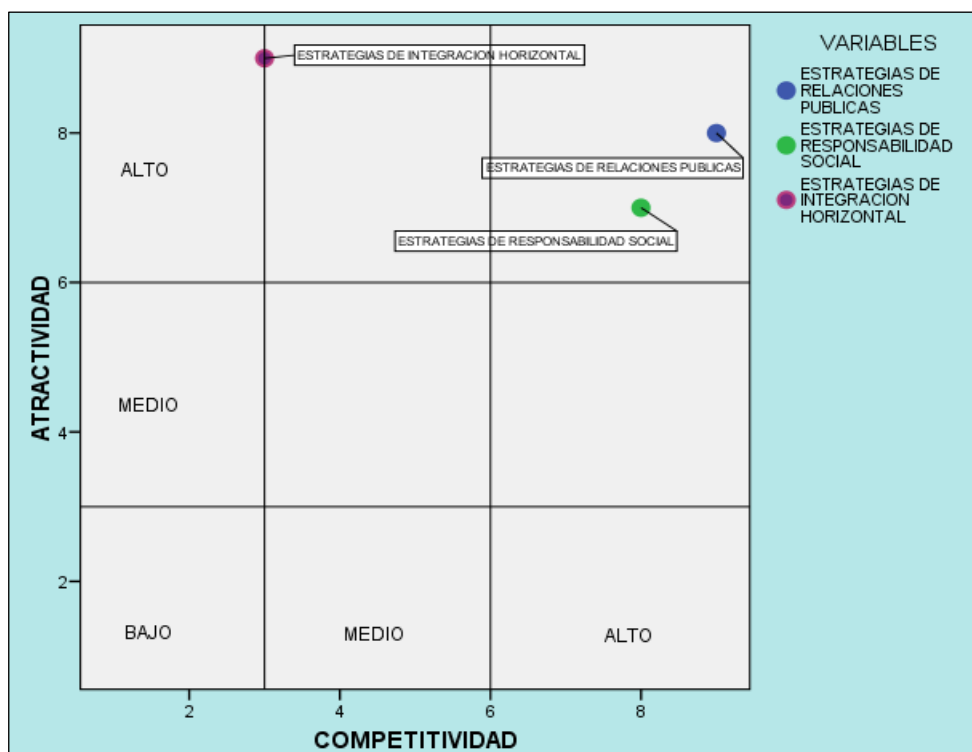


Gráfico 40: Matriz Multicriterios: Estrategias utilizadas por las Empresas Proveedoras

Elaborado por: Autoras

En la matriz de atractividad y competitividad de Demanda Nacional se analizan los motivos de compra dentro de las cuales se destacan la disponibilidad del producto y precio factores que nos harán diferenciar de la competencia, así también se tomarán como ejes de negociación la calidad del producto y la forma de pago; todas estas son variables que para nuestros clientes son importantes y tienen relación entre sí.

Un segundo concepto de negociación deberá estar conformado según el tipo de cliente con el cual vamos a negociar la venta del producto, y el uso que este le vaya a dar al mismo.

En cuanto a la percepción de la calidad debemos mostrar a nuestros clientes que el nivel de calidad es alto, no solo con respecto al producto ofrecido si no también en el servicio, esto hará que se afiance las relaciones comerciales a futuro.

Se debe también centrar los lineamientos de negociación en el aprovechamiento de las temporadas de compra y las frecuencias de compra para poder estar en un nivel competitivo de disponibilidad de producto.

Dentro de la disponibilidad se debe plantear las estrategias de negociación en el caso de presentarse una escasez del producto en el mercado y poder acudir a la utilización de productos sustitutos.

Es importante destacar que se determinará como lugar de compra el establecimiento de una bodega para el despacho del producto a nuestros clientes, por lo que se deberá orientar la estrategia del uso de canales hacia la creación de una bodega.

MATRIZ MULTICRITERIOS: DEMANDA NACIONAL

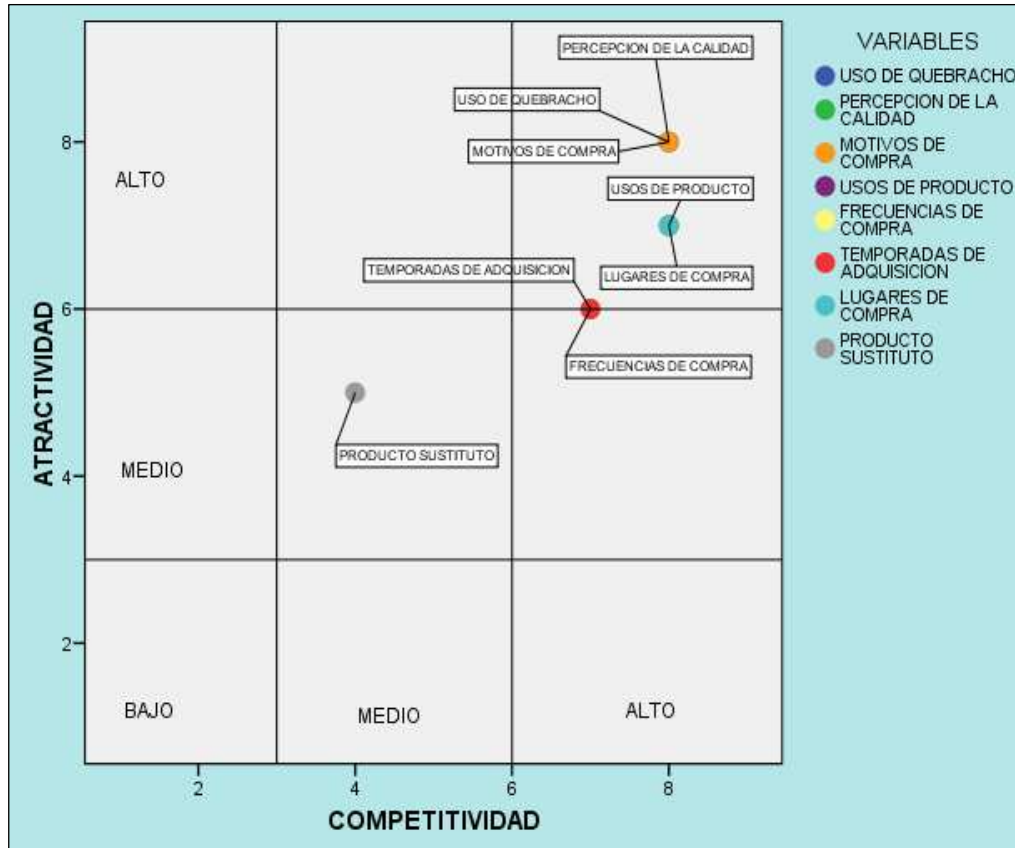


Gráfico 41: Matriz Multicriterios: Demanda Nacional

Elaborado por: Autoras

En la matriz de atractividad y competitividad de Legal, los requisitos arancelarios tienen un nivel atractivo alto para este producto ya que cuenta con preferencia arancelaria de ALADI y no paga Ad-Valorem. Lo que se debe tributar es el pago del 12% de IVA, 0,5% FODINFA, 0,025% CORPEI.

En cuanto a los requisitos para arancelarios, en éste tipo de importación tan solo se pide obtener el Certificado de Origen, situación que hace que los requisitos previos no sean tan complicados.

MATRIZ MULTICRITERIOS: LEGAL

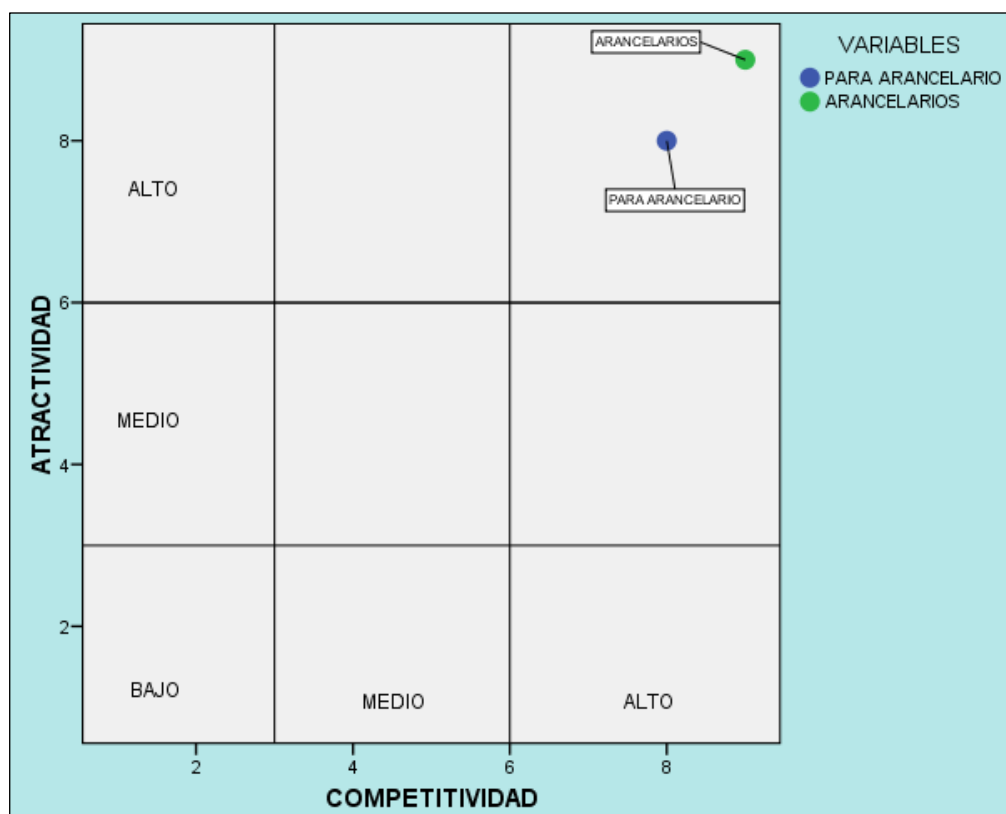


Gráfico 42: Matriz Multicriterios: Legal

Elaborado por: Autoras

En la matriz de atractividad y competitividad de Operadoras de Comercio Exterior, las empresas proveedoras de servicios de comercio exterior son de variada índole por lo que en la contratación de sus servicios se espera no tener ningún tipo de inconvenientes, salvo en la aseguradora de la mercancía por el riesgo que esta conlleva, siempre mantienen cierto recelo para prestar éste servicio dependiendo de la cobertura.

Pero a nivel general no se presenta mayores inconvenientes con estos operadores es por esto su nivel de atractividad y competitividad.

MATRIZ MULTICRITERIOS: OPERADORES DE COMERCIO EXTERIOR

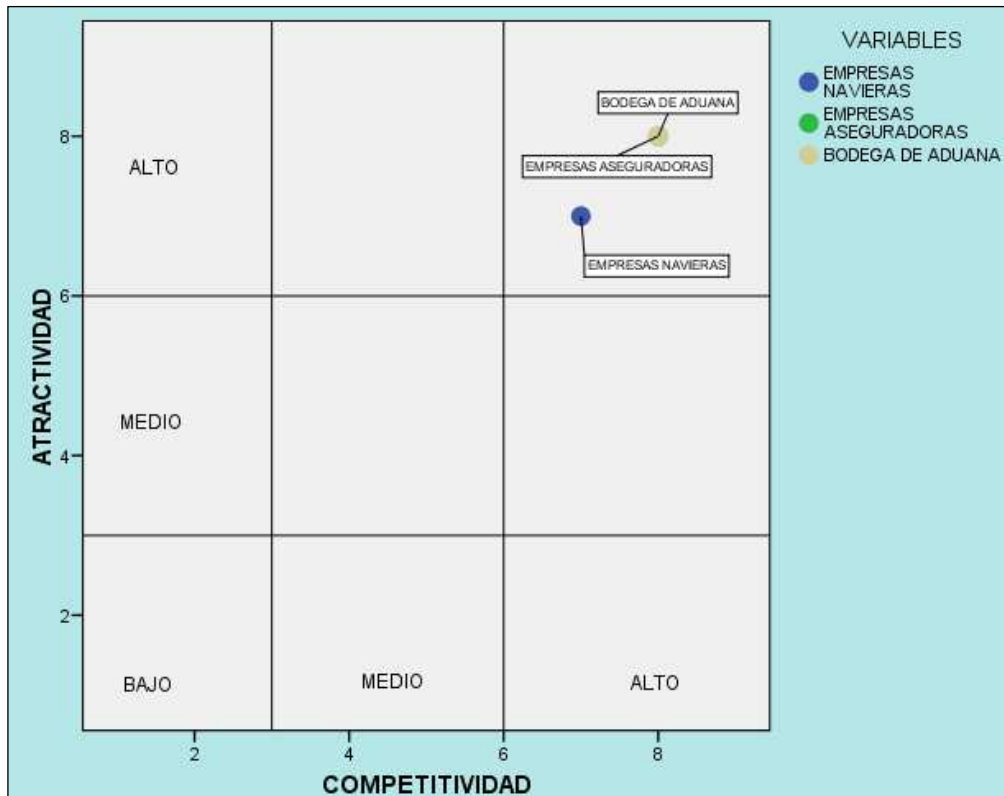


Gráfico 43: Matriz Multicriterios: Operadores de Comercio Exterior

Elaborado por: Autoras

En la matriz de atractividad y competitividad de las empresas que forman parte de la competencia nacional e internacional, tienen un nivel medio de posicionamiento con respecto al análisis de atractividad y competitividad que realizamos, a nivel nacional se destacan la empresa Super Químicos la cual para fines de este estudio es la que representa competencia directa, mientras que Brenntag Ecuador por ser una empresa líder con mayor trayectoria en la industria será más difícil alcanzar.

MATRIZ MULTICRITERIOS: COMPETENCIA NACIONAL E INTERNACIONAL

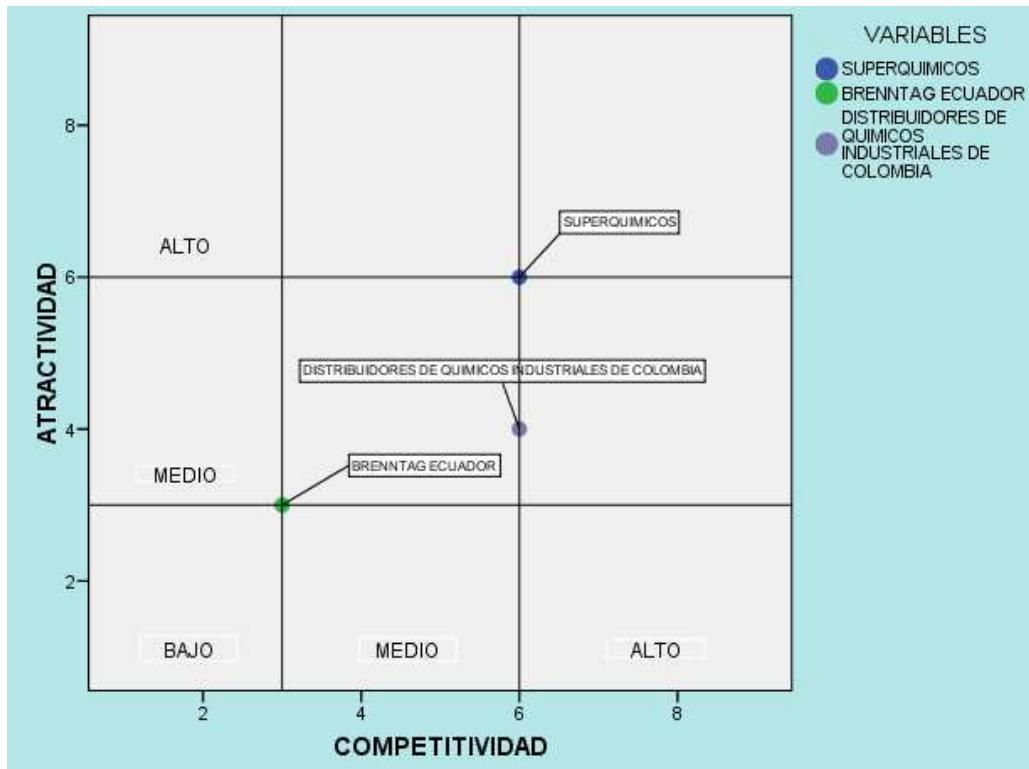


Gráfico 44: Matriz Multicriterios: Competencia Nacional e Internacional

Elaborado por: Autoras

4.1.4. Filosofía Corporativa

4.1.4.1. Nombre de la Empresa

“QUEBRAQUIM”

Será una empresa importadora de extracto de quebracho la misma que se encuentra relacionada con la industria de la curtiembre vegetal y química.

4.1.4.2. Estrategias de Cobertura

Se tomará como eje de referencia la estrategia de especialización por cliente, ya que se elaborará un portafolio de productos acorde a las necesidades de los diferentes clientes tomando en cuenta la variable de segmentación.

4.1.4.3. Misión

Buscamos ofrecer a nuestros clientes productos de la industria de la curtiembre de calidad, que les permita obtener los resultados deseados en el tratamiento del cuero, con características específicas de durabilidad, impermeabilidad y robustez; orientados a segmentos de mercado definidos, proporcionando alternativas de trabajo para promover el desarrollo del Ecuador.

4.1.4.4. Visión

Lograr que en el año 2015 los clientes identifiquen a QuebraQuim como la empresa líder a nivel de la zona centro de Ecuador en la importación de productos de la industria de la curtiembre, sustentada con un sistema integrado de gestión, contando con una buena infraestructura empresarial y nivel tecnológico; para así lograr la satisfacción de nuestros clientes, y afianzar las relaciones con los proveedores y clientes en el largo plazo.

4.1.4.5. Valores Corporativos

- Responsabilidad y disciplina
- Honestidad
- Puntualidad
- Moralidad intachable
- Cortesía en las relaciones con los funcionarios y clientes de la Empresa
- Cumplimiento
- Organización personal
- Discreción y reserva
- Entusiasmo con las labores
- Espíritu de superación

4.1.4.6. Objetivos Estratégicos de Crecimiento

4.1.4.6.1. Crecimiento Intensivo

a. Penetración en el mercado

- a.1 Posicionar la marca QuebraQuim como importadora de extracto de quebracho de alta calidad y prestigio.
- a.2 Asociar a la marca con la producción de cuero, de características únicas obteniendo materiales robustos, con gran durabilidad e impermeabilidad.
- a.3 Influir en la decisión de compra del cliente a través de los conceptos: características específicas del producto, la disponibilidad.
- a.4 Posicionar la marca según el tipo de cliente
- a.5 Configurar el portafolio de productos bajo el enfoque de las necesidades de los clientes (demanda).
- a.6 Utilizar los conceptos volumen de importación de productos argentinos y precios como elementos referenciales de la aceptación de la marca.
- a.7 Especificar las características de la demanda nacional.
- a.8 Resaltar las medidas de seguridad de manejo de producto
- a.9 Especificar el cumplimiento de los requisitos Fitosanitarias como elemento referencial de la calidad del producto.

- a.10 Implementar una bodega para la venta a los clientes.
- a.11 Diseñar la pagina web de presentación de la empresa.
- a.12 Diseñar la estrategia de relaciones públicas: planificar cursos capacitación de manejo de productos químicos relacionados con la industria.
- a.13 Delinear la estrategia de responsabilidad social: planificar cursos de capacitación de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
- a.14 Diseñar el plan de medio.

b. Desarrollo de mercados

Permitir la expansión geográfica de la empresa con la inserción del producto en otras ciudades del país.

c. Desarrollo de producto

Implementar nuevas líneas de producto atendiendo los requerimientos de la industria y de los clientes.

4.1.4.6.2. Crecimiento por Integración

a. Integración Vertical

Formar Equipo de Ventas para visitas a clientes y cierre de ventas de productos.

b. Integración horizontal

Complementar la línea de productos con elementos de protección personal en el manejo de productos de la industria de la curtiembre.

4.2. Marketing Operativo

4.2.1. Posicionamiento de la Marca

4.2.1.1. Marca

La marca de la empresa importadora es QuebraQuim el cual está compuesto por la sílaba Quebra que es la abreviatura de quebracho y Quim de químicos, haciendo que esta expresión sea fácil de recordar y que esté relacionado por la actividad de la empresa.

QuebraQuim se considera como logotipo y el símbolo es un pedazo de cuero que se encuentra de fondo y sobre este se ubican dos “Q”.

El logotipo podrá ir desvinculado del símbolo.

En su versión principal el logotipo se produce en color rojo .en el símbolo, el pedazo de cuero se reproduce en marrón.

Toda la marca esta representada por los colores que describen al extracto de quebracho y al producto final que se elabora con el mismo.

Sobre todo expresan energía, poder y dinamismo.



Ilustración 24: Marca QuebraQuim

4.2.1.2. Slogan

El slogan será “Especialistas en cuero”

4.2.1.3. Logotipo



Ilustración 25: Logotipo QuebraQuim

4.2.1.4. Gama Cromática

El estándar universal planteado para el uso de color es el siguiente: Pantone 255.

Escogimos el color rojo ya que representa básicamente al color originario de nuestro producto el quebracho, tomando también en consideración las características esenciales de este color como la energía, fuerza, coraje, alegría, logros, por ser un elemento de fuego, Además significa toma de acciones rápidas, vitalidad, fuerza motriz, riesgo, fama, poder, determinación, dinamismo, estimulación, valor, valentía, liderazgo, rapidez, calor, tibieza, violencia, atención, generosidad, romance.³⁶

El rojo tiende a promover imágenes y texto, haciendo que los objetos se vean grandes y más cercanos. Anima a la gente a actuar rápido, estimula a comprar.

³⁶ www.slideshare.net/guest7f5fa3b/marketing-y-desarrollo-personal

Rojo	
- Coordenadas de color -	
HTML	#FF0000
RGB (r,g,b) ^B	(255, 0, 0)
CMYK (c, m, y, k) ^C	(0, 100, 100, 0)
HSV (h, s, v)	(0°, 100%, 100%)
B) Normalizado con rango [0 – 255] (byte)	
C) Normalizado con rango [0 – 100] (cien)	

Ilustración 26: Coordenadas de Color Rojo

También el color marrón en base al producto final que se obtiene con la utilización del extracto de quebracho que es el cuero, Además de tener características como representar a la tierra, pensamientos materialistas económico, fiable, credibilidad, confort, duración, estabilidad, simplicidad, longevidad, íntimo, tranquilidad, productividad, fertilidad, generosidad, practico y trabajo duro.³⁷

Marrón	
- Coordenadas de color -	
HTML	#964B00
RGB (r,g,b) ^B	(150, 75, 0)
CMYK (c, m, y, k) ^C	(0, 50, 100, 41)
HSV (h, s, v)	(30°, 100%, 59%)
B) Normalizado con rango [0 – 255] (byte)	
C) Normalizado con rango [0 – 100] (cien)	

Ilustración 27: Coordenadas de Color Marrón

4.2.1.5. Tipografía Corporativa

El tipo de letra a utilizar como tipografía corporativa es ALGERIAN³⁸

A B C D E F G H I J K

³⁷ www.slideshare.net/guest7f5fa3b/marketing-y-desarrollo-personal

³⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Algerian>

4.1

4.2 Es una combinación de las familia de Elsner+Flake con determinado estilo, basado en lo clásico y lo moderno, con rasgos muy sutiles el momento de ser utilizada y a la vez con personalidad fuerte por los rasgos que posee.

Títulos o rotulación: deberá utilizarse la tipografía Algerian

Para las palabras QuebraQuim y Especialista en cuero deberán utilizarse Algerian Deberá utilizarse las tipografías expuestas sin deformaciones o interlineados exagerados. No se debe alargar ni expandir la tipografía.

4.2.1.6. Papelería

a. Tarjeta de presentación

Tamaño: 85mm x 54mm

Marca: Tamaño y ubicación como lo indicado, ancho 40 mm., alto 20 mm.

Símbolo: Tamaño y ubicación como lo indicado ancho 20mm, alto 40mm

Tipografía: Todo texto se imprime en Algerian la izquierda según la ubicación indicada y en color rojo al 70%

El tamaño en 7 pts. interlineado 12 pts.

Impresión offset papel de 250g a 300g



Ilustración 28: Tarjeta de presentación

b. Hoja membretada

Tamaño: A4

Marca: Tamaño y ubicación como lo indicado, ancho 20 mm., alto 40 mm.

Símbolo: Tamaño y ubicación como lo indicado ancho 20mm, alto 40mm

Tipografía: Todo texto se imprime en Algerian justificado a la izquierda según la ubicación indicada y en color rojo al 70%

El tamaño en 7 ptos, interlineado 12 ptos.

Impresión offset papel de 75g a 100g

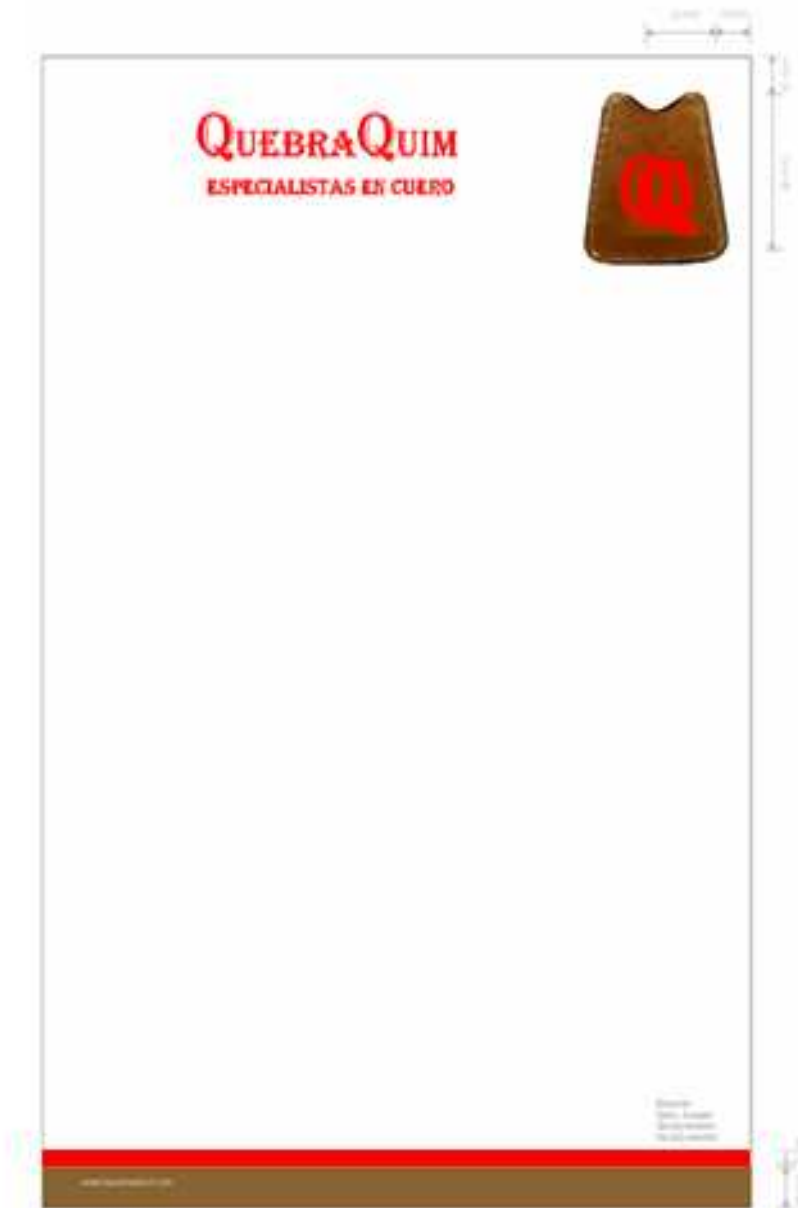


Ilustración 29: Hoja membretada

c. Sobres

Tamaño 210 mm. X 148 mm.

Tamaño 227 mm. X 323 mm.

Marca: Como lo indicado



Ilustración 30: Sobre

d. Hoja membretada fax

Nombre de la compañía, Dirección primera línea, Dirección segunda línea, Teléfono, Fax, Correo electrónico.

Tamaño de la hoja: A4

Logotipo: 15mm de ancho y 30 mm de alto

Tamaño y ubicación como el indicado

Ancho 45 mm. Impresión 100



Ilustración 31: Hoja membretada Fax

4.2.2. Asociar a la marca con el producto

Consejos “QuebraQuim” para la producción de cuero.

Para un excelente llenado del cuero, el extracto agregado a los fulones de curtido y/o de recurtido debe estar en polvo no disuelto y preferentemente en baños “cortos”.

La temperatura del baño no debe superar a los 40 grados centígrados en curtición puro vegetal. Cuando se recurte cueros wet blue pueden ser usadas temperaturas mayores (las usadas normalmente en procesos de recurtido).




Los extractos de Quebracho pueden ser usados en combinación con todo tipo de productos curtientes vegetales, taninos sintéticos y productos resínicos.

Para evitar los efectos de la contaminación con hierro se recomienda el uso de secuestrantes como el ácido oxálico.

Debido a sus características (ausencia de azúcares y presencia de complejos derivados del bisulfito de sodio) los licores del Quebracho son muy resistentes a la acción bacteriológica y a la hidrólisis.

4.2.3. Influir en la decisión de compra

Quieres llegar a sentirte protegido con un cuero robusto y resistente; obtener acabados perfectos y únicos en su elaboración, ofrecer estos beneficios a tus clientes exigentes, es para nosotros fácil, ya que tenemos lo que tú necesitas en curtiembres vegetales con todas las facilidades.



4.2.4. Posicionar la marca por tipo de cliente

Considerando las condiciones ingresar al mercado nacional se ha adoptado como parte de los beneficios que como empresa QuebraQuim les ofrece a sus clientes se presenta los siguientes lineamientos para la obtención de crédito para la compra de productos.

Requisitos:

- Solicitud de crédito
- Copia de RUC
- Copia de Nombramiento del Representantes notariado.
- Copia de las escrituras de constitución.
- Balances de los 2 últimos años.
- 2 Referencias comerciales.
- 2 Referencias bancarias.
- Llenar la solicitud Datos de Garante.
- Indicar si ya antes ha obtenido crédito.
- Carta de uso de cuenta.



Líneas de Crédito por tipo de cliente

Nuestro producto está dirigido para nuestros clientes:

Distribuidores: se aplicará una línea de crédito de 30 días desde que se emite la factura de venta dependiendo de la cantidad vendida.

Minoristas: no se aplica una línea de crédito.

Esporádicos: no se aplica una línea de crédito.

4.2.5. Líneas de productos “QuebraQuim”

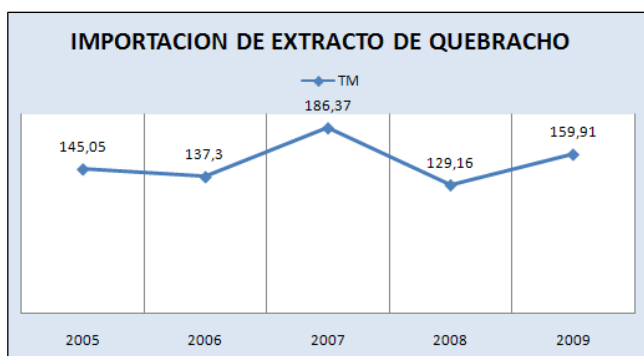
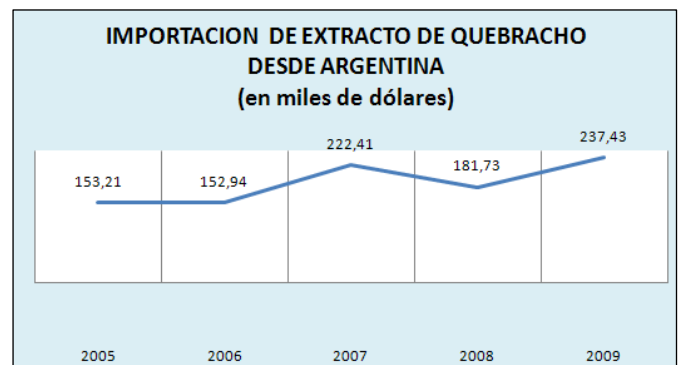
Escoge el tipo de producto acorde al acabado que desea darle al cuero

- Extracto de Quebracho
- Extracto de Castaño
- Extracto de Tara
- Taninos Sintéticos
- Auxiliares de Curtido
- Aceites y Engrases
- Resinas

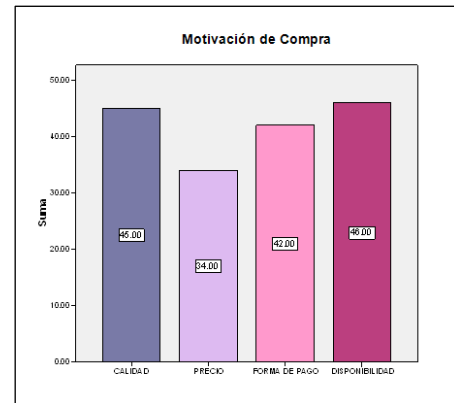
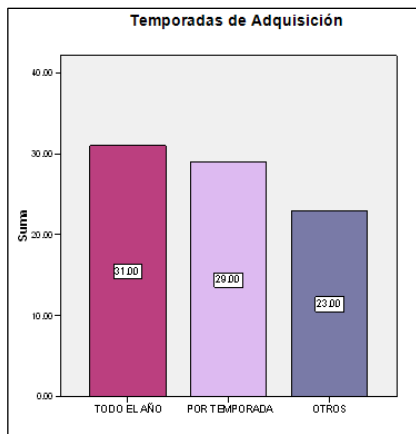


4.2.6. Conceptos volumen de Importación - Argentina

IMPORTACIONES CIF
 IMPORTACIONES EN
 TONELADAS
 HISTORICO DE
 IMPORTACIONES
 PRONOSTICOS



4.2.7. Consumo Nacional – “QuebraQuim”



USO DEL EXTRACTO DE QUEBRACHO
 PERCEPCION DE LA CALIDAD
 MOTIVOS DE COMPRA
 FRECUENCIA DE COMPRA
 TEMPORADAS DE ADQUISICION
 CANTIDAD DE COMPRA
 LUGARES DE COMPRA
 USO PRODUCTO SUSTITUTO

4.2.8. Resaltar Medidas de Seguridad del producto

Identificación de Riesgo: Inhalación, Indigestión y Contacto con la piel

Medidas de primeros Auxilios

Medidas en caso de derrame o pérdida accidental

Medidas de Manipulación y Almacenaje

Control de la exposición y protección personal

Información de Transporte

4.2.9. Cumplimiento de las Normas Fitosanitarias.

LOS PRODUCTOS VEGETALES,
SON INSPECCIONADOS Y/O
ANALIZADOS
DE ACUERDO A LOS
PROCEDIMIENTOS OFICIALES
ADECUADOS Y SE CONSIDERA
ESTE PRODUCTO LIBRE DE
PLAGAS CUARENTENARIAS
INCLUYENDO LOS RELATIVOS A
PLAGAS NO CUARENTENARIAS
REGLAMENTADAS



4.2.10. Criterios de elección de la zona de emplazamiento de la Bodega

Las variables a ser utilizadas para la identificación del lugar en donde se arrendaría un local para bodega, con los pesos asignados según su importancia son las siguientes: costo del arriendo (30), disponibilidad de locales (5), concentración poblacional de clientes(20), facilidad de parqueo (5), zona de venta de productos relacionados (50).

La calificación se la asigna en una escala de 1 a 9 de acuerdo a los siguientes criterios:

- COSTO DEL ARRIENDO: Precios más bajos por zona
- DISPONIBILIDAD DE LOCALES: Facilidad para encontrar un local comercial apropiado para la venta del producto en la zona
- CONCENTRACION POBLACIONAL: Número de clientes que visitan la zona bajo el criterio de compra del producto..
- FACILIDAD DE PARQUEO: Disponibilidad de parqueo en la zona
- ZONA DE VENTA DE PRODUCTOS RELACIONADOS: Percepción poblacional que identifica cierta zona como aquella en la cual va a encontrar productos de la industria de la curtiembre.

CRITERIO DE LOCALIZACION: ZONA CENTRO

VARIABLES	PESO	CALIFICACION	PUNTUACION
Costo del Arriendo	30	8	240
Disponibilidad de Locales	5	7	35
Concentración Poblacional de Clientes	20	9	180
Zonas de Ventas de productos relacionados	5	8	40
Facilidad de Parqueo	50	5	250
TOTAL	110	37	745

Tabla 39: Criterio de Localización. Zona Centro

Elaborado por: Autoras

CRITERIO DE LOCALIZACION: ZONA PARQUE INDUSTRIAL

VARIABLES	PESO	CALIFICACION	PUNTUACION
Costo del Arriendo	30	6	180
Disponibilidad de Locales	5	7	35
Concentración Poblacional de Clientes	20	8	160
Zonas de Ventas de productos relacionados	5	8	40
Facilidad de Parqueo	50	5	250
TOTAL	110	34	665

Tabla 40: Criterio de Localización. Zona Parque Industrial

Elaborado por: Autoras

LOCALIZACION DE BODEGA

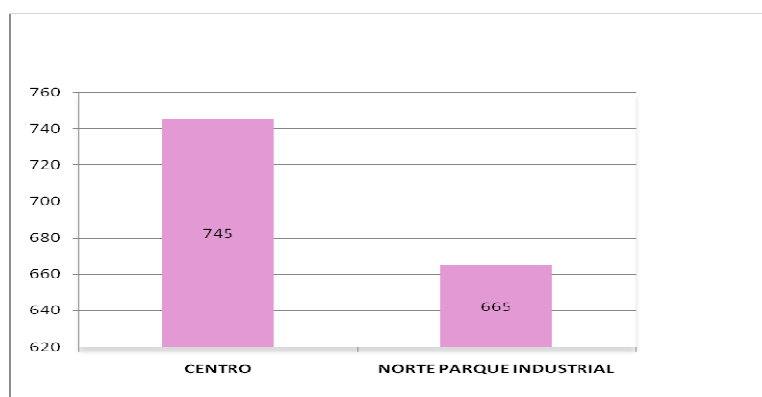


Grafico 45: Localización Bodega

Elaborado por: Autoras

4.2.11. Diseño de la pagina web “QuebraQuim”

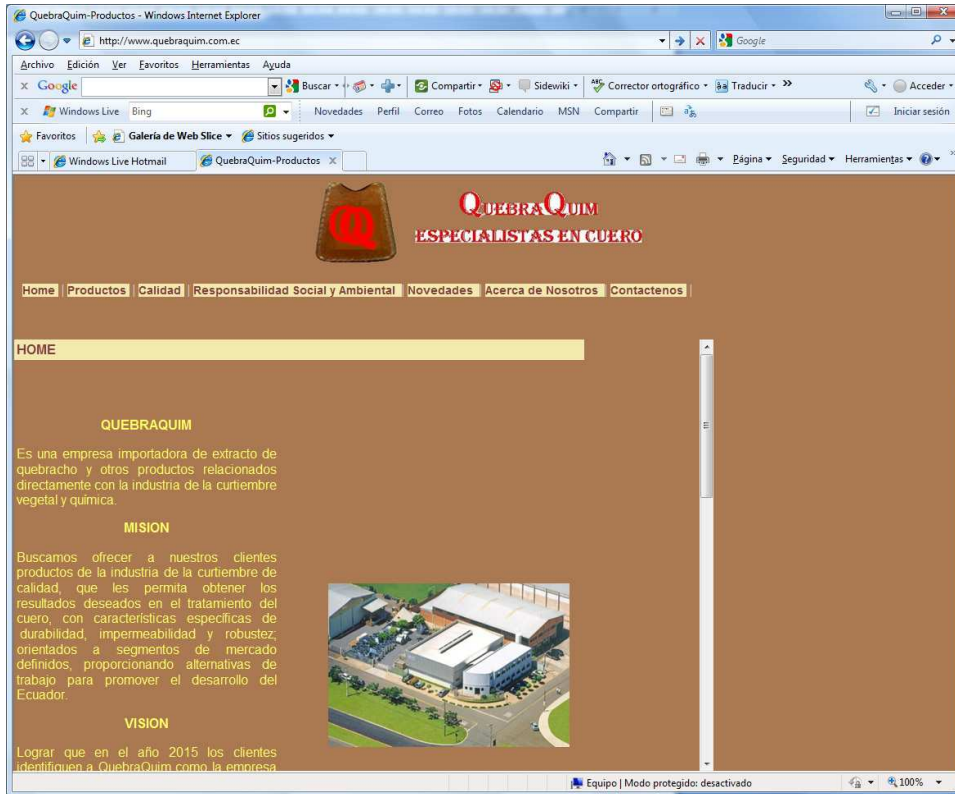


Ilustración 33: Pagina principal web “QuebraQuim”



Ilustración 34: Presentación - Línea de Productos

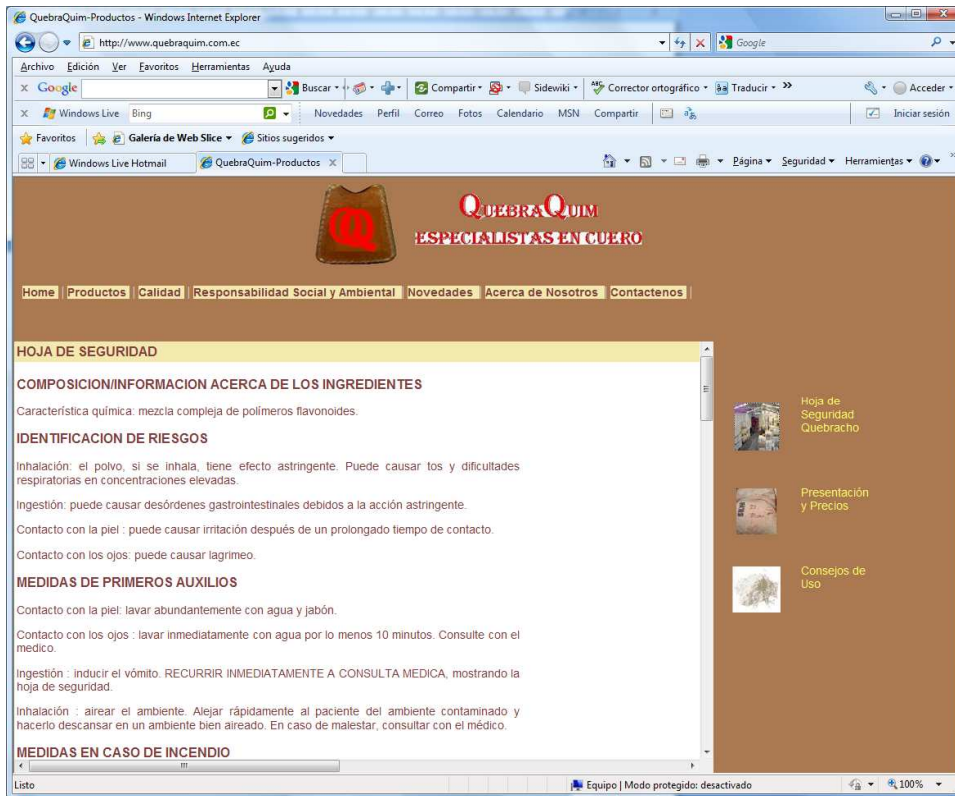


Ilustración 35: Presentación - Calidad

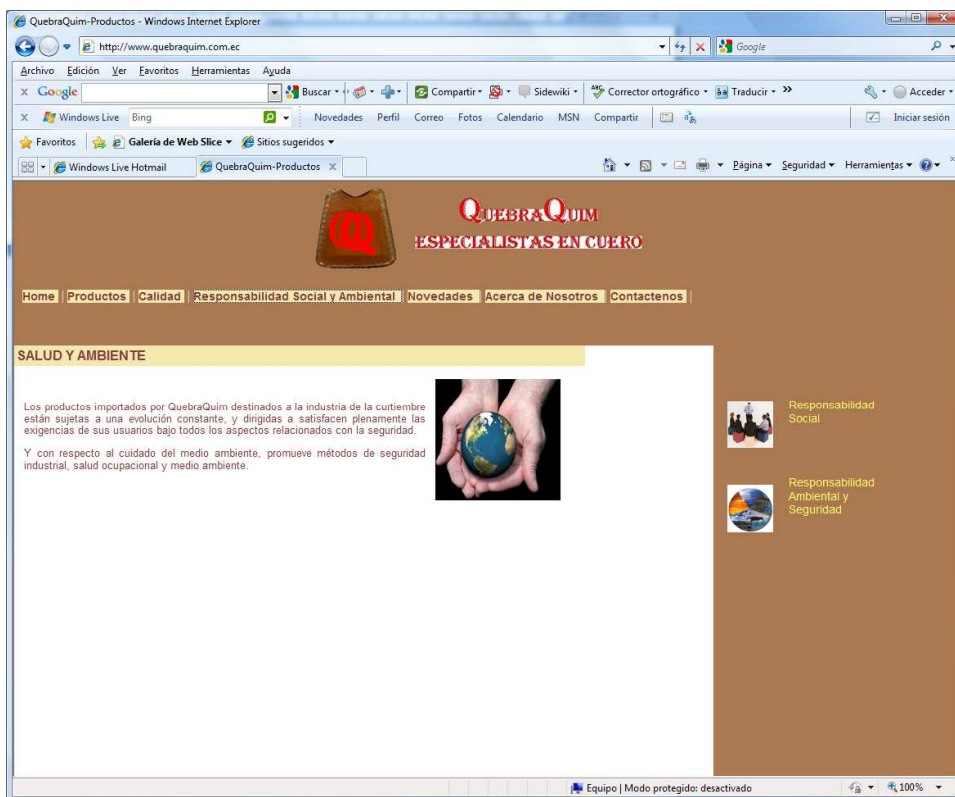


Ilustración 36: Presentación - Responsabilidad Social y Ambiental

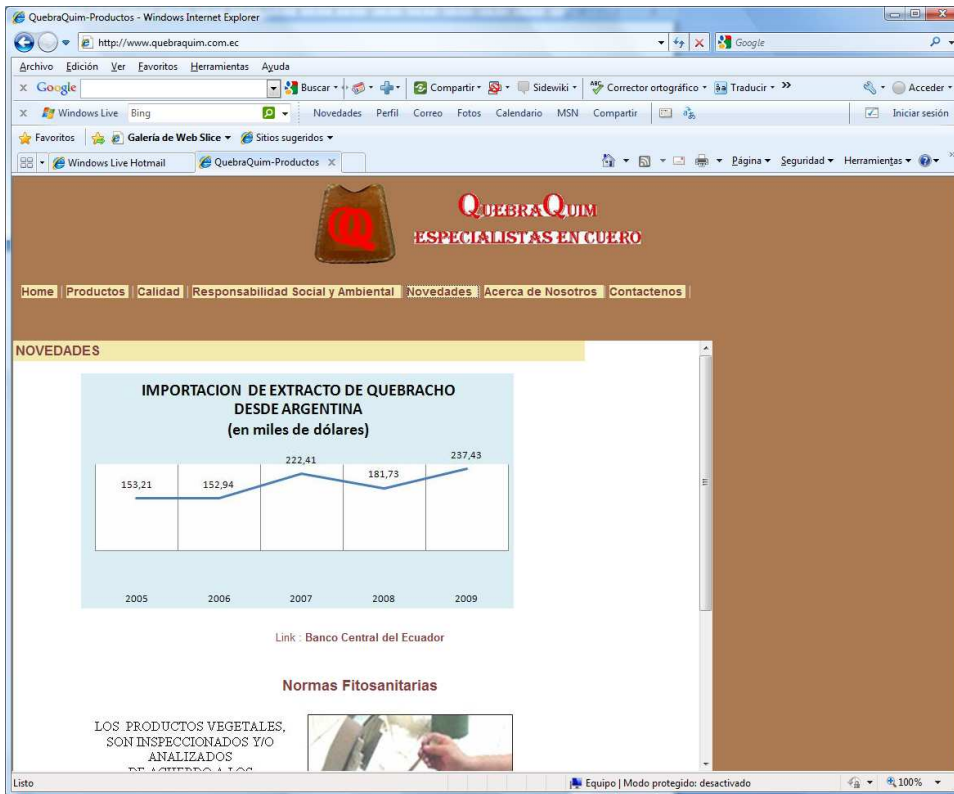


Ilustración 37: Presentación – Novedades

The screenshot shows the 'ACERCA DE NOSOTROS' section of the QuebraQuim website. The text reads:

Nosotros pensamos que un equipo debe estar compuesto por personas idóneas para desarrollar sus propias tareas, tanto desde un punto de vista laborable, como también, de relación.

El éxito en el trabajo no es la directa y exclusiva consecuencia de un desempeño personal, si no, el resultado final de una armoniosa y coordinada interacción de la actividad que desarrollan varias personas.

En este sentido, el equipo, se relevó en la forma más conveniente y productiva para alcanzar los objetivos de nuestra Empresa, que debe funcionar en contextos que requieren flexibilidad, eficacia y calidad.

Nuestro equipo, se puede comparar a un equipo en un juego competitivo, en donde los adversarios, no son otros equipos internos, son el derroche, la baja calidad, los retrasos, la baja productividad y la competencia.

Ilustración 38: Presentación - Acerca de Nosotros

Mecanismo de contacto a través de la página web.

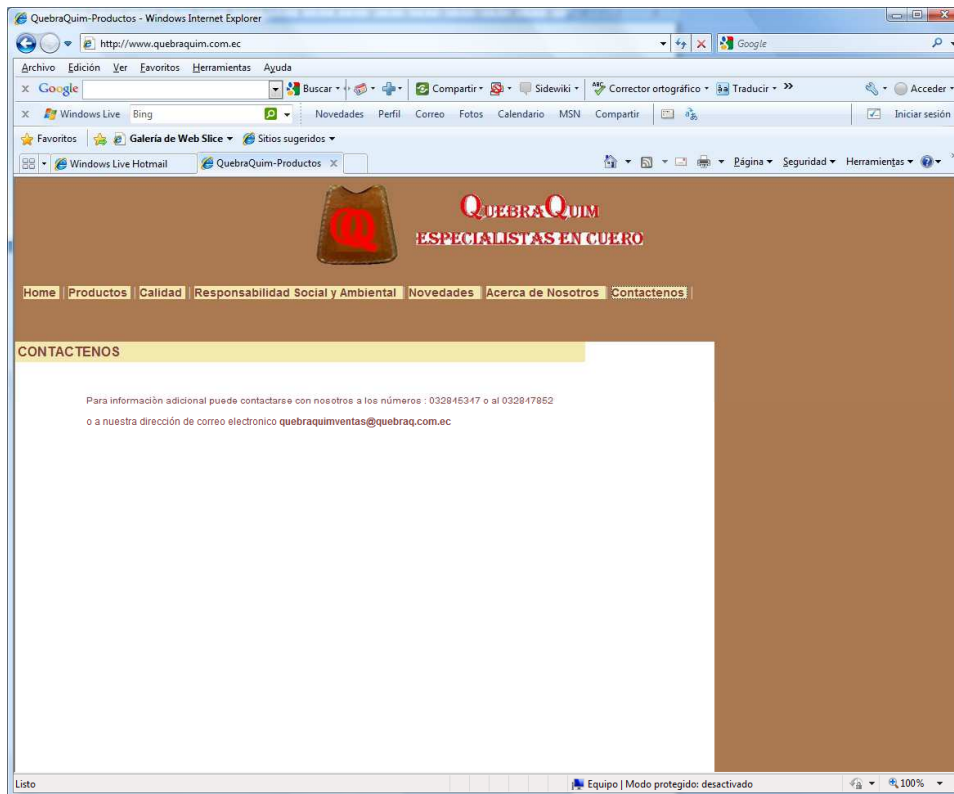


Ilustración 39: Presentación - Contáctenos

4.2.12. Estrategias de Relaciones Públicas

4.2.12.1. Cursos de Capacitación Manejo Productos Químicos de la Industria de la Curtiembre

La empresa QuebraQuim dentro de sus objetivos estratégicos de relaciones públicas, ha considerado importante desarrollar un plan de cursos de capacitación del manejo de productos químicos relacionados con la industria de la curtiembre y especialmente de extracto de quebracho.

Considerando la manipulación frecuente de estos productos, es necesario que tanto la salud de las personas involucradas como las instalaciones y activos se encuentren debidamente protegidos de lesiones, accidentes o pérdidas ocasionadas por el trabajo con ellos.

El programa de manejo de riesgos con productos químicos cubre todos los aspectos requeridos sobre este tema; los cuales son:

a. Diagnóstico

En esta fase de evaluación revisan y analizan los procedimientos y prácticas actuales con el propósito de identificar las buenas prácticas y los puntos de mejoramiento de la gestión que se está realizando.

b. Procedimiento y Manipulación

En esta fase se verifica como los clientes:

- Identificación de productos químicos

Desarrollo de índice de productos químicos, sus componentes, parámetros de demarcación e identificación de acuerdo con los estándares aplicables de marcación.

- Hojas de Datos de Seguridad de Materiales

Estos documentos son necesarios para que las personas que requieren hacer algún manejo de productos químicos conozcan los riesgos y puedan trabajar con seguridad. En esta fase se definen las guías para la consecución, clasificación y correcta comunicación de ellas.

- Almacenamiento

Debido a las diferentes características y comportamiento de los productos químicos, su almacenamiento apropiado es una necesidad. Esta fase cubre las necesidades de instalaciones, particularidades de bodegaje y matrices de compatibilidad entre productos.

El objeto de esta fase es evitar situaciones en las cuales la fuga de una sustancia por derrames o roturas de envase ocasione la mezcla accidental con sustancias

incompatibles y se generen situaciones graves como reacciones violentas, incendios, explosiones o emanación de gases venenosos o corrosivos.

- Transporte

De acuerdo con los productos químicos que se manejan, las leyes y otras normas aplicables, se establecen las condiciones de transporte requeridas para cada uno de estos productos y mitigar sus riesgos

- Requisitos para contratista

Este es un punto de importancia crítica dentro del programa, ya que en muchos de los accidentes que ocurren con productos químicos hay contratistas involucrados. En esta fase se definen los compromisos de manipulación y otros requisitos contractuales que aseguren un buen desempeño de terceros.

- Manejo de residuos

Las medidas ambientales son una responsabilidad de las empresas con la sociedad y la correcta disposición de los residuos químicos es de gran relevancia. En esta fase se definen las actividades y procedimientos para la mejor disposición de ellos.

- Capacitación personal

Como en todas las actividades empresariales, la competencia de las personas es lo más importante. Esta fase define los requisitos de capacitación del personal involucrado en el manejo de químicos.

c. Plan de contingencia

Aunque todos los accidentes son evitables, estos infortunadamente ocurren y hay que contar con planes para mitigar el daño y las pérdidas que estos generan. Esta fase define los posibles escenarios de accidente y los planes a seguir en caso de emergencia.

Prepararse y preparar la organización para los indeseables pero desafortunadamente posibles eventos accidentales es una responsabilidad gerencial que adicionalmente permite minimizar las pérdidas y la continuidad de las operaciones en menor plazo.

Estos aspectos deben cumplir:

- Levantamiento de panoramas de riesgo
- Inspección de instalaciones y procedimientos
- Diseño de plan de emergencia
- Entrenamiento de personal
- Simulacros

Tenemos claro que todos los puntos anteriores son relevantes, pero más importante es tener en cuenta no solo el Qué sino el Cómo que al final, es lo que hace la diferencia.

Contenido Curso De Manejo De Productos Químicos

4.2.1 Dirigido A: Personal involucrado en operaciones y procesos con sustancias químicas

Número máximo de participantes por sesión: 20

Duración: 8 Horas Módulo Teórico

Contenido del Módulo Teórico:

- Información básica de los productos químicos.
- Lo que se necesita saber
- Dónde encontrar información
- Sistemas de información y clasificación
- Rótulos y etiquetas
- Tarjetas de emergencia para transporte
- Fichas técnicas de seguridad
- Ciclo de vida del producto
- Adquisición e inclusión al proceso

- Transporte
- Almacenamiento
- Uso y manipulación
- Manejo de residuos
- Atención de emergencias y planes de contingencia
- Control de riesgos físicos para la salud
- Roles y responsabilidades
- Vigilancia epidemiológica
- Auditoría de manejo de productos químicos

Contenido del Modulo Práctico:

- Correcto Uso y Manipulación de productos
- Inspección de Trabajo e instalaciones

Resultados Esperados

Al finalizar el entrenamiento, el participante estará en capacidad de

- Identificar sustancias químicas y su manejo según las normas internacionales
- Conocer los procedimientos y cuidados para la manipulación y transporte de sustancias químicas
- Conocer los beneficios de la prevención de accidentes.
- Conocer el procedimiento de emergencia en caso de accidente.

Documentación

Al finalizar el entrenamiento, la empresa capacitada tendrá la obligación de entregar esta documentación:

- Informe del consultor y sus observaciones
- Relación de asistencia

4.2.12.2. Contenido Curso de Capacitación y Entrenamiento de Planes de Emergencia

Dentro de las actividades que deben desarrollarse en Salud, Seguridad Industrial y Protección Ambiental, se encuentra la capacitación y entrenamiento del personal respecto a los planes de emergencia. Una situación para todos desafortunada, pero

que con un manejo adecuado minimiza las consecuencias. En este curso partimos de sus planes actuales para desarrollar la capacitación que sus trabajadores requieren.

4.2.2 Dirigido a: Personal involucrado en operaciones y procesos con sustancias químicas.

Número máximo de participantes por sesión: 20

Duración: 8 Horas Módulo Teórico

Contenido Módulo Teórico:

- Definición de contingencia e identificación de los casos posibles y críticos
- Análisis del plan de emergencia
- Activación de centros de control
- Roles y responsabilidades del personal del área afectada
- Roles y responsabilidades del personal de seguridad industrial, salud y ambiente
- Líneas de comunicación y alarmas
- Funciones de brigadistas
- Manejo de información a la comunidad y entidades estatales
- Organización de prácticas y simulacros

Contenido Modulo Práctico:

- Simulacro

4.3

4.4 Resultados Esperados

Al finalizar el entrenamiento, el participante estará en capacidad de

- Conocer los tipos de emergencia que pueden presentarse en la actividad
- Identificar los planes de emergencia establecidos por la empresa
- Acudir a los recursos externos disponibles para atender emergencias
- Conocer las responsabilidades, funciones y comportamiento ante una emergencia
- Conocer las líneas de mando, comunicaciones y transporte dentro de un plan de emergencias

- Responder ante una emergencia
- Conocer el procedimiento de evacuación

4.5

4.6 Documentación

Al finalizar el entrenamiento, la empresa capacitada tendrá la obligación de entregar esta documentación:

- Informe del consultor y sus observaciones
- Relación de asistencia

4.2.13. Estrategia de Responsabilidad Social

La responsabilidad social de la empresa respecto al medio ambiente está en prevenir y mitigar cualquier mal manejo del producto, de tal manera que QuebraQuim pueda contribuir a un desarrollo sustentable. Esta responsabilidad social que se tiene es porque sólo nosotros como empresa importadora conocemos los productos, su ciclo de vida y las alternativas técnicas viables para mitigar el impacto ambiental que los clientes puedan generar con el uso de nuestros productos, para ello hemos considerado estratégico realizar cursos de capacitación de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente que a continuación se detalla.

4.2.13.1. Cursos de Capacitación Seguridad Industrial, Salud Ocupacional y Medio Ambiente.

Las inspecciones de seguridad en el trabajo, sean estas inspecciones informales o inspecciones planeadas, son herramientas fundamentales para la identificación, el control y mejoramiento de la gestión en Seguridad industrial, Salud Ocupacional y Protección Ambiental. De un correcto programa de inspecciones en el trabajo desarrollado por personal competente, depende a su vez el desarrollo de una cultura de seguridad y la obtención de correctos indicadores y puntos de mejoramiento. La capacitación proporciona los elementos necesarios para planear y desarrollar de manera constructiva esta actividad tan importante para el desarrollo del trabajo diario.

4.6.1 **Dirigido A:** Gerentes y Supervisores de operaciones y procesos con sustancias químicas

Número máximo de participantes por sesión: 20

Duración: 8 Horas

Contenido Modulo Teórico:

- Qué es una auditoría ambiental?
- Referencias del Sistema de Administración Ambiental
- Funciones y responsabilidades
- Objetividad, Autonomía y Competencia
- Plan de auditoría
- Requisitos para la auditoría
- Objetivos y Alcances de la auditoría
- Objetividad, Autonomía y Competencia
- Procedimientos
- Criterios de auditoría, evidencia y hallazgos
- Reunión de Cierre
- Informe de auditoría

4.7

4.8 Resultados esperados

Al finalizar el entrenamiento, el participante estará en capacidad de

- Participar en la realización de Auditorías Ambientales de acuerdo con las normas y procedimientos conocidos como aplicables en esta área

4.9

4.10 Documentación

Al finalizar el entrenamiento, la empresa capacitada tendrá la obligación de entregar esta documentación:

- Informe del consultor y sus observaciones
- Relación de asistencia.

4.2.14. Plan de Medios

Los medios a ser utilizados para la estrategia de comunicación son: La impresión de la papelería a ser utilizada, página WEB, punto de venta, publicidad, relaciones públicas de responsabilidad social y compromiso con el medio ambiente y en función de estos se estable el siguiente plan de medios:

PAPELARIA	I MES	II MES	III MES	IV MES	V MES	VI MES	VII MES	VIII MES	IX MES	X MES	XI MES	XII MES
Tarjetas de presentación												
Hojas membretadas												
Sobres												
Hojas membretadas fax												
Facturas												
PAGINA WEB												
Diseño												
Mantenimiento												
PUNTO DE VENTA												
Arriendo												
Vendedor												
PUBLICIDAD												
Asociar la marca con producción de cuero												
Líneas de productos												
Segmentos de mercado												
Medidas de seguridad												
Complementar línea de productos												
RELACIONES PUBLICAS												
Consejos de uso de producto												
País de origen												
Demanda Nacional												
Normas Fitosanitarias												
Cursos de capacitación manejo productos químicos												
RESPONSABILIDAD SOCIAL												
Cursos de capacitación seguridad industrial												
salud ocupacional y medio ambiente												

Ilustración 40: Cronograma de Plan de Medios

4.2.15. Desarrollo de Mercados

4.2.15.1. Expansión geográfica de la empresa

Considerando que la industria del Cuero y el Calzado en Ecuador es un sector importante en la economía del país, se desarrollará dentro de las estrategias de mercados la expansión geográfica de la empresa.

Se ha zonificado esta industria considerando el nivel de producción y elaboración.

Tungurahua: Ambato y Quisapincha: se dedica a la curtiembre de cuero, elaboración de zapatos, y talabartería.

Aquí se concentra la mayor producción del cluster y es por esto que nuestro principal mercado de clientes esta en esta provincia.

Pero dentro de nuestra visión de expansión podemos encontrar otras ciudades demandantes de nuestros productos.

Pichincha: Quito: se dedica a la curtiembre de cuero.

Guayas: Guayaquil: se dedican a la elaboración de calzado.

Imbabura: Cotacachi, se dedica a la curtiembre y elaboración de productos de cuero.

Azuay: Cuenca, Gualaceo y Chordeleg: se dedican a la talabartería y elaboración de calzado.

Chimborazo: Guano: se dedica a la elaboración de calzado.

Bolívar: Guaranda: se dedica a la elaboración de calzado y talabartería.



Ilustración 41: División política del Ecuador

4.2.16 Desarrollo de Productos

La estrategia es implementar nuevas líneas de producto atendiendo los requerimientos de los clientes, considerando el producto sustituto.

a. Extracto de Mimosa

Es un extracto de mimosa natural, de uso general indicado para la curtación en el proceso de curtación vegetal y también en la recurtición de cueros.

Propiedades

El Extracto de Mimosa es soluble en agua fría como en agua caliente y posee las siguientes características de curtación vegetal:

- Penetración eficiente
- Buen poder de fijación
- Excelente rendimiento

En la recurtición de cueros al cromo el Extracto de Mimosa permite:

- Favorecer al lijado
- Rellenar faldas y flancos
- Mantener el grabado de la estampa
- Excelente efecto de quema

Aplicación

Puede ser aplicado solo o combinado con otros extractos vegetales

Recomendaciones

Durante el proceso de producción de los cueros, podrá ocurrir el riesgo de contaminación con hierro y se debe tomar las medidas de seguridad de manipulación.

Almacenamiento

Este polvo debe almacenarse en lugares con ambiente seco, ventilado, protegido de la luz solar y embalaje cerrado.

Presentación

Se presenta en bolsas de 25kg, pudiendo ser suministrado en forma paletizada bajo solicitud.

b. Extracto de Castaño

Las sustancias curtientes contenidas en la madera de castaño es de taninos que fácilmente son hidrolizables. El extracto de castaño contiene una ventajosa cantidad de grupos ácidos y de ácidos orgánicos naturales, los cuales determinan una fuerte astringencia y la propiedad de combinarse en gran medida con la sustancia dérmica.

Estas propiedades hacen que el extracto de castaño sea especialmente apropiado para el curtido de pieles gruesas o pesadas y en modo particular para el curtido de la suela, ya que con su empleo se obtiene un alto rendimiento en peso, un cuero firme, compacto y al mismo tiempo flexible, elástico y de buen color y con buena impermeabilidad al agua.

c. Extracto de Tara

El extracto de tara comprende: taninos de sustitución (para pieles suaves, para blanco, recurtientes universales) y taninos auxiliares (dispersantes, neutralizantes, precurtientes).

Este producto se utilizan en las curtiembres como curtientes de sustitución, como auxiliares de la acción curtiente de los extractos tánicos naturales, como auxiliares para el precurtición, la recurtición, la curtición combinada, y como dispersantes de taninos vegetales y colorantes.

d. Aceites y Engrases

Existen aceites y grasas específicas que son combinaciones o agregan aditivos según la exigencia del mercado, con respecto a las grasas existen varios tipos de grasas como: sintéticas, sulfonadas, sulfitadas, lanolinas hidrofugantes, luego de esto pasa al proceso mecánico de escurrido, secado al vacío, secado al ambiente,

estacado de aquí las pieles de primera pasa al acabado y las de menor calidad pasan al lijado impregnado.

4.3. Crecimiento por Integración

4.3.1 Integración Vertical

4.3.1.1 Formación Equipo de Ventas

Un equipo de ventas conjunta los esfuerzos de la dirección de la empresa y de los vendedores, hay quienes lo han catalogado como el elemento esencial de la venta, debido a que son ellos quienes van a ejercer en forma directa esta acción de ventas.³⁹

Las ventas es una labor sumamente importante ya que simplemente es el medio por el cual la empresa va a canalizar una gran parte de los [ingresos](#) convirtiéndose así a su vez en un valioso [motor](#) de producción en la [economía](#) del país.

El trabajo de ventas viene a ser, por sus características, muy distinto a los demás realizados por los empleados de la empresa ya que son los vendedores quienes van a representar en el mundo exterior. Así se puede señalar de manera general que:

- Operan con poca [supervisión](#) directa de sus actividades
- Requieren un alto grado de motivación
- Necesitan tacto, diplomacia y estímulo social
- Tienen autorización de gastar en viáticos pero deben de justificarlo
- Viajan constantemente
- Están sometidos a presiones muy fuertes como son las tensiones mentales y las decepciones, aunadas a las fatigas físicas.

a. Perfil del vendedor

³⁹ www.eumed.net/libros/2009a/506/Responsabilidades%20de%20la%20Direccion%20Comercial.htm
De la Vega Ficher, Laura, Mercadotecnia Edit MacGraw Hill. Mexico 1999

Para QuebraQuim ser un buen vendedor implica desarrollar al máximo toda una serie de requisitos y cualidades personales entre la cuales se encuentran:

- Seguridad.- Ser una persona decidida, que confié en sí misma y en sus habilidades; un buen vendedor debe estar convencido de la calidad de su trabajo y sobre todo de que cuenta con los instrumentos materiales y psicológicos necesarios para tener éxito.
- Simpatía.- Tener la habilidad de agradar a los demás
- Capacidad de observación.- Poder juzgar a las personas con quienes trata para saber qué forma debe de actuar con ellas.
- Empatía.- Facilidad de sentir una situación ajena como suya.
- Determinación.- Mostrarse firme con los objetivos e ideas.
- Facilidad de palabra.- Que sepa cómo decir las cosas.
- Poder de persuasión.- Saber distinguirse a los demás para convencer a los clientes
- Coraje.- Contar con un espíritu combatido que no minimice ante los desaires.
- Iniciativa.- Ser una persona emprendedora y capaz de salir adelante.
- Creatividad.- Facilidad para realizar buenas ideas en los momentos precisos.
- Serenidad.- No perder la paciencia ante cualquier situación difícil.
- Sinceridad.- El vendedor debe mostrarse siempre sincero y honesto en sus relaciones de trabajo.
- Responsabilidad.- El ser cumplido en todos [los sentidos](#) es un requisito fundamental en todo tipo de trabajo.
- Tacto.- El vendedor deberá saber cómo manejar su destreza para decir o hacer sin ofender ni dejar que abusen de él.
- Cortesía.- Observar siempre buenos modales.
- Imaginación.- Ser capaz de prever las cosas que probablemente podrán ocurrir.
- Ética profesional.- Deberá cumplir satisfactoriamente con sus obligaciones profesionales las que muchas veces no existen de una manera formal dentro de la organización.
- Ambición.- Esta condición resulta importante en un vendedor ya que el ser ambicioso lo obliga a luchar por sus ideales.⁴⁰

⁴⁰ http://www.wikilearning.com/monografia/sistema_de_control_y_distribucion_de_ventas-ventas_pasos_y_procesos/14955-10

b. Obligaciones del vendedor

Los vendedores en el desarrollo de su trabajo tienen que cumplir con una serie de [obligaciones](#) que se derivan de los objetivos y tipos de actividades que efectúan y cuyo cumplimiento requiere personas con habilidades y características especiales.

Para con la empresa:

- Convencer diariamente a la empresa de su habilidad, entusiasmo, constancia y espíritu de colaboración.
- Respetar y maximizar la eficiencia de las políticas de venta de la empresa
- Proyectar una imagen favorable de la empresa
- Proporcionar a la empresa información acerca de las quejas, sentimientos, necesidades, modalidades y opiniones de los clientes con quien trata.
- Preparar los reportes de venta y demás documentos que la empresa exija en el desarrollo de la actividad
- Cumplir eficientemente su labor.
- Mantener o aumentar en su caso el volumen de ventas
- Promover de todas las formas y medios posibles el uso de los productos.
- Lograr la [introducción](#) de nuevos productos en el mercado

Para el buen funcionamiento de su trabajo.

- Estar dispuesto en todo momento a mejorar sus conocimientos y técnicas de ventas.
- Especializarse en su campo de acción a fin de lograr mejores resultados.
- Desarrollar y aprovechar al máximo sus habilidades, experiencias y conocimientos de cada venta que realice.
- Procurar conocer perfectamente todo lo relacionado con el producto que vende para saber las ventajas y desventajas del mismo.
- Conocer perfectamente la zona en que se desenvuelve, en lo que se refiere a clientes y [competencias](#).

- Planear anticipadamente cada venta.

Para con los clientes.

- Convencer a sus clientes que no solo piensa en incrementar sus ventas y así sus ingresos, sino que desea ayudar a resolver sus [problemas](#).
- Demostrar siempre el entusiasmo contagioso para lograr con éxito sus ventas.
- Atenderlos de la mejor forma y con el mayor [respeto](#), sin mencionar cualidades que el producto no tenga o engañar con otros argumentos.
- Proporcionarles productos, servicios y condiciones que satisfagan sus necesidades.
- Cumplir con las condiciones prometidas.
- Mostrar interés en el cliente, siendo cordial, considerado, estudiar su punto de vista y expresarse en términos ventajosos del cliente.

Para consigo mismo.

- Convencerse de su capacidad e interés en el trabajo, de la importancia del mismo y de la suerte de pertenecer a la empresa.
- Buscar un desarrollo personal tanto en su posición como en sus ingresos dentro de la organización. Este punto obviamente debe coincidir con los objetivos que el vendedor persiga a nivel personal.

c. Dirección del equipo de ventas

El equipo de ventas se encontrará liderado por un gerente de ventas, el cual estará en capacidad de:

- Planificar el trabajo a desarrollar.
- Supervisar, mantener y dirigir al área de ventas.
- Diseñar y ejecutar las estrategias de ventas.
- Establecer metas para cada uno de los vendedores.
- Ejecutar y presentar el informe sobre la gestión de ventas

- Dirigir al equipo hacia el alcance de las metas y objetivos propuesto por la empresa.

d. Canales de distribución

La [interacción](#) que existe entre el vendedor y el comprador acentúa la posibilidad de desarrollar un [procedimiento](#) adecuado y eficaz para llevar a cabo el proceso de ventas, el cual varía de acuerdo a las características de los clientes. Sin embargo, se sigue un proceso cuando se trata de vender productos; este proceso estará guiado por los siguientes lineamientos:

Actividades de preventa. Se tiene en cuenta la certeza de que las personas de ventas deben estar preparadas, es decir, que estén relacionadas con el producto, el mercado y las [técnicas](#) de venta. Además los vendedores deben conocer la [motivación](#) y el [comportamiento](#) del segmento del mercado al cual desea vender; deben estar informados sobre la [naturaleza](#) de la competencia, las condiciones de los negocios y las que prevalecen en su territorio.

Localización de clientes potenciales. Los vendedores diseñarán un perfil de cliente; para esto se ayudará a través de la consulta del directorio de productores de cuero para obtener una lista de personas o empresas que son clientes potenciales.

QuebraQuim está consciente de que los vendedores deben tener todas las facilidades para que los factores anteriores sean herramientas que permitan incrementar los ingresos y la captura y satisfacción a los clientes.

e. Tamaño de la fuerza de ventas y zonificación

El tamaño del equipo de ventas dependerá directamente del nivel de ventas y de las zonas dónde se encuentran ubicados nuestros potenciales clientes. Así se destaca que el método de incremento de la productividad estará en función de la venta por producto es decir este equipo de ventas atenderá por tipo de cliente en función de la zona en la cual trabaja

Para QuebraQuim se dispondrá de un ejecutivo de ventas el mismo que estará a cargo de la zona de Ambato:

- Zona centro
- Zona Parque Industrial
- Zona Sur

Y además en el proceso de expansión geográfica se tratará de incursionar en otros mercados demandantes de curtientes vegetales. Al suceder eso se dispondrá de un ejecutivo de ventas para la Zona Norte (Pichincha e Imbabura), otro para Zona Sur y Costa (Azuay y Guayas) y el ejecutivo de Ambato cubrirá además (Bolívar y Tungurahua).

f. Preparación de la venta

Los vendedores antes de visitar a los clientes potenciales, deberán aprender todo lo que puedan sobre las personas o empresas a las cuales esperan vender. Así mismo puede conocer que productos o [marcas](#) utilizan actualmente y las reacciones hacia ellos. El vendedor debe tratar de averiguar los hábitos personales, los gustos y las cosas que molesten al cliente potencial; además ha de obtener toda la [información](#) posible para que sea capaz de planear presentaciones para sus clientes.⁴¹

Presentación de ventas: Esta etapa se conforma de tres pasos:

Atraer la [atención](#).

- El contacto personal es una forma sencilla de atraer la atención del futuro cliente: darle la bienvenida, presentarse a sí mismo y mencionar algo que está viniendo.
- Si el vendedor fue remitido al prospecto por un cliente, la técnica correcta será principalmente la presentación con una referencia a este conocido común.

⁴¹ www.monografias.com/trabajos11/travent/travent.shtml

- Un consultor en [entrenamiento](#) con frecuencia recibe a un cliente potencial con la pregunta ¿si usted puede disminuir sus costos de ventas a la mitad y al mismo tiempo aumentar al doble sus volúmenes de ventas estaría interesado?
- Sí el vendedor tiene un producto nuevo, la manera de atraer la atención es simplemente mostrarle el producto al cliente potencial.

Mantener el [interés](#) y despertar el deseo.

Para mantener el interés y estimular un deseo en el cliente por el producto se puede efectuar una plática de ventas. La demostración del producto es invaluable ya que este al ser mostrado se va a vender por sí solo. Se aconseja que los vendedores usen esa plática de ventas prefabricada ya que la mayoría de las veces es eficaz.

Contestar las objeciones y cerrar la venta.

Como parte importante de una presentación el vendedor debe tratar, en forma periódica, de hacer un cierre de venta de prueba para poder medir la voluntad de compra del cliente potencial.

g. Actividades de la posventa.

El éxito de las ventas depende de la repetición de negocios. El cliente satisfecho proporcionara [datos](#) para otros clientes potenciales.

Los servicios posventa es un factor importante para que QuebraQuim sabemos que esto fomentará la buena imagen de la empresa ante el cliente después de su decisión ya que de acuerdo a la llamada disonancia cognoscitiva, después que una persona ha tomado una decisión le invadirá una ansiedad debido a que él sabe que la alternativa escogida tiene algunas características desagradables así como también ventajas.

Como otros de los servicios de posventa, el vendedor debe asegurarle al cliente que ha tomado la correcta decisión mediante:

- Un resumen de los beneficios del producto.
- Una exposición de las ventajas del producto frente a las alternativas posibles desechadas.
- El señalamiento del grado de satisfacción que tendrá el cliente con el uso del producto.

4.3.1.2. Políticas del Departamento de Ventas

a. Formación comercial del vendedor

El desarrollo personal de un vendedor puede orientarse a la [estructura](#) de [la organización](#), incrementar sus ventas, y por ende el de sus ingresos por comisión; aunque regularmente la obtención de buenos volúmenes de ventas conlleva al logro de mejores puestos, en muchas ocasiones los vendedores renuncian a aceptarlos con tal de no perder a sus clientes e ingresos, que pueden ser muy elevados.⁴²

Existen algunos factores esenciales que hay que considerar en el [desarrollo personal](#) de un vendedor y son:

- Deseos de progresar
- Efectiva administración de su tiempo.
- Una correcta exploración de sus cualidades y habilidades
- Preocupación personal por incrementar día con día sus conocimientos
- Experiencia
- Carácter, firmeza y voluntad.

Todo vendedor profesional o que toma en serio su trabajo siempre debe procurar una continúa preparación. Ha de ser un analista de las cosas que pasan a su alrededor por lo que deberá conceder parte de su tiempo y por lo general en sus

⁴² Muniz Rafael, Marketing en el siglo XXI , Segunda Edición capitulo 6 Equipos de Ventas
www.wikilearning.com/monografia/sistema_de_control_y_distribucion_de_ventas-perfil_del_vendedor/14955-12

horas libres, a informarse y estudiar los aspectos económicos, sociales, psicológicos, técnicos y culturales del medio en que se desenvuelve.

Es por estas circunstancias que QuebraQuim se preocupa del desarrollo de su equipo de ventas con la preparación de cursos de capacitación de conocimiento y manejo de productos químicos así como también cursos de motivación.

b. Control y supervisión del equipo de vendedores

El control que se ejerce en la fuerza de venta, permite evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos, tanto a nivel cualitativo como cuantitativo. Al tener QuebraQuim una meta que alcanzar y un plan a seguir, ahí es donde radica principalmente la actividad del gerente de ventas que debe luchar con su equipo altamente competitivo. La planificación comercial, engloba el proceso de supervisión a través de un sistema consistente en:

- Fijar los objetivos.
- Planificarlos.
- Poner en funcionamiento métodos de control.

Quizá uno de los factores más importantes en el trabajo diario del vendedor y no aceptado de buen grado sea la organización y planificación de su trabajo. El motivo puede estar en un error de comunicación a la hora de transmitir esta tarea. Consiste en indicarles cómo deben realizar sus funciones, es decir, la utilización del report o informe diario, ficheros, agendas, listados de facturación, rutas y puntos de venta. La mejor cualidad del vendedor es ser organizado, por eso hay que enseñarlo e insistir en ello.

c. Herramientas de control y apoyo

Para ser eficaces en la tarea de seguimiento y evaluación del equipo de ventas, QuebraQuim cuenta con una serie de herramientas que nos ayudan a conseguir este objetivo. Herramientas capaces de darnos una exhaustiva información de nuestros clientes y mercado, lo que redundará en una mayor competitividad. Por ello nos valdremos del siguiente material logístico que en soporte informático o papel necesitamos utilizar:

Fichas de Clientes:

El vendedor tiene que seguir unas rutas diariamente acompañado de este tipo de documento; en él se recogen los siguientes datos:

- Datos del cliente y su clasificación.
- Frecuencia de la visita.
- Forma de pago y plazos.
- Fecha de la última visita realizada.
- Volumen de pedidos del año anterior.
- Volumen de pedidos previstos para este año.
- Cantidad servida en el último pedido.
- La gama de productos que trabaja.
- Cómo y en qué cantidad trabaja con la competencia.
- Observaciones.

Esto nos permitirá evaluar:

- El tiempo transcurrido desde la última visita.
- La rotación del producto en ese tiempo.
- El comportamiento de nuestro producto en ese período.
- Tendencias del mercado.

Informe diario, Reporte:

Se entregará diariamente en las oficinas o se enviará semanalmente en caso de desplazamiento; tiene como finalidad conocer lo siguiente:

- La actividad diaria del vendedor.
- Resultado de la gestión de ventas.
- El grado de cobertura de los objetivos.
- Gestión de cobros realizada.

- Clientes nuevos conseguidos.
- Productos vendidos.

4.11 Nota de gastos

Este documento puede ser semanal, quincenal o mensual. Recoge los gastos efectuados por el vendedor en un determinado tiempo. Asimismo, permite chequear junto a los informes diarios la información recogida en uno y otro, para comprobar el grado de coherencia de las gestiones, ya que el contraste de esta información con la obtenida en el reporte nos permitirá verificar la veracidad de los datos del anterior, de cara a su mayor fiabilidad. Entre otros, debe recoger los siguientes aspectos:

- Rutas seguidas.
- Kilómetros recorridos.
- Detalle de las invitaciones (clientes y motivos) con facturas incluidas.
- Observaciones.

4.12 Informe mensual

Este informe, que se emite a la dirección de la empresa una vez al mes, es realizado por el jefe de ventas o responsable comercial. Recoge y resume la información dada por los vendedores con su análisis. Entre los principales puntos que trata están:

- Análisis de los resultados globales de ventas del mes correspondiente.
- Objetivos cualitativos del mes y grado de cumplimiento.
- Resultado de las acciones promocionales.
- Situación del mercado.
- Acciones de promoción local.
- Objetivos cualitativos y cuantitativos del mes siguiente.
- Tendencias del mercado, tanto para nuestra empresa como para la competencia.

4.13 Las reuniones de trabajo:

No se podría considerar el tema cerrado si no se hace mención de una de las herramientas que debe saber manejar el responsable comercial para incrementar el rendimiento de los vendedores. Nos estamos refiriendo a las reuniones de trabajo que todo directivo debe saber conducir en aras de obtener un buen control, una mejor información y dar una mayor dinámica a su equipo.

d. Políticas de determinación de rutas y zonas

La zona de ventas tiene que estar localizada en un área que facilite su adecuada y rentable cobertura, quedando bien definidos sus límites geográficos para facilitar la tarea de valoración y control.

Ventajas de definir las rutas

- Incremento del tiempo productivo (una visita diaria más supone, a lo largo de un año, en términos de tiempo de venta un mes más).
- Consigue que se visiten a todos los clientes y no sólo a los que son «amigos» o más cómodos para el vendedor.
- Facilita elaborar el presupuesto de gastos por desplazamientos.
- Aumento de la regularidad de las visitas y con ello la satisfacción del cliente de sentirse atendido.
- Cubrir las zonas con igual intensidad

e. Políticas de remuneración

QuebraQuim establece su política de remuneración acorde al mercado y a las necesidades del equipo. En función de las siguientes variables:

Salario Fijo: A través de este sistema el vendedor percibe sus honorarios de forma fija, independientemente de los resultados obtenidos.

Comisiones: Consiste en retribuir al vendedor, exclusivamente, según las ventas conseguidas, para ello se aplica un porcentaje previamente estipulado.

Prestaciones complementarias y gastos

Estas harán que nuestros vendedores se sientan más arraigados a la empresa. Estas prestaciones están destinadas a mejorar la seguridad del colaborador tales como: seguro de vida, seguro médico, plan de telefonía, tarjetas de crédito, movilización, etc.

f. Política de motivación laboral

La empresa es consciente de la importancia de poseer una estructura comercial convenientemente cualificada y con un alto grado de motivación, capaz de compartir los objetivos fijados por el propio departamento, haciéndolos suyos.

Entendiendo por motivación toda fuerza o impulso interior que inicia, mantiene y dirige la conducta de una persona con el fin de lograr un objetivo determinado. En el ámbito laboral estar motivado supone estar estimulado e interesado suficientemente como para orientar las actividades y la conducta hacia el cumplimiento de unos objetivos establecidos previamente.

A nivel general, podemos establecer la distinción entre dos clases de motivaciones:

- Motivación intrínseca. Aquella en la que la acción es un fin en sí mismo y no pretende ningún premio o recompensa exterior a la acción. El trabajador se considera totalmente auto motivado.
- Motivación extrínseca. Se produce como consecuencia de la existencia de factores externos, es decir tomando como referencia algún elemento motivacional de tipo económico.

La empresa lograra que su estructura comercial esté motivada tanto intrínseca como extrínsecamente, podrá tener a sus trabajadores con un buen nivel de integración y satisfacción, creando un clima laboral que repercutirá positivamente en su nivel de rendimiento, lo que redundará en beneficios para la compañía.

g. Cumplimiento de ventas

El cumplimiento de metas del área de ventas está en función de la política de ventas establecida por la empresa. Es decir el primer mes se debe vender el 50%

de la primera importación y el siguiente mes el otro 50% con el fin de cumplir las metas presupuestadas.

h. Logística de ventas

La entrega del producto estará en función de los pedidos que hagan los clientes como base se los hará 3 días por semana.

4.3.2 Integración horizontal

4.3.2.1 Productos relacionados con la Industria – Elementos de protección personal para manejo de productos de la curtiembre

Se considera muy importante todos los esfuerzos en pro de la seguridad en condiciones de trabajo y el medio ambiente, es por este motivo que QuebraQuim ha considerado como parte de sus proyectos de integración horizontal el suministrar a sus clientes elementos de protección personal, con el fin de evitar accidentes y protegerlos de los elementos nocivos que se produzcan durante los procesos de curtición.

Los elementos de protección contra los elementos nocivos para el organismo deben ser considerados sobre la base de las partes expuestas del cuerpo, y las vías de entrada.

Los elementos de protección deben reunir ciertas características de las que podemos citar:

- La propiedad de no alterarse por efecto de las altas temperaturas o radiación térmica.
- Permitir el libre movimiento del usuario.
- No entorpecer la comunicación acústica.
- Asegurar la protección contra la agresión de contaminantes químicos.
- Deben ser cómodos y confortables,(tanto mayor cuanto más grande llegue a ser la duración del tiempo de uso)
- Deben ser fáciles de cuidar y mantener.

Clasificación de elementos de protección

Podemos dar una clasificación de los elementos de protección del hombre de los tóxicos, citando los elementos sobre la base de la zona corporal a la cual tiene que proteger, tendremos en consecuencia:

a. Protección de los ojos y cara.

Se debe contar con la protección contra vapores irritantes, contaminantes pulverizados, gases, nieblas, radiación térmica producidas por fuentes calientes, en algunos casos las gafas de protección lo tienen que hacer contra el frío, en ambientes húmedos, o de extrema sequedad.

Para la protección contra el empañamiento a los lentes se les coloca del lado interno un compuesto desempañante.

No hay que olvidar que algunas personas usan el elemento de protección de los ojos simultáneamente con el uso de gafas de corrección visual.

Al llevar equipo de protección respiratoria, del tipo semimáscara, las gafas pueden llegar a interferir con el ajuste en la zona del tabique nasal , y en el caso de usar máscara completa las patillas de las gafas pueden interferir con el cierre creando fugas.

Para evitar lo anterior, en el caso de usar semimáscara, lo primero a realizar es una prueba de ajuste con las gafas puestas, o todo aquel elemento que pueda quedar dentro del equipo de protección respiratoria, confirmado que este quede bien.

Cuando se trata de equipos de protección respiratoria de máscara completa, una solución es el uso de lentes de contacto o gafas adecuadas a la mascarilla (monturas especiales preparadas para tal fin).

En el caso de usar lentes de contacto verificar que la persona no esté recibiendo alguna radiación que puede provocar el resecamiento de las conjuntivas



Ilustración 42: Mascarillas y gafas de protección

b. Protección de los dedos, las manos y los brazos.

Se mencionó que la mayoría de las lesiones de los trabajadores en nuestro país se producen en los dedos las manos y los brazos, lo que demuestra su vulnerabilidad, que obliga a usar elementos de protección personal, tales como guantes, mitones o alguna adaptación de los mismos

Nota: Los guantes no son aconsejables en los puestos de trabajo con máquinas rotativas, por la gran probabilidad de que los elementos móviles atrapen a los guantes, arrastrando a las manos al interior del equipo.



Guantes cortos

Mitones

Ilustración 43: Guantes de protección

Guantes de material sintético (Nitrilo combinado con goma se usan para pinturas, los de neoprene, se utilizan en el manejo de productos químicos, los de PVC, se usan en el manipuleo de aceites, solventes.

c. Protección de los pies y piernas.

En los pies la protección normal son los zapatos, en la industria se utiliza el calzado de seguridad, pero con los productos peligrosos por lo general estos no brindan la protección adecuada recurriendo por ello al uso de botas reforzadas, o no dependiendo esto de la prestación de protección buscada, lo general se procura que este calzado llegue a ser lo más cómodo posible. Tienen características tales como la de poseer un cierre ajustado por encima para que no penetre ningún cuerpo o sustancia extraña y tome contacto directo con la piel

Hay muchos tipos de botas, las cuales brindan protección hasta las rodillas salvo algunas muy especiales como las tres cuartos o las que llegan hasta las caderas, son utilizadas para proteger los miembros inferiores de productos químicos, en los casos que haya riesgo de la caída de objetos pesados se las puede solicitar con puntera de seguridad. Solo se comercializan en una serie limitada de polímeros, dado que es necesario que tengan una buena resistencia a la abrasión, los más utilizados son el PVC, y de caucho.



Ilustración 44: Botas de protección

d. Protección del tórax y el abdomen.

Se fabrican prendas de polietileno y materiales microporosos, no tejidos para usar y descartar, estos elementos son normalmente llamados de papel, (la fabricación se

realiza con una tecnología que en lugar de tejer la prenda une las fibras. Estas prendas son sumamente baratas y ligeras.

Los materiales microporosos no recubiertos son en la generalidad denominados transpirables, dado que permiten la transmisión del vapor, llegando a ser por esta causa menos estresantes, aquellos que están unidos por hilado son útiles para la protección de partículas en suspensión, pero no son resistentes a los elementos químicos y a los líquidos en general.

La ropa de este tipo siempre tiene que ser fabricadas bajo normas que garanticen la salud del usuario.

La ropa de trabajo debe poseer las siguientes condiciones:

- Aislar correctamente lo necesario sin excederse
- Proteger, además si se va a utilizar en el exterior, contra el viento y la lluvia
- Eliminar parcialmente la transpiración

Cuanto mayor es la protección general mayor será el tiempo necesario para efectuar el trabajo, y la probabilidad de cometer errores. Otra cosa que se incrementa es la probabilidad de enganches, arrastres, por parte de elementos móviles.

La ropa de trabajo para protección personal, perfectamente encuadrada en las normas, de riesgo mínimo rara vez representa una carga, que disminuya la productividad.

Mantenimiento

La conservación de la ropa de protección es de fundamental importancia para garantizar la seguridad individual de los usuarios, para ello cobra vital importancia las inspecciones, la correcta limpieza y la buena reparación.

Existe ropa de protección que posee limitaciones tales como nivel de vida, protección de la radiación UV (luz solar, radiaciones provenientes de soldadoras eléctricas, etc.), pudiendo ser afectadas por la presencia de ozono, humedad, o necesiten que les brinden una reducida cantidad de calor, que atraviesa la tela de la prenda, puede ser que no se deba pegar la ropa.

La ropa de caucho natural necesita por lo general todas las precauciones mencionadas, otra ropa no pueden ser dobladas como ser algunos polímeros, razón por lo cual se debe pedir a los fabricantes las recomendaciones al respecto (forma de almacenamiento)

Los criterios a emplear para las inspecciones, así como los métodos y la frecuencia, deben ser establecidos por escrito dentro de las normas de seguridad de las empresas.

5 CAPITULO V

6

7 ESTUDIO FINANCIERO

Se considera la inversión en esta industria como de gran importancia debido a que nuestro mercado demandante es un mercado que ha demostrado gran aceptabilidad de curtientes vegetales, motivo por el cual el presente estudio se lo realizará bajo ésta premisa.

Se procederá a realizar la evaluación del plan de negocios propuesto a fin de identificar si el proyecto es factible de ser implementado. El análisis se lo realizará bajo diferentes enfoques:

En primer lugar se elaborará los indicadores financieros en base al estado de situación inicial considerando las inversiones a ser realizadas y los mecanismos para obtener el dinero para apalancar el negocio.

En segundo lugar se realizará el flujo de caja para poder obtener el comparativo de la utilidad pronosticada y la inversión realizada, todo esto bajo el direccionamiento de políticas que permitan diseñar dicho instrumento.

En tercer lugar se obtendrá indicadores de evaluación de la inversión para demostrar su grado de rentabilidad.

5.1. Inversiones

Las inversiones, representan todo desembolso de recurso financiero para la adquisición, creación, renovación, ampliación o mejora de bienes de equipo, esto permite el aumento del capital, incrementando por ende la capacidad productiva a

futuro con la que la empresa cuenta durante varios años para cumplir su objeto social.⁴³

Un activo es el conjunto de bienes tangibles o intangibles que posee una empresa. Se considera activo a aquellos bienes que tienen una alta probabilidad de generar un beneficio económico a futuro y se pueda gozar de los beneficios económicos que el bien otorga. Los activos de un negocio varían de acuerdo con la naturaleza de la empresa.⁴⁴

Para el presente proyecto, se considera muy importante la inversión en activos corrientes ya que la naturaleza de la empresa es de tipo comercial.

La estructura inicial de la empresa requiere de una inversión de USD \$35.206,32, distribuida de la siguiente manera: Activos corrientes: USD \$30.406,52; activos fijos: USD \$3.800,00 y activos diferidos: USD \$1.000,00.

Dicha inversión deberá ser financiada con capital propio mediante un aporte de USD \$30.206,52 y con un préstamo bancario de USD \$5.000,00.

“QUEBRAQUIM”

ESTADO DE SITUACION INICIAL

ACTIVOS		PASIVO Y PATRIMONIO	
CORRIENTES	\$ 30.406,52	A CORTO PLAZO	\$ 5.000,00
CAJA-BANCOS	\$ 2.000,00	DOCUMENTOS POR PAGAR	\$ 5.000,00
MERCADERIA	\$ 28.406,52		
FIJOS	\$ 3.800,00	PATRIMONIO	\$ 30.206,52
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.000,00	CAPITAL SOCIAL	\$ 30.206,52
EQUIPO DE OFICINA	\$ 1.800,00		
DIFERIDOS	\$ 1.000,00		
GASTOS DE CONSTITUCION Y ORGANIZACIÓN	\$ 1.000,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 35.206,52	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 35.206,52

Tabla 41: Estado de Situación Inicial

⁴³ www.zonaeconomica.com/inversion/definicion

⁴⁴ [http://es.wikipedia.org/wiki/Activo_\(contabilidad\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Activo_(contabilidad))

Elaborado por: Autoras

5.1.1. Activos Corrientes

Para la inversión en activos corrientes se necesitará un monto de respaldo de efectivo de USD \$2.000,00 y una inversión en mercadería de USD \$28.406,52, mismos que representan el costo de importación de 18.000 kilos de mercancía más todos los tributos e impuestos aduaneros necesarios para la nacionalización del producto, según los requerimientos presentados en la siguiente tabla:

COSTO DE IMPORTACION DE LA MERCANCIA

PARTIDA ARANCELARIA	KILOS	REFERENCIA
3201100000-0000	18000	QUEBRACHO ATO
DESCRIPCION	SACOS	COSTO POR KILO
EXTRACTO DE QUEBRACHO	720	1,2
VALOR FOB		\$ 21.600,00
FLETE		\$ 1.900,00
SEGURO		\$ 58,75
VALOR CIF		\$ 23.558,75
ADVALOREM		\$ -
FODINFA		\$ 117,79
12 % IVA		\$ 2.841,19
CORPEI		\$ 5,40
TOTAL LIQUIDACION		\$ 2.964,38
2% SALIDA DE DIVISAS		\$ 470,00
GASTO LOCAL NAVIERA		\$ 432,60
GASTO ALMACENERA		\$ 150,79
CUSTODIA		\$ 350,00
FLETE INTERNO		\$ 480,00
TOTAL COSTO IMPORTACION		\$ 28.406,52

Tabla 42: Costo de Importación de la Mercancía

Elaborado por: Autoras

5.1.2 Activos Fijos

Para la adquisición de activos fijos se necesita USD \$3.800,00, distribuidos de la siguiente manera: muebles y enseres USD \$2.000,00; equipo de oficina USD \$1.800,00.

A cada uno de los activos se le aplicará un determinado porcentaje de depreciación que según la base legal actual del país se distribuye en: muebles y enseres 10% anual y equipo de oficina al 33.3% anual.

5.1.3. Activos Diferidos

El negocio será constituido bajo el criterio de conformación de una Sociedad de Hecho, a través de la suscripción de un contrato privado debidamente notariado. Adicionalmente se necesitará organizarlo administrativamente mediante la elaboración de manuales que direccionen las actividades de la empresa. Se invertirá USD \$1.000,00 para dichos rubros.

5.2. Gastos Presupuestados

5.2.1. Costos Variables

La empresa importará como producto principal el extracto de quebracho según los enfoques de mercadeo identificados en el plan estratégico.

El costo variable del extracto de quebracho por tratarse de una empresa importadora se verá reflejado en los costos de importación. El costo variable unitario se lo obtendrá dividiendo los costos de importación para el número de sacos. Este número se determina del total de kilos de un contenedor 18.000 kg para 25 kilos dando como resultado que se importarán 720 sacos.

COSTOS DE LA MERCANCÍA

PARTIDA ARANCELARIA	KILOS	REFERENCIA	DESCRIPCION	COSTO IMPORTACION	Nº SACOS	COSTO VARIABLE UNITARIO
3201100000-0000	18000	QUEBRACHO ATO	EXTRACTO DE QUEBRACHO	28406.52	720	39.45

Tabla 43: Costo de la Mercancía

Elaborado por: Autoras

5.2.2. Costos Fijos

Los costos fijos del proyecto se relacionan con los siguientes rubros:

Arriendo de bodega, internet, teléfono, servicios básicos, suministros y materiales, mantenimiento de bodega, gastos menores (pago agente de aduana), movilización, sueldos y salarios administrativos, sueldos y salarios operarios, depreciación equipo de oficina, depreciación muebles y enseres, diseño página Web, costo mantenimiento página web, material publicitario, amortización de interés, amortización de gastos de constitución, cuota de capital.

A continuación se presenta el método de obtención de costos de depreciación, amortización de deuda, sueldos y salarios y material publicitario.

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

TABLA DE DEPRECIACIONES	
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	
VALOR	2,000.00
TIEMPO EN AÑOS	10
DEPRECIACION ANUAL	200.00
DEPRECIACION MENSUAL	16.67
DEPRECIACION EQUIPO DE OFICINA	
VALOR	1,800.00
TIEMPO EN AÑOS	3
DEPRECIACION ANUAL	600.00
DEPRECIACION MENSUAL	50.00

Tabla 44: Depreciación Activos Fijos

Elaborado por: Autoras

AMORTIZACION DE DEUDA

PRESTAMO: 5,000.00 MONTO: 5,452.32
 TASA DE INTERES ACTIVA ANUAL: 16.30

No. Cuota	Capital	Cuota Capital	Interes	Total Cuota
01	5,000.00	386.47	67.89	454.36
02	4,613.53	391.72	62.64	454.36
03	4,221.81	397.04	57.32	454.36
04	3,824.77	402.43	51.93	454.36
05	3,422.34	407.89	46.47	454.36
06	3,014.45	413.43	40.93	454.36
07	2,601.02	419.04	35.32	454.36
08	2,181.98	424.73	29.63	454.36
09	1,757.25	430.50	23.86	454.36
10	1,326.75	436.35	18.01	454.36
11	890.40	442.27	12.09	454.36
12	448.13	448.13	6.08	454.36
TOTAL :		5,000.00	452.17	5,452.32

Tabla 45: Amortización de deuda

Elaborado por: Autoras

SUELDOS Y SALARIOS VENDEDOR

SUELDOS Y SALARIOS	UNITARIO	Nº DE PERSONAS	TOTAL
SALARIO BASICO	280.00	1	280.00
OTROS COMPONENTES	49.17	1	49.17
TOTAL			329.17

Tabla 46: Sueldos y Salarios Vendedor

Elaborado por: Autoras

SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVOS

SUELDOS Y SALARIOS	UNITARIO	Nº DE PERSONAS	TOTAL
SALARIO BASICO	310.00	1	310.00
OTROS COMPONENTES	56.46	1	56.46
TOTAL			366.46

Tabla 47: Sueldos y Salarios Administrativos

Elaborado por: Autoras

MATERIAL PUBLICITARIO

PAPELERIA	6.00	100	600.00
POP	0.20	3000	600.00
TOTAL			1,200.00

Tabla 48: Material Publicitario

Elaborado por: Autoras

5.3. Ingresos Presupuestados

8

Los ingresos por venta del producto se originarán sobre la base de la aplicación de la política de precios por línea de producto, la misma que es del 150% según se detalla en la siguiente tabla:

POLITICA DE PRECIOS

PARTIDA ARANCELARIA	KILOS	REFERENCIA	DESCRIPCION	COSTO VARIABLE UNITARIO	MARGEN DE CONTRIBUCION	PRECIO DE VENTA AL PUBLICO
3201100000-0000	18000	QUEBRACHO ATO	EXTRACTO DE QUEBRACHO	39.45	1.5	59.18

Tabla 49: Política de Precios

Elaborado por: Autoras

Los ingresos a obtener de este producto de acuerdo a la política de rentabilidad sobre el costo unitario variable aplicado es: \$ 28.406,52.

INGRESO PRESUPUESTADO

PARTIDA ARANCELARIA	KILOS	REFERENCIA	DESCRIPCION	COSTO VARIABLE UNITARIO	Nº SACOS	INGRESO TOTAL
3201100000-0000	18000	QUEBRACHO ATO	EXTRACTO DE QUEBRACHO	39.45	720	28406.52

Tabla 50: Ingresos Presupuestado

Elaborado por: Autoras

5.4. Margen de Contribución

El margen de ganancia obtenido mediante el comparativo de los costos variables y los ingresos totales equivale a USD \$14.203.26 para la primera importación que se planifica venderla en un periodo de 2 meses.

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN TOTAL

PARTIDA ARANCELARIA	KILOS	REFERENCIA	DESCRIPCION	COSTO TOTAL	INGRESO TOTAL	MARGEN DE CONTRIBUCION TOTAL
3201100000-0000	18000	QUEBRACHO ATO	EXTRACTO DE QUEBRACHO	28406.52	42609.78	14203.26

Tabla 51: Margen de Contribución Total

Elaborado por: Autoras

5.5. Punto de Equilibrio

Para alcanzar el punto de equilibrio en una importación, se espera vender 132 sacos de extracto de quebracho, cifra que permitirá exactamente cubrir los costos generados.

Este viene a ser un punto de referencia a partir del cual sabremos que se obtienen utilidades.

Tabla 52: Punto de Equilibrio

Elaborado por: Autoras

PUNTO DE EQUILIBRIO

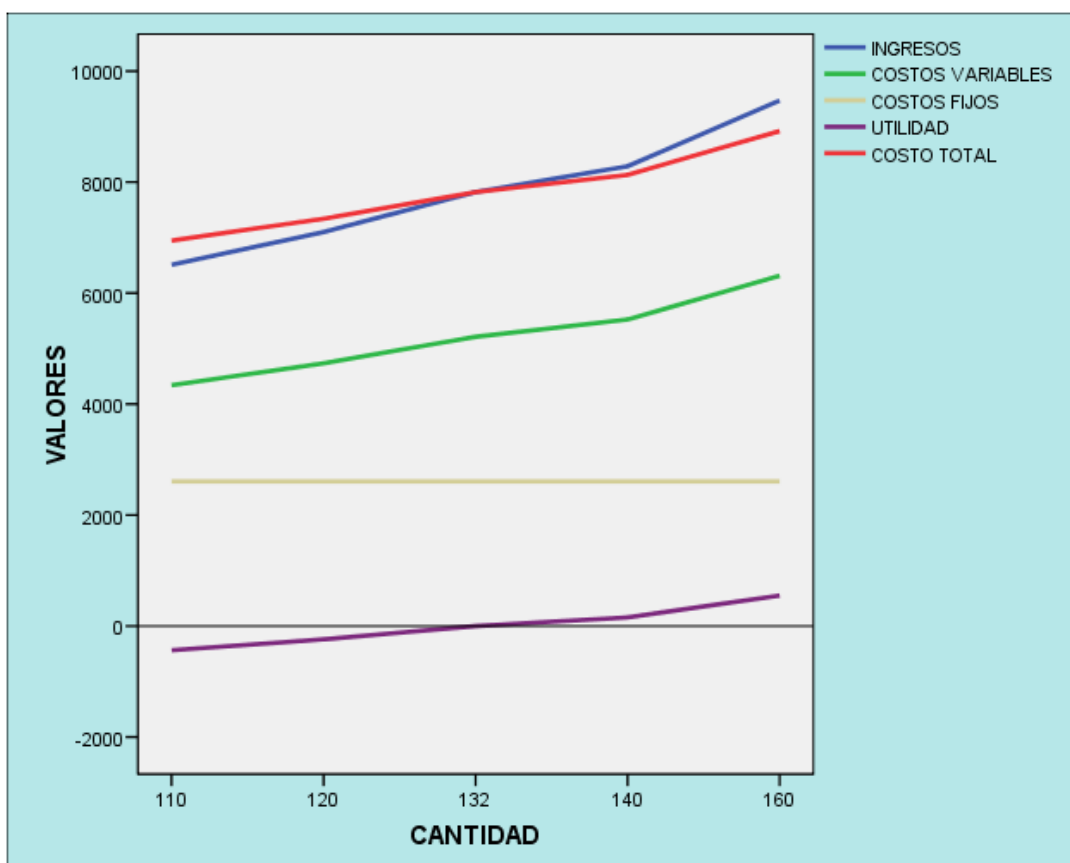


Gráfico 46: Punto de Equilibrio

Elaborado por: Autoras

5.6. Flujo de Caja

Es un resumen de las entradas y salidas en efectivo esperadas por la ejecución de las actividades de la empresa. Sirve de base para la realización de pronósticos sobre la base de supuestos de ventas, costos, tasas de interés, inflación entre otros.

En el presente caso el pronóstico de ventas se realizará a un año, mediante la realización de seis importaciones de 18.000 kilos (720 sacos) cada una y se aplicará una política de ventas en la cual se espera vender cada dos meses la totalidad de la importación realizada.

POLITICA DE VENTAS

REFERENCIA	KILOS	N° SACOS	I		II		III		IV		V		VI	
			IMPORTACION	IMPORTACION	IMPORTACION	IMPORTACION	IMPORTACION	IMPORTACION	IMPORTACION	IMPORTACION	IMPORTACION	IMPORTACION		
			I MES	II MES	III MES	IV MES	V MES	VI MES	VII MES	VIII MES	IX MES	X MES	XI MES	XII MES
QUEBRACHO ATO	18000	720	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360

Tabla 53: Política de Ventas

Elaborado por: Autoras

Es importante mencionar que para el diseño del flujo de caja en las cuentas que tienen que ver con el costeo por crecimiento inflacionario se aplicará el porcentaje del 0.83% equivalente a la inflación mensual actual.

FLUJO DE CAJA

Cuentas	I MES	II MES	III MES	IV MES	V MES	VI MES	VII MES	VIII MES	IX MES	X MES	XI MES	XII MES
INGRESOS												
VENTAS AL CONTADO	21304,8893 10652,4446	21304,8893 10652,4446	21304,8893 10652,4446	21304,8893 10652,4446	21304,8893 10652,4446	21304,8893 10652,4446	21304,8893 10652,4446	21304,8893 10652,4446	21304,8893 10652,4446	21304,8893 10652,4446	21304,8893 10652,4446	21304,8893 10652,4446
COSTOS												
COSTO VARIABLE	14203,2595	14203,2595	14203,2595	14203,2595	14203,2595	14203,2595	14203,2595	14203,2595	14203,2595	14203,2595	14203,2595	14203,2595
COSTOS FIJOS												
ARRIENDO DE BODEGA	2606,51445	2313,15445	2319,43111	2325,75988	2332,14117	2338,57543	2345,06309	2351,6046	2358,2004	2364,85095	2371,15667	2378,16811
INTERNET	300	302,49	305,000667	307,532173	310,08469	312,658392	315,253457	317,870061	320,508382	323,168602	325,850901	328,555464
TELEFONO	30	30,249	30,5000667	30,7532173	31,008469	31,2658392	31,5253457	31,7870061	32,0508382	32,3168602	32,5850901	32,855464
SERVICIOS BASICOS	70	70,581	71,1668223	71,7575069	72,3530942	72,9536249	73,55914	74,1696809	74,7852892	75,4060071	76,031877	76,6629416
SUMINISTROS Y MATERIALES	50	50,415	50,8334445	51,2553621	51,6807816	52,1097321	52,5422429	52,9783435	53,4180637	53,8614337	54,3084836	54,759244
MANTENIMIENTO DE BODEGA	100	100,83	101,666889	102,510724	103,361563	104,219464	105,084486	105,956687	106,836127	107,722867	108,616967	109,518488
GASTOS MENORES	50	50,415	50,8334445	51,2553621	51,6807816	52,1097321	52,5422429	52,9783435	53,4180637	53,8614337	54,3084836	54,759244
MOVILIZACION	366,46	366,46	366,46	366,46	366,46	366,46	366,46	366,46	366,46	366,46	366,46	366,46
SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVOS	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17
SUELDOS Y SALARIOS VENTAS	106,524446	106,524446	106,524446	106,524446	106,524446	106,524446	106,524446	106,524446	106,524446	106,524446	106,524446	106,524446
COMISIONES VENTAS	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
DEPRECIACION EQUIPO DE OFICINA	16,6666667	16,6666667	16,6666667	16,6666667	16,6666667	16,6666667	16,6666667	16,6666667	16,6666667	16,6666667	16,6666667	16,6666667
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DISENO PAGINA WEB	50	50,415	50,415	50,415	50,415	50,415	50,415	50,415	50,415	50,415	50,415	50,415
COSTO MANTENIMIENTO PAGINA WEB	67,99	62,64	57,32	51,93	46,47	40,93	35,32	29,63	23,86	18,01	12,09	6,08
AMORTIZACION INTERESES	386,47	391,72	397,04	402,43	407,89	413,43	419,04	424,73	430,5	436,35	442,27	448,13
CUOTA CAPITAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MATERIAL PUBLICITARIO	83,3333333	83,3333333	83,3333333	83,3333333	83,3333333	83,3333333	83,3333333	83,3333333	83,3333333	83,3333333	83,3333333	83,3333333
AMORTIZACION GASTOS DE CONSTITUCION	4495,1153	4788,4753	4782,19864	4775,86987	4769,48858	4763,06432	4756,56666	4750,02515	4743,42935	4736,7788	4730,07305	4723,46164
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS												
CORRIENTES												
CAJA-BANCOS	\$ 30.406,52											
MERCADERIA	\$ 2.000,00											
	\$ 28.406,52											
FIJOS												
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.800,00											
EQUIPO DE OFICINA	\$ 2.000,00											
	\$ 1.800,00											
DIFERIDOS												
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 1.000,00											
Y ORGANIZACION	\$ 1.000,00											
TOTAL ACTIVOS	\$35.206,52											

Tabla 54: Flujo de Caja

Elaborada por: Autoras

5.7. Indicadores Financieros

Un indicador financiero es una relación de las cifras extraídas de los estados financieros, con las cuáles se podrá conocer la situación de la empresa ante los accionistas, las entidades crediticias y público en general.⁴⁵

En el caso de este proyecto de inversión nos permitirá identificar la situación financiera con la cual va a empezar la empresa, analizado desde los resultados obtenidos de los índices de liquidez o solvencia, endeudamiento y apalancamiento.

5.7.1. Índices de Liquidez

A través de los indicadores de liquidez se determina la capacidad que tiene la empresa para cumplir las obligaciones contraídas en el corto plazo; en consecuencia mientras más alto es el cociente, mayores serán las posibilidades de cancelar las deudas a corto plazo; lo que presta una gran utilidad ya que permite establecer un conocimiento de cómo se encuentra su liquidez.

5.7.2. Capital de Trabajo

La empresa cuenta con un sobrante de \$25.406,52 para cubrir con sus obligaciones a corto plazo.

Capital de trabajo = Activo corriente - Pasivo corriente = \$ 25.406,52

RELACION ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE

⁴⁵ www.slideshare.net/alafito/indicadores-financieros
www.pymesfuturo.com/Indicadores.htm

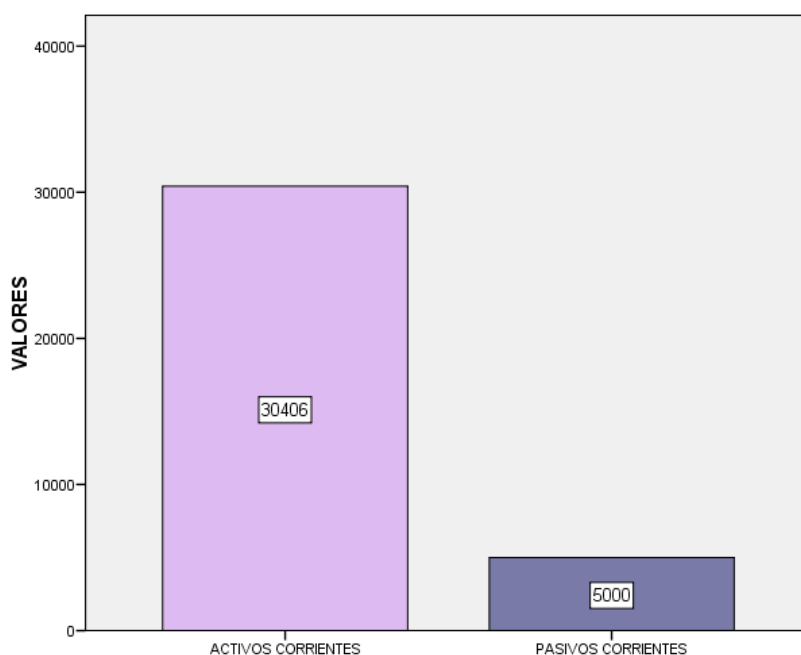


Gráfico 47: Relación Activo y Pasivo

Elaborado por: Autoras

5.7.3. Razón Corriente

Tiene como objeto verificar las posibilidades de la empresa para afrontar sus compromisos en el corto plazo. Por cada dólar de obligación en el corto plazo que la empresa tenga que asumir contamos con \$6.08 para cubrir dichas obligaciones.

Razón Corriente: Activo Corriente / Pasivo Corriente = 6.08

5.7.4. Prueba Ácida o Liquidez seca

Esta prueba es la más rigurosa revela la capacidad de la empresa para cancelar las obligaciones sin considerar las ventas de las existencias.

En el corto plazo la empresa cuenta en caja-bancos con un 40% del monto adeudado para cubrir sus pasivos, sin embargo por tratarse de una empresa de comercialización este índice no es muy representativo por el nivel de rotación de inventarios que permitirá recuperar efectivo para cubrir las deudas.

Prueba Acida: $(\text{Activos Corriente} - \text{Inventarios}) / \text{Pasivo Corriente} = 0,40$

5.7.5. Índices de Endeudamiento

El 14% de los activos de la empresa pertenecen a nuestros acreedores, cifra que según el flujo de caja será eliminada en su totalidad a los doce meses de las operaciones comerciales.

Índice de Endeudamiento: $\text{Pasivo total} / \text{Activo total} = 0,14$

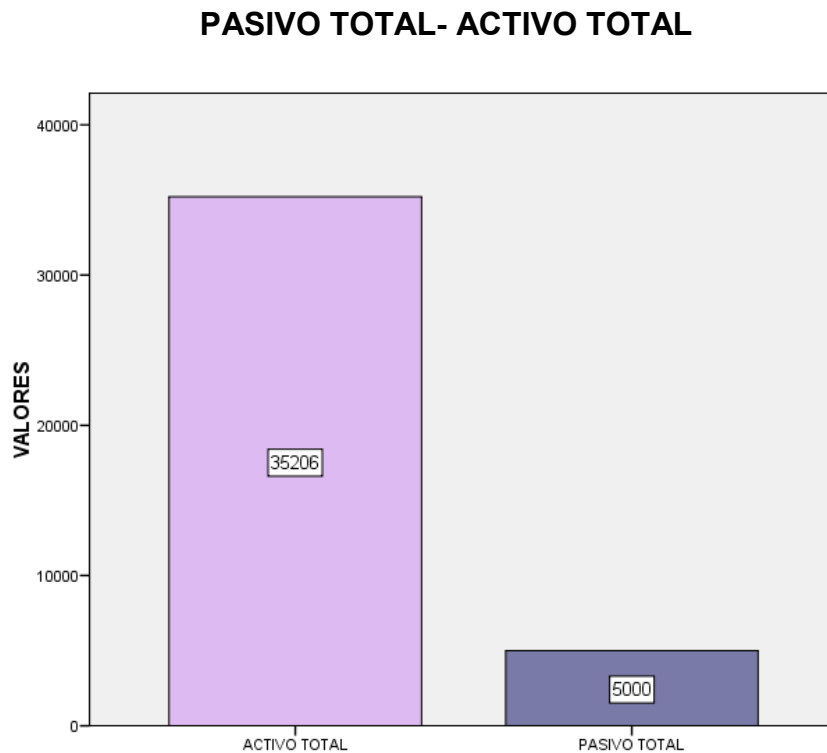


Grafico 48: Índice de Endeudamiento

Elaborado por: Autoras

5.7.6. Índice de Apalancamiento

Este indica que el 17% de las deudas de la empresa pueden ser cubiertas por el capital social aportado por los socios, lo que significa que en caso de ser necesario la empresa contará con los recursos propios necesarios para cubrir sus obligaciones.

Índice de Apalancamiento: Pasivo Total / Patrimonio Total= 0,17

PASIVO TOTAL – PATRIMONIO TOTAL

49:
de

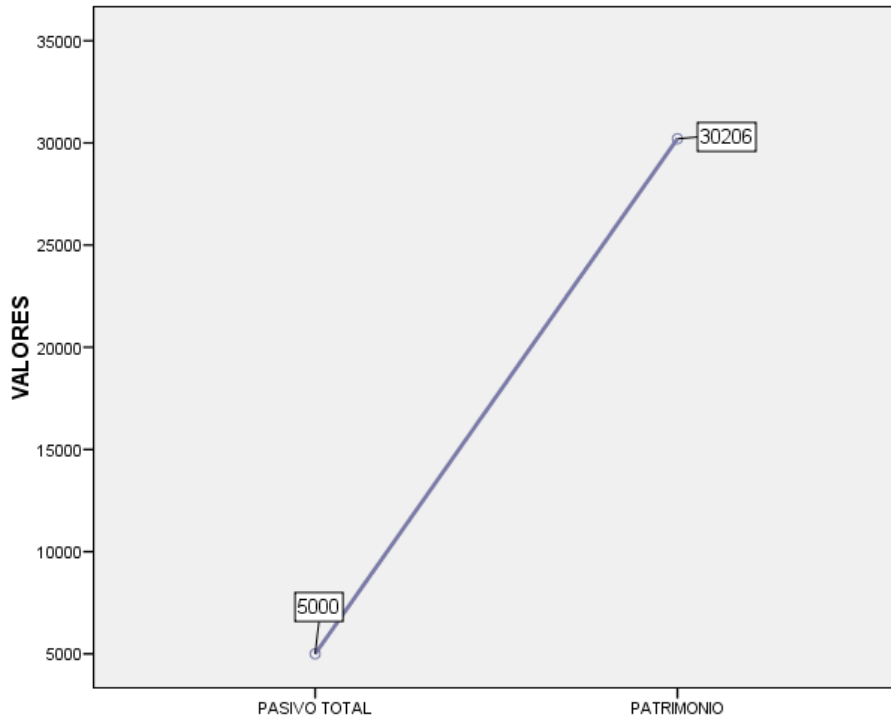


Grafico
Índice

Apalancamiento

Elaborado por: Autoras

5.8. Evaluación Financiera

9

La evaluación empresarial o evaluación privada, nos permiten considerar el valor del dinero a través del tiempo, también permite tomar decisiones a los administradores financieros sobre el punto de vista de la empresa y sus inversionistas privados, quienes efectúan contribuciones de recursos en calidad de aportaciones necesarias para la realización del proyecto.

Los indicadores más utilizados son: valor actual neto, tasa interna de retorno y periodo de recuperación.

5.8.1. Valor Actual Neto (VAN)

182

Este método permite que todos los ingresos y egresos futuros se transformen en dólares de hoy así se puede ver que el valor actual neto resultante de la comparación de la inversión equivalente a USD \$ 35.206,52 y los flujos de caja actualizados al valor presente a una tasa de descuento 5,16% de USD \$ 41.555,66 es de USD \$ 6.349,14, siendo este un valor positivo permite identificar que la inversión es rentable.

5.8.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno para el flujo proyectado a un año es de 8% lo que significa que la inversión origina una rentabilidad superior a la tasa pasiva interbancaria.

5.8.3 PERIODO DE RECUPERACION (PR)

El periodo de recuperación estimado es de dos meses, tiempo en el cual se espera cubrir los USD \$28.406,52 de inversión y empezar a obtener réditos adicionales.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- El Extracto de Quebracho es una materia prima que no se da en el Ecuador y que es necesaria para todas la curtidurías y empresas en general que comercializan productos de cuero, por lo que la creación de un manual que nos ayude a identificar todos los procesos inherentes a la importación del producto hará que optimicemos tiempos y costos con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- El Proveedor elegido es Indunor, debido a que éste nos brinda un producto de calidad y que cumple los estándares exigidos a nivel internacional. Adicionalmente existe disponibilidad de producto en cuanto se solicita importación y el hecho de existir una negociación preestablecida hará que el precio sea constante. Finalmente, nos brinda un soporte técnico especializado.
- El Extracto de Quebracho se importa desde Argentina porque tiene las características que el cliente requiere internamente para el tratamiento del cuero y también tomando en consideración las exoneraciones arancelarias que tenemos por pertenecer a la ALADI, lo que hace que el pago de tributos aduaneros sea mucho menor que si se importara de otro país sin estos privilegios.
- Una vez que la empresa ha conseguido una buena integración tanto con sus proveedores como con sus clientes, se puede plantear la planificación integral de la cadena de suministro y distribución; es decir, planificar de forma óptima el movimiento de los productos por todo el sistema logístico. El plan de marketing es una herramienta esencial, para ello se debe conocer bien el negocio y ponerlo en función de los clientes, distribuidores, minoristas y

clientes esporádicos; el reto de este plan estará en saber adaptarse a los cambios que se producen en el mercado actual y se considerará como su principal herramienta de comunicación con los clientes el sitio web.

- La situación financiera de la empresa demuestra que los niveles de liquidez son los más óptimos demostrando que es una oportunidad factible para invertir y motivar con este respaldo a nuevos inversionistas a unirse a este proyecto. El proyecto es económicamente redituable para poder abastecer el mercado demandante de productos curtientes vegetales en la ciudad de Ambato

6.2. Recomendaciones

- Debido a que el objetivo principal del Extracto de Quebracho es dar un acabado de excelencia al producto final es importante considerar el impulso que internamente se le proporcione a la industria del cuero y esto puede ser logrado mediante el control intensivo de la importación de calzado especialmente, la importación de calzado del exterior puede de cierto modo convertirse en una competencia desleal con la producción de calzado nacional.
- Con el fin de afianzar las relaciones con Indunor, es necesario que se cumpla con las condiciones de negociación y de este modo seguiríamos aprovechando los beneficios que el Proveedor nos brinda en cuanto a precios convenientes, facilidad de forma de pago y entregándonos producto de buena calidad.
- Es necesario que siempre se tengan en cuenta todas las herramientas facilitadoras del Comercio Exterior, como lo son los Acuerdos Comerciales Multilaterales de los que goza Ecuador, para que el momento de realizar la importación nos beneficien de manera arancelaria o para-arancelaria.
- Es fundamental estar atento a todos los cambios del micro-ambiente y macro-ambiente ya que en este se pueden presentar modificaciones sea por

requerimiento de los clientes, por innovación del producto o por el desarrollo de la industria. Se debería centrar todo el plan estratégico de marketing en la zona donde se ha demostrado que existe la mayor cantidad de potenciales clientes de la industria de la curtiembre, fomentando y fortaleciendo el equipo de ventas para poder participar mayoritariamente en el mercado demandante, teniendo en consideración que un papel importante es la gestión publicitaria.

- Se debe seguir evaluando continuamente el desarrollo financiero de la empresa y sus recursos económicos para analizar si es necesario de una futura inversión en equipo e infraestructura y de recurso humano para el desarrollo de este proyecto, se debe centrar todos los esfuerzos para cumplir dentro los tiempos establecidos la política de ventas ya que esto nos permitirá recuperar la inversión realizada dentro del tiempo programado.

BIBLIOGRAFIA

TEXTOS

- Corporación Aduanera Ecuatoriana, Guía para operadores de Comercio Exterior
- Corporación Aduanera Ecuatoriana, Transmisión electrónica de la Declaración Aduanera Única DAU-e
- Diccionario de Comercio Exterior, Edición 2000, Cultural S.A., Madrid, 2000, 399págs.
- Ley Orgánica de Aduanas
- Manuales de Procedimientos de la Corporación Aduanera Ecuatoriana
- Mercado, Salvador, Comercio Internacional 1, Segunda Edición, México, Editorial Musa, s.f., 406págs.
- Mercado, Salvador, Comercio Internacional 2, Segunda Edición, México, Editorial Musa, s.f., 285págs.
- Reglamento General a la Ley Orgánica de Aduanas
- Revistas de Comercio Exterior
- Melo, Jose Luis, Elementos de protección
- De la Vega Ficher, Laura, Mercadotecnia, Edt: McGraw Hill México, D.F. 1999 Página 208
- Muñiz, Rafael, Marketing del Siglo XXI, 2da Edición

- Diccionario de Economía, Wikkipedia

REFERENCIAS DE INTERNET

www.msccargentina.com/schedule.html

www.senasa.gov.ar

www.aladi.org

NORMAS INTERNACIONALES PARA MEDIDAS FITOSANITARIAS, Revisión de la NIMF N° 15, REGLAMENTACIÓN DEL EMBALAJE DE MADERA UTILIZADO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

www.cera.org.ar

<http://images.google.com.ec/imgres?imgurl=http://www.funbapa.org.ar/images/certificado-fitosanitario.jpg>

www.aduana.gov.ec

www.todocomercioexterior.com.ec/CUPON_CORPEI_IMP.swf

<http://cide.uao.es>

www.argentina.gov.ar/argentina/tramites/index.dhtml?frame1=3&tema=3&subtema=260&tramite=1766&ea=2

www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/seguridad/ComercioExteriorEst.jsp

www.surtiquimicos.com.co

www.brenntag.es

www.comunidadandina.org/exterior/can_mercosur.htm

www.yourdictionary.com

www.terra.es/rae

www.oed.com/demo.html

www.encarta.msn.com

www.linkopedia.com

www.embassy.org

www.caf.com

www.comunidadandina.org

www.corpece.net

www.cfn.fin.ec

www.doc.gov

www.ecuador.fedexpor.com

www.leylatina.com

www.ompi.int

<http://rai.ucuenca.edu.ec/cea/resumenes-conferencistas.pdf>

<http://www.oikos.org.ec/chalajacobo/clientes/Oikos/Cita006.nsf/60e1f10d270f88258025658b000738fb/a456703d65c05ea4802565e0003c8ac9!OpenDocument>

www.ecuadorexporta.org/productos_down/perfil_de_cuero_y_pieles_en_ecuador392.pdf

<http://www.corpei.org>

www.ecuaworld.com.ec

Monografías.com – Canales de distribución

http://es.wikipedia.org/wiki/Identificaci%C3%B3n_tributaria

<http://www.monografias.com/trabajos17/documentos-mercado-internacional/documentos-mercado-internacional.shtml>

GLOSARIO

ACCESO A MERCADO. Definición de normas comerciales de un país para facilitar o limitar el ingreso de bienes y servicios de otros países o grupo de países. El acceso al mercado tiene relación con políticas sobre aranceles, barreras no arancelarias y para-arancelarias.

ACEPTACION DE LA DECLARACION DE MERCANCIAS. El acto mediante el cual la Aduana tras haber comprobado que la solicitud de despacho contiene todos los datos necesarios y se han adjuntado los documentos exigidos, la acepta, autorizando el régimen solicitado, previo el cumplimiento de las condiciones.

ACUERDO COMERCIAL. Convenio, Tratado o cualquier otro acto vinculante por el cual dos o más países se comprometen a cumplir ciertas acciones para mejorar su intercambio comercial.

ACUOSA. Se habla de una disolución acuosa siempre que el [disolvente](#) (o el disolvente mayoritario, en el caso de una [mezcla](#) de disolventes) es [agua](#). El agua como disolvente es muy [polar](#) y forma [puentes de hidrógeno](#) muy fuertes.

ADUANA. Los servicios administrativos responsables de la aplicación de la Normativa Aduanera y de la determinación y percepción de los derechos de aduanas, tasas y demás derechos recaudables. Servicio público encargado de ejecutar el control aduanero.

ADUANA DE DESTINO. Aunque nuestra legislación aduanera no contempla una definición de Aduana de Destino que tenga aplicación general, puede concordarse en que, por Aduana de Destino debe entenderse aquella administración aduanera con jurisdicción en el lugar declarado, en la documentación respectiva, como destino de las mercancías. No obstante la definición ensayada en líneas anteriores, no debe perderse de vista que el RLOA, en el articulado relativo al tránsito aduanero, establece que para la aplicación de tal régimen "...Aduana de destino es cualquier oficina aduanera donde finaliza la operación de tránsito aduanero". La definición anterior concuerda, en cierta medida, con la establecida por la Decisión 257, relativa al Transporte Internacional de Mercancías por Carretera, según la cual

la Aduana de Destino es la aduana de un País Miembro donde termina una operación de tránsito aduanero internacional.

AD- VALOREM (SOBRE EL VALOR). Prefijo de origen latino con el cual se identifica a los tributos cuya base imponible está constituida por uno de los valores convencionalmente utilizados en el comercio internacional. Así, por ejemplo, la expresión 20% ad-valorem - CIF, indica que el tributo considerado debe calcularse sobre el valor del CIF del producto gravado.

ADHESIVO. El adhesivo es una sustancia que puede mantener unidos a dos o más cuerpos por contacto superficial. Es sinónimo de cola y pegamento. Su importancia en la industria moderna es considerable.

ADITIVO. Elementos químicos que modifican características de metales y los plásticos.

AFORO. Operación que consiste en una, varias o todas las actuaciones siguientes: Reconocimiento de las mercancías; Verificación de su naturaleza y valor; Establecimiento de su peso, cantidad o medida; Clasificación en su nomenclatura 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.

AFORO FISICO. 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. El aforo físico es obligatorio en los siguientes casos: 1. Si efectuado el pago de los tributos, el declarante activa el mecanismo de selección aleatoria (aforo físico aleatorio). En todo caso, están sujetas a aforo físico aleatorio las mercancías consignadas en las declaraciones, en los siguientes porcentajes: a) Treinta por ciento del total de las declaraciones presentadas en el día; y, b) Ciento por ciento del total de las declaraciones presentadas en el día, en aquellas aduanas que numeren 5 0 menos declaraciones diarias. 2. Cuando el declarante no acepta las observaciones formuladas por la aduana a su declaración (aforo físico de oficio), 3. Cuando el

Administrador de Distrito conociere del cometimiento de un delito aduanero u observare hechos que le hagan presumir el cometimiento de un ilícito aduanero (aforo físico de oficio); y, 4. Cuando la documentación de acompañamiento obligatorio a la declaración este incompleta o cuando se haya solicitado verificación previa de las mercaderías. El sistema de selección aleatoria funciona en base a un sistema de información computarizado que considera especialmente a los siguientes elementos: 1) Tipo, origen, valor y características de las mercancías declaradas 2) Antecedentes del declarante; y, 3) Medios y unidades de transporte utilizados. En cualquier caso, el aforo físico debe ser practicado públicamente y en presencia del declarante o representante legal (aunque no es necesaria su notificación previa) por un funcionario de la Administración del Distrito designado aleatoria mente y siempre dentro de los siguientes plazos: 1) Cuando se activa el mecanismo de selección aleatoria, o cuando se presume el cometimiento de un ilícito, se lo realiza de manera inmediata a la activación del mecanismo por parte del declarante o a la orden del Administrador del Distrito y, 2) Cuando el declarante no acepta las observaciones hechas por la Aduana a su declaración se lo realiza dentro de los días hábiles siguientes a la fecha en que se efectuó el pago de los tributos. Cuando. Cuando por razones de fuerza mayor no funciona el mecanismo de selección aleatoria, el Administrador de Distrito debe disponer el aforo físico, de conformidad con el sistema alternativo autorizado por el Director Nacional del Servicio de Aduanas. De conformidad con lo previsto en el artículo 81 de la LOA, el aforo también puede realizarse por partes de las empresas que hubieren obtenido concesiones para la prestación de servicios aduaneros privados. Las empresas de servicios aduaneros privados, en todo caso, deben proceder de conformidad con lo preceptuado por la LOA y su Reglamento, lo que ya fue expuesto en párrafos anteriores; sin embargo, en tratándose de importaciones, pueden efectuar el llamado "aforo previo" en el puerto de embarque, el mismo que se lo presume legítimo.

AGENTE DE ADUANA. Agente de Aduana es la persona natural o jurídica cuya licencia le habilita ante la aduana a gestionar de manera habitual y por cuenta ajena el despacho de mercancías de importación o de exportación, por lo cual debe responder solidariamente con sus clientes por las obligaciones tributarias aduaneras derivadas de su actividad profesional, sin perjuicio del cumplimiento de la condena que se le impusiere como eventual autor, cómplice o encubridor de cualquier delito

aduanero. La intervención de los Agentes de Aduanas que hubiesen obtenido la licencia que los acredite como tales es obligatorias siempre que se trate de: 1) Importaciones o exportaciones realizadas por personas habitual o periódicamente dedicadas a estas actividades ; 2) Importaciones y exportaciones efectuadas por entidades del sector público ; 3) Importaciones bajo regímenes especiales; y 4) Importaciones y exportaciones cuyo valor CIF o FOB, respectivamente supere los dos mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en otra moneda. La licencia de Agente de Aduanas la otorga el Director Nacional del Servicio de Aduanas , previo cumplimiento de los siguientes requisitos : 1) Para personas naturales: a) Ser ecuatoriano, estar en pleno ejercicio de sus derechos de ciudadanía y en capacidad legal de ejercer sus funciones ; b) Poseer título de Agente de Aduanas, otorgado por la escuela de Aduanas del Servicio de Aduanas ; c) Mantener oficina permanente destinada a esta actividad; d) Rendir la garantía respectiva; y e) Obtener el Registro Único de Contribuyentes ;y 2) Para personas jurídicas: a) Constituirse o estar constituida bajo una de los tipos de sociedades reguladas por la Ley de Compañías (cuyo capital social suscrito y pagado pertenezca a personas naturales habilitadas para ejercer como Agentes de Aduanas, en una proporción no menor al 51%) bajo el objeto social exclusivo de agenciamiento de operaciones, trámites aduaneros y asesoramiento especializado en la materia y cuya razón social sea la actividad de Agente de Aduanas; b) Mantener o establecer oficina permanente destinada al ejercicio de esta actividad ;y c) Rendir la garantía respectiva. Están impedidos para ejercer las actividades de Agente de Aduana las siguientes personas: 1) Las que ejerzan habitualmente el comercio internacional; 2) Las que hubieren sido declaradas en insolvencia o quiebra, mientras no se hayan rehabilitado legalmente o las que tuvieren antecedentes penales. 3) Las que estuvieren legalmente incapacitadas para contratar, y 4) Los ex -servidores públicos destituidos legalmente de su cargo, los servidores públicos en funciones y miembros de la fuerza pública y los cónyuges y parientes (hasta segundo grado de consanguinidad y afinidad de funcionarios del servicio de Aduanas.

La licencia de Agentes de Aduanas tiene validez por cinco años prorrogables por igual período de tiempo, pero puede ser suspendida , cancelada o caducada por las siguientes causas 1) Para la suspensión a) Estar procesado con presunta participación en infracciones constitutivas de delito aduanero b) Negligencia en velar

por los intereses fiscales, en cuyo caso la suspensión varía entre treinta y noventa días; c) No renovar la garantía rendida ;y 2) Para la cancelación o caducidad : a) La condena en calidad de autor, cómplice o encubridor de delitos aduaneros . b) Incompetencia profesional manifiesta y reiterada; c) Haber incurrido anteriormente en cualquiera de las causas de suspensión d) No ejercer la función o abandonarla injustificadamente por más de seis meses; e) Incurrir en cualquiera de las causales de impedimento; f) Fallecimiento del titular o disolución de la persona jurídica; y g) Vencimiento del plazo otorgado para el ejercicio de la actividad. Los Agentes de Aduanas, tienen los siguientes deberes y derechos: 1) Desempeñar en forma personal y habitual sus funciones. 2) Llevar los registros contables de su actividad y especial de los despachos aduaneros en los que hayan intervenido con sujeción a las normas y procedimientos expedidos por el Director Nacional del Servicio de Aduanas; 3) Conservar durante cinco años los registros, documentos y antecedentes de los despachos aduaneros a su cargo; 4) Constituir y mantener vigente la garantía fijada; y, 5) Prestar asistencia al Servicio de Aduanas cuando les fuera requerido.

AGENTE DE CARGA MARÍTIMA. Son las personas naturales o jurídicas a las que llaman también "agentes marítimos" o "agentes generales" y se dedican a: 1) Servir de enlace entre el interesado en enviar mercancías desde un lugar a otro y una compañía naviera, sin que medie entre él y dicha compañía naviera, ningún nexo permanente, aunque frecuentemente recurra a ellas; 2) Proveer de buques completos al interesado en transportar mercancías bajo condiciones de fletamento por viaje, por tiempo, etc. Dentro de los agentes de carga marítima hay que distinguir también a los llamados "agentes de línea" que, desempeñan las mismas funciones que los anteriores pero, a diferencia de ellos, trabajan exclusivamente para una o varias líneas navieras con las que están unidas por contratos de concesión o similares.

ARANCEL. Impuesto que se debe pagar por concepto de importación o exportación de bienes. Pueden ser "ad valorem" (al valor), como un porcentaje del valor de los bienes, o "específicos" como una cantidad determinada por unidad de peso o volumen. Los aranceles se emplean para obtener un ingreso gubernamental o para proteger a la industria nacional de la competencia de las importaciones. Impuesto o tarifa que grava los productos transferidos de un país a otro. El incremento de estas

tarifas sobre los productos a importar eleva su precio y los hacen menos competitivos dentro del mercado del país que importa, tendiendo con esto a restringir su comercialización.

ASEGURADO. De acuerdo con el Código de Comercio es la persona natural o jurídica " interesada en la traslación de los riesgos" que se pretenden cubrir al contratar el seguro. De conformidad con nuestra legislación vigente, el asegurado puede también ser, al mismo tiempo, el solicitante y el beneficiario.

ASEGURADOR. El Código de Comercio lo define como " la persona natural y jurídica legalmente autorizada para operar en el Ecuador, que asume los riesgos especificados en el contrato de seguro".

ASTRINGENTE. También llamado estíptico es cualquiera de las sustancias que con su aplicación externa local (tópica), retraen los [tejidos](#) y pueden producir una acción [cicatrizante](#), [antiinflamatoria](#) y [antihemorrágica](#). Entre los astringentes usuales, con efectos de muy diverso grado, están el [alumbre](#), los [taninos](#), la [quina](#), el [nitrato de plata](#), el [acetato de plomo](#), el [sulfato de zinc](#), [sales de bismuto](#), el [suero salino](#) y [aceite esencial de ciprés](#).

AUTOLIQUIDACIÓN. La Autoliquidación es la determinación de los tributos aplicables a una operación de comercio exterior practicada por el sujeto pasivo y comprende el cálculo de la base imponible determinada según las normas de valor en aduana de las mercancías y la liquidación del monto de la obligación tributaria con la aplicación de los impuestos aduaneros respectivos, de conformidad con las normas pertinentes. La autoliquidación es obligatoria en el caso de las declaraciones a consumo tanto de importaciones como de exportaciones.

AUTORIDAD ADUANERA. Persona natural que en virtud de la Ley y en el ejercicio de sus funciones, tiene la facultad para exigir y controlar el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes en materia aduanera.

AUTORIZACIONES PREVIAS. Son requisitos establecidos por la Junta Monetaria o por disposiciones legales y especiales para efectos de realizar importaciones y/o exportaciones de determinados productos. La mayoría de las autorizaciones previas a las importaciones están previstas en la Lista de Sub-partidas Arancelarias Sujetas

a Autorización Previa anexa al Libro II de la Codificación de Regulaciones de la Junta Monetarias. En el caso de las exportaciones tales autorizaciones previas están previstas en la Ley de Facilitación de las Exportaciones y el Transporte Acuático, de manera general, y específicamente, en algunos Reglamentos de Leyes Especiales como el Reglamento de la Ley Sobre Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas o la Ley de Patrimonio Cultural.

BARRERAS COMERCIALES NO ARANCELARIAS. Se denomina así todo método distinto al de los aranceles o impuestos aduanales, para desalentar las importaciones de un país. Como ejemplo de estas prácticas tenemos; a) cuotas de importación, b) prohibición absoluta de importar ciertos bienes, c) licencias previas para comprar ciertos bienes, d) bienes que sólo pueden ser importados por el gobierno y e) exigencias de permisos sanitarios.

BASE IMPONIBLE. Se entiende por base imponible el valor real o convencional sobre el cual habrán de calcularse los impuestos o tributos aplicables a una operación cualquiera. En materia de comercio exterior, la base imponible varía según el tributo y la operación (importación o exportación) de que se trate. En cualquier caso, para la determinación de la base de imponible, los valores expresados en monedas extranjeras deben ser convertidos a moneda nacional, en base al tipo de cambio que, para ese propósito, fije la Junta Monetaria y que se encuentre vigente al momento de aceptación de la Declaración Aduanera. De esta manera la base imponibles. 1) Para el cálculo de derechos arancelarios y de tasas aduaneras, el valor CIF en las importaciones y el valor FOB en las exportaciones, de las mercancías, determinados según las normas del valor en aduana de las mercancías dictadas por el Ministerio de Finanzas y Crédito Público en base al Convenio del Valor del Acuerdo General Aranceles y Comercio (GATT) y sus Notas interpretativas. 2) Para el cálculo de IVA; es el valor Ex-aduana, y, 3) Para el cálculo del ICE: es el valor ex-aduana incrementado en determinados porcentajes según el producto de que se trate.

BILL OF LADING. Es un recibo dado al embarcador por las mercancías entregadas, demuestra la existencia de un contrato de transporte marítimo y otorga derechos sobre la mercancía.

BUQUE. Toda embarcación que navegue, fondee, se mueva, atraque y desatraque en territorio aduanero, con independencia de su tipo, calado, tamaño o cualquier otra característica.

CATEQUINICO. Capacidad de detener la oxidación.

CERTIFICADO DE ANALISIS. Documento que certifica que la naturaleza, composición, grado, etc. de la mercancía corresponde a la calidad contratada.

CERTIFICADO DE CALIDAD. Es el documento que certifica la calidad de los productos que se comercializan tanto local como internacionalmente. Generalmente los certificados de calidad constituyen prueba de que producto en cuestión cumple las normas establecidas para su producción. En tratándose de importaciones las normas respecto a las cuales debe certificarse son, en Ecuador establecidas por el INEN y los certificados propiamente dichos son extendidos por instituciones internacionales reconocidas y generalmente radicadas en los países exportadores. En materia de exportaciones los certificados de calidad los otorgan. 1) El Instituto Nacional de Pesca, para productos del mar y sus derivados. 2) El INEN para productos alimenticios tales como conservas y similares y, 3) Los programas Nacionales del Café, del Cacao y del Banano, para exportaciones de aquellos productos.

CERTIFICADO DE ORIGEN. Es el documento que, emitido por la autoridad u organismo competente, se constituye en prueba el origen de las mercancías y que reviste especial importancia cuando, con arreglo a convenios multilaterales o bilaterales de comercio, deben transarse mercancías bajo esquemas de tratamiento preferencial, ya sea para el cumplimiento de formalidades aduaneras simplificadas o especiales o para el goce de beneficios tributarios tales como exención, total o parcial de impuestos. Así, por ejemplo, las importaciones que ingresan a nuestro país, originarias de los demás Países Miembros del Acuerdo de Cartagena gozan, entre otros beneficios, de la exoneración total de impuestos arancelarios ad-valorem; pero, para acogerse a este tratamiento deben venir acompañadas del respectivo certificado de origen. El formulario para la declaración y certificación del origen de las mercancías, válido para las transacciones dentro del GRAN, es el mismo establecido para tal efecto por la Asociación Latinoamericana de Integración, ALADI y tiene una validez de ciento ochenta días.

CLUSTER. Es un sistema al que pertenecen empresas y ramas industriales que establecen vínculos de interdependencia funcional para el desarrollo de sus procesos productivos y para la obtención de determinados productos o, dicho de otro modo, un "cluster" podría definirse como un conjunto o grupo de empresas pertenecientes a diversos sectores, ubicadas en una zona geográfica limitada, interrelacionadas mutuamente en los sentidos vertical, horizontal y colateral en torno a unos mercados, tecnologías y capitales productivos que constituyen núcleos dinámicos del sector industrial, formando un sistema interactivo en el que, con el apoyo decidido de la Administración, pueden mejorar su competitividad.

CFR.- COSTE Y FLETE (...PUERTO DE DESTINO CONVIDO) (COST AND FREIGHT (... NAMED PORT OF DESTINATION)). Cost and Freight significa que el vendedor ha de pagar los gastos y el flete necesarios para hacer llegar la mercancía al puerto de destino convenido, si bien el riesgo de pérdida o daño de la mercancía, así como cualquier gasto adicional debido a acontecimiento ocurridos después del momento en que la mercancía haya sido entregada a bordo del buque, se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercancía traspasa la borda del buque en el puerto de embarque. El término CFR exige que el vendedor despache la mercancía de exportación.

CIF.- COSTE, SEGURO Y FLETE (...PUERTO DE DESTINO CONVENIDO).- COST, INSURANCE AND FREIGHT (...NAMED PORT OF DESTINATION). Cost, Insurance and Freight significa que el vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo CFR, si bien, además, ha de conseguir seguro marítimo de cobertura de los riesgos del comprador de pérdida o daño de la mercadería durante el transporte. El vendedor contrata el seguro y paga la prima correspondiente. El comprador ha de observar que, bajo el término CIF, el vendedor sólo está obligado a conseguir seguro con cobertura mínima. El término CIF exige que el vendedor despache la mercancía en aduana para la exportación.

CLASIFICACIÓN DE MERCANCÍAS. La clasificación de mercancías se refiere al ordenamiento en distintos grupos o rubros en que las autoridades competentes

subdividen al universo arancelario, para la aplicación de medidas de política comercial diferenciada o para el establecimiento de restricciones, prohibiciones o cualquier otro tipo de arbitrios que consideren pertinentes para orientar el comercio exterior en función de las necesidades del desarrollo económico.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN. Es la ruta que toma la propiedad de un producto, se busca la mejor manera de llegar al consumidor. El canal incluye al productor y al consumidor, así como a todos los intermediarios involucrados en la transferencia de la propiedad.

COMPETENCIA. La competencia es un tipo de relación interespecífica que tiene lugar entre varios individuos de distintas especies, pero del mismo nivel trófico o de obtención de recursos, cuando existe una demanda activa de un recurso común que puede ser limitante.

COMPROBACION. Es el procedimiento aduanero mediante el cual el funcionario correspondiente verifica la documentación de acompañamiento a la declaración y otros detalles relativos a esta antes de aceptarla para la prosecución de las formalidades subsiguientes.

CONTENEDOR STANDARD. Los contenedores de 20', es el más usado en el mundo. Este tipo de contenedor está herméticamente cerrado y no tiene refrigeración y ventilación.

Son los contenedores estándar también conocido como Dry Van. Son aptos para el transporte de carga general. Puede encontrarse fabricados en acero o en aluminio. Para resguardar la integridad de la mercadería, los equipos poseen un cierre estanco con trabas de seguridad que inhiben el libre acceso. Sin lugar a dudas la robustez del mismo indica que es capaz de soportar las inclemencias del transporte marítimo.

CONTRATO DE SEGURO. Según lo define el Código de Comercio "... es un contrato mediante el cual una de las partes, el asegurador se obliga a cambio del pago ha de indemnizar a la otra parte, dentro de los límites convenidos de una pérdida o daño producido por un acontecimiento incierto; o apaga un capital o una renta si ocurre la eventualidad prevista en el contrato. Los elementos esenciales del

contrato de seguro son: 1. El asegurador; 2. El solicitante; 3. El interés asegurable; 4. El riesgo asegurable; 5. El monto asegurado o el límite de responsabilidad del asegurador, según el caso; 6. La prima o precio del seguro; y, 7. La obligación del asegurador, de efectuar el pago del seguro en todo o en parte, según la extensión del siniestro. La falta de uno o más de los elementos citados determina la nulidad absoluta del contrato de seguro. El contrato de seguro se perfecciona y prueba mediante la póliza, la misma que debe redactarse en castellano y ser firmada por los contratantes. El seguro de las mercancías que se importan al país debe ser contratado con aseguradoras legalmente establecidas en el país y, cuando no se contrata, BCE o las administraciones de aduana proceden a ajustar los valores consignados en la factura comercial para determinar el valor CIF. de la siguiente manera: 1. Si las mercancías se clasifican en los capítulos 36, 68, 69.70, 71, 72, 90, 91, y 93 del Arancel de Importaciones, el porcentaje de ajuste es del 5% ad-valorem C&F.; y, 2. Si las mercancías se clasifican en cualquiera de los restantes capítulos del Arancel de Importaciones, el porcentaje de ajuste es del 2% ad-valorem C&F.

- 1 **CONTRATO DE TRANSPORTE.** En materia de comercio exterior es el convenio o acuerdo escrito mediante el cual una persona natural o jurídica, actuando por sí misma o en representación de terceros se obliga ante otra persona natural o jurídica que, igualmente, actúa en su propia representación o de terceros a tomar mercancías desde un punto determinado hasta otro dentro de un plazo acordado y a cambio de una remuneración.
- 2 La Decisión 257 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena relativa al Transporte Internacional de Mercancías por Carreteras, por su parte, define al contrato de transporte, como "... el convenio en virtud del cual un transportador se compromete a quien tenga el derecho a

disponer de la mercancía, contra el pago de un flete, a ejecutar o hacer ejecutar el Transporte Internacional de Mercancías por Carretera". Dada la importancia que el transporte de mercancías tiene en materia de comercio exterior, el contrato de transporte siempre ha sido objeto de estudios e intentos por definir fórmulas uniformes con apego a las cuales deben celebrarse; ello no obstante, al momento solo existen determinadas normas aisladas que norman, no obligatoriamente, la celebración de estos contratos en países europeos.

- 3 **CONTRIBUYENTE.** Según lo define el C.T. "...es la persona natural o jurídica a quién la Ley impone la prestación tributaria por la verificación del hecho generador". El contribuyente no pierde su condición de tal siempre que, según la Ley, deba soportar la carga tributaria, aunque realice su traslación a otra persona. En materia aduanera son contribuyentes: 1. En las importaciones definitivas o a consumo, el propietario o consignatario de las mercancías; y, 2. En las exportaciones definitivas o a consumo.
- 4 **CONTROL ADUANERO.** La normativa aduanera vigente en nuestro país no establece una definición precisa de este término, no obstante tanto el Convenio de Kyoto para la Simplificación y Amortización DE LOS regímenes Aduaneros (en el cual se basa la moderna legislación aduanera

mundial y la de nuestro país), como la Decisión 257DE LA Comisión del Acuerdo de Cartagena, relativa al Transporte Internacional de Mercancías por Carretera (en plena vigencia en todo el territorio nacional), lo definen como el conjunto de medidas adoptadas para asegurar el cumplimiento de las leyes y reglamentos que la aduana está encargada de aplicar.

CURTIENTE. Dícese de la sustancia que sirve para curtir.

5 DESPACHO DE ADUANA. Aunque nuestra legislación no prevé una definición de este término, en los Incoterms se la utiliza con relativa frecuencia par referirse al conjunto de formalidades que deben cumplirse previamente al embarque de las mercancías de exportación.

DISPERSANTE. Un dispersante es un aditivo que se utiliza para lograr que un soluto tenga distribución y dispersión en un solvente.

DOCUMENTOS DE EMBARQUE. Dice referencia al conjunto de documentos comprendido por: la autorización de embarque o documento que haga sus veces; lista de empaque; manifiesto de carga, etc., exigibles para la realización de ciertos trámites aduaneros.

DOCUMENTOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL. Se denomina así a los documentos de presentación obligatoria por parte de los transportistas internacionales a las autoridades aduaneras competentes. Mediante estos documentos, que suelen expedirse en un número determinado de copias destinadas, cada una, a las distintas entidades que intervienen en las operaciones de comercio internacional (bancos, aseguradoras, aduanas, etc.). Las compañías transportadoras certifican haber recibido las mercancías con destino específico y en condiciones determinadas. Los principales documentos de transporte internacional

son: 1. Conocimiento de embarque marítimo; 2. Documentos de transporte multimodal; 3. Conocimiento de embarque aéreo (Air waybill); 4. Carta de porte internacional por carretera; y 5. Manifiesto de carga internacional. Independientemente del documento de transporte de que se trate existen características comunes a todos ellos, de entre las que se pueden destacar: 1. Constituyen prueba del contrato y determinan las obligaciones recíprocas entre el transportador y el expedidor; 2. Suelen servir como factura de los gastos de transporte y anexos, tales como: gastos de carga, arrendamiento o alquiler de aparejos de carga, manipuleo, almacenaje, etc., y 3. Si están limpios (documentos de transporte "clean"), constituyen recibo de mercancías en buen estado. En el caso concreto de nuestro país y a efectos de la operación de los medios de transporte internacional, constituyen documentos de presentación obligatoria ante la aduana, para su verificación y registro, los siguientes: 1. Manifiesto de carga internacional, lista de pasajeros y tripulantes; y, 2. Listas de suministros, rancho y guía de valija postal, en su caso.

ENVASES. Son los continentes inmediatos de los productos y, en tal virtud, su finalidad fundamental es la de alojarlos desde su producción (o acabado) hasta la finalización de su vida útil. Una diferencia esencial entre los envases y los embalajes consiste en que estos últimos sirven de alojamiento a varios envases que, a su vez, contienen unidades de producto.

ESTRUCTURA DE LAS IMPORTACIONES. Concepto empleado para definir a la participación porcentual o ponderada que cada grupo de bienes importados tiene respecto de la totalidad de las importaciones. El conocimiento y análisis de la estructura de las importaciones reviste especial importancia para los encargados de la formulación de la política económica de los países, puestos que, en función de ello se pueden definir las medidas necesarias para que dichas importaciones se orienten en un sentido determinado o, en su defecto, arbitrar correctivos para ajustar la balanza de pagos.

ESTUDIO DE MERCADO. Es aquella parte de marketing de una empresa que proporciona los elementos para su concepción de marketing así como para el establecimiento de su política comercial. Consiste en la obtención sistemática, objetiva y exhaustiva de información sobre los factores relevantes para la actividad

comercial de la empresa y el análisis y explotación de dicha información. Sus aéreas principales son: 1. Investigación de productos, que comprende estudios acerca de la calidad, forma y funcionalidad de los artículos; 2. Investigación de necesidades y consumo, que consiste en la determinación de las necesidades, de la capacidad de compra y de los hábitos de consumo; 3. Investigación de la distribución, que se refiere al examen de la eficacia de los canales de distribución y a estudios de la competencia y; 4. Investigación de comunicaciones, de consiste en el estudio de los medios materiales y mensajes publicitarios.

FACTURA COMERCIAL. Es el documento probatorio de la existencia de un contrato de compra venta que constituye parte de la documentación exigible para la ejecución de transacciones internacionales de comercio.

En el comercio internacional las facturas deben contener datos y detalles técnicos relativos a las mercancías objeto de transacción, con indicación de las unidades de medida, cantidad de unidades vendidas, precios unitarios y totales (con especificación del Incoterm de la transacción pactada), pesos brutos y netos, marcas, numero de bultos, etc.

FACTURA PROFORMA. Es una pre-factura entregada por el exportador al importador, con el objetivo de dar a conocer al importador con exactitud el precio que pagará por las mercancías y la forma de pago.

FINANCIAMIENTO DE IMPORTACIONES. Es el examen, análisis y escogitamiento del conjunto de alternativas financieras puestas a disposición de los importadores para que éstos efectúen sus operaciones. Generalmente los mecanismos financieros para importaciones son de carácter privado (concedidos por el sistema financiero nacional), aunque también se manifiestan como líneas especiales de crédito, conocidas como "convenios de facilidad financiera", concedidas a nuestro gobierno por otros gobiernos de los países exportadores, a condición de que se destinen a financiar importaciones (de uno o varios sectores o ramas de actividad) originarias para ellos. Estas líneas de financiamiento, aunque son canalizadas globalmente a través de BCE, se conceden directamente a los importadores por intermedio del sistema bancario nacional bajo la forma de cartas de crédito, que son el instrumento idóneo para cumplir alternativa de financiamiento de importaciones.

F.C.L. Full Container Load (Contenedor Completo).

FLETE. Se denominan así el traslado o transporte de bienes desde el puerto de origen hasta el puerto de destino, o desde una bodega localizada en un país determinado hasta otra situada en un país distinto, cruzando las fronteras de dos o más países, por cualquier medio de transporte, por cuyo servicio se cobra un valor (llamado "flete"), que se expresa en el conocimiento de embarque, guía aérea o terrestre o carta de porte. Los fletes constituyen, dentro de la contabilidad nacional, parte de los servicios internacionales de mayor frecuencia relativa en la balanza de pagos.

FOB.- FRANCO A BORDO (...PUERTO DE EMBARQUE CONVENIDO) (FREE ON BOARD (...NAMED PORT OF SHIPMENT)). El vendedor cumple con su obligación de entrega cuando la mercadería ha sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Sus siglas son FOB, su nombre en inglés es Free On Board en español, libre sobre la borda y el transporte puede ser solo marítimo.

FORMALIDADES ADUANERAS. Aunque nuestra legislación aduanera no contempla una definición específica de este término, la práctica habitual designa medianamente esta denominación al conjunto de normas y procedimientos que, obligatoriamente, deben observarse efectos de realizar las operaciones de comercio internacional, ya se trate de importaciones o exportaciones. En la práctica cotidiana del comercio exterior es posible identificar los siguientes tipos o clases de formalidades aduaneras: 1. Formalidades aduaneras anteriores a la presentación de la declaración: que en materia de importaciones, comprende a todas aquellas operaciones que la persona interesada y la aduana deben cumplir desde la introducción de las mercancías en el territorio aduanero (llegada del medio de transporte) hasta la aplicación efectiva del régimen aduanero o de la formulación de la aduanera respectiva. Por ejemplo, la recepción del medio de transporte, la descarga de mercancías, etc. 2. Formalidades aduaneras posteriores a la presentación de la declaración: que, como su nombre lo indica; comprende todas las operaciones aduaneras que deben cumplir las personas interesada y la aduana, desde la aplicación de régimen aduanero de que se trate hasta su consumación en el caso de las importaciones; o, hasta el embarque de las mercancías en el caso de las exportaciones.

HIDRÓLISIS. La hidrólisis es una [reacción química](#) entre [agua](#) y otra [sustancia](#), como [sales](#). Al ser disueltas en agua, sus iones constituyentes se combinan con los [iones hidronio](#) u [oxonio](#), H_3O^+ o bien con los iones [hidroxilo](#), OH^- , o ambos. Dichos iones proceden de la disociación o [autoprotólisis](#) del agua. Esto produce un desplazamiento del [equilibrio](#) de disociación del agua y como consecuencia se modifica el valor del [pH](#).

IMPORTACIÓN A CONSUMO. La importación a consumo es uno de los regímenes aduaneros comunes. Mediante este régimen las mercancías extranjeras son nacionalizadas y puestas a libre disposición para uso o consumo definitivo. El despacho de las mercancías importadas a consumo, salvo las excepciones previstas por Ley, debe sujetarse al pago que gravan la importación definitiva, así como al cumplimiento de las obligaciones en materia de restricciones o regulaciones no arancelarias y de las demás formalidades establecidas. Las importaciones a consumo están regidas, entre otras de menor importancia, por los siguientes cuerpos legales: Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado; Codificación de Regulaciones de la Junta Monetaria y Ley Orgánica de Aduanas y sus Reglamentos de aplicación. Según lo previsto por nuestra normativa, en términos resumidos, las importaciones a consumo deben someterse al siguiente procedimiento: 1. Registro del importador: procedimiento que debe cumplirse para el caso de los importadores habituales y que consiste en el registro de firmas del importador y de las personas autorizadas a efectuar, por él, los trámites exigibles; 2. Declaración de Importación previa al embarque (permiso de importación); mediante el cual la autoridad competente, el BCE, concede la autorización para que se efectúe la operación; 3. Inspección previa al embarque: que es un requisito recientemente establecido que debe cumplirse en el lugar de embarque de manera obligatoria para realizar todo tipo de importaciones, salvo las excepciones previstas en el Acuerdo Ministerial (MINFINANZAS) N° 687. 4. Desaduanamiento o nacionalización: que comprende, fundamentalmente, un conjunto de formalidades aduaneras de cumplimiento obligatorio antes de que las mercancías sean puestas a libre disposición del importador, tales formalidades son, en resumen y en orden secuencial; Declaración: Aforo y liquidación; Recaudación (pago) de tributos; y, Retiro de las mercancías.

IMPORTADOR. Persona que presenta o a cuyo nombre un agente o apoderado presenta una Declaración de Importación en la forma prescrita. Cualquier persona que importe mercancías y que cumpla con las normas de importación y con las demás disposiciones legales.

IMPUESTOS AL VALOR AGREGADO. Es un impuesto establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno que grava a las importaciones en una proporción del 10% sobre el valor resultante de sumar al valor CIF, los impuestos, aranceles, tasas, derechos, recargos y otros gastos que figuren en la declaración de importación y en los demás documentos pertinentes; valor conocido en el argot aduanero como valor "ex aduana". Según lo dispuesto por la Ley de Régimen Tributario Interno están exoneradas de este impuesto las importaciones de: 1. Productos agrícolas, avícolas, pecuarios, apícolas, cunícolas, bioacuáticos, forestales, de la caza o de la pesca y carnes en estado natural; 2. Leche en estado natural, pasteurizada, homogenizada o en polvo; 3. Pan, azúcar, panela y sal; 4. Manteca, margarina, mantequilla, fideo, maicena, avena, harinas y aceite comestible, excepto el de oliva; 5. Enlatados naturales de productos del mar; 6. Medicamentos y drogas para uso humano, leches maternizadas proteicos infantiles, dietéticos infantiles, productos veterinarios y las materias primas para producirlos (incluso sus envases); 7. Semillas certificadas, bulbos, plantas, esquejes y raíces vivas; 8. Alimentos balanceados, preparados forrajeros con adición de melaza o de azúcar y otros preparados para la alimentación de animales; 9. Fertilizantes, insecticidas, pesticidas, funguicidas, herbicidas antiparasitarios y productos similares no dañinos para la salud (incluso las materias primas para producirlos y sus envases); 10. Maquinaria, equipos, implementos y herramientas de uso agrícola y pecuario, incluso llantas y repuesto para maquinaria agrícola; 11. Libros y materiales complementarios visuales, audiovisuales, sonoros y todo tipo manifestaciones, editoriales didácticas comercializadas junto con los libros; 12. Revistas, folletos, diarios, periódicos y demás publicaciones culturales; 13. Papel periódico clasificado en el ítem arancelario 4801, 10.00; 14. Instrumentos musicales para fines didácticos; 15. Productos importados por: a. El Gobierno Nacional, los Consejos Provinciales, las Municipalidades, la Junta de beneficencia de Guayaquil, SOLCA, las Universidades y las Escuelas Politécnicas y, en general, los organismos y entidades del sector público; b. Los Diplomáticos extranjeros y funcionarios de Organismos Internacionales, Regionales y Subregiones; c. Los pasajeros que

ingresen al país, hasta por el valor de la franquicia arancelaria reconocida por la LOA; Y, d. Las instituciones religiosas que hayan suscrito convenios con el Estado para recibir donaciones; 16. Maquinarias, equipos, accesorios, materiales y demás bienes necesarios para realizar obras y servicios públicos caracterizados como prioritarios por el CONADE o requeridos para atender situaciones de emergencia; 17. Chasises y conjuntos CKD, para buses de cuarenta y más asientos, de peso total con carga máxima superior a 15 toneladas, destinados al transporte urbano, intercantonal e interprovincial de pasajeros, vehículos pesados de carga; automóviles destinados al servicio de taxis (nuevos, sin uso, de hasta 6 cilindros y un valor máximo de US \$.10.000); Jeeps, y vehículos livianos (incluso conjuntos CKD. Para fabricarlos) destinados al transporte público de pasajeros o de carga, importados por cooperativas, socios de cooperativas o compañías que tengan por objeto la prestación de estos servicios que estén debidamente registrados en el Consejo Nacional de Tránsito. 18. Bienes de capital o materiales importados al amparo de convenios internacionales, créditos de gobierno o de organismos multilaterales; 19. Insumos y materias primas destinados exclusivamente a la producción de libros, en los términos contemplados en la Ley de Fomento del Libro.

INCOTERMS. Reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales, fijado por la Cámara de Comercio Internacional. Su objetivo es establecer criterios definidos sobre la distribución de gastos y transmisión de riesgos, entre exportador e importador.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO. Es aquella parte de marketing de una empresa que proporciona los elementos para su concepción de marketing así como para el establecimiento de su política comercial. Consiste en la obtención sistemática, objetiva y exhaustiva de información sobre los factores relevantes para la actividad comercial de la empresa y el análisis y explotación de dicha información. Sus áreas principales son: 1. Investigación de productos, que comprende estudios acerca de la calidad, forma y funcionalidad de los artículos; 2. Investigación de necesidades y consumo, que consiste en la determinación de las necesidades, de la capacidad de compra y de los hábitos de consumo; 3. Investigación de la distribución, que se refiere al examen de la eficacia de los canales de distribución y a estudios de la competencia y; 4. Investigación de comunicaciones, de consiste en el estudio de los medios materiales y mensajes publicitarios.

LÍNEA DE PRODUCTOS. Grupo de productos estrechamente relacionados porque funcionan de manera similar, los adquieren los mismos grupos de consumidores, se venden a través del mismo tipo de establecimiento o están en determinado rango de precios.

LIQUIDACIÓN DE TRIBUTOS. Es el procedimiento mediante el cual el declarante (autoliquidación) o el funcionario aduanero correspondiente (liquidación de oficio) determinan el monto, que por concepto de cada uno de los tributos aplicables a las operaciones de comercio exterior, debe pagar el sujeto pasivo como requisito previo al desaduanamiento de las mercancías, en tratándose de importaciones, o a su embarque con destino al exterior, en el caso de las exportaciones. Tanto las autoliquidaciones como las liquidaciones de oficio, aleatoriamente seleccionadas dentro del plazo de dos años contados a partir de la fecha de pago de la obligación tributaria, están sujetas a verificación por parte de los Administradores de Distrito (directamente o a través de empresas contratadas para ese menester), con la finalidad de establecer la exactitud de la obligación tributaria causada y pagada para efectuar las reliquidaciones a que haya lugar.

LISTA DE EMPAQUE. Forma parte de los denominados documentos de embarque y consiste en un listado elaborado por el embarcador y/o el transportista en el que se detallan las mercancías correspondientes a cada exportador.

LOGÍSTICA. Proceso de planear, implementar y controlar el eficiente flujo y almacenaje de los bienes y la información relacionada, desde el punto de origen, hasta el punto de consumo.

MANIFIESTO. Documento que contiene una lista de las mercaderías que constituyen el cargamento de la nave, aeronave y demás vehículos de transporte, en el momento de su llegada o salida a/o desde el territorio aduanero.

MARCA. Distintivo que asocia un determinado bien o servicio con el agente económico que lo produce o comercializa. Este puede ser el nombre o razón social de una empresa, una palabra, una etiqueta o cualquier otra señal que lo identifique.

MERCADO EXTERNO. Esta expresión designa al conjunto de oferentes y demandantes localizados fuera de las fronteras de un país.

MERCADO INTERNO. Esta expresión designa al conjunto de oferentes y demandantes localizados dentro de las fronteras de un país.

MERCANCIA NACIONALIZADA. Es la mercancía extranjera cuya importación se ha consumado legalmente, esto es cuando terminada la tramitación fiscal ante la aduana, queda a libre disposición de los interesados.

MICROORGANISMOS. Un microorganismo, también llamado microbio u organismo microscópico, es un ser vivo que sólo puede visualizarse con el microscopio. Son organismos dotados de individualidad que presentan, a diferencia de las plantas y los animales, una organización biológica elemental. En su mayoría son unicelulares, aunque en algunos casos se trate de organismos cenóticos compuestos por células multinucleadas, o incluso multicelulares.

NICHO DE MERCADO. Segmento de mercado pequeño que se encuentra bajo la vista de una compañía, ya que está libre de competidores y ofrece potencial de ventas significativo.

NORMAS ESPECIALES DE ORIGEN. Para el caso de la aplicación de los beneficios derivados del programa de Liberación del Pacto Andino, son las previstas por la Decisión 293 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena. No obstante las normas establecidas en esta Decisión, a efectos de obtener el certificado de origen, también deben observarse los llamados Requisitos Específicos de Origen.

NOTIFICACION DE ENTRADA O SALIDA DE BUQUE. Notificación que realiza el consignatario de un buque a la Aduana con motivo de la entrada o salida del mismo y que contiene sus datos generales y los de la carga que transporte.

NORMAS ESPECIALES DE ORIGEN. Para el caso de la aplicación de los beneficios derivados del programa de Liberación del Pacto Andino, son las previstas por la Decisión 293 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena. No obstante las normas establecidas en esta Decisión, a efectos de obtener el certificado de origen, también deben observarse los llamados Requisitos Específicos de Origen.

NOTIFICACION DE ENTRADA O SALIDA DE BUQUE. Notificación que realiza el consignatario de un buque a la Aduana con motivo de la entrada o salida del mismo y que contiene sus datos generales y los de la carga que transporte.

OXHIDRILO. Radical monovalente formado por un átomo de oxígeno y uno de hidrógeno (-OH). Caracteriza a los compuestos conocidos como alcoholes, cuando derivan de hidrocarburos alifáticos, y fenoles, si derivan de hidrocarburos aromáticos. También se le llama hidroxilo. Su presencia hace que la molécula pueda reaccionar con facilidad con los tejidos y le confiere características tóxicas.

PAGO DE TRIBUTOS. El pago de los tributos aduaneros es una de las formas en que extingue la obligación tributaria aduanera y debe efectuarse con los medios de pago admitidos legalmente que son: 1) Dinero en efectivo, 2) Notas de crédito fiscales; y, 3) Cheques certificados. El pago de los impuestos aduaneros debe cumplirse dentro de los siguientes plazos: 1) En el caso de autoliquidación, dentro de dos días hábiles de aceptada la declaración; y, 2) En los demás casos, dentro de ocho días hábiles de la notificación del título de crédito u orden de cobro. El pago de las tasas aduaneras debe efectuarse dentro del día hábil siguiente a la prestación del servicio. De conformidad con la LOA, en materia aduanera no se conceden facilidades de pago.

PAIS DE DESTINO. Ultimo país donde las mercancías deben ser entregadas.

PAIS DE IMPORTACIÓN. Según lo prevén las normas valoración aduanera vigente en Ecuador, se entiende por "país de importación" el país o territorio aduanero en que se efectúa la importación.

PAIS DE ORIGEN. Para efectos de la aplicación de la Decisión 257 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, relativa al Transporte Internacional de Mercancías por Carretera, es "...el País Miembro donde el transportista se constituye como empresa y tiene su domicilio principal". La definición anterior, como se anotó, tiene una validez delimitada por el ámbito de aplicación de la Decisión que la establece; no obstante, el término "país de origen", tiene singular trascendencia en materia de comercio exterior, cuando está remitido al origen de las mercancías que se transan. En efecto, el origen de las mercancías, es frecuentemente una condición específicamente prevista en los acuerdos y tratados comerciales internacionales, bilaterales o multilaterales, y de él depende que los productos objeto de intercambio puedan beneficiarse, o no, de los tratamientos preferenciales previstos en tales acuerdos. Por esa razón, la determinación del origen de las mercancías, que puede ser bastante compleja para el caso de los productos manufacturados e

industrializados en base a distintas materias primas y materiales indirectos, suele cumplirse con sujeción a determinadas normas basadas en patrones universalmente aceptados para dicho fin, a las que se conoce comúnmente bajo la denominación de Normas o Reglas para la Determinación del Origen de la Mercancías.

PALLETS. Básicamente, un pallet se define como una plataforma horizontal rígida, cuya altura está reducida al mínimo compatible con su manejo mediante carretillas elevadoras, transpaletas o cualquier otro mecanismo elevador adecuado. Utilizados como base para agrupar, apilar, almacenar, manipular y transportar mercancías y cargas en general, los pallets entregan un considerable número de ventajas, hasta el punto de que la operativa logística actual no podría realizarse sin su uso.

PRECIO EN BASE A LA COMPETENCIA. Estrategia en donde una compañía establece sus precios basándose en lo que los competidores están cobrando por sus productos o servicios.

POLIFENOL. Los polifenoles son un conjunto heterogéneo de moléculas que comparten la característica de poseer en su estructura varios grupos bencénicos sustituidos por funciones hidroxílicas.

PREFERENCIA ARANCELARIA. Es uno de los tratamientos especiales que suelen otorgarse recíprocamente los países que arriban a acuerdos comerciales o que, en virtud de formar parte de acuerdos o tratados integracionistas, deben incorporarse a un esquema de intercambio comercial que la contemple. La preferencia arancelaria suele expresarse como un porcentaje de deducción de los derechos arancelarios aplicables a las importaciones procedentes de los países a los que se la concede. Nuestro país, en su condición de miembro de la ALADI, mantiene los siguientes esquemas de preferencia arancelaria para las importaciones procedentes de los restantes de ALADI: 1) Preferencia Arancelaria Parcial.- Concedida a todos los países de ALADI mediante los esquemas de Acuerdos de Alcance Parcial previstos en el Tratado de Montevideo 1980, con porcentajes de preferencia arancelaria que llegan hasta el 100% de los derechos arancelarios ad-valorem aplicables a los ítems NANDINA materia de la concesión ; y 2) Preferencia Arancelaria Regional.-

Aplicable mediante distintos índices de preferencia a las importaciones de productos originarios de los demás países de ALADI.

PRESENTACION DE LA DECLARACION DE MERCANCIAS. Acto de presentar a la Aduana una declaración de mercancías completa o, en los casos en que sea aceptable, una declaración provisional, simplificada o incompleta a los efectos de solicitar el despacho de mercancías.

PRESENTACION DE LAS MERCANCIAS EN ADUANAS. Acción de someter las mercancías a las autoridades aduaneras competentes, en un lugar designado o habilitado por esta para el cumplimiento de las formalidades aduaneras. También se considera el acto de comunicar a la Aduana, de la forma en cada caso estable.

PROCEDIMIENTOS DE VALORACIÓN. Son los procedimientos o métodos previstos por el Código de Valoración del GATT, adoptado por nuestra legislación vigente a efectos de determinar base imponible de los derechos e impuestos a la importación. Estos procedimientos son los siguientes: 1) Valor de transacción de las mercancías que se valoran; 2) Valor de transacción de mercancías idénticas; 3) Valor de transacción de mercancías similares; 4) Valor deducido o procedimiento sustractivo; 5) Valor reconstruido o procedimiento basado en el costo de producción; y, 6) Valores criterio o procedimiento del último recurso. Estos procedimientos de valoración deben ser aplicados, según lo previsto por el referido Código de Valoración, de manera subsecuente; es decir, el segundo procedimiento solamente habrá de emplearse cuando no se pueda determinar la base imponible de las mercancías por el primer procedimiento; el tercer procedimiento solamente habrá de aplicarse cuando no sea posible determinar la base imponible por los procedimientos primero y segundo; y así sucesivamente.

PRODUCTOS SUSTITUTOS O DERIVADOS. A efectos de la aplicación del Mecanismo de Ajustes Arancelarios para las importaciones de productos agropecuarios y sus derivados, son los productos que pueden reemplazaren el uso industrial o en el consumo a un producto marcador, y los productos derivados obtenidos mediante la transformación o mezcla de productos marcadores.

PUERTOS. Lugares en las costas dispuestos para las operaciones de tráfico de mercancías y viajeros, bajo control aduanero. Comprende subpuertos, embarcaderos, atracaderos y demás lugares marítimos donde se realicen operaciones bajo control aduanero.

RECTIVIDAD. La reactividad [química](#) de una [sustancia](#) o de una [especie química](#) es la capacidad de [reacción química](#) que presenta ante otros [reactivos](#).

RECAUDACIÓN DE TRIBUTOS. Se entiende por recaudación de tributos la recepción del dinero que debe pagar el sujeto pasivo de la obligación aduanera. Las obligaciones tributarias aduaneras pueden ser recaudadas por la administración distrital respectiva o por instituciones del sistema bancario nacional autorizadas por el Ministro de Finanzas y Crédito Público.

RECINTOS ADUANEROS. Área que ocupan los puertos, aeropuertos, correos internacionales y los demás lugares donde se constituyen temporal o permanentemente aduanas.

RECURSO RENOVABLE. Los recursos renovables son aquellos [recursos](#) cuya existencia no se agota con su utilización, debido a que vuelven a su estado original o se regeneran a una tasa mayor a la tasa con que los recursos renovables son disminuidos mediante su utilización. Esto significa que ciertos recursos renovables pueden dejar de serlo si su tasa de utilización es tan alta que evite su renovación. Dentro de esta categoría de recursos renovables encontramos al agua y a la biomasa. Algunos recursos renovables se clasifican como recursos perpetuos, debido a que por más intensa que sea su utilización, no es posible su agotamiento. Dentro de esta categoría de recursos renovables se encuentran la energía hidroeléctrica, la radiación solar, el viento y las olas.

RETIRO DE MERCANCÍAS. El retiro de las mercancías es la operación mediante la cual el destinatario consignatario de las mercancías procede a retirar de los recintos aduaneros las mercancías de su propiedad o a él consignadas. El retiro de las mercancías debe efectuarse dentro de 5 días hábiles siguientes a la fecha de autorización de su entrega; caso contrario, se incurre en abandono tácito de las mismas. Para el retiro de las mercancías, las personas bajo cuya responsabilidad se encuentren éstas, deben constar que la declaración aduanera contenga impresa

el código de autorización de entrega asignado por la Aduana y, así el mismo, el responsable que recibe las mercancías, debe dejar constancia de su recepción para los fines respectivos.

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA. División de un mercado en unidades geográficas diferentes como naciones, estados, regiones, condados, ciudades o vecindarios.

SEGURO DE TRANSPORTE MARÍTIMO. Es la operación mediante la cual el importador y/o exportador busca la cobertura de los daños y riesgos eventuales que corren las mercancías durante el transporte marítimo hasta llegar a su destino. El seguro de transporte marítimo puede tener como objeto: 1) El caso y la quilla de la nave; 2) Los aparejos de la nave; 3) El armamento; 4) Las vituallas; 5) El costo del seguro; 6) Las cantidades dadas a la gruesa; 7) La vida y la libertad de los hombres de mar y los pasajeros; y, 8) Las mercancías cargadas, y en general todas las cosas de valor estimable en dinero, expuestas a riesgos de pérdidas o deterioro por accidentes de la navegación. El seguro del cargamento comprende todas las mercancías embarcadas, excepto el oro y las platas amonedadas y las barras de estos mismos metales, las municiones de guerra, los diamantes, perlas y además especificados en la respectiva póliza.

SEGURO INTERNACIONAL. Garantía contra riesgos a los que están expuestas las mercaderías durante su transporte; cubre desde la bodega de salida hasta la bodega de llegada de los puertos internacionales. Es conveniente tomar el seguro en el país de destino, porque facilita los trámites al momento de nacionalizar.

SELLOS ADUANEROS. Marcas precintos o distintivos de seguridad que pone la Aduana para la aplicación de ciertos regímenes aduaneros (Transito Aduanero en particular) generalmente con el fin de prevenir o de permitir la comprobación de cualquier daño a la integridad de los buques.

TANINO. El término tanino fue originalmente utilizado para describir ciertas sustancias orgánicas que servían para convertir a las pieles crudas de animales en [cuero](#), proceso conocido en inglés como *tanning* ("[curtido](#)" en español). Se extraen de las [plantas](#) con agua o con una mezcla de agua y alcohol, que luego se decanta

y se deja evaporar a baja temperatura hasta obtener el producto final. Los taninos tienen un ligero olor característico, sabor amargo y [astringente](#), y su color va desde el amarillo hasta el castaño oscuro. Expuestos al aire se tornan oscuros y pierden su efectividad para el curtido. Los taninos se utilizan en el curtido porque reaccionan con las [proteínas](#) de [colágeno](#) presentes en las pieles de los animales, uniéndolas entre sí, de esta forma aumenta la resistencia de la piel al calor, a la putrefacción por agua, y al ataque por [microbios](#).

TARJA. Peso del recipiente en que se pesa una mercancía y que luego se resta a ella.

TARJADO. Documentos expedidos por los operadores de puertos y aeropuertos, por los que se le da cuenta a la Aduana del resultado del conteo de las mercancías de importación o exportación, durante las operaciones de carga, descarga y clasificación de las mercancías.

TASAS PORTUARIAS. Son las tasas que cobran las Autoridades Portuarias de cada uno de los puertos habilitados por los servicios que prestan, tanto en el caso de las importaciones como en el de las exportaciones. La determinación de los montos o valores correspondientes a cada uno de los servicios, es facultad de la Dirección General de la Marina Mercante y del Litoral.

TERRITORIO ADUANERO. Todo el territorio nacional en el que ejerce su soberanía el estado.

TETRAMERO. [Molécula](#) que se forma por la adición de cuatro moléculas idénticas.

THC. Terminal handling charges (Cargos por manipuleo en terminal).

TONELADA METRICA. Metric Ton = 2.204 libras =1.000 Kg.

TONELAJE DE PESO MUERTO. Incluye el peso de la carga y de los consumibles de un buque.

TRANSPORTISTA. Cualquier persona que, en un contrato de transporte, se compromete a efectuar o a hacer efectuar un transporte por ferrocarril, carretera, mar, aire, vías navegables interiores o una combinación e dichas modalidades.

TRATADO PREFERENCIAL. No existe definición de este término en nuestra legislación aduanera o de comercio exterior, sin embargo en la práctica habitual se lo emplea para designar a los tratamientos diferenciados y ventajosos (en tarifas arancelarias, en trámites administrativos, etc.) que se dan a determinadas operaciones de comercio exterior con determinados países con los que se mantienen vigentes convenio comerciales o similares (ya se trate de importaciones o de exportaciones), respecto del tratamiento normal que se da a las importaciones de todos los países En la actualidad nuestro país concede tratamiento preferencial para las siguientes importaciones: 1) Las originarias de los demás Países Miembros del Pacto Andino, excepto Perú, de acuerdo con lo previsto con el Programa de Liberación; 2) Las originarias de los Países Miembros de ALADI, contempladas en los Acuerdos de Alcance Parcial vigentes, en la Preferencia Arancelaria Regional o en la Nómina de Apertura de Mercados dirigida a Paraguay; 3) Las originarias de Perú comprendidas en la nómina del Acuerdo Bilateral vigentes.

TRATAMIENTO DIFERENCIAL. Es uno de los principios establecidos por el Tratado de Montevideo de 1980, en función del cual los mecanismos de integración previstos por él se aplican de manera diferenciada conforme tres categorías de países, las mismas que están integradas tomando en cuenta las características económica-estructurales de los Países Miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración, ALADI. Con base en este principio los mecanismos de integración se aplican en una determinada magnitud en los países de desarrollo intermedio y de manera más favorable a los países de menor desarrollo relativo. Las categorías de países a que se hace referencia son los siguientes: 1) Argentina, Brasil y México, considerados como los de mayor desarrollo; 2) Colombia, Chile, Perú, Venezuela y Uruguay, que son los de desarrollo económico intermedio, y 3) Bolivia, Ecuador y Paraguay, considerados los de menor desarrollo económico relativo.

TRIBUTOS AL COMERCIO EXTERIOR. Según lo establece la LOA, los tributos al comercio exterior son: a) Los derechos arancelarios establecidos en los respectivos

aranceles; b) Los impuestos establecidos en leyes especiales; y, c) Las tasas por servicios aduaneros.

TRIMERO. [Molécula](#) que se forma por la adición de tres moléculas idénticas.

VALOR DE TRANSACCIÓN. Conforme a lo establecido por el Código de Valoración del GATT, el valor de transacción es: "el precio realmente pagado o por pagar de las mercancías cuando éstas se venden para su exportación al país de importación..." ajustado mediante la adición de: 1) Los siguientes elementos, en la medida en que corran a cargo del comprador y no estén incluidos en dicho precio: a.- Las comisiones y los gastos de corretaje; excepto comisiones de compra; b.- Costo de envases o embalajes que, a fines aduaneros, se consideren parte de las mercancías; y, c.- Gastos de embalaje (materiales y mano de obra); 2) El valor, debidamente repartido, de los siguientes bienes y servicios, siempre que los haya suministrado (gratuitamente o a precios reducidos) el comprador y se hayan considerado en el precio realmente pagado o por pagar: a.- Los materiales, piezas y elementos, partes y artículos análogos incorporados a las mercancías; b.- Las herramientas, matrices, moldes y elementos análogos utilizados en la producción de mercancías; c.- Los materiales consumidos en la producción; y, d.- Los trabajos de ingeniería, creación y perfeccionamiento; los trabajos artísticos, diseños, planos y croquis realizados fuera del país y necesarios para la producción de las mercancías; 3) Los cánones y derechos de licencia relacionados con las mercancías objeto de valoración que el comprador tenga que pagar directa o indirectamente como condición de venta de las mercancías, siempre que no estén incluidas en el precio; 4) El valor de cualquier parte del producto de la reventa, cesión y utilización posterior de las mercancías importadas que revierta directa o indirectamente al vendedor; 5) Los gastos de transporte de las mercancías hasta el puerto o lugar de importación; 6) Los gastos de carga, descarga y manipulación ocasionados por el transporte referido; y, 7) El coste del seguro.

VALOR DECLARADO. Valor con fines aduaneros de las mercancías contenidas en un envío; que están sometidas a un mismo régimen aduanero y clasificadas en una misma posición arancelaria.

VALOR EX-ADUANA. Se define con este término el valor conformado por la sumatoria del valor CIF y de todos los gastos que figuran en la declaración aduanera. Este valor constituye la base imponible para la aplicación del IVA.

VALORACION EN ADUANAS. Operación que realiza la Aduana para valorar las mercancías y determinar los derechos que se deben pagar.

ENCUESTA CONSUMIDORES

1.- Indique qué tipo de Cliente es

Distribuidor _____
Minorista _____
Cliente Esporádico _____

2.- En qué empresa adquiere el Producto

3.- Motivos de Compra

4.- En qué Temporadas adquiere el Producto

5.- Qué usos le da al Producto

6.- Podría sustituir el Producto

7.- Se encuentra totalmente satisfecho con el Producto

8.- Cuántos sacos consume mensualmente

9.- Cuánto paga por cada saco de Producto



QUEBRAQUIM
ESPECIALISTAS EN CUERO

NOTA DE PEDIDO

01

PROVEEDOR INDUNOR S.A.
DIRECCION Cerrito 1136 piso 11
CIUDAD - PAIS Buenos Aires - Argentina
TELEFONO +54.11.6091.0400

CLIENTE QUEBRAQUIM S.A.
RUC 1717153058001
DIRECCION Amazonas 5023 - Zona Centro
CIUDAD - PAIS AMBATO - ECUADOR
TELEFONO ++ 593.32.259.781

FORMA DE PAGO CAD
SEGURO Tomado Por el Cliente
DOCUMENTOS BANCO PICHINCHA
EMBARQUE INMEDIATO

FECHA: 08-03-2010

Comentarios o instrucciones especiales: IMPORTACION SIN PERMISOS PREVIOS - NACIONALIZACION A CONSUMO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	TOTAL
18 TM	EXTRACTO DE QUEBRACHO ATO 720 Sacos x 25Kg. <u>Subartida Arancelaria</u> 3201.10.00.00 EXTRACTO DE QUEBRACHO	\$ 1.200,00	\$ 21.600,00
SUBTOTAL FOB			\$ 21.600,00
FLETE			\$ 1.900,00
TOTAL CFR			\$ 23.500,00

Pais Argentina
Puerto de Embarque Buenos Aires
Cantidad 18.000 Kg.

GRACIAS POR CONFIAR EN NOSOTROS



Representaciones y Distribuciones

Dirección: Cerrito 1136 piso 11
Ciudad de Buenos Aires
Teléfono: +54. 11.6091.0400

FACTURA

FECHA: 13/03/2010
N° DE FACTURA: 100
PARA: *Pedido de Importación*

Facturar a:
Nombre: QUEBRAQUIM S.A.
RUC: 1717153058001
Dirección: Amazonas 5023 - Zona Centro
Ciudad: Ambato
Teléfono: ++ 593.32.259.781

DESCRIPCIÓN

Contenedor de 20' con 18 pallets conteniendo 720 sacos x 25 Kg. de Extracto de Quebracho Ato

Ref. Pedido No. IMP1-A

Peso Neto: 18.000 Kg.
Peso Bruto: 18.720 Kg.

CONDICIONES DE PAGO: CAD

Posición Arancelaria

3201.10.00

TOTAL VALOR FOB BUENOS AIRES	USD\$ 21.600,00
Flete Buenos Aires / Ambato	USD\$ 1.900,00
TOTAL CFR AMBATO	USD\$ 23.500,00


EMBARQUE: VIA MARITIMA

VAPOR: "MSC ROYAL HORSE"

Pay to:
Correspondent Bank
JP MORGAN CHASE BANK - NY - USA
ABA: 0218884523
SWIFT: CHASAS44

Beneficiary:
Indunor
Account No. 234987
Swift: DBLUMTIM
Invoice: 100

Vencimiento
13.03.2010

 MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY S.A. Website : www.msclines.com SOAC Code: MSCU		BILL OF LADING No. MSCUB5545035 NON-NEGOTIABLE COPY <small>"Port-to-Port" or "Combined Transport" (see Clause 1)</small>	
SHIPPER: INDUNOR S.A. Cerrito 1136 - 11 Piso Buenos Aires - Argentina		NO. & SEQUENCE OF ORIGINAL B/L'S 3 Three	
CONSIGNEE: This B/L is not negotiable unless marked "To Order" or "To Order of..." here. TO THE ORDER		NO. OF RIDER PAGES 0 Zero	
NOTIFY PARTIES: (No responsibility shall attach to the Carrier or to his Agent for failure to notify - see Clause 21) QUEBRACHUM S.A. Avda. Corrientes 8023 - Zona Centro Ambiente - Ecuador Contacto: Silvia Benitez, Adriana Velásquez Phone: +593 32289-781		CARRIER'S AGENT'S ENDORSEMENTS: (Include Agent(s) at POD) SHIPPERS LOAD, COUNT AND SEALED	
VESSEL & VOYAGE NO. (see Clauses 8 & 9) MSC ROYAL HORSE - V 109		PORT OF LOADING BUENOS AIRES	
BOOKING REF. (if) MSCUB5345667		PLACE OF RECEIPT: (Combined Transport ONLY - see Clauses 1 & 5.2) XXXXXX	
SHIPPERS REF. GUA YAQUIL - ECUADOR		PLACE OF DELIVERY: (Combined Transport ONLY - see Clauses 1 & 5.2) XXXXXX	
PARTICULARS FURNISHED BY THE SHIPPER - NOT CHECKED BY CARRIER - CARRIER NOT RESPONSIBLE (see Clause 14)			
Container Numbers, Seal Numbers and Marks MSQU580854 2' Dry Van Seal Number CS4291		Description of Packages and Goods <small>(Continued on attached Bill of Lading Rider pages, if applicable)</small> ONE CONTAINER WITH: 720 Bags; EXTRACTO DE QUEBRACHO ATOMIZADO 18 Pallets con 720 bolsas pesando 18.000 kilos neto y 18.720 kilos bruto FREIGHT PREPAID * FCL / FCL Marks and Numbers: QUEBRACHUM S.A.	
		Gross Cargo Weight 18.720,00 Kgs.	
		Measurement	
FREIGHT & CHARGES Cargo shall not be delivered unless Freight & Charges are paid (see Clause 16)		RECEIVED by the Carrier in apparent good order and condition (unless otherwise stated herein) the total number of packages or quantity of Containers or other packages or units indicated in the bill of lading Carrier's Receipt for carriage subject to all the terms and conditions hereof from the Place of Receipt or Port of Loading to the Port of Discharge or Place of Delivery, whichever is applicable. IN ACCEPTING THIS BILL OF LADING THE MERCHANT EXPRESSLY ACCEPTS AND AGREES TO ALL THE TERMS AND CONDITIONS, WHETHER PRINTED, STAMPED OR OTHERWISE INCORPORATED ON THIS SIDE AND ON THE REVERSE SIDE OF THIS BILL OF LADING AND THE TERMS AND CONDITIONS OF THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF AS IF THEY WERE ALL SIGNED BY THE MERCHANT. If this is a negotiable (To Order / to Order) Bill of Lading, one original Bill of Lading, duly endorsed must be surrendered by the Merchant to the Carrier together with outstanding Freight and charges in exchange for the Goods or a Delivery Order; if this is a non-negotiable (straight) Bill of Lading, the Carrier shall deliver the Goods or issue a Delivery Order (after payment of outstanding Freight and charges) against the surrender of one original Bill of Lading or in accordance with the national law of the Port of Discharge or Place of Delivery whichever is applicable. IN WITNESS WHEREOF the Carrier or their Agent has signed the number of Bills of Lading stated at the top, all of the later and date, and whenever one original Bill of Lading has been surrendered all other Bills of Lading shall be void.	
DECLARED VALUE (only applicable if Additional Charges paid - see Clause 7.3)		CARRIER'S RECEIPT (No. of Crates or Pallets used by Carrier - see Clause 14.1)	
PLACE AND DATE OF ISSUE MSC(ARG) - Buenos Aires		SHIPPED ON BOARD DATE 14/03/2010	
		SIGNED on behalf of the Carrier MSC Mediterranean Shipping Company S.A. MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY S.A. As Agent for Mediterranean Shipping Company S.A. Geneva as Carrier	
Standard Edition - 06/2009		TERMS CONTINUED ON REVERSE	



Representaciones y Distribuciones

PACKING LIST

QUEBRAQUIM S.A.
Amazonas 5023 - Zona Centro
Ambato
Ecuador

FECHA: 13/03/2010

MERCADERIA	PALLETS	SACOS	PE SO NETO	PE SO BRUTO
EXTRACTO DE QUEBRACHO ATO	18	720	18.000 Kg.	18.720 Kg.
TOTAL	18	720	18.000 Kg.	18.720 Kg.

INDUNOR S.A.

**CAMARA DE EXPORTADORES DE LA REPUBLICA ARGENTINA**Avenida Roque Sáenz Peña 740 - Piso 1° - C1035AAP Buenos Aires - República Argentina
Tel./Fax: (54-11) 4394-4482 líneas rotativas
E-mail: contacto@cers.org.ar - Internet: www.cers.org.ar**APENDICE 1 AL ANEXO IV**

N° del Certificado

**CERTIFICADO DE ORIGEN
ACUERDO MERCOSUR - COLOMBIA, ECUADOR Y VENEZUELA****321945**PAIS EXPORTADOR: **ARGENTINA**PAIS IMPORTADOR: **ECUADOR**

N° de Orden (1)	NALADISA	DENOMINACION DE LAS MERCANCIAS	Peso o Cantidad	Valor FOB en (US\$)
1	3201.10.00	Extracto de Quebracho Atomizado 18 Pallets conteniendo 720 sacos x 25 Kg. Peso Neto 18.000 Kg. Peso Bruto 18.720 Kg. RUC 1717153058001	18.000 Kg.	21.600,00

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercancías indicadas en el presente formulario correspondientes a la Factura Comercial N° 100 de fecha 13/03/2010 cumplen con lo establecido en las normas de origen del presente Acuerdo ACE N° 59 de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden	NOTAS (2)
1	ANEXO IV - ART. 4 - INCISO A

EXPORTADOR O PRODUCTORRazón social: **INDUNOR S.A.**
Dirección: **CERRITO 1136 - PISO 11 BUENOS AIRES - ARGENTINA**
Fecha: **13 03 2010**

Sello y firma del Exportador o Productor

INDUNOR S.A.**IMPORTADOR**Razón social: **QUEBRAQUIM S.A.**
Dirección: **Amazonas 5023 - Zona Centro
Ambato - Ecuador**
Medio de transporte: **Vapor - MSC ROYAL HORSE**
Puerto o lugar de embarque: **Buenos Aires**

Observaciones:

CERTIFICACION DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración, en la ciudad de:

Buenos Airesa los: **13 / 03 / 2010**Nombre de la Entidad Certificadora: **CAMARA DE EXPORTADORES DE LA REPUBLICA ARGENTINA**

Sello y firma de la Entidad Certificadora

**CAMARA DE EXPORTADORES DE LA REPUBLICA ARGENTINA****FIRMA AUTORIZADA**



COMPañA DE SEGUROS CONDOR S.A.

Dirección: Francisco de P. Ycaza 302 y Cordova Edif.
Compañía de Seguros Condor

☎ Teléfono: (593 - 4) (593-4) 2565300

☎ Fax: (593 - 4) (593-4) 2565888

✉ Email: [Click para enviar email](#)

SEGURO DE TRANSPORTE

POLIZA N°: APLICACION N°:

La siguiente mercadería se declara en aplicación a la POLIZA DE TRANSPORTE N° , emitida a favor de:

para el viaje desde: hasta:

sobre el: de: anunciado para el día:
(vapor - camión - avión) (Bandera - Agencia - Cia.)

Consignada a:

LUGAR Y FECHA:

MARCA	Nos.	PESO BRUTO kgs.	CANTIDAD BULTOS	CONTENIDO	VALOR ASEGURADO \$	%	PRIMA	OBSERVACIONES
S/M		18.720	720	Extracto de Quebracho ATO	23.500,00	0.25	58.75	N/A

Embarcado por:

EL ASEGURADO

ACEPTADO POR
SEGUROS CONDOR S.A.

De conformidad con las condiciones de la Póliza, los Asegurados o sus Embarcadores llenarán este formulario en duplicado y lo remitirán a Seguros Cónдор S.A. sellado y firmado

El presente formulario ha sido aprobado por la Superintendencia de Bancos, con Resolución No. 0928-S del 09/06/06

ADUANA DEL ECUADOR		CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA		DECLARACION EN ADUANA DEL VALOR DAV (1)		DAV N° 15780194	
1. ADUANA							
Hojas Adicionales 1 de 1	No. Formulario UAU 15611732	Régimen 10	1.1 Aduana Guayaquil-Marítimo	Código 028	1.2 RUC / CII / Catastro / Pasap 171753058001	Código 1	2. REGISTRO DE ADUANAS
1.3 Consignatario o Importador OIFRRAQIIM SA			1.4 Nivel Comercial DISTRIBUIDOR /		Código 2	1.5 Otros (especifique)	
3. PROVEEDOR							
3.1 Nombre / Razón Social INDUNOR S.A.			3.2 Condición FABRICANTE /		Código 1	3.3 Dirección CERRITO 1136 - 11 PISO	
3.4 Ciudad BUENOS AIRES		3.5 País Argentina	Código AR	3.6 Fax 54160910400	3.7 Teléfono 54160910400		E-mail
4. TRANSACCION							
4.1 Naturaleza (Cod.) 11	4.2 Incoterms CFR	Lugar GUAYAQUIL	4.3 N° de Resolución de Aduana		4.4 Fecha	4.5 N° de factura 100	4.6 Fecha de factura 8/03/2010
4.7 N° de contrato u otro Doc.	4.8 Fecha contrato	4.9 Tipo de Cambio 1.00000000	4.10 Fecha cambio 04/03/2010	4.11 Moneda (Cod.) USD	4.12 País de Origen Argentina	Código AR	4.13 País de Procedencia Argentina
4.14 Forma de envío Fraccionado () Único (X)	4.15 N° de envío 1/1	4.16 Modo de transporte Marítimo	Código 1	4.17 Puerto de Embarque BUENOS AIRES	ARBUE	4.18 Puerto de Descarga Guayaquil (Ecuador)	4.19 Forma de Pago GIRO DIRECTO
5. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA							
Item	5.1 Subpartida (Nandina)	5.2 Descripción Comercial			5.3 Características / Tipo		5.4 País de Origen
1	3201.10.00.00	EXTRACTO DE QUEBRACHO			CURTIEMBRE		Argentina
2							
3							
4							
5							
Item	5.5 Marca Comercial	5.6 Modelo	5.7 Año	5.8 Estado de mercadería 1 - Nuevo	5.9 Cantidad	5.10 U. Com. KG	5.11 FOB unit. US\$ 120
1					18000.00		
2							
3							
4							
5							
6. INTERMEDIARIO ENTRE COMPRADOR Y VENDEDOR							
6.1 Se utilizó algún intermediario en la transacción comercial? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> X				6.2 Nombre del Intermediario			
6.3 Dirección		6.4 Ciudad		6.5 País		6.6 Tipo Intern.	
7. CONDICIONES DE LA TRANSACCION							
7.1 Existe vinculación con el proveedor?							SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> X
7.2 Ha influido la vinculación en el precio de mercancías importadas?							SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> X
7.3 Existen pagos indirectos relativos a las mercaderías?							SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> X
7.4 Existen cánones o derechos de licencia relativos a las mercaderías importadas que Ud. está obligado a pagar directa o indirectamente como condición de venta							SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> X
7.5 Está la venta condicionada por un acuerdo, según el cual una parte del producto de cualquier venta, cesión o utilización posterior de las mercancías importadas se revierta directa o indirectamente a su proveedor extranjero?							SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> X
7.6 Existen restricciones para la cesión o utilización de las mercancías por el importado, de acuerdo a lo señalado en el Artículo 1 del Acuerdo del GATT							SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> X
7.7 Depende de la venta o el precio, de condiciones o contraprestaciones en relación a las mercancías a valorar							SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> X
7.8 Puede determinarse el valor de las condiciones o contraprestaciones							SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> X
8. DETERMINACION DE LA TRANSACCION							
8.1 Base del Cálculo				8.2 Adiciones e impuestos no incluidos en 8.1 y a cargo del comprador			
8.1.1 Precio Factura		23500.00		8.2.1 Comisiones, corretaje, salvo comisiones de compra			
8.1.2 Pagos indirectos, descuentos retroactivos, otros				8.2.2 Envases y embalajes			
Total 8.1		23500.00		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			
8.3 Deducciones; Impuestos incluidos en 8.1				8.2.4 Cánones y derechos de licencia			
8.3.1 Gastos de entrega posteriores a la importación				8.2.5 Producto de cualquier reventa, cesión o utilización posterior que revierta al proveedor extranjero			
8.3.2 Intereses				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			
8.3.4 Derechos de Aduana y otros impuestos				8.2.8 Gastos de transporte desde el lugar de embarque al lugar de importación			
8.3.5 Otros gastos				8.2.9 Gastos de carga, descarga, manipulación			
Total 8.3				8.2.10 Gastos de seguro		58.75	
8.4 Valor en Aduana = 8.1 + 8.2 - 8.3		23558,75		Total 8.2		58.75	
8.5 Tiene carácter estimativo o provisional los casilleros 8.2.4 y 8.2.5				SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> X			
9. DESAGREGACION DEL VALOR EN ADUANA							
9.1 FOB US\$	21600.00	9.2 Flete US\$	800.00	9.3 Seguro US\$	58.75	9.4 Otros US\$	
10. IDENTIFICACION Y FIRMA DEL DECLARANTE							
10.1 Nombre del importador OIFRRAQIIM SA			10.2 Cargo IMPORTACIONES			10.3 Fecha 04/03/2010	
<small>Declaro bajo juramento que la información aquí contenida es correcta y ajustada a las disposiciones legales vigentes. Consciente que cualquier omisión puede ser origen a los procesos legales y acciones establecidas en la Ley Orgánica de Aduanas.</small>							
_____ Firma Importador							

ADUANA DEL ECUADOR		REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA				15611732 A								
A. ADUANA / BANCO						B. REFRENDO								
01	Nº ORDEN 000193	02	ADUANA Guayaquil-Maritimo	03	REGIMEN Importacion a consumo	04	FECHA-HORA TX 04/03/2010 12:30							
05	#VTO. BNO.	06	BANCO	07	FECHA EMISION	08	TIPO DE DESPACHO NORMAL							
C. CONTRIBUYENTE / AGENTE						09								
10 IMPORTADOR / EXPORTADOR QUEBRACHO S.A.						NÚMERO 028-09-10-046390-6-01								
11 TIPO Y Nº DOC ID 1 1717153058001						FECHA RECEP 04/03/2010								
12 CIUDAD AMBATO						HORA 12:30								
13 DIRECCION AMAZONAS 8023 - ZONA CENTRO						AFORO								
14 TELEFONO 03229781						DOCUMENTAL: ADUANA								
15 NIVEL COMERCIAL DISTRIBUIDOR						16 T. DECLARADO USO (IMP/EXP/FOI) 23558,75								
16 DECLARANTE / AGENTE CASTRO CORDERO FERANANDO						17								
17 SECTOR 21						18 CIU 5121								
D. REGIMEN PRECEDENTE / DEPOSITO														
20 REGIMEN PRECEDENTE AÑO		21	SERIES	22	ADUANA REGIMEN	23	FECHA ACEPT.							
		24	FECHA VENCIM.	25	DEPOSITO	26	CODIGO							
E. CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCION														
27 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO INDUNOR S.A.				28 DIRECCION CERRITO 1136 - 11 PISO		29 BENEFICIARIO DEL GIRO INDUNOR S.A.								
30 PAIS PROCED/DESTINO Argentina														
31 NATURALEZA TRANSACCION 11		32 FORMA DE PAGO 01 Gto Directo		33	EX.CIE	34	C.ORG.							
35 OT. EX. NO		36 MT. VL. 0		37 ALMACEN CONTECON		38 CODIGO 9026								
39 TIPO DE TRATAMIENTO NORMAL		40 CODIGO DE SOLICITUD DE AFORO 0		41 CODIGO DE PROD.ACOG.DESP.URGENTE		42 CODIGO DE ENDOSO 00								
F. TRANSPORTE														
43 VIA DE TRANSPORTE Maritimo		44	FECHA EMBARQU 14/03/2010	45	FECHA LLEGADA 03/04/2010	46	CARGA Contenedor							
47 BANDERA Panama		48 COD. MANIFIESTO 025		49 A.G. CARGA / TRANSP. MEDITERRANEAN		50 COD. 8890								
51 NAVE / LAERAMAT.VEH MSC ROYAL HORSE		52 NOM. NAVE/MATRIC.VEH MSC ROYAL HORSE		53 ADUANA SALIDA		54 VIA SALIDA								
55 ADUANA DESTINO		56 TIPO DESTINO		57 PAIS DESTINO		58 T. TRAT.								
G. DETERMINACION BASE IMPONIBLE														
CONCEPTO		MONEDA	T. CAMB.USO	TOTAL MONEDA TRANSACCION		TOTAL EN DOLARES USD								
59 FOB		USD	1.000000	21600.00		21600.00								
60 FLETE		USD	1.000000	1900.00		1900.00								
61 SEGURO		USD	1.000000	58.75		58.75								
62 VALOR ADUANA						23558,75								
63 TOTAL SERIES PARTIDAS 1		64 PESO NETO (Kilos) 18000.00	65 PESO BRUTO (Kilos) 18720.00	66	TOTAL BULTOS 720	67	TOTAL CONTENEDORES 1							
68		69 TOTAL U. FISICAS 720		70		71 TOTAL U. COM. 720								
H. DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO														
CLASE	NÚMERO	TIPO	EMISION			VIGENCIA		# SR.	PARTIDA NANDINA	MONEDA	MONTO USD.			
70	321945	03	MERCOSUR	PAIS	FECHA	DESDE	HASTA							
71	MBCUB 8646036	11	MEDITERRANEAN		04/03/2009									
72	124880	03	COOP SEGUROS S.A.		14/03/2010									
73	15780184	17	DAV		08-03-2010									
74					03/04/2010									
75														
76														
77														
78														
79														
I. DECLARACION DE LA MERCANCIA														
80	Nº SERIE	TIPO SUFLO	SUBPARTIDA NACIONAL	BREVE DESCRIPCION DE LA MERCANCIA	S	BULTOS	U. FISICAS	U. COM.	PESO (Kgs.)		MARCAS Y NUMEROS	T M		
	1		320110.00.00	EXTRACTO DE QUEBRACHO	1	CT	0.00	33	720	U	18000.00	18720.00	QUEBRACHO S.A.	0
TPCI	TPNG	TPNE	PAIS DE ORIGEN	CODIGO	FOB USD		FLETE USD		SEGURO USD		CIF USD			
000			Argentina	AR	21600.00		1900.00		58.75		23558,75			
J. OBSERVACIONES														
81 SECUENCIA		82 TIPO OBS.		83 CONTENIDO OBS.										
K. FIRMAS Y SELLOS														
FIRMA CONTRIBUYENTE				FIRMA DEL DECLARANTE				OBSERVACIONES		CÓD. Y FIRMA AFORADOR				



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA UNICA

15611732

C

A ADUANA						B REFRENDO					
01	000195	02	02	03	02	04	04/03/2010 12:20	05	028-09-10-046390-6-01		
C CONTRIBUYENTE / AGENTE								FECHA RECEP 04/03/2010			
06 IMPORTADOR / EXPORTADOR OJIFERRA OJIBM S.A			07 TIPO y No. DOC. ID. 1 17171820550 01		08 CIUDAD AMBA TO		HORA 12:30		AFORO DOCUMENTAL: ADUANA		
09 DIRECCIÓN AMAZONAS 5023 - ZONA CENTRO			10 TELÉFONO 032259781		11 NIVEL COMERCIAL DISTRIBUIDOR						
12 DECLARANTE / AGENTE CASTRO CORDERO FERNANDO			13 ALMACEN / DEPÓSITO CONTECON		CÓDIGO 7184						
D VALORES EN ADUANA											
14	21600.00	15	900.00	16	58.75	17	0	18	23558,75	19	23558,75

E AUTOLIQUIDACIÓN DE TRIBUTOS			
CONCEPTO	LIQUIDACIÓN \$ (1)	LIBERACIÓN \$ (2)	CANTIDAD A PAGAR \$ (1-2)
20	AD / VALOREM		
21	DERECHO ESPECÍFICO		
22	IMP. CONSUMO ESPECIAL		
23	IMP. VALOR AGREGADO		2841.19
24	DERECHO ANTIDUMPING		
25	DERECHOS CONSULARES		
26	SOBRETIEPO PETROLERO		
27	ADICIONAL X BARRIL DE CRUDO		
28	TASA MODERNIZACIÓN		
29	TASA DE CONTROL		
30	TASA ALMACENAJE		
31	MULTAS (ART. 89 Y 91)		
32	INTERESES		
33	IMP. SALIDA DE DIVISAS		
34	FODINFA		117.79
35	CORPEI		5.40
36	OTROS		
37	TOTAL AUTOLIQUIDACIÓN		2.964,38

F BANCO Y ADUANA

G	DECLARANTE	FECHA
	OJIFERRA OJIBM S.A	05/04/2010
FIRMA DEL DECLARANTE		

CUPON CORPEI DE IMPORTACION

CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES CORPEI

Nº

Ciudad: QUITO

Fecha: 06/04/2010

DIA MES AÑO

Nombre del Aportante: QUEBRAQUIM S.A.

Tipo/Numero Identificación: R.U.C. C.C. C.I. PASAPORTE

1 7 1 7 1 5 3 0 5 8 0 0 1

Nº DAU / DUI

1 5 6 1 1 7 3 2

(Nº Declaración DAU / DUI)

Valor FOB: USD. \$ 21.600,00

Valor Cuota: USD. \$ 5,40

CORPEI

Declaro que la información contenida en este formulario tiene origen lícito, es verdadera, y eximo a la Institución Financiera recaudadora de toda responsabilidad, inclusive respecto a terceros si esta declaración fuese falsa o errónea.

Firma de Responsabilidad

FOR-FOP-10/Ver Jun 03