



ESUCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CREACIÓN DE UNA EMPRESA IMPORTADORA DE VINOS
CHILENOS, DESDE SAN ANTONIO-CHILE HASTA GUAYAQUIL-
ECUADOR, VÍA MARÍTIMA A DEPÓSITO ADUANERO
COMERCIAL PÚBLICO R-70.

NATALIA ALEXANDRA PANTOJA TAPIA

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de:
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

Año 2011

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Natalia Alexandra Pantoja Tapia

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado Creación de una empresa importadora de vinos chilenos, desde San Antonio-Chile hasta Guayaquil-Ecuador, vía marítima a Depósito Aduanero Comercial Público R-70, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía y referencias web.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, 31 de marzo de 2011

Natalia Alexandra Pantoja Tapia

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

CERTIFICADO

Ing. Ramiro Legarda y Eco. Patricio Cangui

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado Creación de una empresa importadora de vinos chilenos, desde San Antonio-Chile hasta Guayaquil-Ecuador, vía marítima a Depósito Aduanero Comercial Público R-70, realizado por Natalia Alexandra Pantoja Tapia, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que el trabajo cumple con los requisitos antes mencionados se recomienda su aplicación y su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf).

Autorizan a Natalia Alexandra Pantoja Tapia que lo entregue a Ing. Araceli Tamayo, en su calidad de Directora de la Carrera.

Quito, 31 de marzo de 2011

Ing. Ramiro Legarda
DIRECTOR

Eco. Patricio Cangui
CODIRECTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Natalia Alexandra Pantoja Tapia

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo Creación de una empresa importadora de vinos chilenos, desde San Antonio-Chile hasta Guayaquil-Ecuador, vía marítima a Depósito Aduanero Comercial Público R-70, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, 31 de marzo de 2011

Natalia Alexandra Pantoja Tapia

DEDICATORIA

Dedico este proyecto, mi carrera y todos mis logros profesionales a Dios, por ser el primero y lo más importante en mi vida y por el cual cada cosa es posible.

A mi mami Rosi y a Rocío por ser mi todo y haber hecho de mi una mujer y profesional de bien, quienes han luchado durante toda mi vida por darme un futuro mejor y no han descansado hasta llegar junto a mí a la culminación de este primer escalón en mi vida profesional; el esfuerzo de la realización de este proyecto y de toda mi carrera es de las tres.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la fuerza y sabiduría que me ha dado para llegar hasta este punto de mi carrera profesional.

A mis madres, por ser el pilar fundamental de mi vida y apoyarme en el día a día siendo siempre incondicionales con su amor y comprensión; por haberme dado no solo su apoyo moral sino también el económico sin los cuales no hubiese podido llegar hasta donde estoy.

A mis maestros, quienes a lo largo de la carrera han compartido sus conocimientos, los cuales me han sido útiles al momento de ejercer esta carrera tan hermosa y en especial a mi Director Ing. Ramiro Legarda y Codirector Patricio Cangui por haber dedicado su tiempo al desarrollo de este proyecto.

A todos mis amigos quienes me han sabido escuchar y dar ánimos en momentos de crisis, especialmente a Pao por haber compartido a mi lado momentos imborrables.

Agradezco también a todos quienes en algún momento de mi vida han sido parte de ella y con el solo hecho de haber estado presentes han dejado su huella y han hecho de mi una mejor persona.

INDICE DE CONTENIDOS

PLAN DE TESIS

Tema.	1
Introducción.	1
Planteamiento del problema.	3
Justificación.	4
Objetivos.	4
✓ General.	5
✓ Específicos.	5
Justificación de los Objetivos.	7

CAPITULO I

1. GENERALIDADES.	
1.1. Situación Actual.	9
1.2. Antecedentes del vino.	17
1.3. Marco Legal.	26
1.4. Constitución de la empresa.	32
1.4.1. Escritura Pública.	33
1.4.2. Nombramientos de Accionistas.	43
1.4.3. Registro de Sociedades ante la Superintendencia de Compañías.	47
1.4.4. Extracto.	48
1.4.5. Cedula de Ciudadanía.	49
1.4.6. Registro Único de Contribuyentes RUC.	49
1.4.7. Objetivos de la empresa.	54
1.4.7.1. General.	54
1.4.7.2. Específicos.	54
1.4.8. Misión de la empresa.	54
1.4.9. Visión de la empresa.	54

CAPITULO II

2. NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL.	
2.1. Análisis de los proveedores.	55
2.1.1. Directorio.	55
2.1.2. Línea de productos.	60
2.1.3. Precios.	63
2.2. Canales de distribución.	64
2.3. Estrategias de comercialización.	65
2.4. Productos Sustitutos.	67

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.	
3.1. Análisis de la Demanda Local.	68
3.1.1. Nivel comercial.	69
3.1.2. Proyección de la Demanda.	69
3.2. Análisis de la Competencia.	70
3.2.1. Directorio.	70
3.2.2. Portafolio de Productos.	73
3.2.3. Estrategias Comerciales.	80
3.3. Bases de Segmentación de Mercado.	80
3.4. Tamaño de la muestra.	81
3.5. Encuesta.	82
3.6. Análisis e interpretación de resultados.	83

CAPITULO IV

4. DIAGNOSTICO DE LAS VARIABLES UTILIZADAS EN COMERCIO EXTERIOR.	
4.1. Acuerdos Comerciales.	92
4.1.1. CAN – MERCOSUR.	92
4.2. Requisitos arancelarios y para arancelarios.	95
4.2.1. Registro Sanitario.	95
4.3. Normas de Origen.	102
4.3.1. Certificado de origen.	104

CAPITULO V

5. PROCESO LOGISTICO Y OPERATIVO DE COMERCIO EXTERIOR.	
5.1. Contrato Importador – Exportador.	105
5.2. Lista de Precios.	106
5.3. Nota de Pedido u Orden de Compra.	106
5.4. Factura Comercial.	107
5.5. Registro de Operador Económico Autorizado (OEA) ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).	109
5.6. Registro de firmas para la DAV.	111
5.7. INCOTERMS – Negociación con el proveedor.	112
5.8. Elección del medio de transporte.	116
5.8.1. Navieras.	116
5.8.2. Rutas.	117
5.8.3. Tarifas.	118
5.9. Empresas Aseguradoras.	118
5.9.1. Riesgos Cubiertos.	119
5.9.2. Tipos de cobertura.	119
5.9.3. Formas de contratación.	122

5.9.4. Duración del Seguro.	123
5.9.5. Cálculo de la Prima de Seguro.	124
5.10. Diseño del Proceso Logístico.	125
5.10.1. Envase.	125
5.10.2. Empaque.	126
5.10.3. Embalaje.	126
5.10.4. Paletización.	127
5.10.5. Cubicaje.	128
5.10.6. Contenedores.	129
5.10.7. Declaración Aduanera Única.	130
5.10.8. Documentos para la nacionalización.	135
5.11. Diseño del Proceso Operativo y Tramite de Aduana.	140
5.11.1. Solicitud de Autorización al Régimen (CDA 43).	142
5.11.2. Generación y aprobación de la Guía de Movilización-82.	142
5.11.3. Movilización de la carga.	143
5.11.4. Autorización de Descarga (Zona Primaria).	143
5.11.5. Generación de la DAU REG 70-Depósito Comercial Público.	144
5.11.6. Aforo.	144
5.11.7. Pago liquidación.	146
5.12. Diseño del Proceso Operativo de Nacionalización.	147
5.12.1. Solicitud Autorización Cambio Régimen (CDA 43).	147
5.12.2. Generación DAU R10-Importación a Consumo.	147
5.12.3. Aforo.	148
5.12.4. Pago Liquidación.	148
5.12.5. Despacho.	149

CAPITULO VI

6. ESTUDIO FINANCIERO.	
6.1. Inversión.	150
6.2. Financiamiento de la inversión.	152
6.3. Punto de Equilibrio.	153
6.4. Rentabilidad.	155
6.4.1. Flujo de Fondos.	155
6.4.2. Cálculo del Retorno sobre las Utilidades-ROE.	157
6.4.3. Cálculo del VAN.	157
6.4.4. Cálculo del TIR.	157
6.4.5. Evaluación Financiera.	158
6.5. Estado de Pérdidas y Ganancias.	159
CONCLUSIONES.	160
RECOMENDACIONES.	162
BIBLIOGRAFIA.	164
REFERENCIAS WEB.	164
GLOSARIO DE TERMINOS.	165

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No.1 Estadísticas de importación global 2007/01 – 2010/09.	15
Tabla No.2 Estadísticas de importación por país 2007/01 – 2010/09.	16
Tabla No.3 Posición arancelaria.	31
Tabla No.4 Restricciones arancelarias.	31
Tabla No.5 Comportamiento histórico de importaciones.	69
Tabla No.6 Proyección de la demanda.	70
Tabla No.7 Nombres de importadores de vinos.	71
Tabla No.8 ¿Qué tipo de vino comercializa?.	84
Tabla No.9 ¿Estaría dispuesto a adquirir vinos chilenos de la marca Cono Sur?	85
Tabla No.10 ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir el producto?	87
Tabla No.11 ¿Qué cantidad de vino requiere en el periodo de tiempo indicado?	88
Tabla No.12 ¿Cómo le gustaría cancelar su pedido?	89
Tabla No.13 ¿En qué lugares es comercializado el producto?	90
Tabla No.14 Cuadro de Inversiones.	151
Tabla No.15 Capital de Trabajo.	152
Tabla No. 16 Plan de Inversiones.	152
Tabla No. 17 Tabla de Pagos.	153
Tabla No. 18 Flujo de Fondos.	156
Tabla No. 19 Evaluación Financiera.	158
Tabla No. 20 Estado de Pérdidas y Ganancias.	159

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No.1 Estadísticas de importación global 2007/01 – 2010/09.	15
Gráfico No.2 Estadísticas de importación por país 2007/01 – 2010/09.	17
Gráfico No.3 Canales de distribución.	65
Gráfico No.4 ¿Qué tipo de vino comercializa?	84
Gráfico No.5 ¿Estaría dispuesto a adquirir vinos chilenos de la marca Cono Sur?	86
Gráfico No.6 ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir el producto?	87
Gráfico No.7 ¿Qué cantidad de vino requiere en el periodo de tiempo indicado?	89
Gráfico No.8 ¿Cómo le gustaría cancelar su pedido?	90
Gráfico No.9 ¿En qué lugares es comercializado el producto?	91
Gráfico No.10 INCOTERM CFR.	116
Gráfico No.11 Ruta naviera GREENANDES.	117
Gráfico No.12 Punto de Equilibrio.	155

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No.1 Formularios RUC01-A.	170
Anexo No.2 Formularios RUC01-B.	171
Anexo No.3 Registro Sanitario.	172
Anexo No.4 Certificado de Origen.	173
Anexo No.5 Carta de Solicitud de Registro como Importador.	175
Anexo No.6 Carta de Solicitud de Registro de Firma Electrónica.	176
Anexo No.7 Registro de Firma para la Declaración Andina del Valor.	177
Anexo No.8 Tipos de Contenedores.	178
Anexo No.9 DAU A.	181
Anexo No.10 DAU B.	182
Anexo No.11 DAU C.	183
Anexo No.12 Detalle de Contenedores.	184
Anexo No.13 Bill of Lading B/L.	185
Anexo No.14 Factura Comercial.	186
Anexo No.15 Póliza de Seguro.	187
Anexo No.16 DAV.	188
Anexo No.17 Contrato del Depósito.	190
Anexo No.18 CDA 43.	193
Anexo No.19 Guía de Movilización – 82.	194
Anexo No.20 Tabla de Amortización.	195

RESUMEN

En el presente proyecto se realizará un análisis minucioso de los siguientes capítulos:

El primer capítulo contiene información sobre los antecedentes históricos y situación actual del mercado de vinos chilenos gourmet, marco legal (normativa vigente para la importación de este tipo de productos); así como los pasos a seguir para la constitución legal de la empresa, obtención del RUC y objetivo general y específicos de la compañía.

En el segundo capítulo se realiza un diagnóstico del sector comercial del mercado de vinos chilenos; donde se analiza la oferta, demanda, competencia y productos sustitutos.

En el tercer capítulo se realizará el estudio de mercado mediante la aplicación de encuestas a distribuidores de vinos, con el respectivo análisis e interpretación de los datos obtenidos apoyándonos en el sistema SPSS 18.; se plantean las estrategias comerciales en base al marketing mix y se determina el canal de distribución adecuado para el desarrollo del proyecto.

En el cuarto capítulo se hará un detalle de todas las variables más relevantes utilizadas en comercio exterior así como el análisis de las restricciones arancelarias y para arancelarias vigentes para la importación de vinos, la aplicación del certificado de origen y convenios bilaterales.

En el quinto capítulo se detalla todo el proceso operativo y logístico de la importación desde la negociación con el proveedor hasta que el producto se encuentra en las bodegas del importador listo para la nacionalización y posterior venta al distribuidor.

En el sexto capítulo se desarrolla un estudio financiero donde se detalla todo lo referente a inversiones, costos, gastos en que se deberá incurrir para la ejecución de este proyecto y con esto definir si el mismo es viable y genera rentabilidad.

SUMMARY

In this project will be a thorough analysis of the following chapters:

The first chapter contains information of the historical background and current situation of Chilean wines, legal framework (rules governing the importation of these products) as well as the steps for the legal constitution of the company, obtaining RUC and general and specific objective of the company.

In the second chapter provides an assessment of the commercial sector of the Chilean wine market, which analyzes the supply, demand, competition and substitute products.

In the third chapter, the market research performed by the application of surveys to wine distributors, with the respective analysis and interpretation of data relying on the SPSS 18.; Are raised based on business strategies and marketing mix determines the appropriate distribution channel for the project.

In the fourth chapter will be showing all the most important variables used in foreign trade as well as the analysis of tariff and non tariff restrictions that apply to the importation of wine, the application of certificate of origin and bilateral agreements.

In the fifth chapter details all operational and logistical process to import from the negotiation with the supplier until the product is at the importer's warehouse ready for the nationalization and sale to the distributor.

In the sixth chapter we develop a detailed financial study where everything related to investments, costs, expenses must be incurred for the implementation of this project and with this set if it is viable and generates profits.

PLAN DE TESIS

Tema.

Creación de una empresa importadora de vinos chilenos, desde san Antonio-Chile hasta Guayaquil-Ecuador, vía marítima a Depósito Aduanero Comercial Público R-70.

Introducción.

El vino es una bebida alcohólica elaborada por fermentación alcohólica del mosto o zumo de uvas. Su nombre proviene del latín **VINUM**, y se lo obtiene de la '**Vitis Vinifera**' que es la variedad de uva de la que descienden la mayoría de las utilizadas para la elaboración de vinos.

La primera referencia que ha llegado hasta nuestros días acerca del vino nos remonta al Antiguo Testamento y concretamente a Noé, cuando plantó viñedos en el arca. Sin embargo algunas fuentes nos llevan a la antigua Grecia, donde se bebía el vino mezclado con agua y se conservaba en pellejos de cabra.

En Egipto, Grecia y Roma se adoraba a Dioniso o Baco (dios de los viñedos) y en la Biblia nos hablan de la última cena de Jesús, representando con él su sangre.

Sabemos que en China, hace 4.000 años, ya conocían el proceso de fermentación de la uva, y que en Egipto, en el siglo IV a.C. ya conocían la viticultura.

Julio César fue un gran apasionado del vino y lo introdujo por todo el imperio romano.

En España fueron los romanos los que plantaron los primeros viñedos, y sus cuidados fueron adjudicados en la mayor parte de las veces a los clérigos, ya que existía mucha demanda para la Comunión en la Iglesia.

Carlomagno fue el creador de grandes plantaciones de viñedos a lo largo de su imperio, pero los vinos que se obtenían en este tiempo eran de baja calidad, hasta que en el siglo XII empezó a haber buenas producciones y a comercializarse masivamente el vino.

Se atribuye a Pierre Pérignon el hecho de haber introducido el vino en las primeras botellas con corcho, pero fue en esta época cuando hubo grandes plagas de filoxeras que atacaron a los viñedos y dejaron a Europa sin producción.

Ya en el siglo XIX, el vino sufría alteraciones y se fermentaba causando grandes pérdidas. Los vinos de una misma producción, guardados en toneles iguales, envejecían de distinta forma. Hasta que Pasteur descubrió en un tonel que estaba recubierto de pintura, que el aire no penetraba en él y el vino necesita del aire para fermentar adecuadamente.

Principalmente cultivan variedades de uvas francesas, refinando los ensambles y las técnicas de maduración con buenos resultados.

Por otra parte, podemos hablar de la historia de la enología como una ciencia que va íntimamente ligada a la aparición del vino, ya que es el arte que reúne los conocimientos sobre su elaboración. La palabra procede del griego “**oinos**” que significa vino y que en la actualidad es toda una ciencia que se imparte en las universidades.

Se sabía desde tiempos remotos que algunos vinos son buenos para beberlos recién fermentados, otros ganan calidad con los años dentro de un tonel de roble, de allí la importancia de poner en marcha una serie de estudios y observaciones del comportamiento de los vinos para llegar a obtener los mejores resultados.

Aunque desde hace muchos siglos ha habido personas dedicadas a estas observaciones y estudios, podemos decir que fue Pasteur el primer enólogo de la era moderna propiamente dicho, ya que con su observación de la necesidad de pequeñas partículas de oxígeno en la fermentación de la uva, dio paso a una serie progresiva de estudios para mejorar la calidad y conservación de los vinos.

Las características del vino las dan los factores que afectan a sus viñedos entre estos podemos citar: el clima, suelo y topología, mas los cuidados que le den los productores que lo elaboran.

Es sabido que una uva que crece en un determinado lugar y produce un determinado vino, llevada y cultivada en otro lugar, producirá un vino con características distintas.

Planteamiento del problema.

Hay que decir que el vino, a lo largo de la historia, ha estado muy bien considerado por la alta sociedad, siendo testigo imprescindible en cualquier acontecimiento o banquete de importancia y alrededor de él se han firmado los grandes tratados y acontecimientos históricos.

Actualmente no sólo es Francia el país que da grandes vinos, como había sido tradicional, sino que en toda Europa y en países de Sur América como Argentina y Chile se están consiguiendo grandes producciones y especializaciones en diferentes tipos de vinos que pueden competir con los franceses sin ninguna dificultad.

A pesar de que la producción vinícola en Chile es centenaria debido al origen español de su población, solamente desde las últimas décadas del siglo XX las compañías locales han comenzado a establecer lazos técnicos y comerciales con enólogos y viñedos franceses y estadounidenses ganando contactos y vínculos internacionales.

Como resultado, muchos vinos chilenos han escalado posiciones hasta encontrarse entre los mejores del mundo.

Los mejores viñedos de Chile se concentran en seis valles en el centro del país: Valle de Casablanca, Valle del Maipo, Valle del Maule, Valle de Curicó, Valle del Rapel y Valle de Colchagua.

En el Ecuador la producción de vinos de alta calidad o gourmet es mínima, casi nula, por tal motivo existe la necesidad imperiosa de crear una empresa dedicada a la importación de vinos chilenos para tratar de abastecer un porcentaje de la demanda de vinos a nivel nacional; se ha escogido a este país como proveedor por factores que benefician a la operación como son los convenios regionales, la cercanía a nuestro país y la calidad de sus productos.

Justificación.

La creación de una empresa importadora de vinos chilenos desde San Antonio-Chile hasta Guayaquil-Ecuador, vía marítima a Depósito Aduanero Comercial Público ALMESA, R-70, se basa en el desarrollo de un manual operativo y logístico para el proceso de ingreso de la mercancía al Depósito Comercial Público y su posterior nacionalización por parciales, según la demanda de los clientes, así como el análisis de los factores que intervienen en una importación amparada bajo un régimen especial aduanero y con los beneficios de los acuerdos y tratados comerciales firmados por el Ecuador, disminuyendo las barreras arancelarias y para arancelarias, requisitos para la nacionalización, normas de origen y métodos de valoración, de igual manera desarrollar un estudio de mercado a mayoristas.

Según lo expuesto anteriormente lo que se pretende es crear una empresa que se dedique a la importación y venta a mayoristas de vinos gourmet, capaz de entrar al mercado ecuatoriano con precios competitivos y sustentados en un eficiente y efectivo proceso logístico y de comercio exterior.

Objetivos.

General.

Crear una empresa importadora de vinos chilenos desde San Antonio-Chile hasta Guayaquil-Ecuador, vía marítima a Depósito Aduanero Comercial Público R-70, desarrollando el proceso operativo y logístico práctico a seguir en este régimen.

Específicos.

- ✓ Determinar los procedimientos a seguir para la constitución de una empresa que se dedique a la Importación a Depósito Aduanero Comercial Público –R70, de vinos gourmet.
- ✓ Dar a conocer las generalidades del vino y sus tipos.
- ✓ Analizar las variables de comercio exterior, acuerdos comerciales, restricciones arancelarias y para arancelarias así como los términos de negociación internacional previa a efectuar la importación.
- ✓ Realizar la negociación con el proveedor seleccionado mediante el cual se realizará la importación.
- ✓ Conocer la normativa legal de las importaciones.
- ✓ Determinar los procesos para la obtención de los requisitos para arancelarios previos a la importación.
- ✓ Diseñar un manual logístico y operativo del proceso de una importación a depósito comercial público vía marítima.

- ✓ Describir el proceso completo a seguir para una importación vía marítima.
- ✓ Desarrollar un estudio financiero que nos permitirá determinar los gastos y costos en que se incurrirá para llevar a cabo dicho plan y con esto fijar el margen de utilidad obtenido al finalizar la importación.
- ✓ Establecer los costos reales del proyecto.

Justificación de los Objetivos.

	Objetivo	Variable	Indicadores	Técnicas	Instrumentos Recolección de Datos de Medición	Ítems o preguntas
1	Determinar los procedimientos a seguir para la constitución de una empresa que se dedique a la Importación a Depósito Aduanero Comercial Público –R70, de vinos gourmet.	Industria vinícola	Volumen de importación	Estadística	Anecdotario	Directo
2	Dar a conocer las generalidades del vino y sus tipos.	Procesos	Producción	Bibliografía	Internet	Directo
3	Analizar las variables de comercio exterior, acuerdos comerciales, restricciones arancelarias y para arancelarias así como los términos de negociación internacional previa a efectuar la importación.	Restricciones	Requisitos de importación	Cuestionario	Boletines SENAE	Directo
4	Realizar la negociación con el proveedor seleccionado mediante el cual se realizará la importación.	Negociación	Proveedores	Cuestionario	Encuesta	Directo

5	Conocer la normativa legal de las importaciones.	Restricciones	Requisitos de importación	Estudio bibliográfico	Libros, Boletines, Internet	Directo
6	Determinar los procesos para la obtención de los requisitos para arancelarios previos a la importación.	Preferencias Arancelarias	Acuerdos	Estudio bibliográfico	Libros, Internet	Directo
7	Diseñar un manual logístico y operativo del proceso de una importación a depósito comercial público vía marítima.	Procesos	Operaciones	Trazabilidad	Anecdotario	Directo
8	Describir el proceso completo a seguir para una importación vía marítima.	Procesos	Nacionalización	Trazabilidad	Anecdotario	Directo
9	Desarrollar un estudio financiero que nos permitirá determinar los gastos y costos en que se incurrirá para llevar a cabo dicho plan y con esto fijar el margen de utilidad obtenido al finalizar la importación.	Procedimiento Financiero	Índices Financieros	Balances	Estados Financieros	Directo
10	Establecer los costos reales del proyecto.	Utilidad	Ingresos-Egresos	Balances	Estados Financieros	Directo

CAPITULO I

1. GENERALIDADES.

1.1. Situación Actual.

La uva es una de las frutas más recolectadas en el mundo. Casi el 60% de la superficie de viñedos mundial se encuentra repartida entre los diferentes estados de la Unión europea, el territorio americano (norte y sur) poseen tan sólo un 12% de la superficie. De toda la recolección de la uva la mayoría se dedica a producción vinícola (aproximadamente un 66%). El porcentaje varía de país en país debido a su situación geopolítica y a sus creencias religiosas. La vid supone tan sólo un 0.5% del total de la superficie dedicada mundialmente a la agricultura.

Los tres países con una gran tradición vitivinícola son los mayores productores y exportadores, y son Italia, Francia y España. En América del Norte el mayor productor es EE.UU. y en Sudamérica son Argentina y Chile. Casi un 70% de la producción mundial (así como la exportación) se encuentra bajo la Unión Europea. Desde los años 70 la producción mundial ha estado en torno a los 250 hasta los 330 millones de hectolitros. En el año 2008 España es el país que posee mayor superficie de viñedos del mundo (seguido de Francia), pero tiene una tendencia a decrecer.

El consumo per cápita de vino ha descendido desde la década de los 70, en países tradicionalmente productores como Francia; las razones de este descenso son complejas y han formado parte de numerosos estudios económicos. No obstante, en otros países el crecimiento ha sido sostenido. Según el International Wine and Spirit Record, el consumo mundial de vino seguirá creciendo en los próximos años y se pronostica que en el 2012,

Estados Unidos alcanzará a Italia como primer consumidor mundial. Los estadounidenses gastan más en vino que cualquier otro país.

Se pronostica un aumento de la producción del 3,83% en el lapso 2008-2012 a algo más de 3.000 millones de cajas de 9 litros. El consumo aumentaría a una tasa aún mayor, del 6%, para alcanzar los 2.800 millones de cajas. El consumo también es constante en zonas como Sudáfrica, Australia y Nueva Zelanda. Los vinos australianos y sudafricanos son predominantes en el mercado británico y su consumo está creciendo desde finales del siglo XX.

La forma de elaborar el vino en la actualidad, empleando los avances tecnológicos que proporcionan una alta conectividad entre los expertos del mundo ha dado lugar a un nuevo concepto denominado Globalización del vino, este nuevo concepto hace que viñedos aparentemente separados geográficamente sean tratados de forma similar por un mismo enólogo.

Estos son datos presentados por la Organización Internacional del Vino

SUPERFICIE TOTAL DEL VIÑEDO.

La lista de los 10 primeros viñedos mundiales (en miles de hectáreas)

ESPAÑA	1165 Ha
FRANCIA	850 Ha
ITALIA	840 Ha
TURQUIA	515 Ha
CHINA	470 Ha
EEUU	375 Ha
IRAN	330 Ha
PORTUGAL	245 Ha
ARGENTINA	225 Ha
RUMANIA	205 Ha

PRODUCCION MUNDIAL DE UVAS.

Producción mundial de uvas (repartición por continente)

La lista de los 10 primeros productores mundiales de uvas (en miles de quintales)

ITALIA	80.500
CHINA	72.000
EEUU	67.500
ESPAÑA	57.400
FRANCIA	57.000
TURQUIA	39.000
IRAN	30.000
ARGENTINA	27.800
CHILE	25.000
AUSTRALIA	19.500

PRODUCCION MUNDIAL DE VINO.

Producción mundial de vino (repartición por continente)

La lista de los 10 primeros productores mundiales de vino (en miles de hectolitros)

ITALIA	48.600
ESPAÑA	41.400
FRANCIA	34.600
EEUU	19.200
ARGENTINA	14.600
AUSTRALIA	12.400
CHINA	12.000
SUDAFRICA	10.200
ALEMANIA	9.900
CHILE	8.600

CONSUMO MUNDIAL DE VINO.

Consumo global de vino (repartición por continente)

La lista de los 10 primeros países consumidores de vino (en miles de hectolitros)

FRANCIA	31.700
EEUU	28.500
ITALIA	26.000
ALEMANIA	20.700
CHINA	13.600
REINO UNIDO	13.400
ESPAÑA	12.700
RUSIA	11.000
ARGENTINA	10.600
RUMANIA	5.400

IMPORTACIONES DE VINO.

Importaciones globales de vino (repartición por continente)

La lista de los 10 primeros países **importadores** de vino (en miles de hectolitros)

ALEMANIA	13.700
REINO UNIDO	11.800
EEUU	8.200
RUSIA	5.730
FRANCIA	5.720
PAISES BAJOS	3.400
CANADA	3.200
BELGICA	3.120
SUIZA	1.840
DINAMARCA	1.820

EXPORTACIONES DE VINO.

Exportaciones globales de vino (repartición por continente)

La lista de los 10 primeros países exportadores de vino (en miles de hectolitros)

ITALIA	17.200
ESPAÑA	16.400
FRANCIA	13.700
AUSTRALIA	6.900
CHILE	5.800
EEUU	4.600
ARGENTINA	4.140
SUDAFRICA	4.120
ALEMANIA	3.500
PORTUGAL	2.800

Ecuador al no ser un país productor de vinos, vivió por largo tiempo ajeno a la cultura y al disfrute del consumo de esta bebida, que estaba restringida a la Iglesia tanto para la celebración de la misa como para el consumo en el seno de las comunidades religiosas y, a ciertos círculos diplomáticos y sociales a los que pertenecían unas cuantas familias que tenían el privilegio de poder proveerse de una que otra botella durante viajes al extranjero, principalmente a Europa.

Allá por la década de los 60, empiezan a importarse algunos toneles de vino chileno producidos al granel. Y, hasta bien entrados los años 90, no se apreciaba una significativa oferta de vinos (origen, variedad o marcas) en las perchas de los supermercados ni en las tiendas de licores.

La llegada de un nuevo milenio marca un cambio radical, para el cual confluyeron varios factores. Por una parte, Chile decide aplicar una agresiva y muy atinada estrategia de marketing y sus vinos empiezan a invadir los mercados internacionales; especialmente los de países vecinos o próximos, como el Ecuador, con quien siempre ha mantenido estrechas relaciones de toda índole. Poco tiempo después, Argentina (país en donde el consumo per cápita era tan alto, que sus vinos se destinaban exclusivamente al mercado interno) da un vuelco a su industria vitivinícola y empieza a producir vinos de mayor calidad e incursiona con fuerza en la exportación. Sumado a esto, el negocio del vino a nivel mundial se activa. Emergen vinos de otras regiones del planeta como Sudáfrica, Australia, EEUU y Canadá, lo que obliga a su vez, a los productores tradicionales: Francia, Italia, España y Portugal a dinamizarse frente a la competencia.

En consecuencia, el mercado ecuatoriano se ve de pronto beneficiado con una enorme oferta de vinos de diversas latitudes, pero que desgraciadamente no compaginaban con el conocimiento y la apreciación del público consumidor. En este contexto surge en el año 2002, el primer club de vinos del Ecuador: La Cofradía del Vino y para el 2005 se publica Vinissimo, la primera y única revista especializada en vinos, editada y producida en el país. Y, desde entonces, en un cortísimo lapso de tiempo, se va acrecentando el interés por la cultura del vino, se multiplican día a día los aficionados y los amantes de esta excepcional bebida, y su consumo se va extendiendo.

Según datos estadísticos del Banco Central, en 2007 la importación de vino estuvo alrededor de 6,254.18 toneladas. A la fecha las importaciones son de 19,183.46 toneladas.

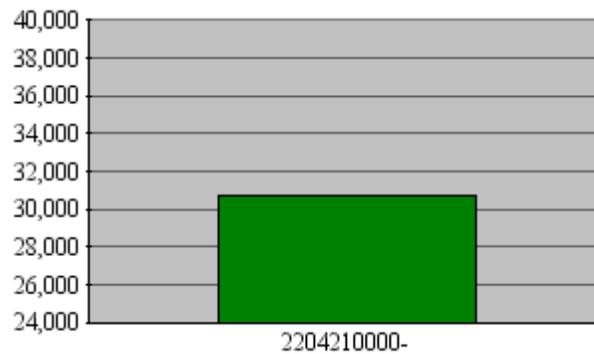
TABLA No. 1
ESTADISTICAS DE IMPORTACIÓN GLOBAL 2007/01 – 2010/09

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION	TONELADAS	FOB - DOLAR	CIF - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
2204210000	EN RECIPIENTES CON CAPACIDAD INFERIOR O IGUAL A 2 L	19,183.49	30,719.88	32,939.69	100.00
TOTAL GENERAL:		19,183.49	30,719.88	32,939.69	100.00

FUENTE: Estadísticas Comercio Exterior BCE

ADAPTADO: Natalia Pantoja

GRAFICO No. 1
ESTADISTICAS DE IMPORTACION GLOBAL 2007/01 – 2010/09



FUENTE: Estadísticas Comercio Exterior BCE

Los tres principales países proveedores de vino para el Ecuador son Chile, Argentina y España, según los datos del BCE.

TABLA No. 2
ESTADISTICAS DE IMPORTACION POR PAÍS 2007/01 – 2010/09

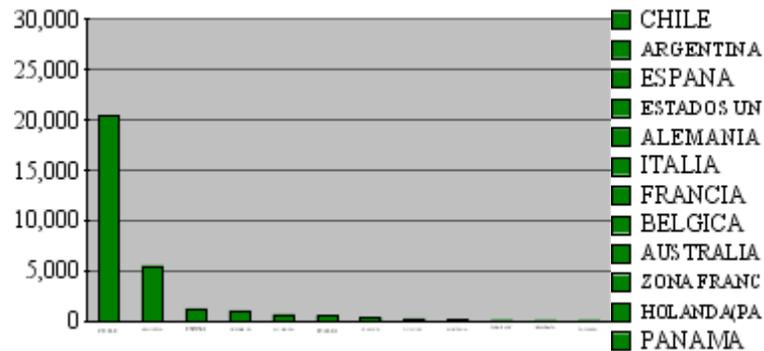
SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	CIF - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
2204210000	EN RECIPIENTES CON CAPACIDAD INFERIOR O IGUAL A 2 L	CHILE	13.010.11	20.472.87	21.755.05	66.65
		ARGENTINA	3.201.97	5.502.14	5.896.44	17.92
		ESPANA	524.28	1.247.58	1.355.21	4.07
		ESTADOS UNIDOS	1.094.55	1.034.22	1.237.66	3.37
		ALEMANIA	441.70	653.05	725.79	2.13
		ITALIA	247.62	565.96	625.47	1.85
		FRANCIA	144.69	313.45	338.70	1.03
		BELGICA	190.55	242.99	272.35	0.80
		AUSTRALIA	48.38	157.96	167.20	0.52
		ZONA FRANCA DE ECUADOR	95.80	104.42	108.78	0.34
		HOLANDA(PAISES BAJOS)	43.93	92.63	97.12	0.31
		PANAMA	25.74	88.48	89.89	0.29
		ISRAEL	25.57	67.00	72.15	0.22
		PORTUGAL	38.20	64.57	72.76	0.22
		RUMANIA	16.89	32.94	35.67	0.11
		SUDAFRICA, REP. DE	16.38	26.47	30.30	0.09
		PERU	6.53	23.21	25.18	0.08
		URUGUAY	3.08	12.83	14.30	0.05
		AUSTRIA	2.39	7.91	8.66	0.03
		ANGOLA	2.04	5.34	5.61	0.02
BRASIL	3.03	3.55	4.21	0.02		
CANADA	0.12	0.36	1.26	0.01		
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 22	19,183.46	30,719.85	32,939.65	100.00
TOTAL GENERAL:			19,183.46	30,719.85	32,939.65	100.00

FUENTE: Estadísticas Comercio Exterior BCE

ADAPTADO: Natalia Pantoja

GRAFICO No. 2

ESTADISTICAS DE IMPORTACION POR PAÍS 2007/01 – 2010/09



FUENTE: Estadísticas Comercio Exterior BCE

El consumo per cápita que para el 2005 era de una copa, en el 2007 escaló a una botella, evolución que nos permitió ubicarnos como el país (proporcionalmente hablando) de mayor aumento en nivel de consumo de vinos en Sudamérica.

1.2. Antecedentes del vino.

La historia de la vida y el vino está ligada a la historia de la humanidad, aunque no puede determinarse la fecha exacta de su aparición en la tierra. La fecha más antigua encontrada en la historia relacionada con el vino es 3.000 años antes de Cristo, en Mesopotamia. Se especula el origen del vino, aunque muchos expertos comentan que el vino comenzó a elaborarse cuando se originó la especie humana.

Parece seguro que la viticultura se desarrolló inicialmente en las orillas del Nilo y en las fértiles llanuras de Sumeria. Las tablas de arcilla con escritura cuneiforme de Babilonia y los papiros del antiguo Egipto contienen referencia al fruto fermentado de la vid.

Además en esta tierra, los súbditos de los faraones no solo eran maestros en la elaboración de los caldos si no que la concebían una gran importancia económica y social.

Los griegos se refirieron al vino 1.000 años antes del nacimiento de Jesucristo, con la aparición de un dios llamado Bacco, el dios de la fertilidad y el vino. Los romanos celebraban al dios Liber en banquetes a su honor llamados Bacanales. Estas celebraciones terminaron alrededor del año 186 ac por celebraciones excesivas. En Egipto Bacco toma el nombre de Osiris. No importa que nombre tuviera el dios del vino, lo que sí es, es que todas las celebraciones fueron concebidas para celebrar el fruto de la vid.

Los griegos fueron en cierto modo innovadores en el arte de conservar el vino, al que añadían brea, resina y especias / el vino de resina es todavía popular en Grecia.

Los romanos tomaron las riendas en la elaboración del vino. Cuando Francia fue conquistada, los romanos cultivaron plantaciones de vino en ciertas regiones. El vino que se consumían en esos tiempos era dulce y joven, poco añejo, ya que el vino era guardado en envases de cerámica o barriles de madera.

Hacia el siglo VIII de JC parece ser el cultivo de la vid era ya conocido en la Península Ibérica, durante la dominación Romana existían en España varias zonas productoras de vino: Tarragona, Islas Baleares, Barcelona y la Bética en Andalucía.

Los monjes y los monasterios, en la reconquista contribuyeron positivamente a la recuperación y expansión del viñedo, ya que cultivaban la tierra rodeando sus conventos de buenas vides, aplicando avanzadas técnicas para la obtención de excelentes caldos que poco a poco iban tomando fama.

El viejo testamento se refiere al vino 115 veces, el nuevo testamento se refiere al vino 10 veces. El uso del vino por Jesucristo es probablemente uno de los hechos más importantes en la historia.

Durante el transcurso del tiempo, las culturas de Europa modificaron el arte de procesar el vino. Monasterios cristianos eran los responsables en el proceso y la elaboración del vino.

En 1493 un año más tarde del descubrimiento de América, llegan las vides y el vino a la costa del Caribe y México por orden de Hernán Cortéz.

La aparición del corcho, fue cuando los franceses se dieron cuenta que al sellar las botellas con corcho se mantenía la frescura del vino más que con un tapón hecho de madera como lo hacían los Portugueses. El corcho (elaborado con madera de alcornoque tratado) revoluciono el proceso de almacenamiento del vino, ya que los productores se dieron cuenta que el vino cambiaba su textura, sabor y color al ser añejado cierta cantidad de tiempo.

Para evitar el despilfarro, Louis Pasteur fue ordenado por Napoleón II para que inventara una solución para contrarrestar la bacteria que convertía el vino en vinagre. La solución fue que al controlar el flujo de oxígeno en las botellas de vino, se añejaba con más calma y la bacteria no convertía el vino en vinagre tan rápidamente.

Pasteur propuso dos soluciones, una fue de mantener las botellas de vino de lado para mantener el corcho húmedo y el flujo de aire era mínimo. O calentar el vino de 142° a 145° F por 30 minutos, por lo que toda la bacteria es destruida (Pasteurización).

Valle de San Antonio.

A una hora en automóvil, tanto de Santiago como de la ciudad-puerto de San Antonio, se encuentra, en las cercanías del Pacífico, una de las regiones vinícolas más nuevas de Chile: El Valle de San Antonio.

Recién desde hace diez años se elaboran aquí vinos de alta calidad, sin embargo con creciente éxito. Entre ellos cuentan elegantes sauvignon blancs, chardonnays y los pinot noirs, que por lo general son difíciles de encontrar.

En cuanto a las condiciones para el cultivo, los suelos son muy variados, arcillosos y secos, y el clima está fuertemente influenciado por el mar. Los primeros viñedos que se instalaron en San Antonio son Matetic, Garcés Silva y Casa Marín. Todos ellos contribuyen con su tendencia a la innovación y su audacia a lograr una producción muy especial y característica de esta región.

Así nacieron aquí por ejemplo los primeros syrah elaborados en un clima frío húmedo y el pinot gris de Chile. También se encuentran en San Antonio audaces combinaciones como el merlot-malbec de Matetic. Desde el 2002 esta región posee el sello de calidad D. O. (Denominación de origen).

Por estos motivos se ha escogido al Valle de San Antonio como el proveedor de los vinos a ser importados.

Tipos de vinos.

Los vinos pueden ser clasificados por diversas características. Vamos a ver las principales clasificaciones:

1. Por su contenido en azúcares.

Desde g/l *	Hasta g/l *	Tipo de Vino
00	05	Secos
05	15	Abocados
15	30	Semi-Secos
30	50	Semi-Dulces
50	Adelante	Dulces

* Gramos por Litro

2. Por su color.

Tintos.

Rosados.

Blancos.

3. Por su edad.

Sin crianza: Vinos del año.

Crianza: 1 año al menos en barrica de roble.

Reserva: 1 año al menos en barrica de roble y 2 años más en botella.

Gran reserva: Más de 2 años en barrica de roble y 3 más en botella.

Tipos de cepas

“El vino es producido a partir de las uvas que crecen en la *vitis vinifera sativa*, que es el nombre científico de las llamadas vides nobles. La uva tradicional de Chile es la uva del país, que fue traída por los conquistadores, y es todavía la cepa más cultivada en Chile. Se caracteriza por su productividad y por ser apropiada para vinos tintos simples, rústicos, no así para la exportación. Esta cepa se encuentra en toda América en diferentes variantes (en Argentina la llaman criolla, en California *Mission*). Hoy en día crecen en Chile además de la uva del país otras cepas para la producción de vino, conocidas internacionalmente y que se encuentran en los primeros lugares de preferencia a nivel mundial: Chardonnay, sauvignon blanc, cabernet sauvignon o merlot. A ellas se unen otras cepas más raras, como el carménère y el syrah, que casi no se cultivan en Europa, y que ofrecen un sabor muy individual y característico. Por otro lado, es inusual en Chile el ensamblaje de vinos, que es la mezcla de diferentes cepas, no obstante en el último tiempo se está experimentando cada vez más en este terreno.

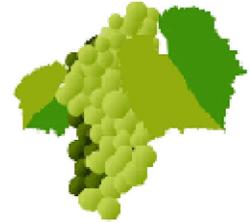
Sauvignon blanc.



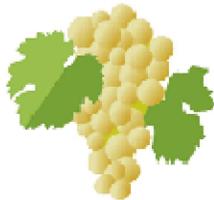
Esta uva para vino blanco crece en Chile predominantemente en el norte y este de Santiago, en lugares que poseen suelos arcillosos y pendientes soleadas. El sauvignon blanc proviene de la región francesa de Loira (Sancerre) y es la cepa para vino blanco más popular a nivel mundial. Se caracteriza por poseer aromas a heno y grosella espinosa, además de una intensa acidez. Las cepas cultivadas en zonas cálidas son ideales para el envejecimiento en barril.

Chardonnay.

La “mejor cepa de vino blanco del mundo” se encuentra en todos los países y produce vinos sabrosos, para todo paladar. Originalmente, el chardonnay se hizo conocido a través de grandes productos como el burgunder blanco (Chablis, Meursault). Las condiciones óptimas para el cultivo de esta cepa son suelos calcáreos y un clima no muy cálido. En Chile, el Valle de Casablanca ofrece condiciones ideales para esta cepa. Dentro de sus propiedades destaca su aroma neutral, que puede ser levemente a melón hasta exótico y una acidez excelente.



Riesling.



Esta cepa noble para vino blanco proveniente de Alemania es una de las más importantes a nivel mundial. Sus mejores resultados se dan en zonas frías. En Chile el riesling se cultiva principalmente en los valles más fríos al sur de Santiago: Rapel, Curicó y Maule. Vinicultores Innovadores interesados en experimentar, se han dedicado en los últimos años al riesling.

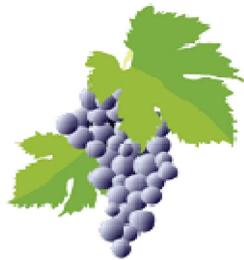
De todas maneras esta cepa juega en Chile un rol más bien intrascendente, debido al clima soleado y caluroso. El riesling tiene matices verdosos hasta dorados y su sabor es ligero y fresco, a veces mineral. Su aroma está marcado por diversas variedades cítricas, como el pomelo y el limón, además de notas a manzana y fruta de la pasión. Finalmente se puede afirmar que el riesling expresa especialmente bien el carácter de la zona donde crece, el *terroir*.

Cabernet Sauvignon.

Esta cepa de vino tinto proviene de Francia (Burdeos) y emprendió una senda triunfal por todo el mundo. Desde Italia, pasando por California hasta Australia esta cepa es utilizada para la producción de excelentes vinos tintos. En Chile, el cabernet se cultiva desde hace aproximadamente 150 años y crece en vides con sus raíces verdaderas. El clima cálido, la baja productividad y unas uvas bien maduras representan una excelente materia prima para los vinicultores. Esta cepa da origen a vinos frutosos, concentrados y con una alta concentración en taninos. El aroma de estos vinos está marcado por la grosella negra, además las cepas chilenas poseen un característico aroma a eucaliptos.



Merlot.



Al igual que el cabernet esta cepa proviene también de la región francesa de Burdeos, y es también llamada la “hermana menor” de la cepa de cabernet. En Chile es la segunda más importante entre las cepas nobles. Eso si cuando los viñedos son muy productivos resultan más bien vinos de mesa simples. En total, el merlot tiene un sabor más suave y un aroma menos anguloso que el cabernet sauvignon.

Syrah.

Syrah es una cepa de vino que si bien no es muy productiva, es de alta calidad. Proveniente del Valle de Rhône en Francia, hoy en día se cultiva especialmente en Australia, donde se le llama *shiraz*. Originalmente era considerada una uva de baja calidad, actualmente, en cambio, pertenece a las cepas nobles. La elaboración del syrah es complicada, ya que las vides no resisten poco sol, ni tampoco mucho. Por lo cual el número de viñedos en Francia disminuyó fuertemente, a pesar de que estos vinos son considerados por los conocedores como uno de los mejores del mundo, cuando sus uvas alcanzan una maduración perfecta. El hemisferio sur, con su clima más estable, ofrece mejores condiciones para el cultivo de esta cepa. Respecto a sus cualidades, el vino syrah tiene un color oscuro y una alta concentración de taninos, su aroma a grosella roja es intenso. Sobre su envejecimiento, se recomienda una larga maduración en la botella.



Pinot Noir.



También conocida como spätburgunder o blauburgunder, esta uva pinot es una de las más famosas dentro de las variedades nobles oscuras de la región francesa de Borgoña. Esta uva de piel delgada que le debe su nombre a la forma de cono en que crece en la vid, reacciona extremadamente sensible a variaciones de temperatura, tipos de suelos, poda, la forma cómo se cría, por lo cual es considerada la cepa más “caprichosa” del mundo.

Debido a estos motivos se produce más bien poco pinot noir en Chile, a pesar de que la cepa gusta del sol cálido y de suelos calcáreos delgados y de buena permeabilidad, condiciones típicas del valle central de Chile.

Bajo las mejores condiciones el pinot noir da lugar a vinos muy armónicos, aterciopelados, suaves, con un fascinante aroma a frutas y una baja concentración de taninos.”¹

1.3. Marco Legal.

La empresa importadora de vinos se acogerá a la normativa legal ecuatoriana vigente para poder constituirse como tal y ejercer las funciones de importadora de vinos chilenos sin inconvenientes.

Para la aplicación de este proyecto nos acogeremos a las siguientes leyes:

Constitución de la República.

Se la conoce también como Carta Magna y es la ley fundamental de un Estado soberano, establecida o aceptada como guía para su gobernación. La constitución fija los límites y define las relaciones entre los poderes legislativo, ejecutivo y judicial del Estado, estableciendo así las bases para su gobierno. También garantiza al pueblo determinados derechos.

Ley de Comercio Exterior e Inversiones – LEXI.

En los artículos 1 y 2 de la LEXI se da a conocer el objeto y ámbito de aplicación de la ley.

¹ <http://www.trekkingchile.com/ES/vinias/vino-cepas.php>

“Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto normar y promover el comercio exterior y la inversión directa, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del País y propender a su desarrollo sostenible e integrar la economía ecuatoriana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población.

Art. 2.- Se entiende por "Sector Comercio Exterior al conjunto de organismos y entidades del sector Público y de instituciones o personas naturales o jurídicas del sector privado que participan en el diseño y ejecución de la Política de comercio exterior de bienes, servicios y tecnología que desarrollan actividades de comercio exterior o relacionadas con éste, salvo las exportaciones de hidrocarburos que realiza el Estado Ecuatoriano y que continuarán sujetas al ordenamiento legal que las regula.”²

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones – COPCI.

Según el Artículo 1. **“Ámbito.-** Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y

² Ley de Comercio Exterior e Inversiones

solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

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

Código Tributario.

“Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos.

³ Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI – RO351

Para estos efectos, entiéndase por tributos los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora.”⁴

Ley de Compañías.

Esta ley determina los tipos de compañías que pueden ser constituidas así como sus procedimientos y normativas de funcionamiento, dependiendo la razón social de cada empresa. Fue creada con la finalidad de regular las acciones entorno al negocio y las organizaciones; esto incluye corporaciones, sociedades y otras asociaciones que continúan generalmente una cierta forma de actividad económica. Esta ley prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y lícito.

Ley Orgánica de Salud.

De acuerdo a los artículos 1 y 2 de la Ley “**Art. 1.-** La presente Ley tiene como finalidad regular las acciones que permitan efectivizar el derecho universal a la salud consagrado en la Constitución Política de la República y la ley. Se rige por los principios de equidad, integralidad, solidaridad, universalidad, irrenunciabilidad, indivisibilidad, participación, pluralidad, calidad y eficiencia; con enfoque de derechos, intercultural, de género, generacional y bioético.

⁴ www.derechoecuador.com

Art. 2.- Todos los integrantes del Sistema Nacional de Salud para la ejecución de las actividades relacionadas con la salud, se sujetarán a las disposiciones de esta Ley, sus reglamentos y las normas establecidas por la autoridad sanitaria nacional.”⁵

Toda mercancía es susceptible de clasificación arancelaria, la misma que tiene fines estadísticos tanto en importaciones como en exportaciones y fines tributarios en las importaciones. Los vinos, mercancía objeto de estudio de la presente tesis, se clasifican en la sección IV, capítulo 22, partida 2204, subpartida arancelaria 2204.21.00.00

⁵ Ley Orgánica de Salud

TABLA No. 3
POSICIÓN ARANCELARIA

Sección IV :	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO ELABORADOS
Capítulo 22 :	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre
Partida Sist. Armonizado 2204 :	Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida nº 20.09
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 22042100 :	- - En recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
Código Producto Comunitario (ARIAN) 2204210000-0000 :	
Código Producto Nacional (TNAN) 2204210000-0000-0000 :	

Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	20 %
FDI	0,5 %
ICE	40 %
IVA	12 %
Salvaguardia por Porcentaje	0 %
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	25 %
Afecto a Derecho Especifico	
Unidad de Medida	Litro (LT)
Observaciones	
Es Producto Perecible	NO

FUENTE: Aduana del Ecuador

TABLA No. 4
RESTRICCIONES ARANCELARIAS

Partida	Descripción	Producto	Autorizante	Tipo	Vigencia de Restricción	País	Régimen
2204210000-0000-0000	EN RECIPIENTES CON CAPACIDAD INFERIOR O IGUAL A 2 L	Registro Sanitario	MINISTERIO DE SALUD PUBLICA	R	19/04/2007 - 31/12/3000		IMPO

FUENTE: Aduana del Ecuador

1.4. Constitución de la empresa.

La creación de la empresa importadora de vinos, de responsabilidad limitada, se acogerá a la Ley de Compañías.

Según el artículo 92 de la Ley de Compañías...”La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", entre otras, no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada”⁶

⁶ Ley de Compañías

1.4.1. Escritura Pública.

CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.

OTORGADA POR:

Natalia Alexandra Pantoja Tapia

José Pompillo Armijos Lucio

Hitler Jimmy Naspud Guarquila

CUANTIA: US\$ 70.000,00

En la ciudad de Quito, Distrito Metropolitano, Capital de la República del Ecuador, hoy día quince de noviembre del dos mil diez; ante mi Doctor Jaime Andrés Acosta Holguín, Notario Vigésimo Octavo de este Cantón, comparecen los señores Natalia Alexandra Pantoja Tapia, José Pompillo Armijos Lucio y Hitler Jimmy Naspud Guarquila, por sus propios y personales derechos.- Los comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana; mayores de edad: de estado civil soltero el primero, casado el segundo y soltero el tercero; de profesión u ocupación Ingenieros en Comercio Exterior el primero y el tercero e Ingeniero en Administración de Empresas el segundo, domiciliados en la Ciudad de Quito Ecuador; hábiles para contratar y contraer obligaciones, a quienes de conocer doy fe; y me piden libre y voluntariamente que se eleve a escritura pública la siguiente minuta.- “SEÑOR NOTARIO: en su protocolo de escrituras públicas, sírvase a incorporar una de la cual consiste el Contrato de Constitución de Compañía Limitada, que se otorga al tenor las siguientes cláusulas: PRIMERA.- COMPARECIENTES: Comparecen al otorgamiento del presente contrato las siguientes: Uno.- La señorita Natalia Alexandra Pantoja Tapia con C.C. # 171847794-4, por sus propios y personales derechos.- Dos.- El señor José Pompillo Armijos Lucio con C.C. # 060083114-3, por sus propios y personales derechos.- Tres el señor Hitler Jimmy Naspud Guarquila con

C.C. # 171775481-4, por sus propios y personales derechos.-Los comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, domiciliados, en la ciudad de Quito.-

SEGUNDA.- CONSTITUCIÓN: Los comparecientes, libre, voluntariamente y por así convenir a sus intereses, manifiestan su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, una Compañía de Responsabilidad Limitada, la cual se denominará VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.-

TERCERA.- ESTATUTOS: La Sociedad VINOS LAS NUBES CIA. LTDA., que se constituye, se regirá por los siguientes Estatutos: ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.-

CAPÍTULO PRIMERO.- DE SU DENOMINACIÓN OBJETO SOCIAL, DURACIÓN DOMICILIO Y NACIONALIDAD.- Artículo Primero.- Denominación: La compañía se denominará VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.-

Artículo Segundo.- Objeto Social.- El Objeto Social de la Compañía será: a) La importación de vinos y otros licores b) La comercialización, exportación, distribución, producción y “marketing” de sus productos.- c) La prestación de servicios profesionales y de asesoría en las ramas comerciales, técnicas e industriales. Para el cumplimiento de su objeto social. La Compañía podrá intervenir como socio o accionista en la formación de toda clase de sociedades o compañías, aportar capital a las mismas y participar en los aumentos o disminuciones de capital, fusiones o transformaciones de las mismas, así como adquirir, tener y poseer acciones, obligaciones o participaciones en otras compañías.- La compañía también podrá asociarse con personas naturales o empresas de este tipo, nacionales o extranjeras, para proyectos o trabajos determinados por el cumplimiento del objeto social en general, formando asociaciones, consorcios o cualquier otro tipo de acuerdo permitido por la Ley.- En general, la Compañía podrá realizar clase de actos, contratos y operaciones permitidos por las leyes ecuatorianas acordes con su objeto y necesarios y convenientes para su cumplimiento. Además, la compañía podrá intervenir en licitaciones, concursos de ofertas, concursos de precios, remates y contratos, promovidos por instituciones públicas, empresas del Estado, instituciones de derecho privado Con finalidad social, pública o de lucro, o de cualquier otra

naturaleza que sea permitido por las leyes ecuatorianas.- La Compañía además podrá importar equipos, partes, herramientas, piezas, repuestos, semillas, frutas, maquinaria y/o servicios necesarios para el giro de sus negocios, así como organizar talleres de capacitación industrial, comercial y de personal; organizar equipos de trabajo para el mantenimiento su industria.- **Artículo Tercero.- Duración.-** El plazo de duración de la compañía será de CINCUENTA AÑOS, contados a partir de la fecha de inscripción de la escritura de constitución en el Registro Mercantil.- Sin embargo, la Junta General de Accionistas podrá acordar la prórroga de este plazo, o la disolución y liquidación anticipada de la Compañía, requiriéndose que la decisión en tal sentido se la tome con el voto favorable de al menos las tres cuartas partes del capital social en primera convocatoria, y de conformidad con las disposiciones pertinentes de la Ley .-**Artículo Cuarto.- Domicilio y Nacionalidad.-** La compañía tendrá su domicilio principal en el Distrito Metropolitano de Quito.- Por resolución de la Junta General de Socios, puede establecer agencias, sucursales, delegaciones, representaciones y establecimientos en otras localidades del país o en el exterior.- Su nacionalidad es ecuatoriana. - **Artículo Quinto.- Disolución y Liquidación.-** La Compañía habrá de disolverse por las causales enumeradas en la Ley de Compañías.- Sin embargo, la Junta General de Socios podrá, en la forma prevista por la Ley de Compañías, decidir la disolución anticipada de la Compañía, antes de que fenezca el plazo de duración establecido en estos Estatutos.- Para la liquidación de la Compañía, ya sea por disolución voluntaria o forzosa, se procederá de acuerdo con lo estipulado en la Ley de Compañías y los presentes Estatutos.- **CAPÍTULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL y LAS PARTICIPACIONES SOCIALES.- Artículo Sexto.- Capital Social.-** El capital social de la Compañía es de SETENTA MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD \$70.000,00) y está dividido en veinticinco mil participaciones indivisibles con un valor nominal de UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD \$ 1,00) cada una.- El Capital Social es suscrito y pagado íntegramente por los socios y se encuentra conformado de acuerdo con el siguiente detalle :

Nombre del Socio	Nacionalidad	# de Participaciones	Capital Suscrito	Capital Pagado	Porcentaje
Natalia Alexandra Pantoja Tapia	Ecuatoriana	30000	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	60%
José Pompillo Armijos Lucio	Ecuatoriana	20000	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	20%
Hitler Jimmy Naspud Guarquila	Ecuatoriana	20000	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	20%

Las aportaciones de los socios son todas en numerario según aparece del certificado de depósito en la cuenta de integración de capital que se agrega como documento habilitante.- **Artículo Séptimo.- Inversión.:** La inversión que los socios realizan es subregional andina.- **Artículo Octavo.- Variaciones del Capital:** El capital de la compañía podrá ser aumentado o disminuido por resolución de la Junta General de Accionistas, adoptada en la forma prevista por la Ley.- **Artículo Noveno.- Certificados de Aportación.-** Las participaciones constarán de certificados de aportación no negociables, que serán emitidos de conformidad con lo dispuesto en la Ley de Compañías y firmados por el Presidente y Gerente General de la Compañía.- La Sociedad entregará a cada socio un certificado de aportación del cual constará su carácter de no negociable y el número de las que por su aporte le corresponden.- **Artículo Decimo.- Responsabilidad de los Socios.-** La responsabilidad de los socios está limitada frente a terceros y por las obligaciones de la Compañía, al valor nominal de la participación o participaciones que hubiere suscrito individualmente cada uno.- **CAPÍTULO TERCERO.- DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN DE LA COMPAÑÍA.- Artículo Undécimo.- Órganos:** Son órganos de la compañía, la Junta General de Socios; quien la gobierna; y, el Presidente y el Gerente General quienes la administran.- **Artículo Duodécimo.- Representación Legal:** La representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía la tienen individualmente el Presidente y el Gerente General;- **SECCIÓN PRIMERA.- DE LA JUNTA**

GENERAL.- Artículo Décimo Tercero.- De la Junta General.- La Junta General, esto es, la reunión de socios legalmente convocada, es el órgano supremo de la Compañía, y en consecuencia, las decisiones de esta, válidamente tomadas, obligan a todos los socios incluso a los ausentes o disidentes, salvo el derecho de oposición en los casos y formas determinados por la Ley de Compañías.- Las Juntas Generales de Socios son Ordinarias y Extraordinarias.- Sin perjuicio de lo previsto en la Ley de Compañías vigente, las Juntas se reunirán en el domicilio principal de la compañía.- Las Juntas Generales de socios serán presididas por el Presidente de la Compañía o por la persona a quien la Junta General designe.- Actuará como Secretario el Gerente General de la Compañía o la persona que la Junta General designe.- **Artículo Décimo Cuarto.- Juntas Ordinarias:** Las Juntas Generales Ordinarias de socios deben reunirse por lo menos una vez al año.-Sus atribuciones son: a) Establecer las políticas generales de la Compañía. -b) Nombrar y remover al Presidente y al Gerente General de la Compañía.- c) Nombrar y remover representantes legales subrogantes de la Compañía.- d) Conocer anualmente los estados financieros de la Compañía y resolver lo pertinente sobre los mismos.- e) Conocer los informes que le presentaren el Gerente General y el Presidente y resolver sobre los mismos.- f) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades.- g) Proceder, llegado el caso, a la designación administradores, cuyo nombramiento le corresponde hacer según la Ley y los presentes Estatutos.- h) Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales, del aumento de capital social o de su disminución.- i) Interpretar para todos los socios y órganos administrativos, en forma obligatoria, las normas consagradas en estos Estatutos.- j) Aprobar el presupuesto y el plan general de actividades de la Compañía a base de los proyectos que deberán ser presentados por el Gerente General; k) Conocer todas las comunicaciones dirigidas por la Superintendencia de Compañías a la Compañía o a cualquiera de sus funcionarios, que contengan observaciones, recomendaciones o iniciativas respecto de la marcha de los negocios sociales.- l) Autorizar la compra, venta, enajenación o gravamen de los inmuebles de la compañía.- m) Autorizar al Representante Legal de la Compañía para que otorgue

poderes generales para representar" a la Compañía.- n) Vigilar, cuando lo crea conveniente, las actividades de la Compañía y de sus funcionarios y requerir de los administradores que le suministren ocasional o periódicamente, todas las informaciones que considere necesarias sobre los negocios, operaciones y demás actividades de la Compañía.- o) Acordar el aumento de capital social, su disminución, la transformación, la fusión, la disolución anticipada o la reactivación de la compañía en proceso de liquidación, y en general, cualquier modificación a los Estatutos .- Sociales.- p) Consentir en la cesión de las participaciones sociales y en la admisión de nuevos socios, así como acordar su exclusión, de acuerdo a las causales establecidas en la Ley de Compañías.- q) Fijar y autorizar, de estimarlo así necesario, los montos por los cuales pueda el Gerente General o cualquier otro representante legal de la Compañía, obligar por si solo a la Compañía con terceros; y, r) Conocer y resolver los demás asuntos que sean de su competencia de conformidad con lo previsto en la Ley de Compañías y más disposiciones legales, en los presentes Estatutos y en el orden del día de acuerdo con la convocatoria.- **Artículo Décimo Quinto.- Juntas Extraordinarias:** Las Juntas Extraordinarias de socios pueden reunirse, previa convocatoria, en cualquier momento para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria.- **Artículo Décimo Sexto.- Juntas Universales:** Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos anteriores, y de conformidad con lo previsto en la Ley de Compañías, la Junta se entenderá convocada y legalmente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital social y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la Junta.- **Artículo Décimo Séptimo.- Convocatoria y Quórum:** Las Juntas Generales, Ordinarias o Extraordinarias de Socios se reunirán previa Convocatoria *Presidente o del Gerente General o si lo solicitare un grupo de socios que represente, por lo menos, el diez por ciento (10%) del capital social.* Las reuniones de Junta General Ordinaria y Extraordinaria también podrán ser convocadas por el Superintendente de Compañías en los casos contemplados en la

Ley de Compañías. La convocatoria debe hacerse mediante; comunicación escrita dirigida a cada uno de los socios, con al menos ocho días de anticipación a la celebración de la Junta, contados desde la fecha de recepción efectiva de la comunicación por el último de los socios en recibirla, la cual constará de la copia firmada por el socio.- La entrega de la convocatoria se la hará personalmente.- La convocatoria deberá señalar lugar, día, hora y objeto de la reunión.- Una copia de esta convocatoria con la debida firma de recepción deberá guardarse en el expediente de Actas de Juntas Generales.- Las Juntas no podrán considerarse válidamente constituidas para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ellas no representan más de la mitad del capital social.- En segunda convocatoria se reunirán con el número de socios presentes, particular que se hará constar en tal convocatoria.-

Artículo Décimo Octavo.- Decisiones.- Como norma general, las decisiones de las Juntas se tomarán por mayoría simple de votos, salvo en los casos en la que Ley y estos Estatutos requieran mayoría calificada.- Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. Cada socio tendría derecho a un voto por cada participación de Un Dólar aportada a la compañía.-

Artículo Décimo Noveno.- Representación de los Socios en las Juntas.- A más de la forma de representación prevista en la Ley de Compañías, un socio podría ser representado en la Junta General mediante carta poder, apoderado con poder notarial, general o especial.-

SECCIÓN SEGUNDA.- DEL PRESIDENTE y DEL GERENTE GENERAL.-

Artículo Vigésimo.- Presidente: El Presidente es el más alto dignatario de la compañía y será nombrado por la Junta General de Socios.- Para ser Presidente no se requiere ser socio de la compañía.- El Presidente durará dos años en sus funciones, pudiendo ser reelegido indefinidamente.-

Artículo Vigésimo Primero.- Deberes y Atribuciones del Presidente.- Son deberes y atribuciones del Presidente, además de las establecidas en las leyes aplicables, y sin perjuicio de los mismos, los detallados en este Artículo.- El Presidente es responsable individualmente del cumplimiento de los siguientes deberes y del ejercicio de las siguientes atribuciones: a) Convocar y presidir las sesiones de la Junta General y firmar conjuntamente con el Secretario las actas correspondientes; b)

Suscribir en unión del Gerente General los Certificados de Aportación de los Socios; c) Cuidar de la ejecución y cumplimiento de las resoluciones de la Junta General; d) Reemplazar o subrogar al Gerente General en los casos de ausencia, imposibilidad e impedimento de este; e) Suscribir conjuntamente con el Gerente General, todo acto o contrato que obligue a la compañía para con terceros, en el caso de que la Junta General de Socios conforme a lo dispuesto en estos Estatutos Sociales, determine un monto para el efecto; y, D) Cumplir con los otros deberes y ejercer las demás atribuciones que le correspondan según la Ley de Compañías, los presentes Estatutos, los Reglamentos y las Resoluciones de la Junta General de Socios.- **Artículo Vigésimo Segundo.- Gerente General-** La compañía contará con un Gerente General nombrado por la Junta General de Socios.- Para ser Gerente General no se requiere ser socio de la compañía. -El Gerente General durará dos años en sus funciones, pudiendo ser reelegido indefinidamente.- **Artículo Vigésimo Tercero.- Deberes y Atribuciones del Gerente General-** Son deberes y atribuciones del Gerente General, además de las establecidas en las leyes aplicables, y sin perjuicio de los mismos, los detallados en este Artículo.- El Gerente) General es responsable individualmente del cumplimiento de los siguientes deberes y del ejercicio de las siguientes atribuciones: a) Representar a la Compañía, legal, judicial y extrajudicialmente; b) Suscribir en unión del Presidente los Certificados de Aportaciones de los Socios, así como las Actas de la Junta General, cuando fuere del caso; c) Firmar la correspondencia que por resolución de la Junta General deba ser firmada por él; d) Administrar a la Compañía, dirigir todos los negocios y operaciones y realizar todos los actos y celebrar todos los contratos que fuesen necesarios para el cumplimiento del objeto social, de las Resoluciones de la Junta General y , en general, para la buena marcha de la compañía, sujetándose a los requisitos y limitaciones que le imponen la Ley de Compañías y de estos Estatutos, pudiendo, por lo mismo manejar bajo su responsabilidad los fondos de la Compañía en el giro ordinario de los negocios sociales y, en consecuencia, cheques a cargo de las cuentas corrientes bancarias, endosar y aceptar letras, de realizar contratos de sobregiro, etc.,

obligando a la compañía en toda clase de Actos y Contratos hasta por el monto al que de ser el caso, le faculte la Junta General de Socios, de conformidad con lo establecido para el efecto en este Estatuto Social; e) Suscribir pedimentos de aduana y en general, toda clase de documentos de instituciones y dependencias públicas o privadas; f) Comprar toda clase de materiales, implementos, maquinaria y todos los demás objetos necesarios para el giro del negocio de la compañía; g) Comprar, hipotecar, gravar, vender bienes inmuebles y, en general intervenir en todo acto o contrato relativo a esta clase de bienes que implique transferencia de dominio o gravamen sobre ellos, pertenecientes a la compañía, previa autorización de la Junta General; h) Conferir Poderes Generales o Especiales que tendrán relación con los negocios sociales de la compañía. Los Poderes Generales se conferirán previa autorización de la Junta General; i) Contratar los funcionarios, empleados, trabajadores de la compañía, cuyo nombramiento no corresponda a la Junta General y, dar por terminados sus contratos; j) Tener bajo su responsabilidad todos los bienes y fondos de la compañía y súper vigilar la contabilidad y archivos de la misma, así como los libros sociales; k) Presentar a la Junta General el balance anual y los balances parciales, incluyendo cuentas y de mis documentos pertinentes, cuando esta los requiera; l) Poner a disposición de los socios de la Compañía, anualmente y con la debida anticipación a la fecha de reunión de la Junta General, el Balance General y el Estado de pérdidas y Ganancias, con sus respectivos anexos; m) Elaborar el presupuesto anual o el plan anual de actividades de la Compañía y someterlos a aprobación de la Junta General; n) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General; o) Asistir obligatoriamente, con voz infamativa, a las sesiones de Junta General de la Compañía; p) Actuar como Secretario en las sesiones de las Juntas Generales, firmar junto con el Presidente de la Junta las actas de dichas sesiones y llevar los libros correspondientes; q) Certificar y dar fe de todos los actos y resoluciones de la Junta General de la Compañía, así como las autorizaciones que hubieran dado a los funcionarios competentes para determinados negocios, actos o contratos, cuando estas autorizaciones fuesen necesarias; y, r) En general, tendrá

todas las facultades necesarias para el buen manejo y administración de la Compañía y todas las atribuciones y deberes determinados en la Ley de Compañías para los administradores y que de acuerdo con el presente Estatuto no corresponde a ningún otro funcionario u organismo.- Artículo Vigésimo Cuarto.- Presidencia de las Juntas Generales de Socios: Corresponde al Presidente de la compañía o a la persona que la Junta designe, presidir las sesiones de la Junta General de Socios.- La expedición de los nombramientos hechos por la Junta General estará a cargo de la persona designada por la Junta.- Artículo Vigésimo Quinto.- Subrogación: En caso de ausencia o incapacidad temporales o definitivas del Gerente General lo subrogan el Presidente y en caso de ausencia o incapacidad temporales o definitivas del Presidente lo subrogará el Gerente General.- En todo caso, en ausencia o incapacidad temporales o definitivas de Gerente General y/o Presidente, corresponde a la Junta General la designación de los sustitutos dentro del mes inmediato siguiente a producido el hecho.-**NORMAS SUPLETORIAS.- Artículo Vigésimo octavo.-** Para todo aquello que no haya sido previsto por el presente Estatuto, se aplicarán las disposiciones de la Ley de Compañías vigente y demás normas pertinentes.- **CUARTA.- AUTORIZACIÓN:** Los socios autorizamos a la doctora María del Carmen Cevallos para que realice todas las gestiones y actos necesarios para obtener la legal constitución de esta compañía y su correspondiente inscripción en el Registro Mercantil y obtención del Registro Único de Contribuyentes. Igualmente para que convoque la primera Junta General de Socios.- Usted, señor notario se servirá agregar las demás cláusulas de rigor para la plena validez y eficacia de la presente escritura.- firmada Doctora María del Carmen Cevallos Vaca, abogada, Matrícula cinco mil ochocientos sesenta y nueve del Colegio de abogados de Pichincha.- **HASTA AQUÍ LA MINUTA** que queda elevada a escritura Pública con todo su valor legal. Los comparecientes me presentaron sus documentos de identificación personal.-

Se observaron todos los preceptos legales del caso y leída que les fue a los señores comparecientes esta escritura por mí, el Notario, íntegramente, aquéllos se afirman y ratifican en su contenido, firmando conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe.-

F) NATALIA ALEXANDRA PANTOJA TAPIA
C.C. # 171847794-4

F) JOSÉ POMPILLO ARMIJOS LUCIO
C.C. # 060083114-3

F) HITLER JIMMY NASPUD GUARQUILA
C.C. # 171775481-4

1.4.2. Nombramientos de Accionistas.

Quito 19 de Noviembre del 2010

Señor:

HITLER JIMMY NASPUD GUARQUILA

Ciudad

De mis consideraciones:

Cúmpleme informarle que el directorio de la compañía **“VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.”** en sesión celebrada el día de hoy, tuvo el acierto de elegir a Usted Presidente de la compañía, por el periodo de 2 años y con las atribuciones constantes en los estatutos sociales.

En caso de falta o ausencia temporal o definitiva del Presidente Ejecutivo, corresponde al Gerente General reemplazarlo en el ejercicio de su cargo

VINOS LAS NUBES CIA. LTDA., se constituyo legalmente mediante escritura pública celebrada en Quito ante el Doctor Jaime Andrés Acosta Holguín, Notario Vigésimo Octavo del Cantón Quito, el 15 de Noviembre del 2010 y fue legalmente inscrita con el No. 099 Tomo 121 en el Registro Mercantil el 17 de Noviembre del 2010.

Atentamente

Srta. Paulina Medina

SECRETARIA

RAZON: Con esta fecha acepto el cargo de **PRESIDENTE** de la compañía **VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.**, para el cual he sido designado

HITLER JIMMY NASPUD GUARQUILA

PRESIDENTE

C.C. #171775481-4

Quito 19 de Noviembre del 2010

Señorita:

NATALIA ALEXANDRA PANTOJA TAPIA

Ciudad

De mis consideraciones:

Me es muy grato comunicarle que en sesión de Junta General de Socios de la compañía de responsabilidad limitada “VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.” de esta misma fecha se decidió por parte de los socios elegirle a Ud. GERENTE GENERAL de la misma. Tendrá la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía. Durará 2 años en sus funciones. VINOS LAS NUBES CIA. LTDA., se constituyo legalmente mediante escritura pública celebrada en Quito ante el Doctor Jaime Andrés Acosta Holguín, Notario Vigésimo Octavo del Cantón Quito, el 15 de Noviembre del 2010 y fue legalmente inscrita con el No. 099 Tomo 121 en el Registro Mercantil el 17 de Noviembre del 2010.

Deseándole el mejor de los éxitos en sus gestiones, ruego a Usted, asentar al pie de la presente su aceptación del cargo para el que ha sido elegido.

Con un cordial saludo, me suscribo de usted.

Sr. HITLER JIMMY NASPUD GUARQUILA

PRESIDENTE

ACEPTACIÓN: Dándome por notificado con la designación que se me ha hecho, me es grato aceptar el cargo de GERENTE GENERAL de la compañía “VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.” y prometo desempeñarme fiel y legalmente. Quito 19 de Noviembre del 2010.

NATALIA ALEXANDRA PANTOJA TAPIA

GERENTE GENERAL

CC. # 171847794-4

Quito 19 de Noviembre del 2010

Señor:

JOSE POMPILLO ARMIJOS LUCIO

Ciudad

De mis consideraciones:

Me es muy grato comunicarle que en sesión de Junta General de Socios de la compañía de responsabilidad limitada “VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.” de esta misma fecha se decidió por parte de los socios elegirle a Ud. GERENTE ADMINISTRATIVO FINANCIERO de la misma. Durará 2 años en sus funciones.

VINOS LAS NUBES CIA. LTDA., se constituyo legalmente mediante escritura pública celebrada en Quito ante el Doctor Jaime Andrés Acosta Holguín, Notario Vigésimo Octavo del Cantón Quito, el 15 de Noviembre del 2010 y fue legalmente inscrita con el No. 099 Tomo 121 en el Registro Mercantil el 17 de Noviembre del 2010.

Deseándole el mejor de los éxitos en sus gestiones, ruego a Usted, asentar al pie de la presente su aceptación del cargo para el que ha sido elegido.

Con un cordial saludo, me suscribo de usted.

Sr. HITLER JIMMY NASPUD GUARQUILA

PRESIDENTE

ACEPTACIÓN: Dándome por notificado con la designación que se me ha hecho, me es grato aceptar el cargo de GERENTE ADMINISTRATIVO FINANCIERO de la compañía “VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.” y prometo desempeñarme fiel y legalmente. Quito 19 de Noviembre del 2010.

JOSE POMPILLO ARMIJOS LUCIO

GERENTE ADMINISTRATIVO FINANCIERO

CC. # 060083114-3

1.4.3. Registro de Sociedades ante la Superintendencia de Compañías.

REPÚBLICA DEL ECUADOR



SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
REGISTRO DE SOCIEDADES

N° 7323

DENOMINACION DE LA COMPAÑÍA:
VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.

NÚMERO DE EXPEDIENTE: 37090-1991

RUC: 1718477944001

DIRECCIÓN: PASAJE ENRIQUE ITURRALDE OE3-61 Y AV. DE LA PRENSA

CIUDAD: QUITO

TELEFONO: 3303210

CERTIFICO QUE LA COMPAÑÍA ARRIBA CITADA, HA CUMPLIDO CON LAS DISPOSICIONES CONSTANTES EN LOS ARTICULOS 20 Y 449 DE LA LEY DE COMPAÑÍAS VIGENTE.

LA COMPAÑÍA TIENE ACTUAL EXISTENCIA JURIDICA Y SU PLAZO SOCIAL CONCLUYE EL: 15/11/2060

CERTIFICACIÓN VALIDA HASTA EL: **31/03/2011**

CAPITAL SOCIAL: \$25.000,00

POR LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Sra. Luisa Torres
Delegada del Intendente de Compañías

FECHA DE EMISIÓN: 01/12/2010

ADVERTENCIA: CUALQUIER ALTERACION AL TEXTO DEL PRESENTE DOCUMENTO, COMO SUPRESIONES, AÑADIDURAS, ABREVIATURAS, BORRONES O TESTADURAS, ETC. LO INVALIDAN.

1.4.4. Extracto.

REPUBLICA DEL ECUADOR SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

EXTRACTO

CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.

La compañía **VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.**, se constituyó por escritura pública otorgada ante el Notario Vigésimo Octavo del Cantón Quito del Distrito Metropolitano de Quito el 15 de noviembre del 2010, fue aprobada por la Superintendencia de Compañías mediante Resolución **05.Q.IJ.4329** de 01 de Diciembre de 2010

1. **DOMICILIO:** Distrito Metropolitano de Quito provincia de PICHINCHA
2. **CAPITAL:** Suscrito US\$ 25.000,00 Número de participaciones 25.000 Valor US\$ 1,00
3. **OBJETO:** El objeto de la compañía es: a) La importación de vinos y otros licores b) La comercialización, exportación, distribución, producción y “marketing” de sus productos.- c) La prestación de servicios profesionales y de asesoría en las ramas comerciales, técnicas e industriales.

Quito, 7 de Diciembre del 2010

**Doctora María del Carmen Cevallos Vaca
ESPECIALISTA JURIDICO**

1.4.5. Cedula de Ciudadanía.

Es un documento emitido por una autoridad administrativa competente para permitir la identificación personal de los ciudadanos. En nuestro país la autoridad competente es el Registro Civil.

Para la obtención de este documento se debe tener la mayoría de edad (18 años) y ser ecuatoriano de nacimiento o legalmente reconocido, para el caso de los extranjeros nacionalizados.



1.4.6. Registro Único de Contribuyentes RUC.

Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad

económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIIU (Clasificador Internacional Industrial Único).

Para el caso de la empresa “VINOS LAS NUBES CIA LTDA” el CIIU correspondiente es el de VENTA AL POR MAYOR DE VEVIDAS ALCOHOLICAS, con el número G51221001

Requisitos para la obtención del RUC, Sociedades Privadas.

- ✓ Formularios RUC01-A (Anexo No. 1) y RUC01-B (Anexo No. 2) (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- ✓ Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- ✓ Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- ✓ Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

- ✓ Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.
- ✓ Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- ✓ Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- ✓ Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior.
- ✓ Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.
- ✓ Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o

certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.

- ✓ Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas
- ✓ Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

RUC – VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.

Una vez constituida la empresa y reunidos todos los requisitos antes mencionados podemos obtener el RUC en el Servicio de Rentas Internas SRI.



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES

NUMERO RUC: 1718477944001
APELLIDOS Y NOMBRE: VINOS LAS NUBES CIA.
LTDA.

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS

REP. LEGAL / AGENTE DE RETENCION: PANTOJA TAPIA NATALIA ALEXANDRA

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 15/11/2010 **FEC. CONSTITUCION:** 15/11/2010

FEC. INSCRIPCIÓN: 05/01/2011 **FEC. ACTUALIZACION:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

VENTA AL POR MAYOR DE VEVIDAS ALCOHOLICAS

DIRECCIÓN DOMICILIO PRINCIPAL:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: COTOCOLLAO Calle: Pasaje Enrique Iturralde: OE3-61
Intersección: Av. De La Prensa Referencia: Colegio Técnico Aeronáutico General Maya
Teléfono: 3303210 - 084058697

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

ANEXOS DE RETENCIONES EN LA FUENTE
DECLARACION DE IMPUESTOS A LA RENTA SOCIEDADES
DECLARACION DE RETENCIONES EN LA FUENTE
DECLARACION MENSUAL DEL IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1
CERRADOS: 0

JURISDICCIÓN: REGIONAL NORTE \ PICHINCHA



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: VINOS LAS NUBES

Lugar de emisión: QUITO: PAEZ 655 Y RAMIREZ
DAVALOS

Fecha y hora: 01/12/2010

2:42

1.4.7. Objetivos de la empresa.

1.4.7.1. General.

Importar vinos chilenos de alta calidad, a un depósito comercial público para la nacionalización parcial de los mismos.

1.4.7.2. Específicos.

- ✓ Posicionar a la empresa en el mercado local con miras a la expansión de su mercado.
- ✓ Ser una empresa competitiva a nivel nacional.
- ✓ Optimizar los recursos sin descuidar la calidad de los procesos.
- ✓ Obtener rentabilidad en un mediano plazo.
- ✓ Generar fuentes de empleo que permitan el desarrollo del país y la industria.

1.4.8. Misión de la empresa.

Brindar a los consumidores de vinos una nueva variedad de productos importados de la más alta calidad.

1.4.9. Visión de la empresa.

Ser el principal proveedor de toda clase de vinos importados para los distribuidores de licores del país.

CAPITULO II

2. NEGOCIACION INTERNACIONAL.

2.1. Análisis de los proveedores.

2.1.1. Directorio.

Viña Cono Sur



Viña Cono Sur fue fundada en 1993, con la visión de producir vinos Premium, expresivos e innovadores, que comuniquen el espíritu del Nuevo Mundo. Nuestro nombre hace referencia a nuestros orígenes geográficos, a vinos que provienen del Cono Sur de América en cuyo extremo occidental se encuentran Chile y sus privilegiados valles vitivinícolas. Nuestro logo también sugiere en su trazo la silueta de América del Sur.

Desde el comienzo Cono Sur aplicó nuevas ideas y tecnologías a los tradicionales métodos enológicos, con el fin de crear vinos expresivos e innovadores, provenientes de la tierra más austral del planeta.

Manejo de Viñedos.

Nuestros viñedos son cultivados con el objetivo de establecer cimientos de calidad para los vinos Cono Sur. La fruta es cosechada en viñedos que se rigen por un manejo orgánico o sustentable (natural), dos sistemas agro culturales que nos permiten trabajar con en un ambiente sano y limpio.

Manejo Orgánico y Agricultura Sustentable en los Viñedos.

Para Viña Cono Sur ambos manejo, orgánico y agricultura sustentable, han pasado a ser un modo de vida en los viñedos, donde se genera una relación especial con el territorio: nacen así; vinos limpios y naturales. La producción orgánica significa que la fruta es cultivada sin utilizar productos químicos, mientras que la agricultura sustentable los evita. Ambos requieren la ayuda de animales (gansos y ovejas principalmente), insectos, y auto-regulación del eco-sistema.

Nuestros Valles.

Cuatro importantes hitos geográficos rodean y protegen la extensa región vitivinícola chilena: la Cordillera de los Andes por el este, el Océano Pacífico al oeste, el desierto de Atacama – el más seco del planeta – por el norte, y los hielos milenarios por el sur. Estas barreras naturales han protegido nuestros viñedos durante siglos. Otros factores como una gran luminosidad, una marcada oscilación térmica diaria, el clima seco durante el periodo de maduración, y viñedos regados con aguas provenientes del deshielo cordillerano, favorecen la producción de uva sana, pura y con gran potencial. En un intento de expresar la extraordinaria diversidad que existe en Chile, Cono Sur cultiva y cosecha alrededor de 1.800 hectáreas de viñedos en más de 100 fundos distintos.

San Antonio, una de las denominaciones en Chile más recientemente creadas; es un valle pequeño que el 2002 fue definido como origen controlado. Leyda se extiende hasta el borde mismo del Océano Pacífico, y sus bajos relieves son una entrada liberada para la fuerte influencia marina.

Esto sumado a las temperaturas frescas y suelos arcillosos lo convierten en una zona perfecta para aquellas cepas blancas de climas fríos, y el Pinot Noir.

Bodega.

Ubicada en Chimbarongo, en el corazón del Valle de Colchagua, la bodega de Viña Cono Sur cuenta con la más alta tecnología, y provee al equipo enológico de todas las herramientas necesarias para crear los mejores vinos. La infraestructura y cada uno de los elementos de la bodega fueron diseñados para asegurar el delicado cuidado de la uva y vinos.

Hoy, la bodega de Cono Sur cuenta con una capacidad total de 12 millones de litros en tanques acero inoxidable con temperatura controlada. Nuestra sala de guarda, a su vez, puede almacenar 4,000 barricas y también está equipada con control de temperatura y humedad.

Viña Casa Marín



Está ubicada en el Valle de San Antonio, pueblo de Lo Abarca, a sólo 4 km. del Océano Pacífico. Fue fundada por **María Luz Marín**, ingeniero-agrónomo enólogo y empresaria, quien es actualmente la única mujer chilena fundadora y dueña de un viñedo.

Viña Casa Marín ha sido considerada como una de las “más radicales” del país, dado a las principales características de la zona, como lo son las neblinas matinales (invierno y primavera), los fuertes vientos debido a la cercanía del mar, y las temperaturas frías durante la época de crecimiento y maduración de las uvas. Estas condiciones extremas permiten a la parra expresar los más finos caracteres y aromas.

Bodega.

Año de Construcción: 2003/2004

Ubicación: Camino Lo Abarca sin número, a 4 Km del océano Pacífico, en el Valle de San Antonio

Capacidad Total: 200 Tons

Capacidad de Vinificación: 150.000 Litros

Varietades: Riesling, Sauvignon Blanc, Sauvignon Gris, Gewürztraminer, Syrah y Pinot Noir.

Equipamiento:

- ✓ Cubas de acero inoxidable y barricas francesas
- ✓ Prensa neumática
- ✓ Despalilladora
- ✓ Mesa vibradora de selección
- ✓ Sistema automático de control de temperatura

Matetic Vineyards

La historia de Viña Matetic comienza en 1999 cuando la Familia Matetic decide diversificar sus negocios y entrar al mundo vitivinícola, creyendo fuertemente en las bondades climáticas y de suelos del Valle del Rosario.

Se ubican en el Valle del Rosario, subdivisión del Valle de San Antonio a 120 kilómetros de Santiago, entre Casablanca y San Antonio. Con una extensión de 9.000 hectáreas en un valle perfectamente cerrado, orientado en forma perpendicular al océano, con una luminosidad extraordinaria.

Las 90 hectáreas plantadas, están basadas en principios orgánicos de producción para lograr obtener uvas cien por ciento naturales. Este valle posee condiciones climáticas y topográficas ideales para la producción de vinos tintos y blancos.

Bodega.

Esta bodega, con una capacidad de 300 mil litros, cuenta con un diseño de flujo gravitacional, lo que permite lograr un óptimo manejo de la uva proveniente de los viñedos.

Durante el periodo de vendimia, las uvas de distintas cepas provenientes de 30 cuarteles diferentes son cosechadas manualmente, llegan transportadas en gamelas (cajas de 12 kg) hasta la recepción donde se seleccionan los mejores racimos en forma manual para luego ser despallados (separando el grano del escobajo), y finalmente seleccionar los mejores granos y así poder iniciar la vinificación con la mejor materia prima posible.

La bodega cuenta con estanques de acero inoxidable de dimensiones muy favorables para la extracción requerida en vinos de alta calidad. Cuentan además con control automático de temperatura lo que permite una dinámica de fermentación perfectamente controlada.

Los estanques nos permiten tener una mayor superficie, mosto v/s orujo y así lograr una mejor y mayor concentración aromática y de sabores de los componentes que se encuentran en la piel de la uva. Al mismo tiempo nos permite fermentar en volúmenes pequeños logrando una mayor personalización de cada estanque y flexibilidad para lograr distintos componentes de mezcla y así un vino más completo y complejo al mismo tiempo.

2.1.2. Línea de productos.

Viña Cono Sur.



Sauvignon Blanc		Chadonnay	
Pinot Noir		Merlot	
Syrah		Cabernet Sauvignon	

Viña Casa Marín.



<p>Sauvignon Blanc</p>	 <p><i>Laurel Vineyard</i> Sauvignon Blanc</p>	<p>Sauvignon Gris</p>	 <p><i>Estero Vineyard</i> Sauvignon Gris</p>
<p>Pinot Noir</p>	 <p><i>Litoral Vineyard</i> Pinot Noir</p>	<p>Syrah</p>	 <p><i>Miramar Vineyard</i> Syrah</p>

Matetic Vineyards.



Chardonnay	 A bottle of Chardonnay wine with a light greenish-yellow liquid. The label features a green circular emblem with a white cross and the letters "EQ" below it.	Pinot Noir	 A bottle of Pinot Noir wine with a dark red liquid. The label features a red circular emblem with a white cross and the letters "EQ" below it.
Sauvignon Blanc	 A bottle of Sauvignon Blanc wine with a pale yellow liquid. The label features a green circular emblem with a white cross and the letters "EQ" below it.	Syrah	 A bottle of Syrah wine with a dark red liquid. The label features a red circular emblem with a white cross and the letters "EQ" below it.

2.1.3. Precios.

Viña Cono Sur.

✓ Sauvignon Blanc	\$ 4,00
✓ Chardonnay	\$ 3,00
✓ Pinot Noir	\$ 7,00
✓ Merlot	\$ 4,00
✓ Syrah.	\$ 7,00
✓ Cabernet Sauvignon	\$ 6,00

Viña Casa Marín.

✓ Sauvignon Blanc	\$ 5,00
✓ Sauvignon Gris	\$ 8,00
✓ Pinot Noir	\$ 8,00
✓ Syrah	\$ 7,00

Matetic Vineyards.

✓ Chardonnay	\$ 5,00
✓ Pinot Noir	\$ 8,00
✓ Sauvignon Blanc	\$ 7,00
✓ Syrah	\$ 9,00

2.2. Canales de Distribución.

Es el medio por el cual los fabricantes o productores ponen a disposición de los consumidores finales los productos adquiridos. La distancia entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

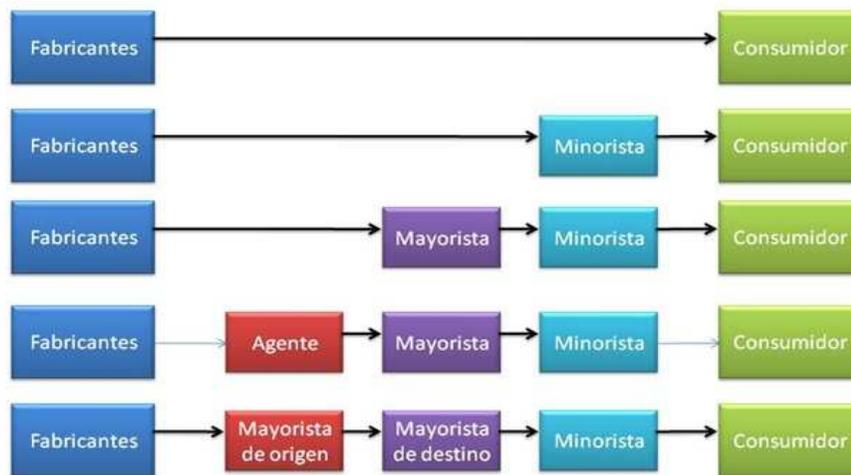
El punto de partida del canal de distribución es el productor, el punto de destino es el consumidor final; el conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del consumidor final y que se denominan genéricamente intermediarios.

Los intermediarios son los que realizan las funciones de distribución, son empresas de distribución situadas entre el productor y el usuario final; en la mayoría de los casos son organizaciones independientes del fabricante.

Hay varios tipos de canales de distribución, estos son:

- ✓ Canal directo (Productor – consumidor)
- ✓ Canal detallista (Productor - detallista – consumidor)
- ✓ Canal mayorista (Productor- mayorista- detallista- consumidor)
- ✓ Productor - agente - detallista – consumidor
- ✓ Canal agente/intermediario (Productor-agente-mayorista-detallista– consumidor)

GRAFICO No. 3
CANALES DE DISTRIBUCIÓN



FUENTE: sedlogistic

El canal de distribución que será aplicado en el presente proyecto es el Canal Mayorista (Productor- mayorista- detallista- consumidor).



2.3. Estrategias de Comercialización.

Las estrategias de comercialización permiten el desarrollo y crecimiento de la empresa, estas se pueden describir como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisiones, compuesto por tres etapas fundamentales: formulación, implementación y control.

Para el presente proyecto aplicaremos estrategias de Producto, Precio, Plaza y Promoción.

✓ **Producto**

Incluir nuevos servicios al cliente que les brinden una mayor satisfacción del producto, garantías, facilidades de pago, una mayor asesoría en la compra.

✓ **Precio**

Estrategias Precios de Prestigio, por tratarse de un producto gourmet se utilizará este tipo de estrategia en la cual se establece precios altos para los vinos de cepas y cosechas especiales de modo que los consumidores conscientes de la calidad o estatus se sienten atraídos por el producto.

✓ **Plaza**

Estrategia de distribución selectiva, consiste en ubicar nuestros productos solamente en los puntos de ventas que sean convenientes para el tipo de producto que vendemos. Esta estrategia permite diferenciarnos al situar nuestro producto en sitios seleccionados.

✓ **Promoción**

Paquetes promocionales (o descuentos): Precios rebajados directamente por el fabricante en la etiqueta o el paquete.

Muestras: Obsequio de una pequeña cantidad de un producto para que los consumidores lo prueben.

Premios: Productos gratuitos o que se ofrecen a bajo costo como incentivo para la adquisición de algún producto.

2.4. Productos Sustitutos.

Los productos sustitutos son aquellos que el cliente puede consumir, como alternativa, cuando cualquier sector baja la calidad de sus productos por debajo de un límite por el cual el cliente está dispuesto a pagar o sube el precio por arriba de este límite.

Los sustitutos del vino son todas las bebidas alcohólicas que podamos encontrar en el mercado siendo el principal sustituto la cerveza por su bajo grado alcohólico y su carácter refrescante.



CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.

3.1. Análisis de la Demanda Local,

El mercado ecuatoriano era muy reticente a la entrada de productos extranjeros, sin embargo, desde hace ya varios años y a pesar de los obstáculos arancelarios y para arancelarios las importaciones ecuatorianas han ido en aumento, esto ha traído como consecuencia una pérdida de competitividad de los productos ecuatorianos respecto a los de los países de la región, que tienen una moneda más débil que el dólar provocando en algunos casos que los productos ecuatorianos resulten más caros que los importados, con el consecuente aumento de las importaciones que ello implica.

El consumo de vino se limita a los sectores de la sociedad de mayor poder adquisitivo, en el caso de los vinos de menor calidad o de los vinos de frutas, el consumo está más diversificado debido a los bajos precios.

No existe en Ecuador aun una verdadera cultura de consumo del vino, por ello, es muy reducido en comparación con el de otras bebidas alcohólicas y se reduce a fechas muy señaladas (Navidades) o acontecimientos especiales y no se identifica con una bebida de consumo habitual en reuniones sociales o citas; tampoco se enfatizan sus propiedades beneficiosas para la salud, hecho que ha aumentado su consumo en otros países.

3.1.1. Nivel comercial

En nuestro país los encargados de la distribución del producto son los grandes importadores-distribuidores que destinan el producto a los detallistas.

Dentro de los potenciales clientes que nosotros tenemos como grandes importadores se pueden citar a:

- ✓ Corporación Favorita
- ✓ Corporación El Rosado
- ✓ Comisariatos COSSFA
- ✓ Supermercados Santa María
- ✓ Magda Supermercados

3.1.2. Proyección de la Demanda

Con la proyección de demanda de vinos chilenos podremos prever la cantidad de importaciones que se deberán realizar para satisfacer la demanda de los potenciales consumidores de nuestro producto.

TABLA No. 5

COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE IMPORTACIONES

AÑO	TOTAL IMPORTACIONES TONELADAS	TOTAL FOB USD	PORCENTAJE
2006	4,618.83	6,932.94	-
2007	4,774.82	7,837.83	3.38%
2008	5,320.44	8,907.84	11.43%
2009	5,522.47	9,145.47	3.80%
2010	6,254.18	10,200.09	13.25%
TOTAL			31.86%

FUENTE: Alexandra Pantoja

Según el comportamiento histórico de las importaciones de vino desde el año 2006, el mercado crecerá en un 7.97% anual. Este valor fue obtenido del comportamiento anual para los años referidos de crecimiento, (31.86% / 4años).

TABLA No. 6
PROYECCION DE LA DEMANDA

AÑO	CANTIDAD EN UNIDADES	PORCENTAJE
2011	75600	8%
2012	81648	8%
2013	88180	8%
2014	95234	8%
2015	102852	8%

FUENTE: Alexandra Pantoja

Según los datos obtenidos con el comportamiento histórico de las importaciones de vino hemos elaborado el cuadro de proyección de la demanda, en este podemos ver el incremento del 8% que tenemos en las unidades anuales que serán comercializadas en el período del 2011 hasta el 2015.

3.2. Análisis de la Competencia

3.2.1. Directorio.

Los importadores de vino identificados en la partida arancelaria 2204.21.00.00 registrados en el Banco Central del Ecuador son 86 durante periodo 2007-2010; para el presente estudio se hará el análisis de 3 de los principales importadores.

TABLA No. 7
NOMBRES DE IMPORTADORES DE VINOS

AGENCIAS Y REPRESENTACIONES CORDOVEZ S.A.	IL TOSCANO IMPORTADORES Y EXPORTADORES CIA.LTDA.
AGUERRE VIGNART FERNANDO OSCAR	IMP.DE PROD.ALIMENTICIOS Y LICORES IMPRAL S.A.
ALMACENES JUAN ELJURI CIA.LTDA.	IMPORTADORA BOHORQUEZ CIA.LTDA.
ALPACIFIC S.A.	IMPORTADORA EL ROSADO S.A.
ALVAREZ COLLY JIMENA	IMPORTADORA VINICIO PORRAS CIA.LTDA.
ANDEAN SUN ECUADORIAN CIA. LTDA.	INMODIURSA S.A.
ANDINA LICORES S.A.	INTERNATIONAL TRADING GROUP ITG S.A.
ARCHA IMPORTACIONES CIA.LTDA.	ITALCOM CIA.LTDA.
ARGUELLO ALBAN CARLOS MARCELO	J.F.NASSER & CO
ARKREM S.A.	JACQUELINE DEL ROCIO ALAVA RICAURTE
BEFORT FOOD & WINE S.A.	JEFF TOLLEFSON
CASTELFRANCO S.A.	JOSE QUINTANILLA AVILA
CHILEVINOS COMERCIAL S.A.	KOTTE KLEINMANN KAETHE ULRIKE
COMERCIAL SOSA COMSOSA S.A.	LA CAVA DE EDUARDO C.P.
COMERCIALIZADORA E IMPORTADORA SEGUI FONT	LA TAVOLA ITALIANA SA
COMESTIBLES NACIONALES C.A. COMNACA	LASWELL S.A.
COMONE IMPORT&EXPORT DEL ECUADOR S.A	LATIN.CORP.FOR INTERNATIONAL TRADE LACOFIT C.L.
CONASSER S.A.	LIQUORS CIA.LTDA
CONSKI S.A.	M E COMPANIA DE COMERCIO EXTERIOR MEPACI
CORPORACION EMPRESARIAL ECUATORIANA S.A.CESA	MENDOZA ENTERPRISES CIA. LTDA.
COSECHAS DEL SUR VINIPOLAR CIA. LTDA.	MEXCE S.A.
COSMICA CIA. LTDA.	MINERVA S.A.
CURTIDURIA TUNGURAHUA S.A.	ORTIZ JACOME DE COMERCIO CIA.LTDA.
DAVID HOMERO GARCES CORDOVA	PAMILLA IMPORT EXPORT C. LTDA.
DFECUADOR S.A.	PROCESADORA NACIONAL DE ALIMENTOS C.A. PRONACA
DIBEAL CIA. LTDA.	PRODICO S.A.
DISTRIBUIDORA DISPACIF S.A.	PRODUCTOS LATINOS S.A. PRODULATSA
DISTRIBUIDORA PANAMERICANA DE LICORES S.A.	PYDACO CIA. LTDA.
ECUASANITAS S.A.	QUIFATEX SA
ELIBETH S.A.	RADHECIMPORT CIA. LTDA.
EMBAJADA DE CANADA	REPRESENTAC. MIRANDA & MIRANDA S.A.

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
ADAPTADO POR: EL AUTOR

ALMACENES JUAN ELJURI CIA.LTDA.



RUC: 0190007510001

DIRECCION: AV.GIL RAMIREZ DAVALOS 5-32

CIUDAD: CUENCA

ACTIVIDAD: VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS

QUIFATEX S.A.



RUC: 1790371506001

DIRECCION: AV. 10 DE AGOSTO 10640 Y MANUEL ZAMBRANO

CIUDAD: QUITO

ACTIVIDAD: VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS

AGENCIAS Y REPRESENTACIONES CORDOVEZ S.A.



RUC: 1790023516001

DIRECCION: AV 10 DE AGOSTO 9922

CIUDAD: QUITO

ACTIVIDAD: VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS

3.2.2. Portafolio de Productos.

ALMACENES JUAN ELJURI CIA.LTDA.



 <p>Afincado Origen: Argentina Importador: Juan Eljuri Precio: 54 - 56 USD</p>	 <p>20 Barrels Origen: Chile Importador: Juan Eljuri Precio: 21 - 23 USD</p>	 <p>Canepa Finissimo Origen: Chile Importador: Juan Eljuri Precio: 9 - 11 USD</p>
 <p>Canepa Oak Aged Blanco Origen: Chile Importador: Juan Eljuri Precio: 8 - 10 USD</p>	 <p>Canepa Oak Aged Tinto Origen: Chile Importador: Juan Eljuri Precio: 8 - 10 USD</p>	 <p>Canepa Private Reserve Origen: Chile Importador: Juan Eljuri Precio: 12 - 14 USD</p>

 <p style="text-align: center;">Canepa Private Reserve</p> <p>Origen: Chile Importador: Juan Eljuri Precio: 14 - 16 USD</p>	 <p style="text-align: center;">Canepa Reserva 2007</p> <p>Origen: Chile Importador: Juan Eljuri Precio: 16 - 18 USD</p>	 <p style="text-align: center;">Cono Sur</p> <p>Origen: Chile Importador: Juan Eljuri Precio: 4 - 6 USD</p>
 <p style="text-align: center;">Cono Sur</p> <p>Origen: Chile Importador: Juan Eljuri Precio: 6 - 8 USD</p>	 <p style="text-align: center;">Cono Sur Orgánico</p> <p>Origen: Chile Importador: Juan Eljuri Precio: 5 - 7 USD</p>	 <p style="text-align: center;">Cono Sur Orgánico</p> <p>Origen: Chile Importador: Juan Eljuri Precio: 5 - 7 USD</p>

QUIFATEX S.A.



 <p>Etiqueta Negra Origen: Chile Importador: Quifatex S.A. Precio: 35 - 37 USD</p>	 <p>Finca Las Moras Origen: Argentina Importador: Quifatex S.A. Precio: 11 - 13 USD</p>	 <p>Finca Las Moras Origen: Argentina Importador: Quifatex S.A. Precio: 11 - 13 USD</p>
 <p>Finca Las Moras Origen: Argentina Importador: Quifatex S.A. Precio: 11 - 13 USD</p>	 <p>Tarapaca Gran Reserva Origen: Chile Importador: Quifatex S.A. Precio: 27 - 30 USD</p>	 <p>Gran Tarapaca Origen: Chile Importador: Quifatex S.A. Precio: 9 - 11 USD</p>
 <p>Gran Tarapaca Origen: Chile Importador: Quifatex S.A. Precio: 9 - 11 USD</p>	 <p>Gran Tarapaca Origen: Chile Importador: Quifatex S.A. Precio: 9 - 11 USD</p>	 <p>Gran Tarapaca Origen: Chile Importador: Quifatex S.A. Precio: 9 - 11 USD</p>

 <p>Las Moras 2006 Origen: Argentina Importador: Quifatex S.A. Precio: 18 - 20 USD</p>	 <p>Las Moras Reserva 2008 Origen: Argentina Importador: Quifatex S.A. Precio: 0 - 2 USD</p>	 <p>León de Tarapaca Origen: Chile Importador: Quifatex S.A. Precio: 7 - 9 USD</p>
 <p>León de Tarapacá Origen: Chile Importador: Quifatex S.A. Precio: 7 - 9 USD</p>	 <p>León de Tarapaca Origen: Chile Importador: Quifatex S.A. Precio: 7 - 9 USD</p>	 <p>León de Tarapaca Origen: Chile Importador: Quifatex S.A. Precio: 7 - 9 USD</p>
 <p>Millenium Origen: Chile Importador: Quifatex S.A. Precio: 46 - 48 USD</p>	 <p>Tarapaca Gran Reserva Origen: Chile Importador: Quifatex S.A. Precio: 18 - 20 USD</p>	 <p>Tarapaca Gran Reserva Origen: Chile Importador: Quifatex S.A. Precio: 18 - 20 USD</p>

AGENCIAS Y REPRESENTACIONES CORDOVEZ S.A.



 <p>Almagro Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 112 - 114 USD</p>	 <p>Amado Sur Origen: Argentina Importador: Cordovez S.A. Precio: 12 - 14 USD</p>	 <p>Amelia Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 30 - 32 USD</p>
 <p>Casillero del Diablo Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 10 - 12 USD</p>	 <p>Casillero del Diablo Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 8 - 10 USD</p>	 <p>Casillero del Diablo Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 8 - 10 USD</p>
 <p>Casillero del Diablo Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 8 - 10 USD</p>	 <p>Casillero del Diablo Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 8 - 10 USD</p>	 <p>Casillero del Diablo Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 20 - 25 USD</p>

 <p>Concha y Toro Brut Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 13 - 15 USD</p>	 <p>Don Melchor Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 48 - 50 USD</p>	 <p>Felipe Rutini Origen: Argentina Importador: Cordovez S.A. Precio: 80 - 82 USD</p>
 <p>Golden Reserve Origen: Argentina Importador: Cordovez S.A. Precio: 40 - 42 USD</p>	 <p>Marqués de Casa Concha Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 15 - 17 USD</p>	 <p>Marqués de Casa Concha Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 15 - 17 USD</p>
 <p>Marqués de Casa Concha Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 15 - 17 USD</p>	 <p>Palo Alto Reserva Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 8 - 10 USD</p>	 <p>Rutini Origen: Argentina Importador: Cordovez S.A. Precio: 16 - 18 USD</p>

 <p style="text-align: center;">Rutini</p> <p>Origen: Argentina Importador: Cordovez S.A. Precio: 22 - 24 USD</p>	 <p style="text-align: center;">Terrunyo</p> <p>Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 26 - 28 USD</p>	 <p style="text-align: center;">Terrunyo</p> <p>Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 26 - 28 USD</p>
 <p style="text-align: center;">Terrunyo</p> <p>Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 26 - 28 USD</p>	 <p style="text-align: center;">Trío</p> <p>Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 9 - 11 USD</p>	 <p style="text-align: center;">Trío</p> <p>Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 9 - 11 USD</p>
 <p style="text-align: center;">Trío</p> <p>Origen: Chile Importador: Cordovez S.A. Precio: 9 - 11 USD</p>	 <p style="text-align: center;">Trivento Reserva</p> <p>Origen: Argentina Importador: Cordovez S.A. Precio: 16 - 18 USD</p>	 <p style="text-align: center;">Trivento Reserva</p> <p>Origen: Argentina Importador: Cordovez S.A. Precio: 16 - 18 USD</p>

3.2.3. Estrategias Comerciales.

La estrategia de venta aplicada por los tres importadores analizados, por ser grandes distribuidores es:

- ✓ Manejar su publicidad a través de los vendedores del producto en los locales (showroom) de venta o comercialización; es decir el vendedor final es quien se encarga de promocionar el producto.

3.3. Bases de Segmentación de Mercado.

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes o hábitos de compra similares y que reaccionan de modo parecido ante una mezcla de marketing.

Las bases de segmentación de mercado que se aplicarán en el estudio de mercado para la importación y distribución de vinos son:

Geográfica:

- ✓ Ciudad.- La encuesta de mercado será aplicada dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

Demográfico:

- ✓ Distribuidores.- Por nosotros ser importadores la encuesta se aplicará a los distribuidores de vino.

Esta segmentación, permitirá determinar con mayor claridad los potenciales clientes y consumidores de nuestro producto. Mucho más, si se utiliza la técnica de la encuesta para ratificar lo ya mencionado.

3.4. Tamaño de la Muestra.

El procedimiento para la determinación del tamaño de la muestra es mediante el uso de la fórmula para muestreo proporcional, cuando no se conoce la probabilidad de ocurrencia.

Para el presente caso se aplicarán las encuestas a empresas distribuidoras de vinos en el Distrito Metropolitano de Quito, según cifras estadísticas en la ciudad de Quito existen cerca de 100 distribuidores de este producto.

Fórmula:

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

Desarrollo:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) * 100}{(0.05)^2 (100-1) + (1.96)^2 (0.50)}$$

Donde:

Z= Nivel de confianza (95% Desviación Estándar =1,96 valor constante)

p= Probabilidad positiva (50%)

q= Población de negativa (50%)

N= Población/Universo/Mercado Meta/Objetivo 100

e= Error de estimación (5%)

n=80

Una vez aplicada la fórmula tenemos como resultado que deberemos realizar 80 encuestas para determinar la situación actual de nuestros potenciales clientes.

3.5. Encuesta

El presente estudio de mercado está diseñado para determinar la demanda de los diferentes tipos de vinos chilenos de la marca Cono Sur dentro de los vendedores minoristas del Distrito Metropolitano de Quito.

VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.
ENCUESTA PARA LA DETERMINACIÓN DE DEMANDA DE VINOS
CHILENOS DE LA MARCA CONO SUR

Objetivo:

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la demanda de los vendedores minoristas de vinos chilenos marca Cono Sur ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito.

La información recabada será tratada únicamente con fines didácticos y con absoluta confidencialidad, por lo cual le pedimos contestar con la máxima veracidad del caso.

Instrucciones:

Por favor marque con una X la respuesta que usted seleccione.

1. ¿Qué tipo de vino comercializa con mayor frecuencia?

Sauvignon Blanc	_____	Merlot	_____
Chardonnay	_____	Syrah.	_____
Pinot Noir	_____	Cabernet Sauvignon	_____
Todos	_____		

2. ¿Estaría dispuesto a adquirir vinos chilenos de la marca cono sur?
- SI _____
- NO _____
3. ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir el producto?
- SEMANTAL _____
- QUINCENAL _____
- MENSUAL _____
4. ¿Qué cantidad de vino requiere en el periodo de tiempo indicado?
- 25-50 cajas _____
- 50-75 cajas _____
- 75-100 cajas _____
- 100 o más cajas _____
5. ¿Cómo le gustaría cancelar su pedido?
- EFFECTIVO _____
- CRÉDITO _____
6. ¿En qué lugares se comercializa con mayor frecuencia el producto?
- COMISARIATOS _____
- SUPERMERCADOS _____
- DELICATESSEN _____
- LICORERIAS _____

3.6. Análisis e interpretación de resultados.

Para el desarrollo de este punto nos será útil el Programa SPSS 18 en español, el cual nos arrojará la tabulación de los resultados de la encuesta con tablas y gráficos representativos por cada pregunta.

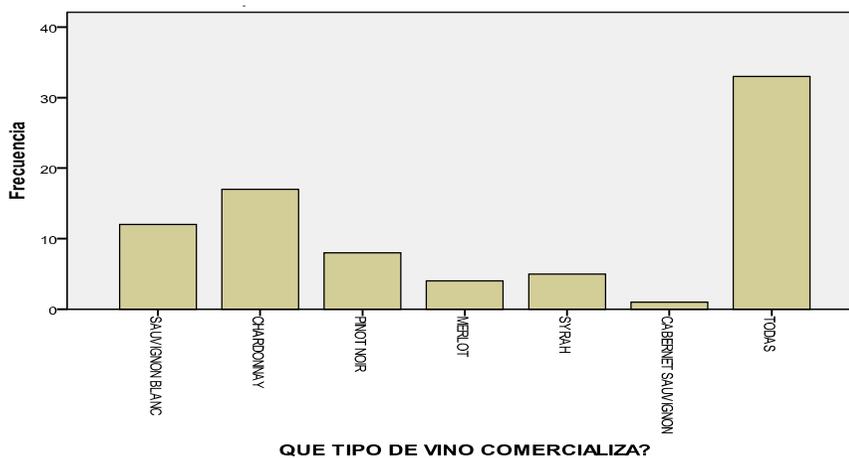
Pregunta 1 ¿Qué tipo de vino comercializa con mayor frecuencia?

TABLA No. 8
¿QUE TIPO DE VINO COMERCIALIZA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SAUVIGNON BLANC	10	15,0	15,0	15,0
CHARDONNAY	14	21,3	21,3	36,3
PINOT NOIR	6	10,0	10,0	46,3
MERLOT	3	5,0	5,0	51,3
SYRAH	4	6,3	6,3	57,5
CABERNET SAUVIGNON	1	1,3	1,3	58,8
TODAS	21	41,3	41,3	100,0
Total	59	100,0	100,0	

FUENTE: Alexandra Pantoja

GRAFICO No. 4
¿QUE TIPO DE VINO COMERCIALIZA?



FUENTE: Alexandra Pantoja

Análisis e Interpretación.- En base a la tabla No.8 del resultado de la pregunta 2 podemos determinar que el 41.3% de los encuestados que consumen vinos chilenos comercializan todos los tipos de vinos, mientras que el 21% comercializa los del tipo Chardonnay, seguidos por el 15% que comercializa con mayor frecuencia el tipo Sauvignon Blanc. Esto nos da la pauta del tipo de vino a importar en mayor cantidad.

Pregunta 2 ¿Estaría dispuesto a adquirir vinos chilenos de la marca cono sur?

TABLA No. 9

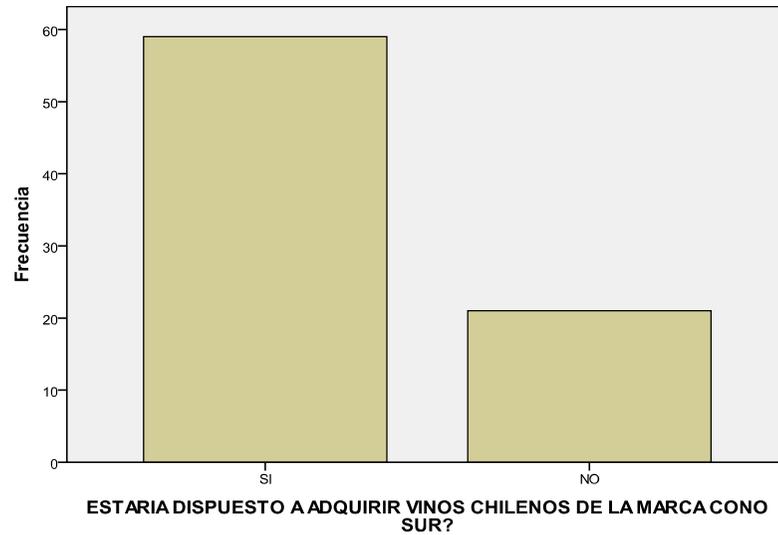
¿ESTARIA DISPUESTO A ADQUIRIR VINOS CHILENOS DE LA MARCA CONO SUR?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	59	73,8	73,8	73,8
	NO	21	26,3	26,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

FUENTE: Alexandra Pantoja

GRAFICO No. 5

¿ESTARIA DISPUESTO A ADQUIRIR VINOS CHILENOS DE LA MARCA CONO SUR?



FUENTE: Alexandra Pantoja

Análisis e Interpretación.- En base a la tabla No.9 del resultado respectivo a la pregunta 1 podemos determinar que el 73,8% de los encuestados están dispuestos a adquirir vinos chilenos de la marca Cono Sur en tanto que el 26,3% no está dispuesto a consumir vinos de dicha marca; siendo así el 73.8% nuestros potenciales clientes.

Pregunta 3 ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir el producto?

TABLA No. 10

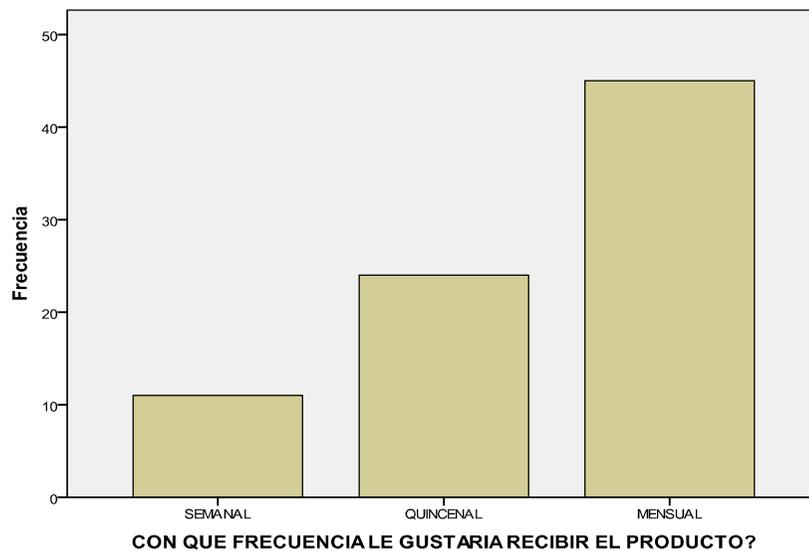
¿CON QUE FRECUENCIA LE GUSTARIA RECIBIR EL PRODUCTO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SEMANAL	9	13,8	13,8	13,8
QUINCENAL	18	30,0	30,0	43,8
MENSUAL	32	56,3	56,3	100,0
Total	59	100,0	100,0	

FUENTE: Alexandra Pantoja

GRAFICO No. 6

¿CON QUE FRECUENCIA LE GUSTARIA RECIBIR EL PRODUCTO?



FUENTE: Alexandra Pantoja

Análisis e Interpretación.- La tabla No.10 de la pregunta 3 nos indica que la frecuencia de compra de los vinos entre los potenciales clientes en de forma mensual es del 56,3%, seguidos por el 30% que lo hace quincenalmente y el 13.8% cada semana; esto nos da la pauta de la frecuencia con la cual deberemos entregar los vinos a nuestros clientes.

Pregunta 4 ¿Qué cantidad de vino requiere en el periodo de tiempo indicado?

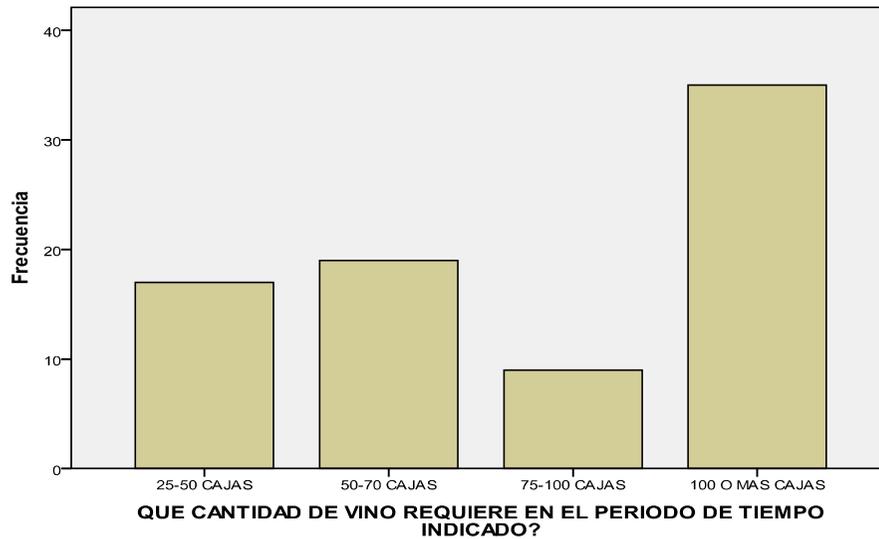
TABLA No. 11
¿QUE CANTIDAD DE VINO REQUIERE EN EL PERIODO DE TIEMPO
INDICADO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 25-50 CAJAS	12	21,3	21,3	21,3
50-70 CAJAS	14	23,8	23,8	45,0
75-100 CAJAS	7	11,3	11,3	56,3
100 O MAS CAJAS	26	43,8	43,8	100,0
Total	59	100,0	100,0	

FUENTE: Alexandra Pantoja

GRAFICO No. 7

¿QUE CANTIDAD DE VINO REQUIERE EN EL PERIODO DE TIEMPO INDICADO?



FUENTE: Alexandra Pantoja

Análisis e Interpretación.- Según los resultados mostrados en la tabla No.11 de la pregunta 4 podemos determinar que de los potenciales clientes el 43.8% compran un rango de entre 100 o más cajas de vino mensualmente.

Pregunta 5 ¿Cómo le gustaría cancelar su pedido?

TABLA No. 12

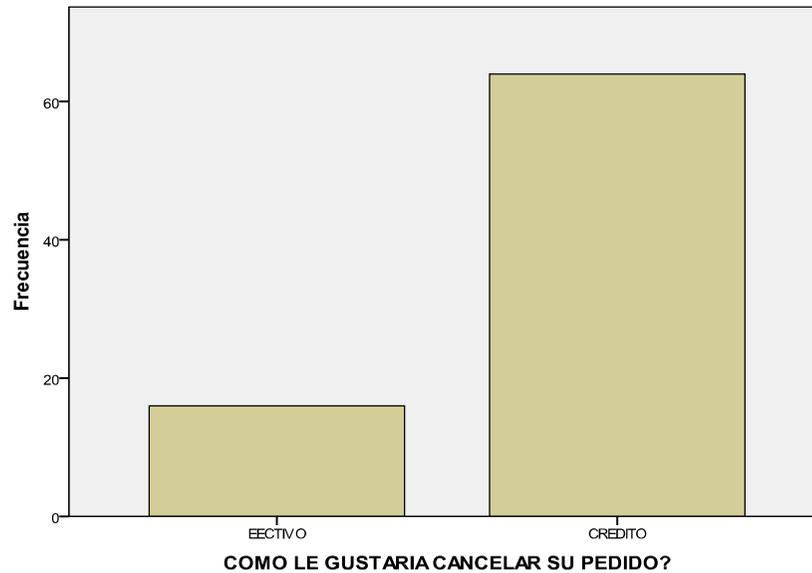
¿COMO LE GUSTARIA CANCELAR SU PEDIDO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EECTIVO	12	20,0	20,0	20,0
	CREDITO	47	80,0	80,0	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

FUENTE: Alexandra Pantoja

GRAFICO No. 8

¿COMO LE GUSTARIA CANCELAR SU PEDIDO?



FUENTE: Alexandra Pantoja

Análisis e Interpretación.- La tabla No.12 de los resultados correspondientes a la pregunta 5 nos indica que el 80% de los clientes prefieren hacer los pagos a crédito mientras que el 20% si hace los pagos en efectivo.

Pregunta 6 ¿En qué lugares se comercializa con mayor frecuencia el producto?

TABLA No. 13

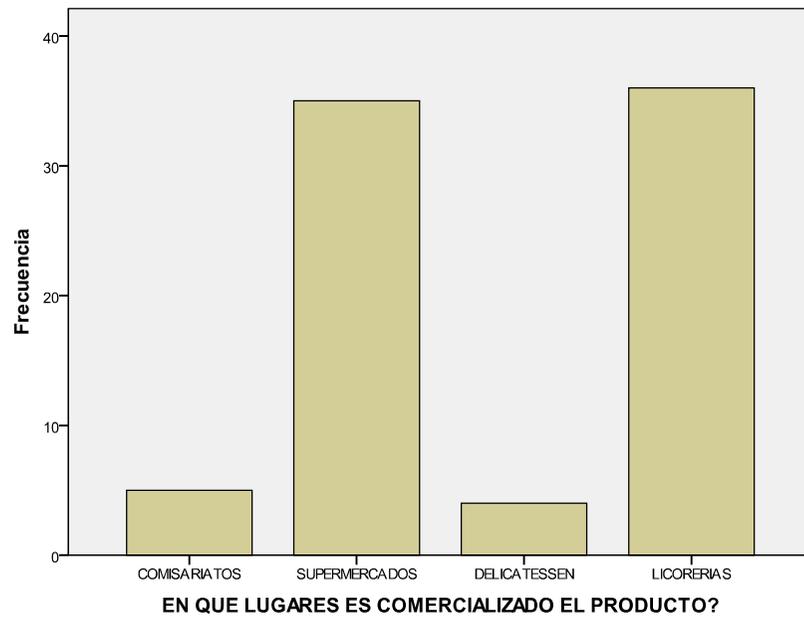
¿EN QUE LUGARES ES COMERCIALIZADO EL PRODUCTO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	COMISARIATOS	4	6,3	6,3	6,3
	SUPERMERCADOS	28	43,8	43,8	50,0
	DELICATESSEN	3	5,0	5,0	55,0
	LICORERIAS	24	45,0	45,0	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

FUENTE: Alexandra Pantoja

GRAFICO No. 9

¿EN QUE LUGARES ES COMERCIALIZADO EL PRODUCTO?



FUENTE: Alexandra Pantoja

Análisis e Interpretación.- En los resultados reflejados en la tabla No.13 de la pregunta 6 podemos determinar que los lugares en los cuales se comercializa el vino en mayor cantidad son las licorerías y supermercados.

CAPITULO IV

4. DIAGNOSTICO DE LAS VARIABLES UTILIZADAS EN COMERCIO EXTERIOR.

4.1. Acuerdos Comerciales.

Los Acuerdos Comerciales son un entendimiento bilateral o multilateral entre estados o regiones, cuyo objeto es armonizar y aumentar los intercambios comerciales, acatando condiciones específicas en su relación comercial e incluyendo concesiones benéficas para ambas partes.

El Ecuador forma parte de varias organizaciones y dentro de ellas establece acuerdos multilaterales generales y específicos en materia comercial.

Uno de los beneficios de los acuerdos comerciales es la reducción del porcentaje de ad valorem que grava la subpartida arancelaria; esta liberación depende de la negociación hecha con la otra parte.

4.1.1. CAN – MERCOSUR.

Comunidad Andina de Naciones CAN.

Está integrada por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú y por los órganos e instituciones del Sistema Andino de Integración.

El Sistema Andino de Integración facilita una coordinación efectiva de los órganos e instituciones que lo conforman para profundizar la integración subregional, promover su proyección externa y consolidar y robustecer las acciones relacionadas con el proceso de integración.

El proceso andino de integración se inició con la suscripción del Acuerdo de Cartagena el 26 de mayo de 1969.

“Los objetivos de la CAN son:

- ✓ Promover el desarrollo equilibrado y armónico de los países miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social, acelerar su crecimiento y la generación de ocupación, facilitar su participación en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano.
- ✓ Propender a disminuir la vulnerabilidad externa y mejorar la posición de los países miembros en el contexto económico internacional, fortalecer la solidaridad subregional y reducir las diferencias de desarrollo existentes entre los países miembros.”⁷

MERCOSUR.

Es una unión subregional integrada por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, con Bolivia y Venezuela en proceso de incorporación. Tiene como países asociados a Chile, Colombia, Ecuador y Perú. Fue creado el 26 de marzo de 1991 con la firma del Tratado de Asunción, estableciendo:

- ✓ La libre circulación de bienes, servicios y factores productivos entre los países;
- ✓ El establecimiento de un arancel externo común y la adopción de una política comercial común;
- ✓ La coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales entre los Estados partes;
- ✓ La armonización de las legislaciones para lograr el fortalecimiento del proceso de integración.

⁷ http://www.micip.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=102%3Acomunidad-andina-de-naciones-can-&catid=7%3Aacuerdos-comerciales&Itemid=8

Acuerdo Comercial Ecuador - Chile #32.

El acuerdo bilateral que mantienen Ecuador y Chile se denomina Acuerdo de Complementación Económica (ACE No.32) y se suscribió el 20 de diciembre de 1994 en Quito.

El primer objetivo del acuerdo fue aumentar el bienestar de los habitantes de los dos países, mediante el aumento y diversificación del intercambio de bienes y servicios, en el nuevo marco de apertura.

Se consideró también la importancia de intensificar las relaciones económicas y comerciales, coordinar y complementar las actividades económicas, así como establecer un espacio económico ampliado entre los dos países que permita la libre circulación de bienes.

Para el caso de los vinos, amparados bajo la subpartida 2204.21.00.00, la misma que consta en el listado del Acuerdo de Complementación Económica Ecuador-Chile ha negociado la liberación del 100% del ad valorem con la presentación del Certificado de Origen.

4.2. Requisitos arancelarios y para arancelarios.

Los requisitos arancelarios son aquellos que están dados por el pago de ad valorem, salvaguardias y aranceles mixtos.

Los requisitos para arancelarios son los documentos y permisos necesarios para una importación o exportación; regulaciones sanitarias, ecológicas, normas técnicas, de calidad, requisitos de empaque y etiquetado, medidas de seguridad, cuotas, entre otros determinados por cada país al cual ingrese la mercancía.

Para la importación de vinos como requisito para arancelario tenemos el Registro Sanitario, emitido por el Ministerio de Salud Pública a través del El Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical “Leopoldo Izquieta Pérez” (INH), el cual debe ser obtenido previo a la importación del producto.

4.2.1. Registro Sanitario.

Los alimentos procesados o aditivos, medicamentos en general, productos naturales procesados, drogas, insumos o dispositivos médicos, productos médicos naturales y homeopáticos unicistas, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, fabricados en el Ecuador o en el exterior, deberán contar con Registro Sanitario para su producción, almacenamiento, transportación, comercialización y consumo.

El Registro Sanitario tendrá una vigencia de siete años contados a partir de la fecha de su otorgamiento. (Ver Anexo No. 3)

“TRAMITE DE OBTENCIÓN DE REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS.

PARA INSCRIPCION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS DE FABRICACION EXTRANJERA:

CARPETA No. 1

- ✓ SOLICITUD dirigida al Director General de Salud, individual para cada producto sujeto a Registro Sanitario.
- ✓ PERMISO DE FUNCIONAMIENTO del local de almacenamiento de los productos: Actualizado y otorgado por la Autoridad de Salud competente (Original a ser devuelto y una copia).
- ✓ CERTIFICACION OTORGADA POR LA AUTORIDAD DE SALUD COMPETENTE de que el establecimiento reúne las disponibilidades técnicas para almacenar el producto. (Original a ser devuelto y una copia); (Corresponde al acta que levanta la autoridad de salud una vez que realiza la inspección del establecimiento).
- ✓ INFORMACION TECNICA RELACIONADA CON EL PROCESO DE ELABORACION Y DESCRIPCION DEL EQUIPO UTILIZADO, con firma del Técnico Responsable de la empresa extranjera.
- ✓ FORMULA CUALI -CUANTITATIVA: Incluyendo aditivos, en orden decreciente de las proporciones usadas (en porcentaje referido a 100g. ó 100ml.). Original.
- ✓ ESPECIFICACIONES QUIMICAS DEL MATERIAL UTILIZADO EN LA MANUFACTURA DEL ENVASE. Con firma del Técnico Responsable. Original.
- ✓ PROYECTO DE ROTULO A UTILIZAR POR CUADRUPLICADO: Dos originales.

- ✓ INTERPRETACION DEL CODIGO DE LOTE: Con firma del Técnico Responsable.
 - LOTE: Una cantidad determinada de un alimento producida en condiciones esencialmente iguales.
 - CODIGO DE LOTE: Modo simbólico acordado por el fabricante para identificar un lote.
 - PAGO DE LA TASA POR EL ANALISIS DE CONTROL DE CALIDAD, PREVIO A LA EMISION DEL REGISTRO SANITARIO: Cheque certificado a nombre del Instituto de Higiene y Malaria Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez" por el valor fijado en el respectivo Reglamento.
- ✓ DOCUMENTOS QUE PRUEBEN LA CONSTITUCION, EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL DE LA ENTIDAD SOLICITANTE DEL REGISTRO SANITARIO, cuando se trate de persona jurídica. Original.
- ✓ TRES (3) MUESTRAS DEL PRODUCTO ENVASADO EN SU PRESENTACION FINAL Y PERTENECIENTES AL MISMO LOTE. (Para presentaciones grandes, como por ejemplo: sacos de harina, de azúcar, jamones, etc., se aceptan muestras de 500 gramos cada una, pero en envase de la misma naturaleza).

ADEMAS DE LOS REQUISITOS SEÑALADOS ANTERIORMENTE, ADJUNTAR:

- ✓ CERTIFICADO DE REGISTRO SANITARIO: O su equivalente en el país de origen.
- ✓ CERTIFICADO DE LIBRE VENTA: Otorgado por la Autoridad competente en el país de origen. Original.
- ✓ CERTIFICADO DE ANALISIS DE CONTROL DE CALIDAD DEL LOTE DEL PRODUCTO QUE ESTA SOMETIDO AL TRAMITE:

Expedido por un Laboratorio Oficial del país de origen y vigente por seis meses. Original.

- ✓ AUTORIZACION LEGAL DEL FABRICANTE EXTRANJERO AL REPRESENTANTE NACIONAL para tramitar el Registro Sanitario.

TODO CERTIFICADO EMITIDO EN EL EXTERIOR DEBERA SER LEGALIZADO POR EL CONSUL DEL ECUADOR EN EL PAIS DE ORIGEN Y LA CANCELLERIA SI EL CASO LO REQUIERE: Los mismos deberán ser traducidos al idioma castellano.

CARPETAS No. 2 y No. 3

TANTO PARA PRODUCTOS NACIONALES COMO PARA PRODUCTOS DE FABRICACION EXTRANJERA:

Ingresar, cada una, con una copia de los siguientes documentos:

- ✓ Solicitud
- ✓ Fórmula cuali-cuantitativa
- ✓ Permiso de Funcionamiento
- ✓ Certificación otorgada por la Autoridad de Salud competente
- ✓ Interpretación del código de lote
- ✓ Certificado de análisis de control de calidad del lote del producto en trámite
- ✓ Información técnica relacionada con el proceso de elaboración y descripción del equipo utilizado
- ✓ Proyecto de rótulo o etiqueta

PARA PRODUCTOS EXTRANJEROS: A más de los documentos señalados anteriormente, copias de:

- ✓ Certificado de Registro Sanitario o su equivalente
- ✓ Certificado de libre venta
- ✓ Certificado de análisis de control de calidad
- ✓ Autorización legal del fabricante extranjero al Representante Nacional.

REINSCRIPCION DE PRODUCTOS NACIONALES Y EXTRANJEROS.

PARA LA REINSCRIPCION DE PRODUCTOS, TANTO NACIONALES COMO EXTRANJEROS: Además de los documentos señalados anteriormente adjuntar, original del registro sanitario o copia certificada, pago de la tasa anual de mantenimiento del registro sanitario y etiquetas originales.

INSTRUCTIVO GENERAL.

- ✓ Los datos de la solicitud deben concordar con los de los rótulos o etiquetas y con los documentos adjuntos.
- ✓ El rótulo o etiqueta de los productos que solicitan inscripción puede o no estar impresa (pero deben presentar facsímil).
- ✓ El rótulo o etiqueta llevará los siguientes datos, (Norma Técnica INEN 1334):
 - a. Nombre del producto
 - b. Marca Comercial
 - c. Identificación del lote
 - d. Razón Social de la Empresa
 - e. Contenido Neto en unidades del Sistema Internacional
 - f. Indicar si se trata de un alimento artificial
 - g. Número de Registro Sanitario
 - h. Fecha de elaboración

- i. Tiempo máximo de consumo
 - j. Lista de Ingredientes
 - k. Forma de conservación
 - l. Precio de venta al público, P.V.P.
 - m. Ciudad y país de origen
- ✓ Cuando un producto alimenticio durante el trámite para la inscripción o reinscripción en el Registro Sanitario fuere objetado, el fabricante deberá hacer una reconsideración en un lapso no mayor de tres meses, debiendo dar cumplimiento a las observaciones emitidas en el informe de objeción.
 - ✓ En caso de productos rechazados por análisis, el fabricante deberá remitir nuevas muestras, adjuntando el valor de la tasa correspondiente.
 - ✓ El Registro Sanitario tendrá una vigencia de siete (7) años, contados a partir de la fecha de su expedición. Vencida la vigencia podrá renovarse por períodos iguales en los términos establecidos en el Código de la Salud y en el Reglamento de Alimentos.
 - ✓ Los alimentos registrados para mantener la vigencia de sus registros deberán pagar anualmente la tasa fijada para tal objeto. El pago deberá efectuarse hasta el 31 de marzo de cada año.
 - ✓ La persona responsable de todo alimento inscrito en el Registro Sanitario que lo retire del mercado deberá comunicar a la Dirección General de Salud.
 - ✓ No se permitirá la comercialización de un producto alimenticio con la leyenda "REGISTRO SANITARIO EN TRAMITE".

LA DOCUMENTACION Y MUESTRAS DEBEN SER PRESENTADAS EN EL INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE "LEOPOLDO IZQUIETA PEREZ". “⁸

TASAS DE INSCRIPCION DE REGISTRO DE ALIMENTOS.

CATEGORIAS:	INSCRIPCIONES
EXTRANJEROS	USD 781,20
INDUSTRIA	USD 617,40
PEQUEÑA INDUSTRIA	USD 294,00

En el caso de nuestra empresa “VINOS LAS NUBES CIA LTDA” la tasa a pagar por la obtención del Registro Sanitario será de un valor de \$294,00 dólares americanos.

⁸ http://www.fedexpor.com/img/req_permiso_sanitario.pdf

4.3. Normas de Origen.

Las normas de origen son fundamentales para asegurar que los beneficios del mercado ampliado alcancen sólo a los productos de los países comprometidos en un proceso de integración. A través de ellas, se establecen las condiciones mínimas que debe cumplir una mercancía para ser considerada originaria.

Las normas de origen tienen por objeto determinar el país donde una mercancía fue producida, de conformidad con los criterios en ellas definidos. Se trata de normas necesarias para la ejecución de distintos instrumentos de política comercial, como la aplicación de derechos preferenciales de importación o la adjudicación de cupos arancelarios, y así mismo para la obtención de estadísticas comerciales.

Las normas de origen deberán ser objetivas, claras y previsibles, y aplicarse de manera uniforme, imparcial, transparente y coherente, de tal forma que no se conviertan en un obstáculo innecesario al comercio.

Para que las mercancías puedan beneficiarse de los tratamientos preferenciales negociados en los acuerdos suscritos al amparo del Tratado de Montevideo 1980 (TM 80), deberán calificar como "originarios" de conformidad con lo establecido en el Régimen de Origen de cada acuerdo.

A efectos de determinar en qué circunstancias un producto califica como originario —es decir, que cumple con las normas que para su producción impone un determinado acuerdo comercial—, es posible considerar tres situaciones diferentes, con arreglo a las cuales las mercancías de exportación pueden agruparse a la vez en tres categorías que les habilitan para recibir las preferencias pactadas:

- a) Mercancías que son obtenidas totalmente o producidas íntegramente en el territorio de los países participantes de un acuerdo comercial;
- b) Mercancías que son producidas exclusivamente a partir de materiales originarios del territorio de los países participantes del acuerdo comercial; y
- c) Mercancías en cuya elaboración se utilizan materiales de países no participantes del acuerdo comercial, siempre que sean el resultado de un proceso de transformación suficiente.

Son tres los criterios corrientemente utilizados para determinar el grado de suficiencia de un proceso de transformación:

- ✓ Criterio de cambio de clasificación. Se especifica cuál es el cambio de clasificación que deberán cumplir las mercancías, en los distintos niveles (capítulo, partida o subpartida) del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA).
- ✓ Criterio de contenido nacional o regional, o del valor agregado. Se indica el método de cálculo y el porcentaje correspondiente.
- ✓ Criterio de producción, fabricación o elaboración. Se especifica con precisión la operación o el proceso productivo que confiere origen a la mercancía.

4.3.1. Certificado de origen.

El Certificado de Origen es un documento por el cual el productor final, o en su caso el exportador, declaran bajo juramento que la mercancía que se va a exportar ha cumplido con las exigencias que para su elaboración establecen las normas de origen del acuerdo de que se trate. Este documento se presenta en diferentes formatos según el respectivo acuerdo, y habilitará al importador a nacionalizar las mercancías beneficiándose de las respectivas preferencias.

La finalidad del Certificado de Origen es garantizar que la mercancía es originaria del lugar desde el cual nace la importación; en el caso de que la mercancía se de origen de unos de los países con los cual tenemos firmados convenios de negociación internacional el certificado permite liberar el porcentaje que dependiendo del acuerdo corresponde a la mercancía. (Ver Anexo No. 4)

CAPITULO V

5. PROCESO LOGISTICO Y OPERATIVO DE COMERCIO EXTERIOR.

5.1. Contrato Importador – Exportador.

El Contrato de Compraventa Internacional es un texto impreso con las condiciones generales de venta y es especialmente útil para las empresas de tamaño mediano o pequeño que se dediquen al Comercio Internacional, tomando muy en cuenta que este contrato se lo realiza de forma bilateral de manera online (vía internet).

El intercambio de bienes y servicios de un país a otro se realizan según las condiciones pactadas por los sujetos que intervienen y celebran contratos internacionales.

El contrato de compraventa es una de las modalidades más usadas en la práctica del comercio internacional, regula las obligaciones de vendedor y comprador, es conveniente que el contrato incluya un conjunto específico de materias.

Importancia del Contrato de Compraventa.

El Contrato de compraventa es firmado por el exportador e importador y evidenciado por el documento de contrato respectivo, el cual contiene las características de calidad, cantidad, partida arancelaria, valor, peso y moneda de negociación entre otros aspectos y provisiones de la transacción comercial externa, e incluye las condiciones de transporte, seguro y entrega, términos de pago, así como el tipo de cotización (INCOTERMS).

Es recomendable que toda negociación comercial internacional se formalice preferiblemente por escrito (vía mail). La oferta debe ser firme, precisa dirigida a la persona determinada, de lo contrario no es más que una simple propuesta comercial, debe fijarse un plazo al comprador para su aceptación.

El contrato entra en vigor una vez firmado, con salvedad de disposiciones gubernamentales, como por ejemplo, la aprobación de licencias de exportación y de importación, o el eventual pago por anticipado.

Algunas precauciones deben ser tomadas por el exportador en lo referente a disposiciones vigentes en el país de destino.

5.2. Lista de Precios.

Una vez celebrado el contrato de compraventa entre el proveedor y el comprador se procede a la transacción de la mercancía, para lo cual el primer paso es solicitar al proveedor una lista de precios o proforma de los productos que se desean adquirir.

El proveedor los enviará a su cliente para que realice el pedido de acuerdo a sus necesidades.

5.3. Nota de Pedido u Orden de Compra.

Es un documento mediante el cual una persona o empresa formula un pedido de compra a su proveedor. Obliga al comprador si el vendedor se ajusta al pedido en calidad y cantidad, y no obliga al vendedor si el comprador no se ajusta a lo ofrecido por aquel en sus listas de precios, proformas u ofertas.

El pedido u orden de compra debe contener los siguientes datos:

- ✓ Fecha.
- ✓ Nombre y domicilio del comprador.
- ✓ Nombre y domicilio del proveedor a quien se cursa la orden.
- ✓ Numero de la orden
- ✓ Detalles de las mercaderías solicitadas(clase, características, medidas, unidades y precio
- ✓ Forma de pago, bonificaciones y descuentos
- ✓ Fecha y lugar de entrega
- ✓ Firma del comprador o de un funcionario o empleado autorizado.

5.4. 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, número de bultos, etc.

La finalidad de la factura es acreditar la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios cuando la operación se realice con sujetos del Impuesto General a las Ventas que tengan derecho al crédito fiscal. Asimismo cuando el comprador o usuario lo solicite a fin de sustentar gastos y costos para efecto tributario y en el caso de operaciones de importación.

La factura comercial debe reflejar los pagos directos efectuados o por efectuar del comprador al vendedor y los pagos indirectos realizados o por realizar del comprador a terceros en beneficio del vendedor, tiene que ser un documento original y definitivo y ser expedida por el vendedor de la mercancía.

“En la factura comercial debe contener como mínimo los siguientes datos:

- a) Membrete o logotipo del vendedor.
- b) Número y fecha de expedición.
- c) Nombre y dirección del vendedor.
- d) Nombre y dirección del comprador.
- e) Descripción de la mercancía.
- f) Cantidad.
- g) Precio unitario y total.
- h) Moneda de la transacción comercial.
- i) Lugar y condiciones de entrega de la mercancía, según los términos Internacionales de Comercio "INCOTERMS", establecidos por la Cámara de Comercio Internacional u otros acuerdos.

La factura comercial puede tomar la forma de un mensaje electrónico, en cuyo caso deberá cumplir con los requisitos antes señalados y para lo cual se aplicará lo establecido en la legislación nacional sobre regulación del comercio electrónico.

Cuando las facturas comerciales se presenten en un idioma diferente al español, la autoridad aduanera podrá exigir al importador que adjunte la traducción correspondiente.”⁹

⁹ <http://www.comunidadandina.org/normativa/res/r1112sg.htm>

5.5. Registro de Operador Económico Autorizado (OEA) ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

Cédula de Ciudadanía.

Es un documento emitido por una autoridad administrativa competente para permitir la identificación personal de los ciudadanos. En nuestro país la autoridad competente es el Registro Civil.

Para la obtención de este documento se debe tener la mayoría de edad (18 años) y ser ecuatoriano de nacimiento o legalmente reconocido, para el caso de los extranjeros nacionalizados.

Registro Único de Contribuyentes.

Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), su función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Registro OEA.

Para poder realizar cualquier actividad relacionada al Comercio Exterior se debe realizar el registro como Operador Económico Autorizado ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en su página web www.aduana.gob.ec

El registro como importador se lo hace llenando los datos del formulario que está en el link “Registro de Datos”

<http://sice1.aduana.gob.ec/aduana/admin/FormularioRegistroOCE.jsp>

El código de operador es el número del RUC de quien se está registrando, se debe crear una clave de acceso provisional de 10 dígitos la misma que será reemplazada por la definitiva una vez legalizado con la documentación respectiva este registro.

“El registro de importador se lo hace como:

- ✓ Persona natural
- ✓ Persona jurídica
 - Derecho Privado
 - Derecho Público

Según la condición del OEA”¹⁰

Los requisitos para el registro como Persona Natural:

- ✓ Carta de solicitud de registro como OEA (Ver Anexo No. 5)
- ✓ Cedula de Ciudadanía
- ✓ Registro Único de Contribuyentes RUC

¹⁰ Manual de Importaciones y Exportaciones, guía práctica. Autor: Ing. Legarda R. Ángel Ramiro, Noviembre 2008

Para el registro como importador de una Persona Jurídica tanto de Derecho Privado como de Derecho Público se requiere de los siguientes documentos:

- ✓ Carta de solicitud de registro como OEA
- ✓ Cedula de Ciudadanía
- ✓ Registro Único de Contribuyentes RUC
- ✓ Nombramiento de Representante Legal de la Empresa
- ✓ Constitución de la Empresa

Los documentos para el registro de importador como Persona Natural y Persona Jurídica de Derecho Privado y Derecho Público, deben entregarse en copias a color y debidamente notariados en la ventanilla de Atención al Usuario donde revisan que la información esté correcta y no existan inconvenientes con entidades anexas como el SRI. Una vez realizada la revisión documental la SENAE procede a dar autorización para generar la clave definitiva.

5.6. Registro de firmas para la DAV.

Para el caso de los importadores es preciso también realizar el registro de la firma de la persona autorizada por el importador a firmar la Declaración Andina del Valor DAV.

Este registro se lo hace una vez obtenida la clave definitiva del OEA.

En el caso de las Personas Naturales se debe presentar la siguiente documentación:

- ✓ Carta de solicitud de registro de firma (Ver Anexo No. 6)
- ✓ Registro de firma para Declaración Andina de Valor (Ver Anexo No. 7)
- ✓ Cedula de Ciudadanía
- ✓ Registro Único de Contribuyentes RUC

Para el caso de las Personas Jurídicas tanto de Derecho Privado como de Derecho Público se debe presentar los siguientes documentos:

- ✓ Carta de solicitud de registro de firma
- ✓ Registro de firma para Declaración Andina de Valor
- ✓ Cedula de Ciudadanía
- ✓ Registro Único de Contribuyentes RUC
- ✓ Nombramiento de Representante Legal de la Empresa
- ✓ Constitución de la Empresa

Los documentos para el registro de la firma autorizada para la DAV ya sea de Persona Natural o Persona Jurídica de Derecho Privado y Derecho Público deben entregarse en copias a color y debidamente notariados en la ventanilla de Secretaría donde revisan que el formato haya sido subido a la página de la SENAE en el link

<http://sice1.aduana.gob.ec/aduana/general/menu.jsp>

Si la información está correcta inmediatamente se aprueba la firma y el registro queda culminado.

5.7. INCOTERMS – Negociación con el proveedor.

Los International Commercial Terms, INCOTERMS, son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.

También se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del INCOTERM influye sobre el costo del contrato.

El propósito de los INCOTERMS es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional.

Los INCOTERMS determinan:

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

Los INCOTERMS se clasifican en 4 grupos que son:

- ✓ **Grupo E** – Entrega directa a la salida:

EXW = Ex works // en fábrica

- ✓ **Grupo F** – Entrega indirecta, sin pago del transporte principal

FCA = Free carrier // franco transportista (lugar convenido)

FAS = Free alongside ship // franco al costado del buque (puerto de carga convenido)

FOB = Free on board // franco a bordo (puerto de carga convenido)

- ✓ **Grupo C** – Entrega indirecta, con pago del transporte principal

CFR = Cost and freight // coste y flete (puerto de destino convenido)

CIF = Cost, insurance and freight // coste, seguro y flete (puerto de destino convenido)

CPT = Carriage paid to // transporte pagado hasta (lugar de destino convenido)

CIP =Carriage and insurance paid // transporte y seguro pagados hasta (lugar de destino convenido)

✓ **Grupo D** – Entrega directa en la llegada

DAF = Delivered at frontier // entregada en frontera (lugar convenido)

DES = Delivered Ex Ship // entregada sobre buque (puerto de destino convenido)

DEQ = Delivered Ex Quay // entregada en muelle (puerto de destino convenido)

DDU =Delivered duty unpaid // entregada derechos no pagados (lugar de destino convenido)

DDP =Delivered Duty Paid // entregada derechos pagados (lugar de destino convenido)

A partir de Enero del 2011 entran en vigencia los INCOTERMS 2010. La variación que hay es que desaparecen 4 INCOTERMS del grupo de las D, estos son:

- ✓ DDU (Delivered Duty Unpaid)
- ✓ DAF (Delivered At Frontier)
- ✓ DES (Delivered Ex Ship)
- ✓ DEQ (Delivered Ex Quay)

Estos son reemplazados por dos nuevos INCOTERMS, los cuales son:

- ✓ DAT = Delivered At Terminal // entrega en terminal (lugar de destino convenido)
- ✓ DAP = Delivered At Place // entrega en lugar (lugar de destino convenido)

La negociación de la empresa “VINOS LAS NUBES CIA. LTDA.” está dada con el INCOTERM **CFR**.

CFR- COSTO Y FLETE.

El precio comprende la mercadería puesta en puerto de destino, con flete pagado pero seguro no cubierto. El vendedor debe despachar la mercadería en Aduana y solamente puede usarse en el caso de transporte por mar o vías navegables interiores.

El riesgo de pérdida o daño de las mercaderías así como cualquier coste adicional debido a eventos ocurridos después del momento de la entrega, se transmiten del vendedor al comprador

El término CFR exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.

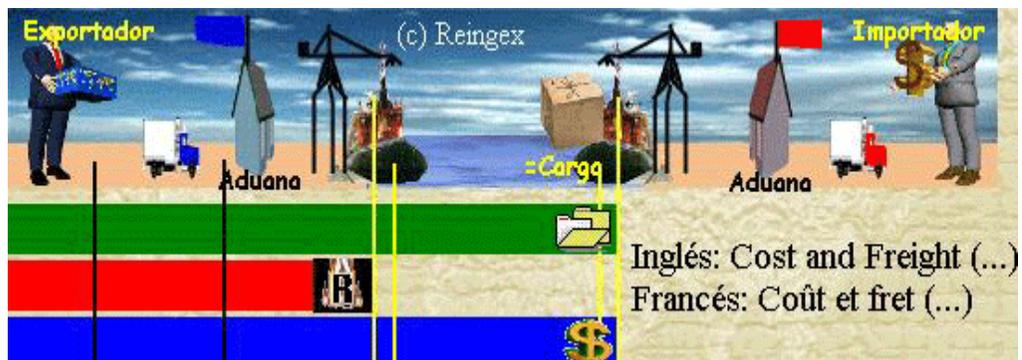
Obligaciones del Vendedor:

- ✓ Entregar la mercadería y documentos necesarios
- ✓ Envase, Empaque y Embalaje
- ✓ Flete interno (de fábrica al lugar de exportación / Inland)
- ✓ Aduana de salida (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- ✓ Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)
- ✓ Flete internacional (de lugar de exportación al lugar de importación)

Obligaciones del Comprador:

- ✓ Pago de la Mercadería
- ✓ Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- ✓ Aduana de ingreso (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- ✓ Flete y seguro desde el puerto de destino hasta las bodegas del asegurado
- ✓ Demoras

GRAFICO No. 10
INCOTERM CFR



FUENTE: <http://export.reingex.com/img/cfr.gif>

5.8. Elección del medio de transporte.

5.8.1. Navieras.

Se denomina así a las empresas que manejan el tráfico marítimo de mercadería. Por lo general son propietarias de flotas de buques para el transporte de contenedores o carga suelta, con destino a todas partes del mundo.

Para el desarrollo de este proyecto se utilizará los servicios de la naviera GREENANDES, la cual ofrece su servicio de transporte naviero que comprende los puertos principales del Pacífico Suramericano, recorriendo desde Valparaíso en Chile hasta el terminal de Colón en Panamá (propiedad de Evergreen), a través de los cuales se conecta con las principales rutas navieras del mundo: Costa Oeste de Estados Unidos, Costa Este de Estados Unidos, Europa, Caribe, Lejano Oriente, etc.

5.8.2. Rutas.

GRAFICO No. 11
RUTA NAVIERA GREENANDES



FUENTE: <http://www.greenandes.com.ec/centerfold.jpg>

5.8.3. Tarifas.

Las tarifas del transporte internacional están dadas en base a las toneladas, m³, tipo de mercancía y la ruta del viaje.

En el caso del presente proyecto los precios de los vinos negociados incluyen el valor del flete internacional por haberse negociado en CFR.

5.9. Empresas Aseguradoras.

Las empresas de seguros juegan un papel importante en las importaciones debido a que las mercancías están expuestas a que se dañen, se extravíen o sean robadas durante su traslado del país de origen hacia el país de destino.

El objetivo del seguro es cubrir el riesgo que pueda acaecer sobre cualquier elemento que sea transportable. Dicho riesgo puede repercutir sobre los bienes, el medio de transporte o, en el caso de la cobertura por responsabilidad civil, sobre el patrimonio del asegurado con el que tendría que hacer frente a eventuales indemnizaciones.

Para el desarrollo de este proyecto se trabajará con la empresa aseguradora ACE SEGUROS S.A. la cual tiene más de 60 años de experiencia en el mercado Ecuatoriano, pertenece al grupo de compañías ACE. ACE es una de las corporaciones más grandes del mundo en el campo de seguros y reaseguros, con sedes en más de cincuenta países. Han estado presentes en Ecuador a través de sus predecesores: Great American Insurance Company, Hartford Fire Insurance Company y Cigna Worldwide Insurance Company.

5.9.1. Riesgos Cubiertos.

El Riesgo es la probabilidad de que suceda un evento, impacto o consecuencia adversos. Se entiende también como la medida de la posibilidad y magnitud de los impactos adversos, siendo la consecuencia del peligro, y está en relación con la frecuencia con que se presente el evento.

Los riesgos cubiertos con un seguro de mercancías por vía marítima son:

- ✓ Pérdida total, contribución a la avería gruesa y gastos de salvamento debidos a accidentes.
- ✓ Avería particular en los casos de naufragio, incendio, varada o abordaje.
- ✓ La mercancía sobre cubierta deberá ser declarada expresamente en la póliza y se asegura la pérdida total por accidente, contribución a la avería gruesa y arrastre por las olas.

De manera opcional y mediante pacto expreso, se puede asegurar:

- ✓ Robo parcial del contenido y derrames, roturas, incendio y robo sobre el muelle, falta de entrega de bultos, caída de bultos durante carga/descarga, oxidación, moho y vaho en bodega
- ✓ Guerra, minas, motines, huelgas, sabotajes, etc.

5.9.2. Tipos de cobertura.

Las principales formas de cobertura son:

- ✓ Libre de Avería Particular
- ✓ Con Avería Particular
- ✓ Contra todo Riesgo

LIBRE DE AVERIA PARTICULAR.-La Compañía es responsable por pérdidas o daños que sufra la mercadería asegurada únicamente cuando son consecuencia directa de uno de los siguientes eventos, llamados accidentes específicos:

- a) terremoto
- b) erupción volcánica
- c) marejada
- d) inundación
- e) avalancha
- f) deslizamiento de tierra
- g) alud
- h) huracán
- i) rayo
- j) naufragio
- k) encalladura
- l) buque haciendo agua y en necesidad de buscar un puerto de refugio
- m) colisión del medio de transporte con una sustancia sólida
- n) volcadura
- o) descarrilamiento
- p) caída de puentes
- q) caída de aeronaves o partes de ellas
- r) explosión
- s) incendio
- t) pérdida total de bultos completos (mercaderías y empaque) que ocurra durante la carga, descarga o transbordo, entendiéndose para los fines de esta cláusula como "pérdida total" la desaparición física de un bulto por caída al agua del mismo.

CON AVERIA PARTICULAR.- La Compañía es responsable por pérdidas o daños que sufra la mercadería asegurada, con excepción de los riesgos especiales detallados a continuación, a menos que se cubran expresamente mediante convenio expreso:

- a) Mojadura por agua dulce o exudación del buque.
- b) Herrumbre y otras formas de oxidación.
- c) Rotura.
- d) Derrame.
- e) Pérdidas o daños causados por ratas y otros roedores.
- f) Pérdidas o daños causados por bichos provenientes de una fuente externa.
- g) Contaminación por olores extraños.
- h) Robo, ratería y falta de entrega.

Sin embargo, los riesgos especiales anteriormente detallados estarán cubiertos si la pérdida o daño han sido causados por uno de los accidentes específicos de "Libre de Avería Particular".

CONTRA TODO RIESGO.- La Compañía es responsable por pérdidas o daños que sufra la mercadería asegurada, salvo las causas expresamente excluidas, señaladas a continuación:

- a) Apresamiento, incautación, decomiso, confiscación o toma de muestras por una autoridad competente.
- b) Demora por cualquier causa durante el tránsito o en la entrega.
- c) Cualquier falta imputable al Asegurado.
- d) Infringimiento de regulaciones de importación, exportación o tránsito.
- e) Infringimiento por parte del Asegurado, embarcador y/o sus agentes, de regulaciones del transportador.
- f) Falsa declaración.

- g) Errores o falta en el despacho.
- h) Humedad del aire
- i) Influencia de la temperatura o variaciones naturales climatológicas.
- j) Vicio propio, recalentamiento, combustión espontánea, encogimiento, desgastes normales, goteo ordinario, evaporación y pérdida de peso.
- k) Bichos provenientes de las mercaderías aseguradas.
- l) Condiciones inadecuadas de la mercadería para el viaje asegurado.
- m) Empaque inadecuado.
- n) Daños al empaque a menos que esté especialmente asegurado.
- o) Pérdidas no directamente sufridas por la mercadería asegurada, tales como pérdidas de intereses, diferencias de cambio, pérdidas de mercado, pérdidas de utilización o consecuentes, (Lucro Cesante).
- p) Retención de fletes o fletes adicionales de cualquier naturaleza.
- q) Responsabilidad hacia terceras personas por pérdidas o daños causados por la mercadería asegurada.

5.9.3. Formas de contratación.

En los seguros de transporte existen distintas maneras de configurar una póliza según las necesidades y características de cada caso. Así, las más comunes son:

Pólizas aisladas - Se utilizan para cubrir un solo viaje. Su duración es por el periodo que dure el viaje y, en el caso de mercancías, como máximo 6 meses desde la fecha de emisión.

Pólizas abiertas - Se utilizan para una operación o un conjunto de ellas relacionadas que implique un número considerable de viajes. Su duración es por el periodo de la operación.

Pólizas flotantes - Tiene una duración indefinida y se mantiene vigente mientras no se oponga ninguna de las partes. Sirven para cubrir todas las operaciones de un asegurado en unas ciertas condiciones, límites y ámbitos convenidos. El asegurado da comunicación de cada viaje mediante un Boletín y la prima se regula periódicamente mediante suplementos en función del número de viajes efectuados y el valor asegurado en cada uno de ellos.

Pólizas sobre volúmenes - Estas pólizas se basan en la facturación o el volumen que se pretende asegurar sin necesidad de comunicar cada desplazamiento. En función de este parámetro se calcula una prima anual, siendo regularizable después de cada periodo, según el volumen realmente transportado.

5.9.4. Duración del Seguro.

.
El seguro opera de bodega a bodega, comienza con la carga de la mercadería al vehículo con el que se inicia el viaje asegurado, o de no usarse vehículo, tan pronto como las mercaderías listas para el despacho, salgan de la bodega o lugar de almacenamiento en el punto de partida.

El seguro termina al final del viaje asegurado con el arribo o descarga de las mercaderías en la bodega del consignatario.

En caso de cualquier demora en la prosecución del viaje asegurado, la cobertura está limitada a treinta (30) días calendario adicionales al día previsto de llegada o finalización del viaje. Sin embargo, si la demora fuera motivada por circunstancias fuera del control del

Asegurado, éste puede solicitar a la Compañía una ampliación de vigencia por un nuevo período de treinta (30) días calendario, y si la Compañía lo acepta, deberá pagar la prima adicional correspondiente. Se entiende por demora en lugares intermedios, el tiempo que transcurre entre la llegada del transporte con la carga y la salida del mismo o del que lo reemplace el día de llegada y el día de salida serán tomados en cuenta para determinar la demora

5.9.5. Cálculo de la Prima de Seguro.

La póliza de seguro refleja los siguientes valores

PRIMA NETA.- El valor de la prima neta es parte de la base imponible para el cálculo de los tributos, con este valor se llega al CIF. La tasa que aplicamos con ACE SEGUROS es del 0,4% del Costo y Flete.

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.- El valor que se contribuye a la Superintendencia de Compañías es el 3.5 % de la prima neta.

SEGURO CAMPESINO.- El valor que se aporta al seguro campesino es del 0.5% de la prima neta.

EMISION POLIZA DE SEGUROS.- La empresa aseguradora cobra un rubro por la emisión de la póliza de seguros, este valor variará dependiendo las tarifas impuestas por cada empresa.

PRIMA TOTAL.- Al subtotal resultado de la suma de todos los rubros mencionados anteriormente se le deberá añadir el 12% del IVA y tendremos como resultado el valor de la prima total que es el rubro que le cancelará a la aseguradora por la prestación del servicio.

El valor de la póliza de seguro se la calcula en base al costo y al flete de la carga; para el presente proyecto el valor del cálculo será de \$55200; teniendo el cálculo de la prima de la siguiente manera:

$$\text{Prima Neta} = \$55,200.00 \times 0.40\% = \$220.80$$

$$\text{Súper de Compañías} = \$220.80 \times 3.5\% = \$7.73$$

$$\text{Seguro Campesino} = \$220.80 \times 0.5\% = \$1.10$$

$$\text{Derecho de Emisión} = \$0.45$$

$$\text{IVA} = (220.0 + 7.73 + 1.10 + 0.45) \times 12\% = \$27.61$$

$$\text{PRIMA TOTAL} = \$257.69$$

5.10. Diseño del Proceso Logístico.

5.10.1. Envase.

Es todo contenedor o recipiente sólido o impermeable que alberga sustancias y productos delicados de preservar, conservar, manejar, transportar y usar. El envase protege, contiene y presenta de forma atractiva, el contenido para su venta al detalle. Se puede distinguir entre **envase primario**, aquel que está en contacto con el producto y de él depende la conservación del mismo (latas, tubos, botellas); y **envase secundario**, aquel que refuerza la función de protección y agrupamiento de los envases primarios (multipacks de cartón, películas plásticas retráctiles u otras formas que presenten unidas varias unidades del producto), para configurar la unidad de venta al público. También se consideran envases secundarios las cajas que contienen el envase primario.

5.10.2. Empaque.

Cualquier material que encierra un artículo con o sin envase con el fin de salvaguardar la integridad del producto y facilitar la entrega del producto al consumidor. El objetivo del empaque es 100% proteger el producto y conservarlo en buen estado. El empaque facilita el manejo, preserva la frescura del producto e incluso sirve de vendedor silencioso al poner publicidad en él. Por este motivo es de suma importancia hacerlo atractivo y agradable a la vista del consumidor.

5.10.3. Embalaje.

Es aquello que protege a la mercancía que contiene a lo largo de la cadena logística en su distribución física (manipular, almacenar y transportar). Las mercancías pueden ir atadas (con flejes o alambres), en bala (envueltas con telas u otro material y sujetas con alambre o fleje), en cajas (de cartón, madera, claraboya), en contenedores de metal, en fardos (unión de varios paquetes), en sacos (de papel, plástico, fibra...), en toneles (madera, metal o plásticos) y en pallets.

El embalaje protege a las mercancías de daños mecánicos causados por el movimiento en el transporte, daños por calentamiento o enfriamiento en el almacenaje a la intemperie, por contaminación o por impregnación de olores y humos, por mezcla de cargamentos, por oxidación, por mojadura, por aplastamientos, por plagas de roedores, insectos, gusanos, entre otros.

5.10.4. Paletización.

Es agrupar sobre una superficie (pallet, tarima, paleta) una cierta cantidad de objetos que en forma individual son poco manejables, pesados y/o voluminosos; o bien objetos fáciles de desplazar pero numerosos, cuya manipulación y transporte requerirían de mucho tiempo y trabajo; con la finalidad de conformar una unidad de manejo que pueda ser transportada y almacenada con el mínimo esfuerzo y en una sola operación y en un tiempo muy corto.

Por qué paletizar? En la cadena logística interactúan las empresas industriales, los comerciantes y las “EPSL” (Empresas Prestadoras de Servicios Logísticos), entre los cuales existe un continuo flujo de materiales e información. Sin duda alguna, una de las operaciones más repetitivas en la cadena de distribución es la manipulación física de mercaderías.

Siempre antes y después de un almacenamiento y de un transporte, por corto que este sea, existe una manipulación. La forma más lógica de reducir este costo es mecanizar las operaciones. Bajo estas condiciones, la mejor forma de reducir la manipulación es lograr mover de una sola vez el mayor número de cajas o productos en general. Esta es la razón de porque paletizar, ya que se logra una unidad de carga superior.

La paletización es considerada como una de las mejores prácticas dentro de los procesos logísticos, ya que permite un mejor desempeño de las actividades de cargue, transporte, descargue y almacenamiento de mercancías; optimizando el uso de los recursos y la eficiencia de los procesos que se realizan entre los integrantes de la cadena de abastecimiento.

5.10.5. Cubicaje.

Es determinar el volumen o la capacidad en metros cúbicos de un cuerpo; con el cubicaje de la carga se optimiza el espacio en el contenedor.

Los contenedores tienen las siguientes capacidades de cubicas:

- ✓ **Contenedor de 20 pies** = 33.2 m³ 28180 kg.
Largo ancho alto (medidas internas)
5.89m 2.35m 2.39m
- ✓ **Contenedor de 40 pies** = 67.7 m³ 28750 kg.
Largo ancho alto (medidas internas)
12.03m 2.35m 2.39m
- ✓ **Contenedor de 40 pies High cube** = 76.4 m³ 28560 kg.
Largo ancho alto (medidas internas)
12.03m 2.35m 2.69m

La caja de vinos mide 0.304x0.228x0.293 pesos 14,5 kg

Para el desarrollo del presente proyecto se importará los vinos en un contenedor de 20 pies cargado con 1050 cajas de 12 botellas cada una, dándonos un peso de 15225 kg.

Las cajas de vinos serán paletizadas en pallets de 1.20x1.00, alcanzando en cada pallet 105 cajas; en el contenedor entran 10 pallets.

$1.20/0.228 = 5$ cajas (largo de pallet para ancho de caja)

$1.00/0.304 = 3$ cajas (ancho de pallet para largo de caja)

$2.20/0.293 = 7$ cajas (alto de contenedor para alto de caja)

5.10.6. Contenedores.

Es un receptáculo, metálico o de otro material, especialmente diseñado para facilitar el transporte y la protección de las mercancías contenidas en su interior, desde el lugar de embalaje o puerto de embarque hasta la bodega de sus dueños o consignatarios en el país.

Existen varios tipos de contenedores (Anexo No.8), entre los cuales tenemos:

- ✓ Dry Van: son los contenedores estándar, cerrados herméticamente y sin refrigeración o ventilación.
- ✓ High Cube: contenedores estándar mayoritariamente de 40 pies su característica principal es su sobre altura (9.6 pies).
- ✓ Reefer: Contenedores refrigerados de las mismas medidas que el anteriormente mencionado (40 pies) pero que cuentan con un sistema de conservación de frío o calor y termostato. Deben ir conectados en el buque y en la terminal, incluso en el camión si fuese posible o en un generador externo, funcionan bajo corriente trifásica.
- ✓ Open Top: de las mismas medidas que los anteriores, pero abiertos por la parte de arriba. Puede sobresalir la mercancía pero, en ese caso, se pagan suplementos en función de cuánta carga haya dejado de cargarse por este exceso.
- ✓ Flat Rack: carecen también de paredes laterales e incluso, según casos, de paredes delanteras y posteriores. Se emplean para cargas atípicas y pagan suplementos de la misma manera que los open top.
- ✓ Open Side: su mayor característica es que es abierto en uno de sus lados, sus medidas son de 20' o 40'. Se utiliza para cargas de mayores dimensiones en longitud que no se pueden cargar por la puerta del contenedor.

- ✓ Tank o Contenedor Cisterna: para transportes de líquidos a granel. Se trata de una cisterna contenida dentro de una serie de vigas de acero que delimitan un paralelepípedo cuyas dimensiones son equivalentes a las de un "Dry van". De esta forma, la cisterna disfruta de las ventajas inherentes a un contenedor: pueden apilarse y viajar en cualquiera de los medios de transporte típicos del transporte intermodal.
- ✓ Flexi-Tank: para transportes de líquidos a granel. Suponen una alternativa al contenedor cisterna. Un flexi-tank consiste en un contenedor estándar (Dry Van), normalmente de 20 pies, en cuyo interior se fija un depósito flexible de polietileno de un solo uso denominado flexibag.

5.10.7. Declaración Aduanera Única.

La Declaración Aduanera, es el documento por el cual se informa a la SENAE el detalle de las mercancías a ser nacionalizadas, utilizando el formulario electrónico diseñado para el efecto, la Declaración Aduanera Única Electrónica (DAU-e), la cual contiene información del declarante, régimen precedente, consignatario, medio de transporte, partida, descripción arancelaria y comercial, valor aduanero, peso de las mercancías, entre otros datos.

El declarante será personal y pecuniariamente responsable por la exactitud de los datos consignados en la declaración. En el caso de personas jurídicas, la responsabilidad recaerá en su Representante Legal.

La declaración aduanera será única y de carácter personal, consecuentemente se formulará independientemente por cada importador, exportador o Agente de Aduanas debidamente autorizado para el efecto y se presentará bajo el formato determinado por la SENAE.

Podrá presentarse una sola declaración, cualquiera que sea la cantidad de conocimientos de embarque, siempre que concurren simultáneamente en el mismo medio de transporte, viaje y régimen aduanero.

Una vez realizado el envío electrónico definitivo a la SENAE se obtendrá el refrendo del trámite y se procederá a la entrega física de los documentos a la Aduana.

La DAU tiene los siguientes formatos:

DAU A.- Este formato es de presentación obligatoria, en el se reflejan los datos del consignatario, agente de aduana y consiguiente; datos del transporte como número de manifiesto, fecha de embarque, fecha de llegada, medio y línea de transporte, número de conocimiento de embarque y número de viaje; determinación de la base imponible con los valores totales del FOB, FLETE, SEGURO y el VALOR EN ADUANA del trámite, tanto en la moneda de transacción como en dólares; el número de series que tiene la DAU, peso neto, peso bruto, bultos, número de contenedores, total de unidades físicas y comerciales; únicamente en la DAU A se reflejan todos los documentos de acompañamiento a la declaración según el producto a ser nacionalizado y finalmente tenemos los datos de la primera serie,

estos son, tipo de sufijo, partida arancelaria, descripción comercial, bultos, unidades físicas, unidades comerciales, pesos netos y brutos, marcas, tipo de margen, códigos liberatorios TPCI y TPNG de ser el caso, país de origen y los valores FOB, FLETE, SEGURO y CIF de la serie.

Los datos indicados están divididos en casilleros de la siguiente manera:

Casillero A: Aduana / Banco

Casillero B: Refrendo

Casillero C: Contribuyente / Agente

Casillero D: Régimen Precedente / Depósito

Casillero E: Consignante o Consignatario / Transacción

Casillero F: Transporte

Casillero G: Determinación Base Imponible

Casillero H: Documentos de Acompañamiento

Casillero I: Declaración de la Mercancía

Casillero J: Observaciones

Casillero K: Firmas y Sellos

(Anexo No. 9)

DAU B.- Este formato no es mandatorio, se lo presenta solamente cuando hay más de una serie en la declaración; muestra los datos del consignatario y agente de aduana y los datos relacionados directamente con las series de la DAU, estos datos son, tipo de sufijo (TNAN), partida arancelaria, descripción comercial, bultos, unidades físicas, unidades comerciales, pesos netos y brutos, marcas, tipo de margen, códigos liberatorios TPCI y TPNG de ser el caso, país de origen y los valores FOB, FLETE, SEGURO y CIF de cada serie.

Los datos indicados están divididos en casilleros de la siguiente manera:

Casillero A: Aduana / Banco

Casillero B: Refrendo

Casillero C: Contribuyente / Agente

Casillero I: Declaración de la Mercancía

Casillero J: Observaciones

Casillero K: Firmas y Sellos

Ver (Anexo No. 10)

DAU C.- Este formato es de presentación obligatoria, es la autoliquidación de la declaración; en él se reflejan los datos del consignatario y agente de aduana así como los valores totales del FOB, FLETE, SEGURO y VALOR EN ADUANA del trámite y el detalle de la autoliquidación de tributos, este detalle se da con los valores, ADVALOREM, ICE, IVA, FODINFA y de ser el caso multas, tasas, salvaguardias e intereses.

Los datos indicados están divididos en casilleros de la siguiente manera:

Casillero A: Aduana

Casillero B: Refrendo

Casillero C: Contribuyente / Agente

Casillero D: Valores en Aduana

Casillero E: Autoliquidación de Tributos

Casillero F: Banco y Aduana

Casillero G: Declarante / Fecha / Firma Declarante

Ver (Anexo No. 11)

Hasta el 31 de Diciembre de 2010 era parte de la autoliquidación de tributos la cuota del CORPEI para todas aquellas mercancías originarias de países ajenos a la CAN, es decir se exoneraban de este pago los miembros de la CAN; sin embargo con la publicación del Registro Oficial 351 del 29 de Diciembre de 2010, de acuerdo a lo indicado en la SÉPTIMA DISPOSICIÓN TRANSITORIA, numeral 1 “Sin perjuicio de lo dispuesto en la Disposición Transitoria precedente, las cuotas redimibles creadas por Ley 24, publicada en Registro Oficial 165 de 2 de Octubre de 1997 continuarán siendo recaudadas hasta el 31 de Diciembre del 2010 por la CORPEI, a partir de lo cual cesa la obligación de aportar dicha cuota redimible.” eliminando así a partir del 01 de Enero de 2011 la cuota del CORPEI para todas las importaciones.

DAU CONTE.- Este formato es de presentación obligatoria cuando se trata de carga contenerizada, en el se muestran los datos del consignatario y agente de aduana; se detalla en el datos como número del conocimiento de embarque, número de contenedor y tipo de contenedor.

Los datos indicados están divididos en casilleros de la siguiente manera:

Casillero A: Aduana

Casillero B: Refrendo

Casillero C: Contribuyente / Agente

Casillero D: Total de Carga Declarada

Casillero E: Documentos de Transporte / Bultos o Contenedores

Casillero F: Firmas y Sellos

Ver (Anexo No. 12)

5.10.8. Documentos para la nacionalización.

Los documentos que acompañan a la Declaración Aduanera Única (DAU) para la nacionalización de la mercancía son los originales del conocimiento de embarque, factura comercial, póliza de seguro y certificado de origen y documentos de control previo cuando proceda.

Conocimiento de Embarque.- Es el recibo que prueba el embarque de la mercancía. Sin éste título no se puede retirar la mercancía en el lugar de destino. De acuerdo al medio de transporte toma el nombre específico de:

- ✓ Conocimiento de embarque marítimo o "Bill of Lading"
- ✓ Conocimiento de embarque aéreo "Airwail" o guía aérea
- ✓ Conocimiento de embarque terrestre o "Carta Porte"

Bill of Lading o B/L.- Es un documento propio del transporte marítimo que se utiliza como contrato de transporte de las mercancías en un buque en línea regular. La finalidad de este contrato es proteger al cargador y al consignatario de la carga frente al naviero.

Los B/L, son emitidos en juegos de originales, normalmente dos o tres, y cualquiera de ellos puede ser usado para obtener la posesión de la mercancía. Por tanto quién posea el B/L acredita la posesión de la mercancía. Este aspecto es fundamental, sobre todo en las formas de pago documentales. (Ver Anexo No. 13)

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.

De acuerdo a lo establecido en la Resolución 1112 de la CAN, artículo 3, numeral 5, las facturas deben presentar los siguientes datos:

- ✓ “Membrete o logotipo del vendedor.
- ✓ Número y fecha de expedición.
- ✓ Nombre y dirección del vendedor.
- ✓ Nombre y dirección del comprador.
- ✓ Descripción de la mercancía.
- ✓ Cantidad.
- ✓ Precio unitario y total.
- ✓ Moneda de la transacción comercial.
- ✓ Lugar y condiciones de entrega de la mercancía, según los términos Internacionales de Comercio "INCOTERMS", establecidos por la Cámara de Comercio Internacional u otros acuerdos.

La factura comercial puede tomar la forma de un mensaje electrónico, en cuyo caso deberá cumplir con los requisitos antes señalados y para lo cual se aplicará lo establecido en la legislación nacional sobre regulación del comercio electrónico.

Cuando las facturas comerciales se presenten en un idioma diferente al español, la autoridad aduanera podrá exigir al importador que adjunte la traducción correspondiente.” (Ver Anexo No. 14)

Póliza de Seguro.- Es el documento mediante el cual el proveedor o comprador cubre los posibles riesgos que puedan afectar a la mercancía a ser importada; el seguro se presenta en la actualidad como una estrategia o medida para cubrir el riesgo que pueda ocurrir sobre cualquier elemento que sea transportable. (Ver Anexo No. 15)

Según el artículo No. 110 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones,... “El costo del seguro formará parte del valor en aduana pero la póliza de seguro no será documento obligatorio de soporte exigible a la declaración aduanera.”

Para los casos en los cuales el importador no contare con este documento la Aduana ha dispuesto en el artículo No. 3 del Boletín 63/2011 “**Costo presuntivo por concepto de Seguro de Transporte.-** En caso de que el declarante no contare con una póliza de seguro, deberá declarar por concepto de seguro un valor presuntivo, mismo que será del 1% (uno por ciento) del valor de las mercancías que ingresarán al país y que consten detalladas en la referida declaración.”¹¹

Certificado de Origen.- Es un documento por el cual el productor final, o en su caso el exportador, declaran bajo juramento que la mercancía que se va a exportar ha cumplido con las exigencias que para su elaboración establecen las normas de origen del acuerdo de que se trate. Este documento se presenta en diferentes formatos según el respectivo acuerdo, y habilitará al importador a nacionalizar las mercancías beneficiándose de las respectivas preferencias.

¹¹ http://www.aduana.gob.ec/contenido/vista_previa.asp?codigo_boletin=63&anio=2011

La finalidad del Certificado de Origen es garantizar que la mercancía es originaria del lugar desde el cual nace la importación; en el caso de que la mercancía sea de origen de unos de los países con los cual tenemos firmados convenios de negociación internacional el certificado permite liberar el porcentaje que dependiendo del acuerdo corresponde a la mercancía; con los países miembros de la CAN está negociado el 100% de liberación en todas las subpartidas del Arancel, mientras que con la ALADI y el MERCOSUR la liberación varía dependiendo del producto.

Registro Sanitario.- Es la certificación otorgada por la Autoridad Sanitaria Nacional para la importación, exportación y comercialización de los productos de uso y consumo humano señalados en el artículo 137 de la Ley Orgánica de Salud.

Dicha certificación es otorgada cuando se cumpla con los requisitos de calidad, seguridad, eficacia y aptitud para consumir y usar dichos productos cumpliendo los trámites establecidos en dicha ley y sus reglamentos.

Declaración Andina del Valor-DAV (1).- Es el documento soporte de la Declaración en Aduana, para la determinación del valor en aduana de las mercancías importadas, las administraciones aduaneras de los Países Miembros de la CAN exigirán al importador la "Declaración Andina del Valor - (DAV); el importador será responsable directo de la veracidad, exactitud e integridad de los datos consignados en la DAV. (Ver Anexo No. 16)

“La DAV deberá presentarse en todos los casos en que la Declaración de Importación sea requerida por las autoridades aduaneras.

No obstante, los Países Miembros podrán eximir a los importadores de la presentación de la DAV, en los siguientes casos:

- a) Importaciones cuyo valor FOB no supere un determinado monto, el que no podrá ser mayor de US \$ 5,000;
- b) Importaciones efectuadas por el personal diplomático o por organismos internacionales;
- c) Importaciones efectuadas al amparo de convenios internacionales;
- d) Importaciones efectuadas al amparo de contratos suscritos con gobiernos o entidades extranjeras;
- e) Mercancías ingresadas al amparo de los siguientes Regímenes Aduaneros: admisión temporal para perfeccionamiento activo; importación temporal con reexportación en el mismo estado; drawback; régimen de depósito de aduanas; tránsito aduanero; reposición en franquicia arancelaria; exportación temporal para perfeccionamiento pasivo; reimportación en el mismo estado; y, a zonas francas.
- f) Donaciones e importaciones efectuadas por entidades sin fines de lucro, públicas o privadas, destinadas a cubrir servicios de salud, alimentación, asistencia técnica, beneficencia, educación, investigación científica y cultura;
- g) Donaciones e importaciones efectuadas por entidades públicas o privadas, destinadas a atender catástrofes y casos similares de emergencia nacional;
- h) Armas y material bélico destinados a seguridad y defensa nacional;
- i) Documentos y artículos diversos sin valor comercial;
- j) Encomiendas postales y envíos que utilicen los servicios de mensajería internacional;

- k) Objetos religiosos utilizados en el culto;
- l) Objetos de arte; y,
- m) Equipajes y efectos de menaje importados con motivo de traslados de domicilios.”¹²

5.11. Diseño del Proceso Operativo y Tramite de Aduana.

En el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones COPCI, en su artículo 152 se define como Depósito Aduanero al “Régimen aduanero según el cual las mercancías importadas son almacenadas por un periodo determinado bajo el control de la aduana en un lugar habilitado y reconocido para esta finalidad, sin el pago de los derechos e impuestos y recargos aplicables.”

Para acogerse al régimen de depósito comercial público, se deberán cumplir los requisitos siguientes:

- a) Que las mercancías vengan manifestadas al régimen y consignadas al depósito respectivo en la factura comercial, conocimiento de embarque y manifiesto internacional de carga; y,
- b) Contrato entre el depósito comercial y el importador. Las mercancías se importarán con cargo a una garantía general por el 100% de los tributos suspendidos que deberá mantener el depósito frente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. La característica de la garantía general es que no se obtiene por cada importación, sino que sirve para cubrir más de una importación mientras tenga saldo. La legislación ecuatoriana exige que el depósito solo pueda utilizar hasta el 80% del monto de la garantía.

¹² <http://www.comunidadandina.org/normativa/dec/D379.htm> artículo 4 Decisión 379

Para el presente proyecto el Depósito Comercial Público donde permanecerá almacenada nuestra mercadería es la **ALMACENERA DEL ECUADOR S.A. ALMESA.**

Ubicación:

Dirección: Calle de los Ciruelos OE1-116 y Panamericana Norte

Teléfonos: (593-2)2807775 – 2807778

Ciudad: Quito-Ecuador



Almacenamiento:

- ✓ Al momento de realizar el contrato ALMESA entregará un documento no negociable denominado “Solicitud Previa y Contrato de Prestación de Servicios en Depósito Comercial Público”, como respaldo de las mercaderías que deposita en la almacenera. (Ver Anexo No. 17)
- ✓ Durante el período de permanencia de la mercadería en este depósito se podrá realizar nacionalizaciones parciales, desglosando la factura comercial mediante "Facturas informativas" emitidas por la Almacenera.
- ✓ Los retiros parciales se realizan previo el pago proporcional de los impuestos generados, lo que permite una planificación más efectiva de los recursos financieros destinados a la nacionalización.
- ✓ El aforo de las mercaderías se realiza en las instalaciones de la Almacenera.

Plazo de permanencia.- Las mercancías admitidas a depósito comercial podrán permanecer en el país hasta por 12 meses, prorrogable por igual período en casos debidamente justificados ante el Director Distrital.

Antes del vencimiento del plazo de permanencia de las mercancías admitidas al depósito deberán, en forma total o parcial; reexportarse, declararse a consumo o acogerse a otro régimen especial.

5.11.1. Solicitud de Autorización al Régimen (CDA 43).

Para el ingreso de la mercancía al Depósito Comercial Público al cual vino consignada la mercancía es necesario solicitar la autorización de ingreso de la carga a dicho régimen al Jefe del Departamento de Regímenes Especiales del distrito donde la carga permanecerá almacenada; esta solicitud se la realiza mediante un CDA (Código de Autorización). (Ver Anexo No. 18); el mismo que es de aprobación automática y es generado por agente de aduana.

5.11.2. Generación y aprobación de la Guía de Movilización (82).

Una vez aprobado el CDA el depósito comercial público procede a generar la respectiva guía de movilización-82 (Ver Anexo No. 19) en el caso de movilizar mercancías desde un Distrito Aduanero de ingreso hacia un Distrito Aduanero del interior del país, esta servirá de reemplazo a la declaración aduanera.

Los Distritos del interior son: Quito, Latacunga y Cuenca. La Guía de Movilización es generada por el almacén o depósito que recibirá la mercancía y es autorizada por la aduana de destino. Una vez autorizada, la guía de movilización se constituye en documento autorizante para el retiro de la carga del distrito de partida y movilización al destino final.

5.11.3. Movilización de la carga.

El plazo para el traslado de la mercancía autorizado por el Departamento de Regímenes Especiales del distrito de llegada no será mayor a 20 horas; la hora de salida quedará registrada en el documento que avala el egreso de la salida de la mercadería conocido como Documento Único de Salida “DUS”, en el caso de sobrepasar el tiempo establecido la SENAE aplicará una falta reglamentaria por incumplimiento a las disposiciones aduaneras.

Si durante el tránsito aduanero ocurrieren hechos fortuitos o de fuerza mayor el transportista, el destinatario o el consignatario de las mercancías deberán comunicar del hecho al Distrito de paso más cercano, antes del vencimiento del plazo autorizado para el tránsito. El Distrito de paso arbitrará las medidas del caso para que el tránsito continúe.

5.11.4. Autorización de Descarga (Zona Primaria).

Una vez que las mercancías hayan llegado al Distrito de destino, Zona Primaria procederá a la constatación de las seguridades físicas del medio de transporte y unidad de carga mediante los documentos de acompañamiento que amparen la movilización de la carga. De observarse anormalidades zona primaria establecerá las acciones legales y reglamentarias que procedan.

Una vez que llegue la mercancía al distrito de destino amparada con una guía de movilización, se deberá presentar una declaración aduanera única al régimen final para nuestro caso Régimen 70 Depósito Comercial Público.

5.11.5. Generación de la DAU REG 70- Depósito Comercial Público.

Luego de ingresada la carga el Depósito Comercial Publico se procede a generar la Declaración Aduanera; para la realizar la DAU necesitamos tener los siguientes documentos: CDA, Garantía General, Guía de Movilización, DUS, Conocimiento de Embarque, Factura Comercial y Póliza de Seguro.

Se hace el ingreso de los datos al sistema y se procede con el envío electrónico de los mismos a la aduana para la obtención del refrendo, el cual nos da el número de declaración y tipo de aforo.

Para legalizar este proceso se hace entrega físicamente de la DAU y sus documentos de acompañamiento a la Aduana.

5.11.6. Aforo.

De acuerdo a lo señalado en el artículo No. 140 del COPCI, aforo “es el acto de determinación tributaria a cargo de la Administración Aduanera y se realiza mediante la verificación electrónica, física o documental del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercancía.”

El aforo puede ser automático, documental y físico (intrusivo o no intrusivo), esto lo determina la aduana al momento de la obtención del refrendo en base a los perfiles de riesgo establecidos.

“Aforo Automático.- Es la modalidad de despacho que se efectúa mediante la validación y análisis electrónico de la Declaración Aduanera a través del sistema informático con la aplicación de perfiles de riesgo establecidos por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Quedan excluidas de la aplicación de esta modalidad de despacho las importaciones y exportaciones de mercancías que requieran documentos de control previo, siempre que estas no sean transmitidas vía electrónica, así como aquellas importaciones o exportaciones de mercancías cuya inspección sea requerida por otras entidades del Estado, de acuerdo a lo establecido en la normativa legal pertinente.

Aforo Documental.- Consiste en la verificación de la Declaración Aduanera y de sus documentos de acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, con el objeto de determinar la correcta liquidación de tributos al comercio exterior y el cumplimiento de las disposiciones aduaneras exigidas según el régimen aduanero declarado.

Aforo físico.- Es el reconocimiento físico de las mercancías, para comprobar su naturaleza, origen, condición, cantidad, peso, medida, valor en aduana y clasificación arancelaria, en relación a los datos contenidos en la Declaración Aduanera y sus documentos de acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Esta modalidad de aforo podrá realizarse mediante la inspección intrusiva o constatación física de las mercancías, o mediante sistemas tecnológicos de inspección no intrusiva.”¹³

¹³ http://www.aduana.gob.ec/contenido/vista_previa.asp?codigo_boletin=48&anio=2011

5.11.7. Pago liquidación.

En el caso del R70-Depósito Comercial Público se cancela \$40, correspondiente a la tasa de control, cumpliendo con este pago las formalidades aduaneras para que la mercancía permanezca almacenada hasta su posterior nacionalización.

PRELQUIDACION DE TRIBUTOS DE IMPORTACIONES

Fecha: 21/02/2011
 Importador: VINOS LAS NUBES
 Pedido:

Aduana:	QUITO	Peso Neto	15225
Regimen:	Depósito Comercial Público	Peso Bruto	15325
País	CHILE	Mercadería:	VINOS
Moneda	USD	No.Partidas:	1
Partida Arancelaria	2204.21.00.00	Cotización:	1,0000
Arancel	20%	TPCI	37
Liberación	100%	Margen	1
ICE	40%	Incremento ICE	25%

BASE IMPONIBLE	MONEDA TRANSACCION	DOLARES AMERICANOS	DOLARES AMERICANOS
FOB	52.700,00	52.700,00	52.700,00
FLETE	2.500,00	2.500,00	2.500,00
SEGURO	220,80	220,80	220,80
C.I.F.	55.420,80	55.420,80	55.420,80
TASAS E MPUESTOS	DERECHOS CALCULADOS	DERECHOS LIBERADOS	DERECHOS A PAGAR
Advalorem	11.084,16	-11.084,16	-
Derecho específico	-	-	-
Imp. consumos especiales	33.391,03	-33.391,03	-
I.V.A.	6.650,50	-6.650,50	-
Derecho antidumping	-	-	-
Multas	-	-	-
Tasa de modernización	-	-	-
Tasa de control	40,00	-	40,00
Tasa de almacenaje	-	-	-
Fodinfra	277,10	-277,10	-
TOTAL TRIBUTOS			40,00

5.12. Diseño del Proceso Operativo de Nacionalización.

Para hacer uso de la mercancía que se encuentra el depósito comercial público el importador deberá nacionalizarla de acuerdo a sus necesidades, para ello se deberá realizar el proceso operativo dado por la SENA E.

5.12.1. Solicitud Autorización Cambio Régimen (CDA 43)

Al momento que el importador requiere de su mercancía se procede con la nacionalización de la misma, para esto se necesita de una autorización por parte del departamento de regímenes especiales de la SENA E; esta solicitud se la realiza mediante un CDA (Código de Autorización); el mismo que es de aprobación automática y es generado por el agente de aduana.

5.12.2. Generación DAU REG 10-Importación a Consumo

Una vez aprobado el CDA de cambio de régimen procedemos a generar la DAU del R10-Importación a Consumo; para esto debemos tener los siguientes documentos: CDA aprobado, Conocimiento de Embarque (mismo del régimen precedente), Factura informativa (emitida por el depósito, si la nacionalización es parcial) o Factura comercial (si la nacionalización es total), Póliza de Seguro (misma del régimen precedente), Certificado de Origen, Registro Sanitario, y demás necesarios según el producto y la partida arancelaria los requieran.

Al igual que en el R70-Depósito Comercial Público se hace el envío electrónico de los datos a la aduana y se obtiene el refrendo, el cual nos determina el tipo de aforo y nos da el número de la declaración.

Se entrega a la aduana la documentación físicamente para cumplir con el proceso operativo de la nacionalización.

5.12.3. Aforo

Como ya lo habíamos indicado, aforo es el acto de determinación tributaria a cargo de la Administración Aduanera y se realiza mediante la verificación electrónica, física o documental del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercancía.

En el caso de los cambios de régimen el aforo es físico para constatar la veracidad de la declaración hecha para la nacionalización de la mercancía en cuestión y para verificar que la mercancía que esta próxima a ser nacionalizada del depósito comercial público no haya sufrido transformación alguna.

5.12.4. Pago Liquidación

Luego de realizado el acto de aforo, la aduana autorizará el pago de los tributos correspondientes a la mercancía que está siendo nacionalizada, con el pago de la liquidación se cumplen todas las formalidades aduaneras y se podrá disponer de la mercancía para el consumo de la misma.

PRELIQUIDACION DE TRIBUTOS DE IMPORTACIONES

Fecha: 21/02/2011
 Importador: VINOS LAS NUBES
 Pedido:

Aduana:	QUITO	Peso Neto	7222,49
Regimen:	Importación a Consumo	Peso Bruto	7303,13
País	CHILE	Mercadería:	VINOS
Moneda	USD	No.Partidas:	1
Partida Arancelaria	2204.21.00.00	Cotización:	1,0000
Arancel	20%	TPCI	37
Liberación	100%	Margen	1
ICE	40%	Incremento ICE	25%

BASE IMPONIBLE	MONEDA TRANSACCION	DOLARES AMERICANOS	DOLARES AMERICANOS
FOB	25.000,00	25.000,00	25.000,00
FLETE	1.199,20	1.199,20	1.199,20
SEGURO	104,74	104,74	104,74
C.I.F.	26.303,94	26.303,94	26.303,94
TASAS E MPUESTOS	DERECHOS CALCULADOS	DERECHOS LIBERADOS	DERECHOS A PAGAR
Advalorem	5.260,79	-5.260,79	-
Derecho específico	-	-	-
Imp. consumos especiales	15.848,13	2.630,39	13.217,73
I.V.A.	5.705,33	946,94	4.758,38
Derecho antidumping	-	-	-
Multas	-	-	-
Tasa de modernización	-	-	-
Tasa de control	-	-	-
Tasa de almacenaje	40,00	-40,00	-
Fodiinfa	131,52	-	131,52
TOTAL TRIBUTOS			18.107,64

5.12.5. Despacho.

Luego de cumplidas todas las formalidades aduaneras se procede con el despacho de la mercancía, para esto se debe cancelar el valor del almacenaje generado por el tiempo de permanencia de la mercancía en el depósito comercial público y bajo la supervisión de una persona delegada por la Unidad de Vigilancia Aduanera se da paso a la salida de la carga nacionalizada del depósito.

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO FINANCIERO.

En este capítulo estudiaremos la factibilidad económica del proyecto, analizando desde la inversión que se requiere para el mismo así como la rentabilidad que tiene el proyecto, el financiamiento de la inversión y el punto de equilibrio que permitirá establecer la cantidad necesaria en vetas para no tener pérdida.

6.1. Inversión.

La inversión es aquel desembolso económico que permite el desarrollo del proyecto, es parte de ésta la adquisición de muebles, enseres, equipos de comunicación y computación, pago de salarios a los empleados lo cual permitirá la obtención del rédito económico.

Para el presente proyecto se ha determinado una inversión de \$195.999,66 distribuido según lo señalado en la tabla que se presenta a continuación.

TABLA No. 14
CUADRO DE INVERSIONES

ACTIVOS FIJOS	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Muebles	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Equipos de computación	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00
Adecuaciones	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Equipos de comunicación	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Enseres	1	\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL DE LOS ACTIVOS FIJOS			\$ 2.375,00
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de Constitución			\$ 1.000,00
TOTAL DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 1.000,00
CAPITAL DE TRABAJO			
El capital de trabajo para :180 días			\$ 192.624,66
TOTAL DE LAS INVERSIONES			\$ 195.999,66

FUENTE: Alexandra Pantoja

Los activos fijos son los bienes que tiene la empresa para el desempeño de las actividades requeridas a lo largo de las actividades, en el presente proyecto los activos fijos de “Vinos las Nubes CIA. Ltda.” son los muebles, enseres, adecuaciones, equipos de computación y comunicación, teniendo un valor de \$2.375,00.

Como Activo Diferido tenemos el gasto de constitución de la empresa mismo que asciende al valor de \$1.000,00.

El Capital de Trabajo es otro valor que forma parte de la inversión total, dentro de este rubro tenemos el costo variable, costo y gasto fijo, depreciaciones y amortizaciones; la obtención del valor correspondiente al Capital de Trabajo lo podemos determinar con la tabla que se presenta a continuación.

TABLA No. 15

CAPITAL DE TRABAJO	
Costo variable	378.000,00
+ Costo y gasto fijo	13.362,50
- Depreciaciones	(562,50)
-Amortización	(200,00)
= Requerimiento	390.600,00
Capital de trabajo	180,00
Requerimiento neto	192.624,66

FUENTE: Alexandra Pantoja

6.2. Financiamiento de la inversión.

Para llevar a cabo el proyecto se necesitará cubrir los costos correspondientes a la inversión inicial, en la que se incluyen la compra de activos y demás gastos administrativos, entre otros; a su vez se deberá solventar la inversión de capital de trabajo.

El financiamiento del presente proyecto está dado de dos formas, el 35% con recursos propios, lo que equivale a \$65.599,88 mientras que el 65% está financiada por una entidad financiera, siendo el valor correspondiente a este porcentaje \$127.939,78

TABLA No. 16
PLAN DE INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	Estructura	
Con recursos propios	35%	\$ 68.599,88
Con una Institución Financiera	65%	\$ 127.399,78
TOTAL DE LA INVERSIÓN	100%	\$ 195.999,66

FUENTE: Alexandra Pantoja

El valor de \$127.399,78 financiado por la entidad bancaria será cancelado en un periodo de 5 años, generando un interés anual de 8,25%, este porcentaje corresponde a la tasa activa fijada por el Banco Central del Ecuador.

En la tabla que se muestra a continuación podremos observar el dividendo de pago que se genera para este valor; la tabla de amortización de capital la podemos ver en el Anexo No. 20

TABLA No. 17
TABLA DE PAGOS

Valor del crédito	\$ 127.399,78
Tasa de interés	8,25%
Tiempo de la deuda	5
Forma de pago	Mensual
Capitalización	12
Total de cuotas	60
Dividendo	\$ 2.598,48

FUENTE: Alexandra Pantoja

6.3. Punto de Equilibrio.

El objetivo del punto de equilibrio es proyectar el nivel de ventas netas que se requiere para no perder ni ganar, este es el punto donde las ventas netas absorben los costos variables y fijos; en este punto se produce un equilibrio entre los ingresos y los costos totales, dejando de tener pérdida y sin obtener ganancia.

El punto de equilibrio lo podemos obtener en cantidad y en valor y se calcula aplicando las siguientes fórmulas:

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo unitario}}$$

$$PE = \frac{13363}{9,25 - 5}$$

$$PE = 3144 \text{ unidades}$$

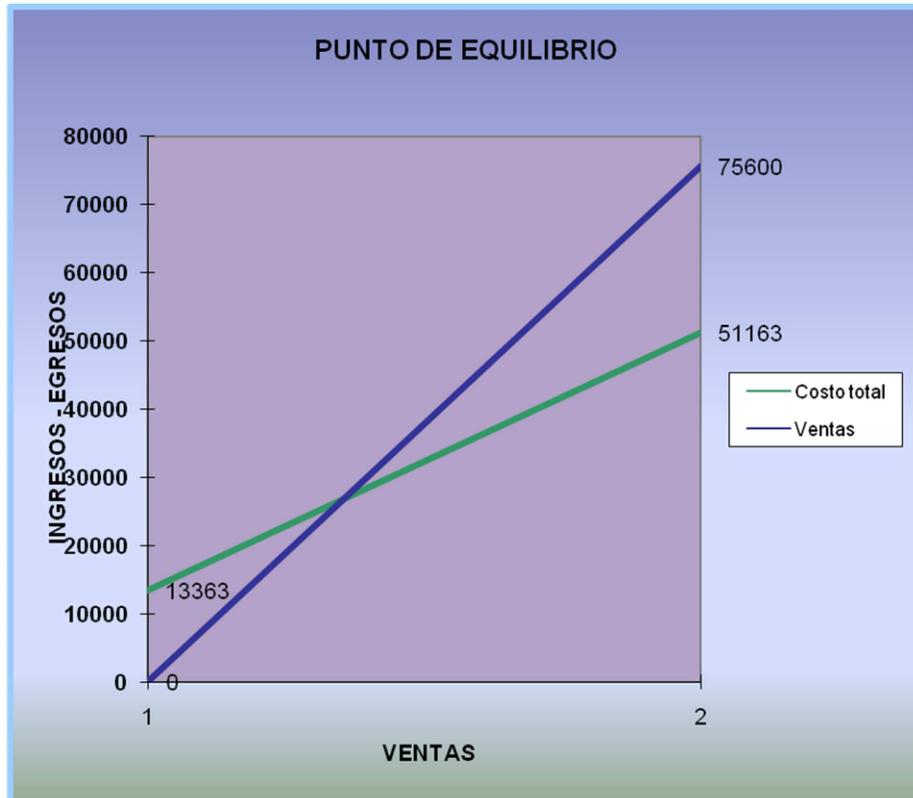
$$PE(\$) = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ingresos}}}$$

$$PE(\$) = \frac{13363}{1 - \frac{378000}{699300}}$$

$$PE(\$) = 29083.09$$

Luego de aplicadas las fórmulas del punto de equilibrio tenemos que para el presente proyecto durante el primer año debemos vender 3144 unidades y un valor de \$29.083,09 para no tener ni perdida ni ganancia.

GRAFICO No. 12
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1



FUENTE: Alexandra Pantoja

6.4. Rentabilidad.

6.4.1. Flujo de Fondos.

El flujo de fondos es un resumen de las entradas y salidas en efectivo esperadas por la ejecución de las actividades de la empresa. El flujo de fondos esperado como resultado de la ejecución de un plan de actividades de la empresa es un presupuesto que muestra los movimientos de efectivo dentro de un periodo de tiempo establecido, no el ingreso neto o rentabilidad de la empresa.

Para el desarrollo del presente proyecto se ha calculado el siguiente flujo de fondos.

TABLA No. 18
FLUJO DE FONDOS

FLUJO NETO DE FONDOS						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta		\$ 190,119.61	\$ 215,007.38	\$ 242,781.67	\$ 273,774.60	\$ 308,359.55
+ Depreciación de los activos		\$ 563	\$ 563	\$ 563	\$ 563	\$ 563
+ Amortización de los diferidos		\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200
- Pago de capital		(\$ 21,471.08)	(\$ 23,310.98)	(\$ 25,308.55)	(\$ 27,477.29)	(\$ 29,831.88)
- Inversiones	\$	(195,999.66)				
+ Valor residual de los activos						\$ 193,187.16
= FLUJO NETO DE FONDOS		(195,999.66)	169,411.03	192,458.90	218,235.63	247,059.81
		31,181.74	20,454.57	20,454.57	20,454.57	20,454.57
INDICE DE COBERTURA	# DE VECES EN QUE EL FLUJO PUEDE CUBRIR LA DEUDA	5.43	9.41	10.67	12.08	23.10

FUENTE: Alexandra Pantoja

El objetivo fundamental del flujo de fondos es apreciar, por período, el resultado neto de Ingresos de dinero menos giros de dinero, es decir, en qué período va a sobrar o a faltar dinero, y cuánto, a fin de tomar decisiones.

6.4.2. Cálculo del Retorno sobre las Utilidades-ROE.

El ROE nos permite medir la rentabilidad que obtiene la empresa sobre sus propios fondos. Se calcula:

$$ROE = \frac{Utilidad\ neta}{Ingreso}$$

$$ROE = \frac{190119.61}{699300}$$

$$ROE = 27.19\%$$

Del cálculo para la obtención del ROE correspondiente al primer año podemos ver que la rentabilidad es del 27.19%.

6.4.3. Cálculo del VAN.

El valor actual neto VAN, permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión.

El Valor Actual Neto obtenido en el ejercicio del proyecto es de \$751,503.82 lo cual no indica que el proyecto es rentable.

6.4.4. Cálculo del TIR.

“La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.”¹⁴

La Tasa Interna de Retorno obtenida para este proyecto es de 97% lo que significa que el proyecto es rentable.

6.4.5. Evaluación Financiera.

TABLA No. 19
EVALUACIÓN FINANCIERA

		ESTANDAR	RESULTADO
VALOR ACTUAL NETO :	\$ 751,503.82	$VAN \geq 0$	EL PROYECTO ES FACTIBLE
TIR :	97%	$TIR > \text{Tasa de dscto}$	EL PROYECTO ES FACTIBLE
R b/c:	\$ 4.83	$Rb/c > 1$	EL PROYECTO ES FACTIBLE

FUENTE: Alexandra Pantoja

¹⁴ <http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>

6.5. Estado de Pérdidas y Ganancias.

TABLA No. 20
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD DEMANDADA	75600	81648	88180	95234	102852
COSTO UNITARIO	\$ 5.00	\$ 5.17	\$ 5.35	\$ 5.53	\$ 5.72
PRECIO	\$ 9.25	\$ 9.56	\$ 9.89	\$ 10.23	\$ 10.57
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$ 699,300.00	\$ 780,922.30	\$ 872,073.13	\$ 973,857.41	\$ 1,087,518.44
- Costo variable	\$ 378,000.00	\$ 422,120.16	\$ 471,390.88	\$ 526,409.41	\$ 587,847.80
= MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 321,300.00	\$ 358,802.14	\$ 400,682.25	\$ 447,448.00	\$ 499,670.63
- Sueldos	\$ 9,000.00	\$ 9,180.00	\$ 9,363.60	\$ 9,550.87	\$ 9,741.89
- Depreciación anual	\$ 562.50	\$ 562.50	\$ 562.50	\$ 562.50	\$ 562.50
- Amortización de los diferidos	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00
- Servicios basicos	\$ 1,200.00	\$ 1,240.80	\$ 1,282.99	\$ 1,326.61	\$ 1,371.71
- Suministros	\$ 600.00	\$ 620.40	\$ 641.49	\$ 663.30	\$ 685.86
- Arriendo	\$ 1,800.00	\$ 1,861.20	\$ 1,924.48	\$ 1,989.91	\$ 2,057.57
= UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 307,937.50	\$ 345,137.24	\$ 386,707.19	\$ 433,154.80	\$ 485,051.10
- Gastos financieros	\$ 9,710.66	\$ 7,870.75	\$ 5,873.19	\$ 3,704.44	\$ 1,349.86
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 298,226.84	\$ 337,266.48	\$ 380,834.00	\$ 429,450.36	\$ 483,701.25
- 15% Trabajadores	44734.0264	50589.97219	57125.09996	64417.5539	72555.18727
= BASE IMPONIBLE	\$ 253,492.82	\$ 286,676.51	\$ 323,708.90	\$ 365,032.81	\$ 411,146.06
- 25% Impuesto a la renta	63373.20407	71669.12727	80927.22495	91258.20136	102786.5153
= UTILIDAD NETA	\$ 190,119.61	\$ 215,007.38	\$ 242,781.67	\$ 273,774.60	\$ 308,359.55

FUENTE: Alexandra Pantoja

CONCLUSIONES

- ✓ Debido al incipiente desarrollo de la industria y cultura vitivinícola del país y al desarrollo potencial de este producto en países como Chile y Argentina se ha visto la necesidad de importar vinos gourmet al Ecuador.
- ✓ En Chile hay gran variedad de viñedos con trayectoria que ofrecen vinos de calidad internacional, los mismos que están compitiendo a nivel mundial con viñedos de países con tradición vinícola como Italia, España, Francia y Estados Unidos.
- ✓ El estudio de mercado realizado a nivel local muestra que el consumo de vinos gourmet se incrementa en un 8% anualmente siendo este resultado algo positivo para el sector importador de este producto.
- ✓ Se ha escogido a Chile como el país proveedor de los vinos importados por los Acuerdos de Complementación Económica que tiene con Ecuador y por ser un productor potencial de vinos de calidad con trayectoria a nivel mundial.
- ✓ Por ser el vino una bebida de consumo humano, es indispensable para, la nacionalización, distribución y consumo de este producto la obtención del permiso otorgado por parte del Ministerio de Salud Pública; este documento es el Registro Sanitario.
- ✓ Se ha negociado en CFR por la facilidad que tiene el proveedor de negociar fletes con las navieras debido al volumen de carga que exportan; este INCOTERM permite que el importador se haga cargo de la mercancía una vez llegada al puerto de destino corriendo con las obligaciones de la carga a partir de ese punto.

- ✓ El vino gourmet está considerado como un producto suntuario por lo que como parte de los tributos a cancelar al momento de su nacionalización se grava el Impuesto a los Consumos Especiales ICE.
- ✓ Por ser el Depósito Aduanero Comercial Público un régimen suspensivo del pago de tributos que permite la permanencia de la mercancía por un periodo de 12 meses prorrogables por un periodo igual de tiempo se podrá ir haciendo nacionalizaciones parciales de acuerdo a la demanda que se tenga del producto.
- ✓ El análisis financiero del proyecto determinó que el monto de inversión necesario para la ejecución del mismo es de \$195.999,66; financiado el 35% con recursos propios y el 65% con una entidad financiera.
- ✓ Según lo reflejado en el cuadro de evaluación financiera y con los resultados positivos del cálculo del ROE, TIR y VAN el proyecto es rentable.

RECOMENDACIONES

- ✓ Potencializar las ventajas del vino, las cuales son: controlar los niveles de colesterol, mejorar la función del sistema digestivo, contribuir a prevenir enfermedades óseas, mantener el buen estado y funcionamiento de las células, prevenir problemas cardíacos y ayudar a la salud del corazón en general para de esta manera desarrollar una cultura vinícola en el país.
- ✓ Realizar negociaciones con más de un proveedor o viñedo chileno para diversificar el producto en el Ecuador y aplicar un canal de distribución mayorista para así reducir costos del proceso logístico.
- ✓ Planificar un cronograma de importaciones en periodos de tiempo que permita el flujo del producto sin desabastecimientos para cubrir la demanda del distribuidor a quien se le provee del producto.
- ✓ Obtener la documentación de respaldo que nos permite acogernos a los beneficios establecidos en los Acuerdos de Complementación Económica mantienen Ecuador y Chile.
- ✓ Las Entidades Públicas que intervienen en el proceso de la importación de vinos deben agilizar y dar facilidades en los trámites respectivos antes y durante la importación para que con la reducción de tiempos se reduzcan también los costos de la operación.
- ✓ Analizar la posibilidad negociar la compra de la mercancía en otro INCOTERM para obtener tarifas más económicas y tiempos más flexibles con las navieras o agencias de carga a nivel local para de esta manera poder reducir el costo del producto importado.

- ✓ Difundir entre los importadores los beneficios de importar a Depósito Comercial Público R-70, como las nacionalizaciones por parciales según la demanda o necesidad del producto y la liquidez del importador para el pago de los tributos.

- ✓ Aplicar los procesos de nacionalización correctamente tanto al momento del ingreso de la carga al país como al momento de la desaduanización de la misma, para mantener un buen perfil de riesgo como importador ante el SENA.

- ✓ Poner en práctica el proyecto de importación de vinos chilenos a Depósito Comercial Público en vista de que los resultados de la evaluación financiera demuestran que el proyecto es viable.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Ley de Comercio Exterior e Inversiones.
- ✓ Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones – COPCI.
- ✓ Reglamento a la Ley Orgánica de Aduanas.
- ✓ Decisión 671 Comunidad Andina de Naciones.
- ✓ Ley de Compañías.
- ✓ Manual de Importaciones y Exportaciones, guía práctica. Ing. Legarda R. Ángel Ramiro.
- ✓ GUIA PARA OPERADORES DE COMERCIO EXTERIOR; Transmisión Electrónica de la Declaración Aduanera Única DAU-e
- ✓ GUIA PARA OPERADORES DE COMERCIO EXTERIOR; Entrega de la DAU-e impresa y documentos de acompañamiento.
- ✓ Manual de Procedimientos del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical “Leopoldo Izquieta Pérez”.

REFERENCIAS WEB

- ✓ www.aduana.gob.ec
- ✓ www.comunidadandina.org
- ✓ www.bce.fin.ec
- ✓ www.sri.gob.ec
- ✓ www.micip.gov.ec
- ✓ www.fedexpor.com
- ✓ www.greenandes.com.ec
- ✓ www.derechoecuador.com
- ✓ www.pymesfuturo.com
- ✓ <http://sedlogistic.blogspot.com/>

GLOSARIO DE TÉRMINOS

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.

AFORO AUTOMÁTICO.- Es la modalidad de despacho que se efectúa mediante la validación y análisis electrónico de la Declaración Aduanera a través del sistema informático con la aplicación de perfiles de riesgo establecidos por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

AFORO DOCUMENTAL.- Consiste en la verificación de la Declaración Aduanera y de sus documentos de acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, con el objeto de determinar la correcta liquidación de tributos al comercio exterior y el cumplimiento de las disposiciones aduaneras exigidas según el régimen aduanero declarado.

AFORO FÍSICO.- Es el reconocimiento físico de las mercancías, para comprobar su naturaleza, origen, condición, cantidad, peso, medida, valor en aduana y clasificación arancelaria, en relación a los datos contenidos en la Declaración Aduanera y sus documentos de acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Esta modalidad de aforo podrá realizarse mediante la inspección intrusiva o constatación física de las mercancías, o mediante sistemas tecnológicos de inspección no intrusiva.

BACCO.- Es el dios del vino, inspirador de la locura ritual y el éxtasis, y un personaje importante de la mitología griega.

BARRERAS ARANCELARIAS.- Se designa con esta expresión a las tarifas arancelarias que, dada su magnitud, constituyen verdaderas trabas al comercio internacional.

BARRERAS PARA ARANCELARIAS.- Son aquellas restricciones no arancelarias aplicadas al comercio internacional como los controles previos, cupos, salvaguardias, etc.

CAMBIO DE RÉGIMEN.- Es la operación mediante la cual el Administrador de Distrito autoriza, por una sola vez, que mercancías inicialmente declaradas a un régimen aduanero especial sea nuevamente declarada bajo otro régimen, ya sea importación o exportación a consumo definitivo. El cambio de régimen se aplica total o parcialmente respecto de las mercancías inicialmente declaradas.

CEPA.- Tronco o planta de la vid.

CERTIFICADO DE ORIGEN.- Es el documento que, emitido por la autoridad u organismo competente, se constituye en prueba del 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.

CONOCIMIENTO DE EMBARQUE.- Recibo de las mercancías puestas sobre el medio de transporte, firmado por la persona o agente que se compromete por contrato a transportarlas. El conocimiento de embarque, según el medio de transporte por el cual se movilen las cargas toma diferentes nombres;

en el caso de la carga transportada vía aérea se llama air way bill o guía aérea, en la carga terrestre toma el nombre de carta porte internacional y en el caso de la carga marítima se llama bill of lading o B/L.

CUNEIFORME.- adj. De figura de cuña. Escritura cuneiforme es la que usaron algunos pueblos antiguos de Asia, como los sumerios, asirios y otros pueblos mesopotámicos cuyos caracteres tenían forma de cuña o clavo.

DAU.- La Declaración Aduanera, es el documento por el cual se informa a la SENA E el detalle de las mercancías a ser nacionalizadas, utilizando el formulario electrónico diseñado para el efecto, la Declaración Aduanera Única Electrónica (DAU-e), la cual contiene información del declarante, régimen precedente, consignatario, medio de transporte, partida, descripción arancelaria y comercial, valor aduanero, peso de las mercancías, entre otros datos.

DAV.- Es el documento soporte de la Declaración en Aduana, para la determinación del valor en aduana de las mercancías importadas, las administraciones aduaneras de los Países Miembros de la CAN exigirán al importador la "Declaración Andina del Valor - (DAV); el importador será responsable directo de la veracidad, exactitud e integridad de los datos consignados en la DAV.

ENOLOGÍA.- Es la ciencia, técnica y arte de producir vino. El enólogo es el asesor técnico responsable de dirigir el proceso de elaboración del vino. Es el experto que supervisa en la bodega tanto la elaboración, el almacenaje, análisis, conservación, embotellado y comercialización del vino.

EXENCIONES TRIBUTARIAS.- Se entiende por exenciones tributarias a las liberaciones de la obligación de pago de los impuestos al comercio exterior, ya se trate de exportaciones o importaciones, establecidas y reguladas por ley. Las exenciones tributarias pueden extenderse a uno o a la totalidad de los tributos que gravan el comercio exterior y, ocasionalmente, suelen limitarse a una proporción del valor de la operación proyectada.

ORUJO.- es un aguardiente obtenido de la destilación del bagazo de la uva. Se denomina también **orujo** a un residuo sólido, producido durante la elaboración del aceite de oliva y que sirve, igualmente, para fabricar el llamado *aceite de orujo*.

RÉGIMEN ADUANERO.- Un régimen aduanero es una modalidad de importación o exportación orientada a darle un destino aduanero específico a una mercancía, de acuerdo a la Declaración Aduanera presentada. Los regímenes aduaneros se clasifican en: Comunes, Particulares o de Excepción y Especiales

VID.- Nombre común de diversas plantas de la familia vitáceas, vivaces y trepadoras, con hojas palmeadas, flores de color verde y cuyo fruto es la uva. La vid es una planta típica mediterránea.

VITIVINICULTURA.- Técnica para cultivar las vides y elaborar el vino.