



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**“PLAN DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE LÍNEA
BLANCA BAJO LA FIGURA DE TRADING DESDE CUENCA
HACIA EL PERÚ”**

ANDREA CRISTINA PATIÑO ORQUERA

**Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado
de:**

**INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION
INTERNACIONAL**

AÑO 2013

CERTIFICACIÓN
ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Andrea Cristina Patiño Orquera

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado PLAN DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE LÍNEA BLANCA BAJO LA FIGURA DE TRADING DESDE CUENCA HACIA EL PERÚ, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan en el proyecto, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

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, febrero del 2013

Andrea Cristina Patiño Orquera

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

CERTIFICADO

Ing. Ángel Legarda e Ing. Edison Landázuri

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado *PLAN DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE LÍNEA BLANCA BAJO LA FIGURA DE TRADING DESDE CUENCA HACIA EL PERÚ* realizado por *Andrea Cristina Patiño Orquera*, 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 los óptimos resultados, y al ser una propuesta de emprendimiento basada en el perfil profesional se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado realizado en un tomo y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a *Andrea Cristina Patiño Orquera* que lo entregue a *Ing. Fabián Guayasamín* en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, febrero del 2013

Ing. Ángel Legarda

DIRECTOR

Ing. Edison Landázuri

CODIRECTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Andrea Cristina Patiño Orquera

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo *PLAN DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE LÍNEA BLANCA BAJO LA FIGURA DE TRADING DESDE CUENCA HACIA EL PERÚ*, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, febrero del 2013

Andrea Cristina Patiño Orquera

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico:

A Dios por brindarme la sabiduría, conocimiento e
inteligencia para la realización del trabajo de grado.

Dedico con todo el cariño a mis padres Carlos y Lilián,
por darme siempre el apoyo incondicional en mis
proyectos de vida.

A mis hermanos Santiago y María Gabriela, quienes
fueron mi soporte y fuerza para culminar con satisfacción
tan arduo trabajo.

A toda mi familia por ser las personas que estuvieron en
las buenas y en las malas; quienes me apoyaron y me
dieron el aliento para nunca bajar los brazos, para
culminar con éxito mi trabajo de grado.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia, por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.

A la Escuela Politécnica del Ejército, a sus autoridades y profesores, por abrir sus puertas y darme la confianza necesaria para triunfar en la vida y transmitir sabiduría para mi formación profesional.

Agradezco de una manera muy especial por su esfuerzo, dedicación, colaboración y sabiduría para ser un profesional de éxito, al Ing. Ramiro Legarda y al Ing. Edison Landázuri, Director y Co Director respectivamente.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPITULO 1 ANTECEDENTES.....	1
1.1 Antecedentes históricos	1
1.1.1 El mercado del sector de línea blanca en el Ecuador	3
1.1.2 El mercado mundial y regional del sector de línea blanca.....	9
1.1.3 Mercado de trabajo.....	12
1.1.4 Tecnología, investigación y desarrollo	14
1.1.4.1 Contribución a la ayuda ambiental de los electrodomésticos	15
1.2 Proceso de producción de línea blanca.....	17
1.2.1 Descripción general del proceso de producción.....	17
1.2.2 Líneas de producción	18
1.3 Marco Legal	23
1.3.1 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	23
1.3.2 Programa de Integración Industrial Metalmecánico	25
1.3.3 Comité de Comercio Exterior	26
1.4 Situación actual	28
1.4.1 Producción actual en el país	29
1.4.2 Línea blanca y línea marrón.....	30
1.5 Clasificación Arancelaria	31
CAPITULO 2 ESTUDIO DE MERCADO.....	34
2.1 Objetivos	34
2.2 Sectores Productivos	34
2.2.1 Ecuador	34
2.2.1.1 INDURAMA	37
2.2.1.2 FIBRO ACERO	42
2.2.2 Mercado Internacional de Perú	45
2.2.2.1 Exportaciones de Perú	45

2.2.2.2	Importaciones de Perú	47
2.3	Cifras Comerciales	49
2.3.1	Estadísticas de International Trade Centre.....	49
2.3.1.1	Partida Arancelaria	49
2.3.1.2	Estadísticas a nivel de subpartida.	56
2.3.2	Estadísticas Banco Central.....	60
2.4	Oferta Exportable	63
2.5	Cuestionario.....	65
2.6	Resultados	68
CAPITULO 3 PLAN DE COMERCIALIZACION		81
3.1	Mercado Objetivo.....	81
3.1.1	Geografía y demografía de Perú	81
3.1.2	Piura	86
3.2	Análisis del Mercado Objetivo.....	87
3.2.1	Mercado de Electrodomésticos	87
3.2.1.1	Línea Blanca	88
3.2.1.2	Línea Marrón	89
3.2.1.3	Línea Pequeños Electrodomésticos	89
3.3	Demanda Insatisfecha.....	90
3.4	Trading	91
3.5	Broker	93
CAPÍTULO 4 PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE COMERCIO EXTERIOR		95
4.1	Acuerdos Comerciales Internacionales	95
4.2	Organismos y Leyes que regulan el Comercio Exterior en Ecuador y Perú	98
4.2.1	Ecuador	98
4.2.2	Perú	100
4.3	Organización	102
4.3.1	Organigrama de la Empresa.....	103

4.4	Procedimiento para Calificarse como Exportador en el Ecuador.....	104
4.4.1	Patente Municipal.....	104
4.4.1.1	Obtención de la Patente Municipal.....	105
4.4.2	Registro Único de Contribuyentes (RUC).	106
4.4.2.1	Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas (SRI).....	107
4.4.3	Registro de Operador Económico Autorizado	108
4.4.4	Obtención del Registro de Operador Económico Autorizado.....	108
4.4.5	Acercarse al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.....	114
4.4.5.1	Cambio de clave.....	116
4.5	INCOTERMS	118
4.5.1	Definiciones De Utilidad Incoterms 2010.....	119
4.5.2	Dos nuevas reglas Incoterms® DAT y DAP	120
4.5.3	Recomendaciones para establecer una clausula de condiciones para el uso y aplicación de las Reglas Incoterms®2010	121
4.5.4	Breve Análisis Regla Por Regla Incoterms®2010.....	121
4.6	Negociación.....	133
4.6.1	Término de negociación elegido para la Exportación.....	137
4.7	Formas de pago	139
4.7.1	Forma de Pago elegida para la Exportación.....	142
4.8	Logística y Transporte	143
4.8.1	Contenerización.....	144
4.8.2	Envase, Empaque y Embalaje	148
4.8.3	Sistemas de Unitarización de la Carga.....	150
4.9	Documentos que Acompañan a la Declaración Aduanera	152
4.9.1	Documentos de Acompañamiento	152
4.9.2	Documentos de Soporte	152
4.9.2.1	Factura Comercial.....	153
4.9.2.2	Packing List	155

4.9.2.3	Conocimiento de Embarque.....	156
4.9.2.4	Certificado de Origen.....	159
4.10	Intercambio Electrónico de Datos	160
4.11	Cumplimiento de Formalidades Aduaneras	160
4.12	Exportación Definitiva	161
4.12.1	Régimen 15.- Obtención de la orden de embarque en zona primaria aduanera	162
4.12.1.1	Datos de la Orden de Embarque	163
4.12.1.2	Consideraciones que los exportadores deben tener en cuenta en la orden de embarque	164
4.12.2	Documentación previa a la Exportación	164
4.12.3	Régimen 40.- Presentación de la Declaración Aduanera (DAU).....	165
4.13	Aplicación	166
4.13.1	Matriz FODA	166
4.13.2	Detalle de la aplicación	168
CAPITULO 5	ESTUDIO FINANCIERO	172
5.1	Inversiones.....	172
5.1.1	Activos corrientes.....	175
5.1.2	Activos fijos	175
5.1.3	Activos diferidos	175
5.2	Gastos presupuestados.....	177
5.2.1	Presupuesto de Sueldos y Salarios	177
5.2.2	Gastos de exportación	178
5.2.3	Gasto de ventas y administración.....	179
5.2.4	Amortización.....	179
5.3	Ingresos presupuestados	182
5.4	Punto de equilibrio	183
5.5	Flujo de caja	185
5.6	Evaluación financiera	186

5.6.1	Valor Actual Neto	186
5.6.2	Tasa Interna de Retorno (tir)	187
5.6.3	Periodo de Recuperación (pr).....	188
CONCLUSIONES.....		190
RECOMENDACIONES.....		191
BIBLIOGRAFÍA.....		192
ANEXO A	¡Error! Marcador no definido.	
ANEXO B	¡Error! Marcador no definido.	
ANEXO C	¡Error! Marcador no definido.	
ANEXO D	¡Error! Marcador no definido.	
ANEXO E	¡Error! Marcador no definido.	
ANEXO F	¡Error! Marcador no definido.	
ANEXO G	¡Error! Marcador no definido.	
ANEXO H	¡Error! Marcador no definido.	
ANEXO I	¡Error! Marcador no definido.	
ANEXO J	¡Error! Marcador no definido.	
ANEXO K	¡Error! Marcador no definido.	
ANEXO L	¡Error! Marcador no definido.	
ANEXO M	¡Error! Marcador no definido.	
ANEXO N	¡Error! Marcador no definido.	

INDICE DE FIGURAS

Figura No. 1.1 Línea Blanca, Tecsi.....	19
Figura No. 1.2 Enseres Menores, www.homestar.com.....	19
Figura No. 1.3 Línea Marrón, Casmar Group	30
Figura No. 2.1 Logo Indurama, www.indurama.com	37
Figura No. 2.2 Cocina Roma, www.indurama.com	39
Figura No. 2.3 Refrigeradora RI-480CR, www.indurama.com	40

Figura No. 2.4 Comercialización, www.indurama.com	41
Figura No. 2.5 Exportación, www.indurama.com	42
Figura No. 2.6 Logo Ecogas, www.ecogasecu.com	43
Figura No. 2.7 Cocinas Ecogas, www.ecogasecu.com	44
Figura No. 3.1 Mapa de Perú, www.cusco Peru.com.pe	81
Figura No. 3.2 Piura, www.wikipedia.org	86

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico No. 1.1 Producción Total de la cadena de producción de Línea Blanca, Asociación de industriales de línea blanca del Ecuador.	4
Gráfico No. 1.2 Exportaciones del Sector de Línea Blanca, Asociación de industriales de línea blanca del Ecuador.....	5
Gráfico No. 1.3 Importación del Sector de Línea Blanca, Asociación de industriales de línea blanca del Ecuador.....	6
Gráfico No. 1.4 Balanza Comercial del Sector de Línea Blanca, Asociación de industriales de línea blanca del Ecuador	7
Gráfico No. 1.5 Ventas Mundiales del Sector de Línea Blanca (2002-2007), Strat consulting	9
Gráfico No. 1.6 Participación de la Demanda y Ventas Mundiales por Región del Sector de Línea Blanca (2007), Strat consulting.	10
Gráfico no. 1.7 Principales Países Exportadores de América Latina del Sector de Línea Blanca (2007), Strat consulting.....	11
Gráfico No. 1.8 Principales Mercados de América Latina del sector de Línea Blanca (2007, millones de Unidades), Strat Consulting	12
Gráfico No. 1.9 Participación de los Ingresos Fiscales por Venta de Línea Blanca (2010), Asociación de industriales de línea blanca del Ecuador.....	22
Gráfico No. 2.1 Ventas del Sector Metalmecánica, Banco Central del Ecuador.....	35
Gráfico No. 2.2 Exportaciones de Metalmecánica Ene-Sep 2010/ Ene-Sep 2011, Banco Central del Ecuador.....	37
Gráfico No. 2.3 Exportaciones del Sector Metalmecánico, SUNAT/ADUANAS	47
Gráfico No. 2.4 Exportaciones hacia Perú, Venezuela y Colombia, Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE	51
Gráfico No. 2.5 Lista de Mercados Importadores para un Producto Exportado por Ecuador; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE	53
Gráfico No. 2.6 Lista de Mercados Importadores para un Producto Exportado por Ecuador; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE	54

Gráfico No. 2.7 Lista de Mercados Importadores para un Producto Exportado por Ecuador; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE	56
Gráfico No. 2.8 Compra de Electrodomésticos, Encuesta	68
Gráfico No. 2.9 Conocen los encuestados sobre las Marcas: INDURAMA,	69
Gráfico No. 2.10 Frecuencia de Compra de Electrodomésticos, Encuesta.....	70
Gráfico No.2.11 Listado de Electrodomésticos, Encuesta	71
Gráfico No.2.12 INDURAMA, Encuesta	72
Gráfico No. 2.13 DUREX, Encuesta	73
Gráfico No. 2.14 ECOGAS, Encuesta	74
Gráfico No. 2.15 GENERAL ELECTRIC, Encuesta	75
Gráfico No. 2.16 ELECTROLUX, Encuesta	76
Gráfico No. 2.17 Precios Cocina, Encuesta	77
Gráfico No. 2.18 Precios Refrigeradora, Encuesta	78
Gráfico No. 2.19 Precios Lavadora, Encuesta	79
Gráfico No. 2.20 Precios Secadora, Encuesta.....	80
Gráfico No. 4.1 Organigrama de la Empresa, La Autora.....	103
Gráfico No. 4.2 Registro Operador Económico Autorizado1, SENAE.....	109
Gráfico No. 4.3 Registro Operador Económico Autorizado2, SENAE.....	109
Gráfico No. 4.4 Registro Operador Económico Autorizado3, SENAE.....	110
Gráfico No. 4.5 Registro Operador Económico Autorizado4, SENAE.....	110
Gráfico No. 4.7 Registro Operador Económico.....	111
Gráfico No. 4.6 Registro Operador Económico Autorizado5, SENAE.....	111
Gráfico No. 4.8 Registro Operador Económico Autorizado7, SENAE.....	112
Gráfico No. 4.10 Registro Operador Económico Autorizado9, SENAE.....	112
Gráfico No. 4.9 Registro Operador Económico Autorizado8, SENAE.....	112
Gráfico No. 4.11 Registro Operador Económico Autorizado10, SENAE.....	113
Gráfico No. 4.12 Registro Operador Económico Autorizado11, SENAE.....	113
Gráfico No. 4.13 Solicitud de Reinicio o Concesión de Nueva Clave 1, SENAE....	114
Gráfico No. 4.14 Solicitud de Reinicio o Concesión de Nueva Clave 2, SENAE....	115
Gráfico No. 4.15 Cambio de clave parte 1, SENAE	116
Gráfico No. 4.16 Cambio de clave parte 2, SENAE.....	117
Gráfico No. 4.17 Cambio de clave parte 3, SENAE.....	117
Gráfico No. 4.18 Works, www.comercioexterior.com.ec	121
Gráfico No. 4.19 Free Carrier, www.comercioexterior.com.ec	122
Gráfico No. 4.20 Alongside Ship, www.comercioexterior.com.ec	124
Gráfico No. 4.21 Free on Board, www.comercioexterior.com.ec	125
Gráfico No. 4.22 Cost and Freight, www.comercioexterior.com.ec	126

Gráfico No. 4.23 Cost, Insurance and Freight, www.comercioexterior.com.ec	127
Gráfico No. 4.24 Carriage Paid to, www.comercioexterior.com.ec	128
Gráfico No. 4.25 Carriage and Insurance Paid to, www.comercioexterior.com.ec ..	129
Gráfico No. 4.26 Delivery at Terminal, www.comercioexterior.com.ec.....	130
Gráfico No. 4.27 Delivered at Place, www.comercioexterior.com.ec	131
Gráfico No. 4.28 Delivery Duty Paid, www.comercioexterior.com.ec	132
Gráfico No. 4.29 Flujograma de la Exportación, Autora	136
Gráfico No. 4.30 Cubicaje de Refrigeradoras, La autora.....	147
Gráfico No. 4.31 Cubicaje de Cocinas, La autora.....	147
Gráfico No. 4.32 Matriz FODA, Autora	168
Gráfico No. 4.33 Registro como Exportador, Autora	170
Gráfico No. 4.34 Aplicación, Autora	171
Gráfico No. 5.1 Punto de Equilibrio, Autora	184

INDICE DE TABLAS

Tabla No. 1.1 Importación de Partes y Piezas (Millones de dólares CIF), Banco Central del Ecuador.....	8
Tabla no. 1.2 Personal ocupado, número de establecimientos y salarios pagados Sector Línea Blanca, UNdata.....	13
Tabla no. 1.3 Subsectores que Participan en la Provisión de Insumos para la Industria de Línea Blanca, Encuesta de manufactura 2007, INEC.	14
Tabla no. 1.4 Participación Nacional por Marcas (2010), Asociación de industriales de línea blanca del Ecuador.....	21
Tabla No. 1.5 Listado de Subpartidas de Línea Blanca, Comité de Comercio Exterior	27
Tabla No. 1.6 Clasificación Arancelaria	32
Tabla No. 1.7 Listado de Subpartidas de Línea Blanca más Exportadas, Banco Central del Ecuador.....	33
Tabla No. 2.1 Exportaciones del Sector Metalmecánico, Banco Central del Ecuador	36
Tabla No. 2.2 Exportaciones de Perú, Asociación de Exportadores (ADEX) - Data Trade	46
Tabla No. 2.3 IMPORTACIONES DE PERÚ, Asociación de Exportadores (ADEX) - Data Trade.....	48

Tabla No. 2.4 Exportaciones hacia Perú, Venezuela y Colombia, Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE	50
Tabla No. 2.5 Exportaciones hacia Perú, Colombia y Estados Unidos de América; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.....	52
Tabla No. 2.6 Exportaciones hacia Colombia y Venezuela; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.....	54
Tabla No. 2.7 Exportaciones hacia Colombia, Perú y Venezuela; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE	55
Tabla No. 2.8 Exportaciones de la subpartida 8418.10.00.00; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE	57
Tabla No. 2.9 Exportaciones de la subpartida 8418.10.30.00; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE	57
Tabla No. 2.10 Exportaciones de la subpartida 8421.12.00.00; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE	58
Tabla No. 2.11 Exportaciones de la subpartida 8450.20.00.00; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE	59
Tabla No. 2.12 Exportaciones de la subpartida 8516.60.20.00; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE	59
Tabla No. 2.13 Exportaciones de la subpartida 8418.10.00.00, Banco Central del Ecuador	60
Tabla No. 2.15 Exportaciones de la subpartida 8421.12.00.00, Banco Central del Ecuador	61
Tabla No. 2.14 Exportaciones de la subpartida 8418.10.30.00, Banco Central del Ecuador	61
Tabla No. 2.16 Exportaciones de la subpartida 8450.20.00.00, Banco Central del Ecuador	62
Tabla No. 2.17 Exportaciones de la subpartida 8516.60.20.00, Banco Central del Ecuador	63
Tabla No. 2.18 Oferta Exportable, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC	64
Tabla No. 2.19 Compra de Electrodomésticos, Encuesta	68
Tabla No. 2.20 Marcas de Electrodomésticos Ecuatorianas, Encuesta.....	69
Tabla No. 2.21 Frecuencia de Compra, Encuesta	70
Tabla No. 2.22 Listado de Electrodomésticos, Encuesta	71
Tabla No. 2.23 INDURAMA, Encuesta	72
Tabla No. 2.24 DUREX, Encuesta.....	73
Tabla No. 2.25 ECOGAS, Encuesta	74

Tabla No. 2.26 GENERAL ELECTRIC, Encuesta.....	75
Tabla No. 2.27 ELECTROLUX, Encuesta	76
Tabla No. 2.28 Precios Cocina, Encuesta	77
Tabla No. 2.29 Precios Refrigeradora, Encuesta	78
Tabla No. 2.30 Precios Lavadora, Encuesta	79
Tabla No. 2.31 Precios Secadora, Encuesta.....	80
Tabla No. 3.1 Demanda Insatisfecha de Línea Blanca del 2007-2011 (millones de dolares), Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI.....	91
Tabla No. 4.1 Directorio de Clientes, Páginas Amarillas Perú.....	134
Tabla No. 5.1 Listado de Activos de la Empresa, Autora.....	174
Tabla No. 5.2 Estado de Situación Inicial, Autora.....	176
Tabla No. 5.3 Presupuesto de Sueldos y Salarios	177
Tabla No. 5.4 Gastos Exportación, Autora	178
Tabla No. 5.5 Presupuesto de Gastos de Ventas y Administración, Autora.....	179
Tabla No. 5.6 Amortización, Autora.....	180
Tabla No. 5.7 Presupuesto de Costos, Autora.....	181
Tabla No. 5.8 Precio de Exportación, Autora	182
Tabla No. 5.9 Presupuesto de Ventas, Autora	182
Tabla No. 5.10 Punto de Equilibrio, Autora	183
Tabla No. 5.11 Flujo de Caja Presupuestado, Autora.....	185
Tabla No. 5.12 Balance de Resultados Proyectados, Autora.....	186
Tabla No. 5.13 Valor Actual Neto, Autora	187
Tabla No. 5.14 Tasa Interna de Retorno, Autora	188
Tabla No. 5.15 Periodo de Recuperación de Inversión, Autora.....	189

EXTRACTO

El presente proyecto se relaciona con un plan de negociación internacional de línea blanca desde Cuenca hacia Perú bajo la figura de trading, para su comercialización en el mercado de Piura estructurado en cinco capítulos de la siguiente manera:

En el primer capítulo se establecen los antecedentes del sector de línea blanca, la producción nacional, las exportaciones e importaciones del sector, participación en el mercado mundial, la clasificación arancelaria; el segundo capítulo se realizará un análisis de mercado que permita conocer la aceptación de productos ecuatorianos de línea blanca en el mercado peruano, así como los factores que inciden en la demanda, la cantidad de compra y precios que se manejan en el mercado, las cifras comerciales y la oferta exportable.

El capítulo tres nos muestra un análisis del mercado objetivo, tanto su geografía como demografía, también se expone el significado de trading y las características de sus metodologías; en el capítulo cuatro se encuentran los procesos y procedimientos de comercio exterior en donde se indica los pasos para exportar y la negociación con el cliente.

Para finalizar, el quinto capítulo es el estudio financiero, en el cual se analizará a través de proyecciones y diferentes índices económicos si el plan de negocios será factible para su realización.

EXTRACT

This project relates to an international negotiation plan of appliances from Cuenca to Peru under the figure of trading, in order to commercialize it in Piura market structured in five chapters as follows:

The first chapter sets out the background to the white line sector, domestic production, exports and imports in the sector, global market share, tariff classification, the second chapter will be a market analysis designed to show acceptance of Appliances Ecuadorian products in the Peruvian market, and the factors that affect demand, the amount of purchase and prices are handled in the market, trade figures and export supply.

Chapter three shows an analysis of the target market, both its geography and demography, also discusses the significance of trading and characteristics of their methodologies; in chapter four are the processes and procedures of foreign trade which specifies step by step the exportation and negotiation with the client.

Para finalizar, el quinto capítulo es el estudio financiero, en el cual se analizará a través de proyecciones y diferentes índices económicos si el plan de negocios será factible para su realización.

Finally, the fifth chapter is the financial study, which will be analyzed through different economic indicators and projections if the business plan will be feasible for implementation.

JUSTIFICACIÓN

Las industrias cuencanas no han logrado establecer un mecanismo de penetración en el mercado puesto que esto representa una inversión muy considerable lo que ha obligado a buscar alternativas de comercialización arrojándonos como forma ideal y de bajo impacto económico, la figura del trading.

El trading ocupa una posición privilegiada en el comercio exterior al estar familiarizada con las demandas del mercado, así como con las características del comercio internacional, es por ello que lo considero un instrumento fundamental para facilitar la participación de empresas en las exportaciones, debido no solo a lo dicho anteriormente, sino también su acceso a recursos financieros.

La problemática ecuatoriana sobre la falta de inversión y poco desarrollo de las industrias crea la necesidad de buscar fuentes alternativas, como soporte para las empresas que tienen temor a crecer o desarrollarse en otro ámbito, como es el caso de la exportación, que por falta de conocimiento a los tramites y procesos para exportar los pequeños productores prefieren mantener un estándar moderado vendiendo sus productos solo en el mercado local. Es así que se crea la herramienta del Trading como ayuda y soporte a los empresarios para buscar nuevas alternativas y vender sus productos en el exterior, sin que se genere mayor riesgo para ellos.

A demás debemos considerar que no siempre se genera ganancias al momento de invertir, pues no se tomaron en cuenta algunos de los aspectos más importantes, como lo es el riesgo país, es por ello que muchas empresas temen invertir porque la relación beneficio costo no cumple con sus expectativas, con este otro inconveniente la solución en que las empresas pueden optar es en otra forma de comercialización como lo es la figura nombrada anteriormente.

Con esto se buscamos expandir mercados y que se conozca los productos ecuatorianos en el exterior, generando nuevos y alternativas al momento de exportar.

OBJETIVOS

➤ **GENERAL**

Elaborar un Plan de comercio exterior y negociación internacional para la exportación de línea blanca bajo la figura de trading desde Cuenca hacia el Perú.

➤ **ESPECIFICO**

- Realizar un análisis de los antecedentes sobre la industria de la producción de línea blanca, así como de los datos más relevantes para la exportación.
- Elaborar un estudio de factibilidad de mercado de negociación para la exportación de línea blanca al mercado peruano.
- Plantear estrategias de Negocios Internacionales y de Comercio Exterior para la comercialización de la mercancía aplicando la figura del Trading.
- Ejecutar un análisis de los factores legales de Comercio Exterior aplicados a la exportación de línea blanca.
- Evaluar el proyecto mediante el análisis financiero de la inversión y los indicadores de rentabilidad.

METODOLOGÍA

Para la realización del presente trabajo se tomarán en cuenta los métodos y técnicas de investigación más adecuados para la obtención de la información, la cual permite la elaboración de un análisis detallado y cumplir con los objetivos propuestos.

A continuación planteamos los siguientes métodos

Método Deductivo.-

El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

Se puede decir también que el aplicar el resultado de la inducción a casos nuevos es deducción.

Método Exploratorio.-

Se utiliza para recoger, organizar, presentar, analizar, generalizar, los resultados de las observaciones. Este método implica el examen del tema o problema poco estudiado del cual se tienen muchas dudas o simplemente no se ha abordado antes.

El procedimiento Explorar nos ofrece las posibilidades de representar gráficamente los datos, examinar visualmente las distribuciones para varios grupos de datos, y realizar pruebas de normalidad y homogeneidad sobre los mismos.

CAPITULO 1

ANTECEDENTES

1.1 Antecedentes históricos

La importancia del buen desempeño de las relaciones internacionales en el desarrollo, político, comercial, cultural a nivel mundial es primordial hoy en día para lograr el desarrollo integral de las naciones.

No hay una sola nación que pueda considerarse autosuficiente así misma y que no necesite del apoyo de los demás países, aún las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen y que por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales suplen sus necesidades y carencias en otras zonas.

El propósito de este proyecto es la realización de la exportación de línea blanca bajo la figura de Trading desde Cuenca hacia el Perú, indicando el detalle del proceso para la comercialización de dichas mercancías, dando a conocer cuáles son los procedimientos y requerimientos que se deberán seguir.

La economía azuaya está marcada por la concentración de actividades productivas en esta ciudad, que cuenta con un notable desarrollo industrial, comercial, artesanal, bancario, académico y de producción. En esta zona del Austro ecuatoriano se realiza el 60 por ciento de la fabricación de línea blanca, ya que aquí existe una amplia gama de fábricas dedicadas a la elaboración de artefactos correspondientes a esta industria. Según (Blanquer, 2009), Cuenca se ha consolidado como eje del desarrollo económico de la región centro-sur del Ecuador, esta perspectiva sobre esta ciudad se amplía, consolidándose como ciudad-región que articula el sur del Ecuador con el norte del Perú.

Esta figura permite que desde la capital de Azuay se realice una nueva forma de comercialización que es el trading, esta herramienta sirve especialmente para las pequeñas industrias que no poseen el acceso a los mercados externos. A través de esta herramienta las industrias optimizan el costo de comercialización; suele ser una alternativa económica y más rentable que encarar el negocio de la exportación con la propia estructura.

La utilización de diversos aparatos eléctricos para aliviar el esfuerzo humano, que se conocen con la denominación genérica de electrodomésticos, tiene ya una larga historia, pero ha sido en las últimas décadas cuando han tenido un desarrollo espectacular. Su fabricación, venta y mantenimiento requiere las aportaciones, como proveedores, de un notable número de otras actividades y servicios por lo que unánimemente se le reconoce una importante función tractora de una parte de la industria.

Entre los especialistas del sector, dentro de los electrodomésticos, se distinguen dos grandes subsectores en razón de las necesidades que atienden y las distintas tecnologías utilizadas en su producción:

Por un lado los productos que se conocen como "electrodomésticos de línea blanca": frigoríficos, lavadoras, lavavajillas, secadoras, hornos, cocinas, encimeras, etc.

Por otro lado los "pequeños electrodomésticos" que incluyen cafeteras, batidoras, tostadores, licuadoras, sandwicheras, exprimidores, aspiradores, radiadores, planchas, ventiladores, afeitadoras, depiladoras, aparatos de masaje, etc.

Junto a los anteriores se encuentran los llamados "electrodomésticos marrones" que forman el conjunto de bienes cuya finalidad es proporcionar servicios relacionados con el ocio, como la televisión, el vídeo, radiocasetes y equipos musicales entre otros.

Se trata de una actividad que fabrica un gran número de bienes de consumo duraderos siendo reducido el número de empresas especializadas controladas en su mayor parte por grupos "multinacionales".

1.1.1 El mercado del sector de línea blanca en el Ecuador

Según (Valera, 2011) la industria de línea blanca en el Ecuador, nace en 1964, ese año aparece en la ciudad de Cuenca, Ecuatoriana de artefactos S.A (Grupo ElJuri) para Ecuador y el Pacto Andino con la línea de cocinetas y la empresa guayaquileña Durex, que nace el 4 de Abril de 1964, con operaciones en la línea de vajillas de hierro enlozado, siendo la primera industria que manufacturaba estos productos en el país, produciendo en 1967 la primera cocina de acero porcelanizado del país.

Posteriormente aparece Indurama en 1972 en Cuenca, desde sus inicios ha tenido como objetivo producir electrodomésticos que además de facilitar las labores en el hogar cumplan con los más altos estándares de diseño y tecnología. En la actualidad esta empresa ocupa más de 50.000 metros cuadrados y emplea a más de 1.900 personas comprometidas en mantener la más alta calidad en todos los procesos de fabricación.

La política de calidad y diseño para todos sus productos ha permitido que la marca trascienda el mercado ecuatoriano y cuente con importante participación en varios países de la región.

La producción nacional de línea blanca, medido en millones de dólares se ha incrementado en 132,5 millones entre el año 2005 al 2010 (ver Gráfico No.1.1), lo que representa un 76,77%, gracias a la innovación llevada a cabo por las empresas productoras especialmente en términos de eficiencia energética, reducción de contaminación ambiental y en el uso de nueva tecnología, que le ha permitido una disminución en sus costos de producción y por ende poder adentrarse en mayor cantidad en el mercado a precios más bajos.

(Ver Gráfico en la siguiente página)

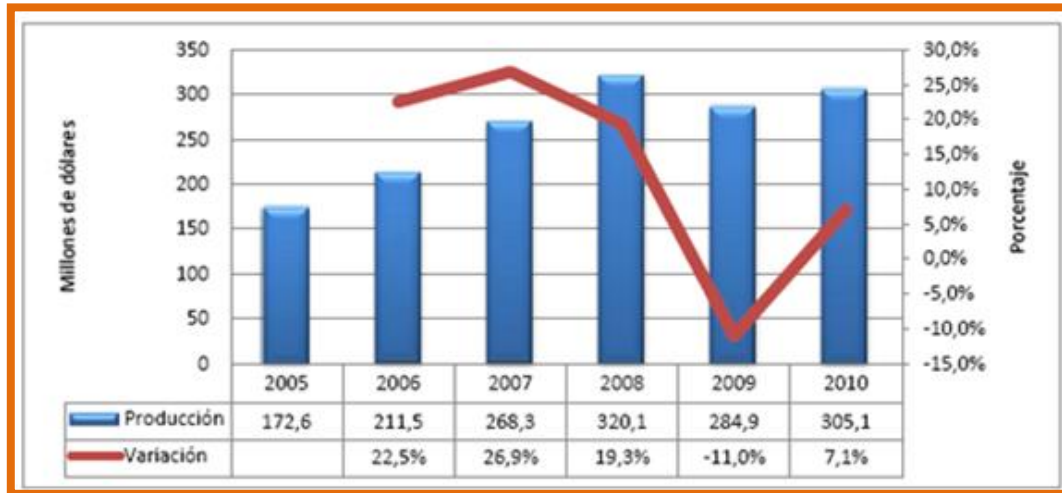


Gráfico No. 1.1 Producción Total de la cadena de producción de Línea Blanca, Asociación de industriales de línea blanca del Ecuador.

A pesar de este mayor incremento en la producción, las exportaciones corresponden sólo al 30% de la producción total (ver Gráfico No.1.2), debido fundamentalmente: a los bajos niveles de productividad y calidad de las empresas proveedoras de piezas y partes, las cuales utilizan escasa tecnología; a la carencia de especificaciones técnicas, espacios de producción y logística, así como, a una falta de liquidez por poco acceso al financiamiento para capital de trabajo y activos. Problemas que han generado que la provisión de partes y piezas sean más caras que en el extranjero y por ende un mayor costo en la producción. Sin embargo de ello, los industriales de este sector indican que el componente nacional importado de piezas y partes, es sólo del 40% y el restante 60% es de componente nacional.

(Ver Gráfico en la siguiente página)

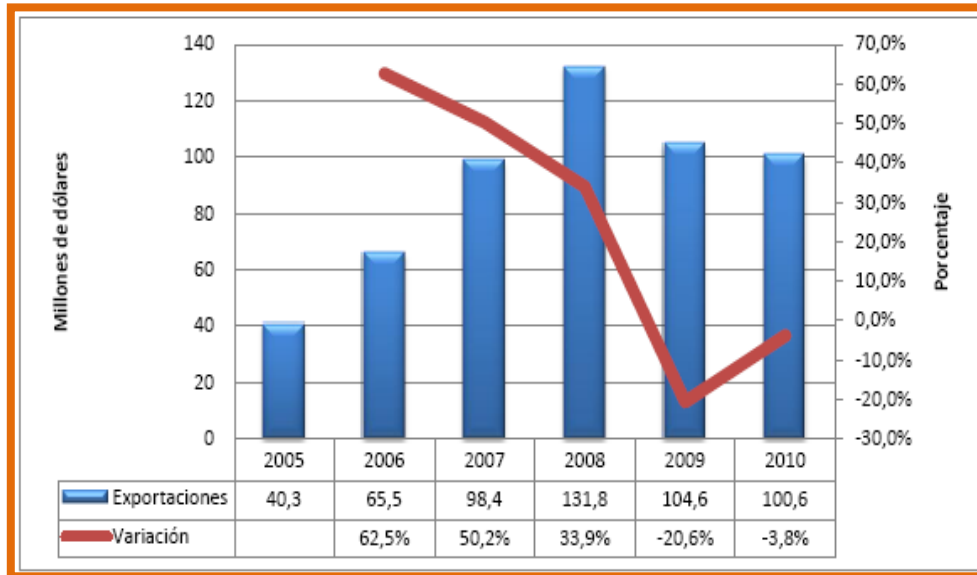


Gráfico No. 1.2 Exportaciones del Sector de Línea Blanca, Asociación de industriales de línea blanca del Ecuador

No obstante, el gobierno durante los años 2007 y 2008, aplicó salvaguardas a las importaciones de electrodomésticos de línea blanca que llegaban a un 30% del volumen importado, las importaciones se incrementan en esos años, decreciendo durante los años 2009 y 2010, año en el que llega a un 28,9% las importaciones de electrodomésticos (ver Gráfico No.1.3). Considerando que el valor total se centra en refrigeradoras y cocinas, el valor importado de las refrigeradoras es de 83,2 millones de dólares (94,22% del total en el sector de línea blanca), mientras las cocinas son de apenas el 5,1 millones de dólares (5,78%), esto durante el año 2010. Lo que indica que la industria nacional utiliza procesos más eficientes en la elaboración de cocinas que en refrigeradoras, debido principalmente a los insumos que se requieren, ya que las cocinas utilizan mayor materia prima nacional como vidrio, tubos, hornillas, parrillas, alambón, mientras las refrigeradoras requieren de motores de enfriamiento, bombas, empaques dosificadores, fusibles térmicos, motocompresores, pilotos de neón, resistencias electrónicas, termostatos, extensiones, láminas de acero inoxidable,

suelas pulidas, tornillos y resortes, insumos que son importados y donde las empresas proveedoras de estas piezas deberían trabajar.

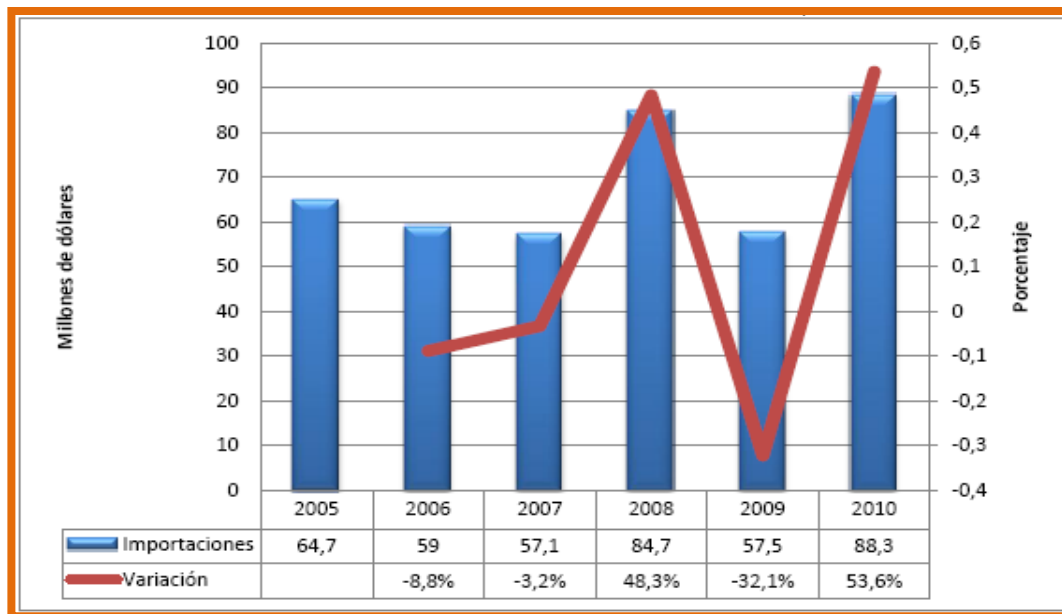


Gráfico No. 1.3 Importación del Sector de Línea Blanca, Asociación de industriales de línea blanca del Ecuador

Las políticas comerciales aplicadas por el gobierno para proteger la industria, así como una mayor provisión de partes y piezas generadas en el país, un mayor dinamismo en la innovación, eficiencia energética, ambiental y tecnológica de parte de las empresas productoras, ha permitido que la balanza comercial del sector de línea blanca presente valores positivos, como se muestra en el Gráfico No.1.4.

(Ver Gráfico en la siguiente página)

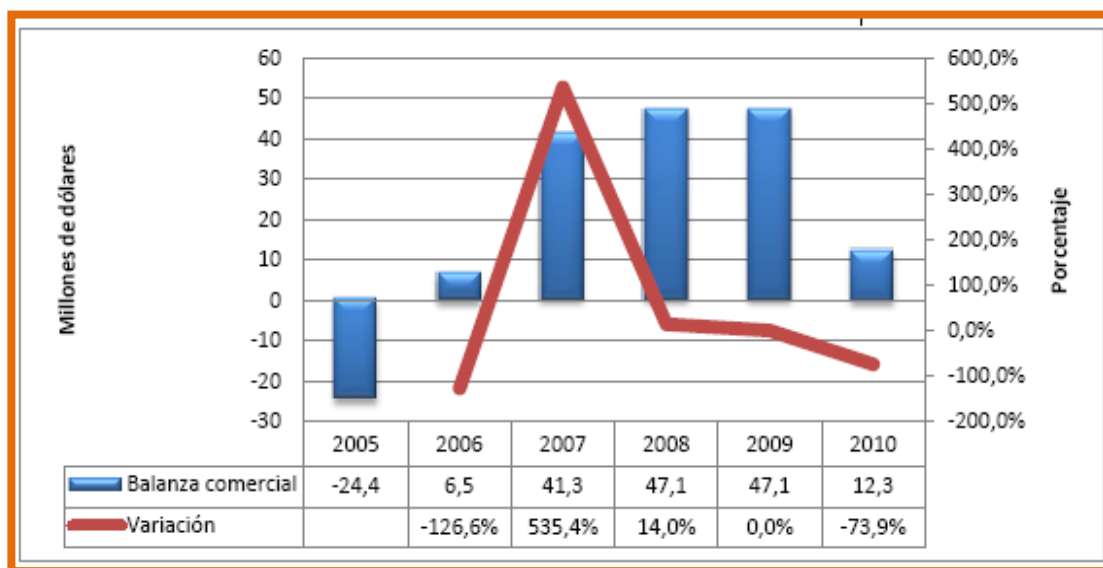


Gráfico No. 1.4 Balanza Comercial del Sector de Línea Blanca, Asociación de industriales de línea blanca del Ecuador

Actualmente Indurama exporta a cerca de 20 países distribuidos entre Sudamérica, Centroamérica y el Caribe, uno de los proyectos de mayor importancia es el de Centroamérica y el Caribe, como el C4 que incluye el Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, y en el Caribe: República Dominicana, Panamá y todas las islas del Caribe, incluso en Cuba a través de un subdistribuidor. En Sudamérica llegan a Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia y Venezuela con la marca Indurama y adicionalmente a Chile, con la marca Whirpool, para quien maquilan sus productos. Los productos de Fibro Acero en cambio llegan a Guatemala, Honduras, el Salvador, Nicaragua, República Dominicana, Panamá, Cuba, Jamaica, Venezuela, Surinam, Perú y Bolivia.

El aporte del Gobierno sería valioso con capacitación integral para la aplicación de nuevas tecnologías en este sector productivo, lo que ayudaría a mejorar la competitividad. En el caso de Indurama, aprovecharán este apoyo para incursionar en la producción de nuevas líneas como lavadoras y ensamblaje de televisores LED;

toda esta tecnología necesita tiempo para poder ser adquirida, entonces las importaciones de materiales para ensamblar esos productos deberán necesariamente ingresar sin aranceles, para empezar a producir en Ecuador.

Partes y piezas de línea blanca

La importación de piezas y partes de línea blanca ha disminuido considerablemente desde el año 2008 (ver Tabla No.1.1), al igual que la importación de electrodomésticos. Se evidencia aún más esta situación en la importación de estufas, calderas, cocinas y sus partes que prácticamente no presentan valor alguno. Este escenario puede haberse dado por la provisión interna existente en el país, de empresas fabricantes de partes y piezas para el sector, especialmente de cocinas, así como a las salvaguardas para proteger la industria nacional de parte del gobierno nacional.

Código	Producto	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011 (p)
9808000060	Electrodomésticos	8,27	1,66	1,52	0,0	0,0	0,0	0,0
9808000082	Partes y piezas de maquinas, aparatos y equipos	4,16	0,43	6,80	0,0	0,0	0,0	0,0
7418191000	Aparatos no eléctricos de cocción, calefacción o sus partes	0,0	0,0	15,19	118,08	83,57	147,56	69,47
7321000000	Estufas, calderas, cocinas y sus partes	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Tabla No. 1.1 Importación de Partes y Piezas (Millones de dólares CIF), Banco Central del Ecuador

1.1.2 El mercado mundial y regional del sector de línea blanca

Para el año 2007, el mercado mundial de electrodomésticos es de aproximadamente 362 millones de unidades, según Strat consulting, lo que representa 28.422 millones de dólares (ver Gráfico No.1.5).

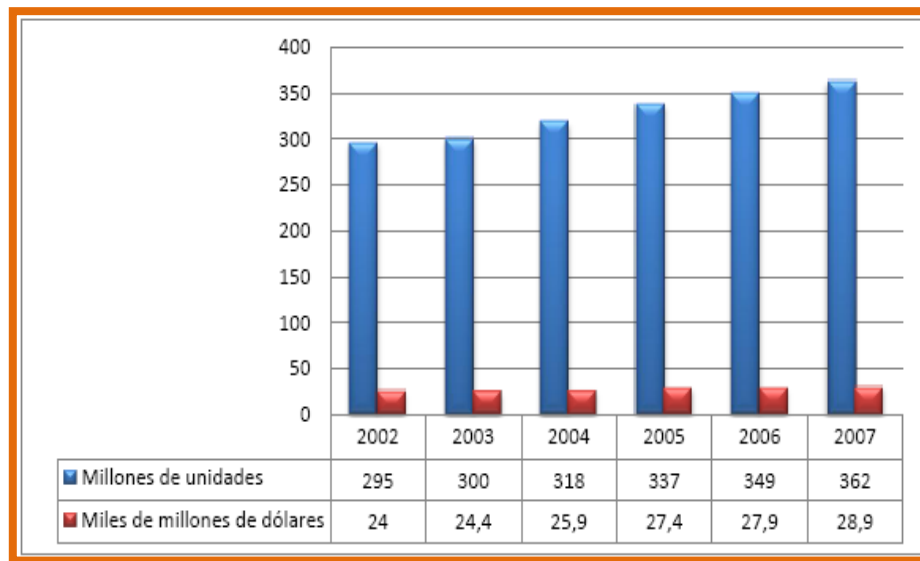


Gráfico No. 1.5 Ventas Mundiales del Sector de Línea Blanca (2002-2007), Strat consulting

De ese total de ventas en el año 2007, la participación en la demanda mundial corresponde para Asia (126,7 millones de unidades a un valor de 9.947,7 millones de dólares), le sigue Europa (86,88 millones de unidades a un valor de 6.821,3 millones de dólares), Norteamérica (83,26 millones de unidades a un valor de 6.537,1 millones de dólares) y el resto del mundo (65,16 millones de unidades a un valor de 5.115,96 millones de dólares). Ver Gráfico No.1.6.

(Ver Gráfico en la siguiente página)

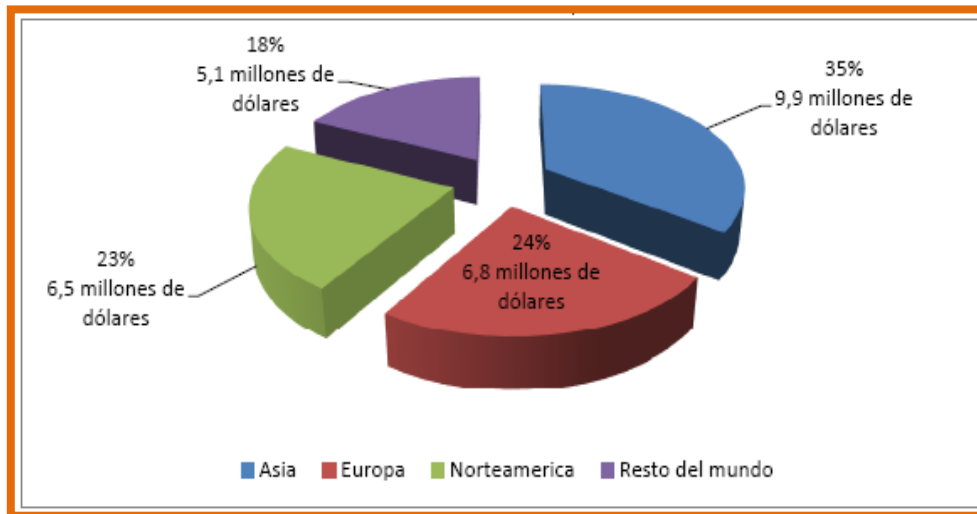


Gráfico No. 1.6 Participación de la Demanda y Ventas Mundiales por Región del Sector de Línea Blanca (2007), Strat consulting.

En América Latina, los mayores países exportadores de línea blanca (ver Gráfico No. 1.7) son aquellos en los cuales están las principales empresas mundiales de electrodomésticos (Whirlpool, LG, Samsung y General Electric/MABE) que trabajan conjuntamente con empresas locales que tienen marcas tradicionales destinadas principalmente al mercado interno, las cuales concentran casi el 70% de la producción de la región.

Así, en México se ubican las plantas de Whirlpool, LG, MABE, Samsung, Bosch y Daewoo que trabajan con GIS, Megamex, Depsa e Industrias técnicas mexicanas. En Brasil encontramos las plantas de las empresas Whirlpool, MABE, Bosch y Electrolux que trabajan con Milatti, Fadelca, Fanametal, SEB, Latina, Venax y Esmaltec. En Colombia y Argentina, MABE que trabaja con HACEB, Challenger, Indusel, Superior, Orbis, Domec, Longvie, Autosal, Frimetal, entre otras.

(Ver Gráfico en la siguiente página)

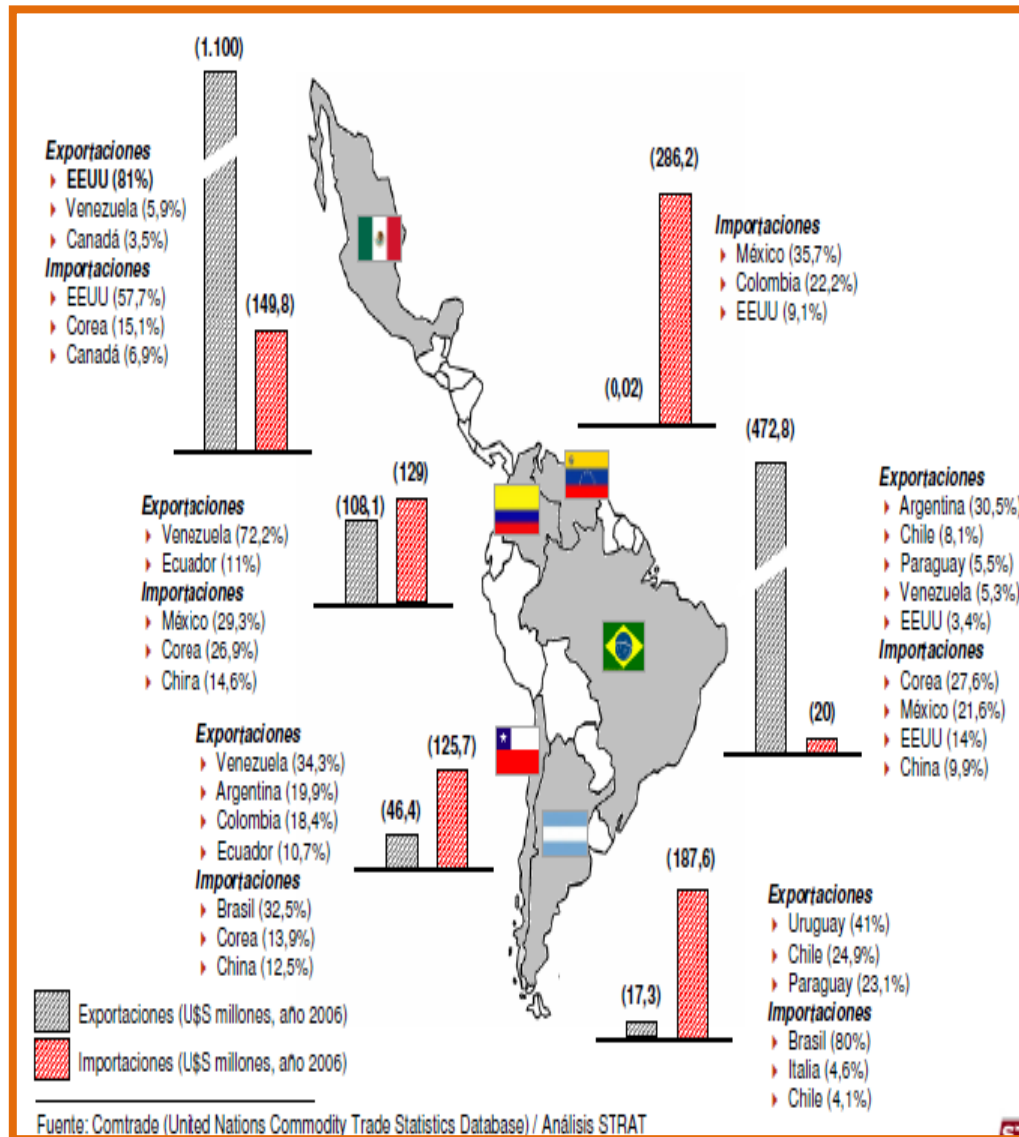


Gráfico no. 1.7 Principales Países Exportadores de América Latina del Sector de Línea Blanca (2007), Strat consulting

Todas estas empresas en los mayores países exportadores están integradas al mercado local y global con un alto nivel de competitividad en costos y calidad, que utilizan un componente nacional mayor al 60% proveniente de empresas locales medianas y pequeñas, y en los cuales existen grandes estímulos a las exportaciones. Además debemos considerar que estos países tienen un tamaño de mercado alto en producción

de unidades de electrodomésticos, que puede ser considerado para una política de expansión comercial cercana, sin dejar de lado a regiones como Asia y Europa (ver Gráfico No.1.8).

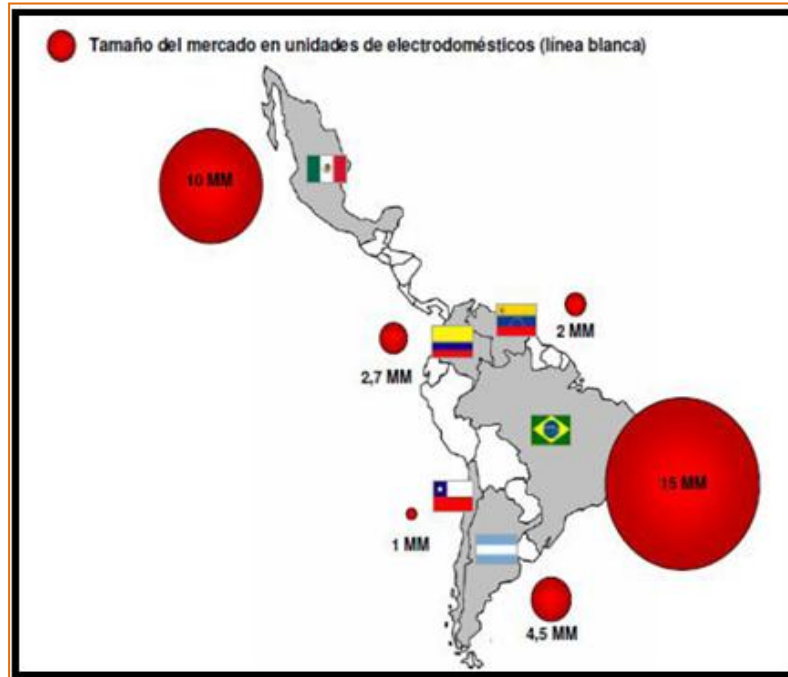


Gráfico No. 1.8 Principales Mercados de América Latina del sector de Línea Blanca (2007, millones de Unidades), Strat Consulting

1.1.3 Mercado de trabajo

El sector de línea blanca por los eslabones que presenta en la elaboración de nuevos productos, las áreas que requiere para su proceso de fabricación como metalmecánica, acabados y ensamblaje, así como la ampliación continua de los puntos de comercialización, demanda personal técnico altamente calificado: ingenieros electrónicos, ingenieros mecánicos, ingenieros industriales, administradores, operarios, ayudantes y personal administrativo de apoyo para mantener un nivel de calidad y competitividad en sus productos.

Según la UNData (servicio basado en Internet que aporta bases de datos estadísticos de las Naciones Unidas), al año 2005, los empleos generados en todo el sector de la línea blanca llegaron a 3.321 (ver Tabla No.1.2), un 14,2% adicional al año anterior (2004).

Año	Empleos	Establecimientos	Salarios pagados (Millones de dólares)
2005	3.321	10	15,3
2004	2.907	11	12,1
2003	2.975	11	13,0

**Tabla no. 1.2 Personal ocupado, número de establecimientos y salarios pagados
Sector Línea Blanca, UNdata**

En la encuesta de manufactura del año 2007 (ver Tabla No.1.3), podemos observar los diferentes subsectores que pueden participar en la provisión de insumos para la industria de línea blanca. Es interesante conocer que la mayoría de posibles proveedores del sector laboran durante todos los días del año. Un ejemplo es el subsector fabricación de accesorios para electrodoméstico labora 360 días al año y emplea a 152 personas, pagando salarios por más de 691 mil dólares, un promedio de 4.548,6 dólares por trabajador, 379 dólares mensuales por persona. Esto nos hace ver que el sector de la industria de línea blanca tiene encadenamientos hacia adelante y hacia atrás fuertes, con la aplicación de políticas industriales como las actuales, y con un consenso privado-público actual, la existencia de ferias, talleres, incentivos desarrollados conjuntamente con el sector, podría tener un efecto multiplicador no sólo del trabajo sino también de la inversión.

(Ver Tabla en la siguiente página)

Rama de actividad	Detalle de Actividad Principal L1	Días laborados en el año de referencia	Número de establecimientos de la empresa	Personal ocupado relación dependencia		
				Número de personas	Sueldos y salarios pagados mensuales	Sueldos y salarios pagados (Remuneraciones Totales)
293002	PRODUCCION DE COCINAS, COCINETAS Y CILINDROS DE GAS	275	2	169	74717	1094522
293000	FABRICACION DE ELECTRODOMESTICOS	365	2	672	249491	2670001
291402	FABRICACION DE VITRINAS, FRIGORIFICOS, HORNOS, COCINA	254	1	11	1820	23417
261000	FABRICA DE VIDRIOS (PROCESADOS)	257	1	4	827	20652
281102	FABRICACION DE PRODUCTOS PRIMARIOS DE ALUMINIO Y V	311	1	16	2707	46305
291403	ELABORACION DE PIEZAS Y PARTES PARA COCINAS	257	1	65	20279	275610
523300	COMERCIALIZACION DE ELECTRODOMESTICOS	313	1	30	20956	253986
314000	ELABORACION DE ACUMULADORES ELECTRICOS	360	1	110	49939	599268
293002	FABRICACION DE ACCESORIOS PARA ELECTRODOMESTICOS	360	1	152	53184	691392
313001	FABRICA DE CABLES Y AFINES	252	1	182	76620	957750
313001	ELABORACION Y COMERCIALIZACION CONDUCTOS ELECTRICOS	304	1	143	47428	524907
271012	FABRICACION TUBERIAS Y PRODUCTOS DE HIERRO Y ACERO	365	1	8	5799	75387
271010	PROCESADORA DE ACERO	304	2	166	115535	1501955
361001	FABRICACION DE EQUIPOS PARA EL HOGAR E INDUSTRIA D	300	1	34	11421	103082
281201	INDUSTRIA METALMECANICA	269	1	24	20382	293500
293000	PRODUCCION ARTEFACTOS LINEA BLANCA	261	1	132	67300	951012
313001	FABRICACION DE CONDUCTORES ELECTRICOS	261	1	27	9133	166332
281102	INDUSTRIA METALMECANICA	311	1	51	14238	270733
218110	FABRICACION DE PRODUCTOS METALMECANICOS	365	1	42	11595	206213
311005	FABRICACION DE TRANSFORMADORES ELECTRICOS	246	1	17	3434	56981
252000	FABRICACION DE LAMINA ACRILICA	269	1	15	5350	59093
291204	FUNDICIONES DE PARTES Y PIEZAS DE METAL	261	1	27	6111	107807
271019	PROCESADO DE ACERO Y SUS DERRIVADOS	365	1	79	44575	476031
210915	ELABORACION DE ETIQUETAS, AUTOADHESIVOS	353	1	32	24828	329203
292203	FABRICACION DE APARATOS PARA SOLDAR Y CORTAR	261	1	15	6302	113460
273109	FUNDICION Y CONSTRUCCION DE PIEZAS METALICAS DE	252	1	13	1900	22800
273109	FABRICACION DE PIEZAS DE METAL EN ALUMINIO Y	255	1	24	4589	55365
261002	ELABORACION Y FABRICACION DE VIDRIOS	350	1	176	37704	409006

Tabla no. 1.3 Subsectores que Participan en la Provisión de Insumos para la Industria de Línea Blanca, Encuesta de manufactura 2007, INEC.

1.1.4 Tecnología, investigación y desarrollo

El sector industrial de línea blanca en el Ecuador ha tenido en los últimos años un dinamismo, fruto de la innovación de sus productos, las nuevas marcas y ofertas de precios que presentan eficiencia energética y ambiental. Además de la inversión en nueva tecnología para llevar a cabo los nuevos procesos productivos que requieren la incorporación de nuevas líneas para el consumidor. Así como mencionar que las

empresas productoras tienen certificados de calidad, ambientales y de salud ocupacional, basada en normas internacionales que es homologada en todos los países de la región, muy importante para poder competir en el mercado internacional y adentrarse en mercados cercanos muy llamativos por el alto consumo como Brasil y México.

Sin embargo de ello, la provisión de partes y piezas presentan un panorama distinto, ya que las empresas que proveen de estos insumos y materias primas a las industrias productoras carecen no sólo de tecnología, sino de inversión lo que les lleva a tener una baja productividad y calidad. Además, en ellas no existen una articulación por falta de estrategias asociativas o la generación de cluster industriales que permitan que los factores de localización tanto física como humana puedan ayudar a generar un mayor desarrollo tecnológico y peor aún generar investigación y desarrollo.

Incluso, a este sector que provee de insumos a la industria de línea blanca le hace falta mejorar en las especificaciones y normas establecidas, debido principalmente a carencia en procedimientos de evaluación en la calidad de los productos, así como a la inexistencia de laboratorios de certificación, espacios físicos adecuados para la obtención de piezas y partes, y el difícil acceso al financiamiento en la banca privada y el desconocimiento de las líneas de crédito en la banca pública, lo que les hace estar en períodos recurrentes de iliquidez que les imposibilita mejorar la tecnología utilizada ni tampoco generar investigación y desarrollo.

1.1.4.1 Contribución a la ayuda ambiental de los electrodomésticos

Dentro del ambiente de calidad y tecnología, tanto a la industria de partes y piezas como a la de producto terminado, les haría falta incorporar mecanismos de eficiencia energética mayores a los utilizados actualmente, mismos que se basan en tecnología ENERGY STAR con el fin de reducir la contaminación ambiental a través de la eficiencia energética. En la actualidad, la etiqueta ENERGY STAR está disponible en más de 40 categorías de productos para los hogares y las oficinas. Considerando que

se estima que para el 2015, los electrodomésticos y pequeños enseres eléctricos serán responsables de más de la mitad del consumo de electricidad en los hogares.

Si el equipo o aparato electrodoméstico tiene incorporado tecnología que reduce el nivel del consumo eléctrico, esto se reflejará en la reducción de la planilla de luz, porque consume menos energía eléctrica. En este sentido falta mucho por hacer, ya que la incorporación de normas en la regulación de artefactos de refrigeración de uso doméstico realizado por el Instituto Nacional de Normalización (INEN), obliga a etiquetar solo los focos ahorradores hasta 60 watts y congeladores y refrigeradores hasta 30 pies cúbicos, y en los próximos tres años los demás electrodomésticos tendrán su propia regulación. Hasta finales de este año entrarán en vigencia reglamentos para el expendio de lavadoras y ventiladores, según el Ministerio de Electricidad. Las normas, de cumplimiento obligatorio, rigen desde el 2008 y 2009 respectivamente, actualizadas en ambos casos en el 2009 y 2010, en ese orden.

El gerente general de Créditos Económicos (Salame, 2012), indica que se importaban electrodomésticos de tipo C y D porque eran los más económicos para el comprador, pero con las actuales normas, aunque los precios subieron estos no se reflejan en altos porcentajes de incremento, ya que una refrigeradora tipo A cuesta el 10% más que una tipo C (rango medio de ahorro) y una de categoría B el 5% más que una C. Siendo la de tipo A, la que consume un 30% menos que una C (considerada promedio), y la menos eficiente, la de categoría G gasta un 30% más que el promedio. De esta manera, según (Mora, 2012), presidente ejecutivo de la Asociación de la Industria de Línea Blanca, si se parte de que el gobierno prohibió la importación de refrigeradoras de tipo C, el consumidor podría confiar en que el producto es ahorrador.

Ahora, con la vigencia del plan de sustitución de refrigeradoras ineficientes (viejas) por nuevas, Ecuatoriana de Artefactos S.A. e Indublog, dueñas de las marcas Ecasa e Indurama respectivamente, pretenden repuntar su producción en el 700% en este año, ya que el Ministerio de Electricidad espera cambiar 330.000 refrigeradoras en cinco

años: 30 mil en el 2012, 42 mil en el 2013, 72 mil en el 2014, 96 mil en el 2015 y 90 mil unidades en el 2016. Este plan le costará al Gobierno \$ 171,86 millones, de los cuales 95,96 millones los recuperará del pago de los usuarios –vía planilla eléctrica– y la diferencia de 75,90 millones de un subsidio que proporcionará el Estado.

Según el Ministerio de Electricidad, cada refrigeradora costará \$ 550, de cuyo valor se pretende subsidiar entre 200 y 250 dólares, siendo la diferencia pagada por el abonado en la planilla mensual al 5% de interés, en tres años. El programa se destinará a los tres quintiles de recursos más bajos de la población, con lo cual se cubrirá el 85% de los usuarios residenciales (2,65 millones de abonados).

1.2 Proceso de producción de línea blanca

1.2.1 Descripción general del proceso de producción

Según (Jácome, 2011) para todo el proceso productivo en la fabricación de artefactos de línea blanca existen tres áreas para llevar a cabo el producto terminado.

Estas áreas son:

- ❖ Metalmecánica
- ❖ Acabados
- ❖ Ensamble

Para cada área se requiere de varias partes y piezas, las cuales deben ser elaboradas por otras empresas pequeñas y medianas.

Metalmecánica

Formada por los sub-centros de producción: Corte, Prensa y Accesorios, en las cuales existe mayor accidentalidad y por eso es necesario considerar la seguridad industrial, salud ocupacional y riesgos de trabajo.

Acabados

Esta área se divide en 2 secciones:

- ❖ Porcelanizado
- ❖ Pintura.

Luego que todas las piezas y partes están manufacturadas pasan a la línea de ensamble para comenzar el proceso del producto final. Esta área puede constar de varias líneas de producción, las cuales dependen del número de aparatos que se fabriquen, las cuales se suben sobre un transportador y en cada estación de trabajo se le colocarán los diferentes accesorios. Una vez ensambladas pasan a la bodega de producto terminado, donde se almacena y se despacha el producto.

1.2.2 Líneas de producción

La industria de electrodomésticos comprende dos grandes líneas de producción: la línea blanca y los enseres menores.

Dentro de la línea blanca está la producción de refrigeradoras, cocinas, lavadoras, secadoras, aires acondicionados, calentadores; hornos microondas, vitrinas frigoríficas, congeladores, lavavajillas (ver Figura No.1.1); mientras que los enseres menores se refieren a licuadoras, planchas, secadores de pelo, cocinas y hornos empotrables, productos de cocinas como campanas extractoras, cocinetas, así como productos de limpieza general, aspiradoras, abrillantadoras (ver Figura No.1.2).

(Ver Figura en la siguiente página)



Figura No. 1.1 Línea Blanca, Tecsi



Figura No. 1.2 Enseres Menores, www.homestar.com

En el país, la mayor producción de línea blanca involucra la fabricación y ensamblaje de productos de refrigeración comercial y doméstica, enseres menores y mayores de cocina, de hogar, personales, de calefacción y hornos

De acuerdo a la (Asociación de Industriales de Línea Blanca, 2011): “La industria nacional de línea blanca se abastece en alrededor del 50% con partes y piezas que se fabrican en el país. El resto se importa, sin embargo, el sector considera que un 30% de lo que se compra al exterior se podría sustituir con la producción local”.

En relación a la producción nacional, este sector está conformado por empresas:

- Ensambladoras
- Del subsector de elaboración de autopartes para el sector automotor
- Distribuidoras.

Cuatro industrias lideran el ensamblaje de artículos de línea blanca (cocinas y refrigeradoras): Mabe, Indurama, Durex y Ecogar (ver Tabla No.1.4). Además, se estima que existirían alrededor de 200 pequeñas y medianas empresas fabricantes de partes y piezas que abastecen a esta industria, de acuerdo al número de empresas que participaron en una feria organizada por el MIPRO, la cual convocó a productores y proveedores, en donde se expusieron los tipos de repuestos que necesita la industria. Mientras que las cadenas de distribución grandes son más de 10 y las pequeñas sobrepasarían las 200 en todo el país.

(Ver Tabla en la siguiente página)

MARCA	PARTICIPACIÓN
DUREX	37%
MABE	14%
G E	2%
INDURAMA	32%
ECASA	15%

Tabla no. 1.4 Participación Nacional por Marcas (2010), Asociación de industriales de línea blanca del Ecuador

Esta producción del sector de línea blanca está relacionada con otros que le proveen de insumos como la electrónica, la petroquímica y la metalmecánica. En 2005 existían en Ecuador 10 establecimientos productores de aparatos electrodomésticos y 3.321 personas empleadas en esta cadena de producción y comercialización, con un total de salarios pagados de 15.303.000 dólares.

Para el año 2010, este sector generó ingresos al Estado ecuatoriano por 5,6 millones de dólares en impuesto a la renta y más de 25 millones en impuesto al valor agregado, lo que representa 30,7 millones de dólares por la venta de aparatos de línea blanca tal como se puede apreciar en el siguiente gráfico.

(Ver Gráfico en la siguiente página)

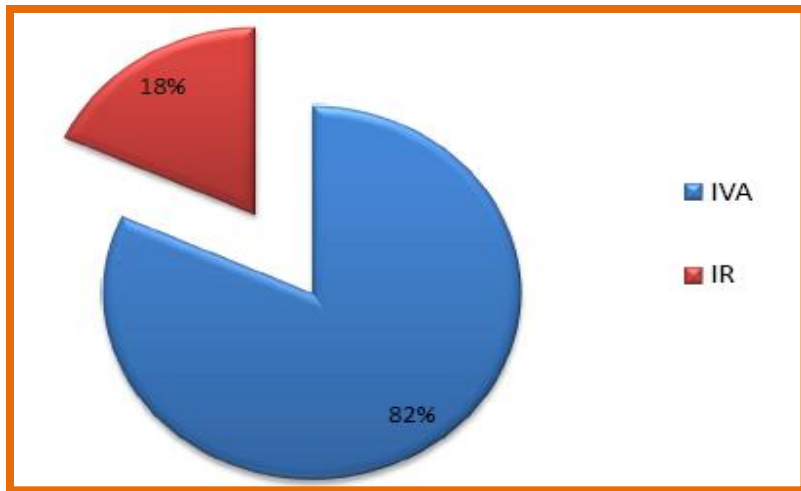


Gráfico No. 1.9 Participación de los Ingresos Fiscales por Venta de Línea Blanca (2010), Asociación de industriales de línea blanca del Ecuador

El dinamismo del sector se ha incrementado considerablemente producto de una mayor participación en el mercado local (76,2% del mercado local), el destino de una buena parte de las remesas recibidas y las salvaguardas otorgadas a este sector por el gobierno nacional para proteger la industria ecuatoriana. Es así como, las ventas locales entre los años 2005 al 2010, se incrementan en 72,1 millones de dólares lo que representa un 54,5% más que en el 2001. Esto implica desde ya una sustitución de importaciones importante dentro del sector.

1.3 Marco Legal

1.3.1 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Lo que anteriormente era la Ley Orgánica de Aduanas, hoy es el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones- COPCI; que fue aprobado el 16 de diciembre del 2010 y conste en el Registro Oficial N° 351 de 29 de diciembre del 2010.

Según (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 29 de Diciembre del 2010) discutido y aprobado en las siguientes fechas:

- PRIMER DEBATE: 04-Nov-2010
- SEGUNDO DEBATE: 16-Nov-2010
- OBJECCIÓN PARCIAL: 16-Dic-2010

De acuerdo al artículo 1, 2 y 3 del Código Orgánico de la Producción, en donde textualmente dice; “Art. 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 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”. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 29 de Diciembre del 2010)

Mediante la aplicación de varios artículos del COPCI nos guiaremos para realizar la exportación de línea blanca desde Cuenca al Perú a través de la figura de trading, utilizando los recursos necesarios para que dicha exportación se realice de manera eficiente y los productos ecuatorianos sean reconocidos en el exterior.

Adicionalmente se apoyara a la balanza comercial, fortaleciendo la industria metalmecánica, creando empleos en Cuenca basándonos en el plan nacional del buen vivir generando recursos y reactivando la producción nacional.

(Ver en ANEXO A los considerandos más relevantes)

1.3.2 Programa de Integración Industrial Metalmecánico

Fue aprobado por La Comisión del Acuerdo de Cartagena. Los países miembros participantes del Programa son Bolivia, Colombia, Perú y Venezuela. (Ver Programa de Integración Industrial Metalmecánico en ANEXO B).

El objetivo del Programa es el de promover la integración industrial subregional en un marco de competitividad internacional, preservando la corriente de comercio y producciones existentes en la subregión, con el fin de contribuir a la constitución del mercado amplio y fortalecer la oferta y estructura productiva andina, frente a terceros países, en un ámbito de competencia y participación en el mercado mundial.

Los países que participan en el Programa de Integración Industrial Metalmecánico no pueden aplicar gravámenes a las importaciones de productos objeto del programa, cuando sean originarios de los mismos.

Si bien es cierto que el Ecuador no forma parte de este Programa, no ha podido gozar de los beneficios que tienen los países miembros, pero gracias al apoyo del Gobierno a través de los Ministerios de Industrias y Productividad (MIPRO) y Coordinador de la Producción en el año 2011 trabajaron en la implantación de el Plan Sectorial de línea blanca.

Este Plan incluye el desarrollo de una cadena de proveedores de línea blanca, a quienes darán capacitación integral para la aplicación de nuevas tecnologías en este sector productivo, las metas que se propuso para cumplir en este año son:

- Incrementar en un 25% de Valor Agregado Nacional en las empresas anclas.
- Incrementar en un 20% las ventas de exportación de los productos de línea blanca.
- Incrementar al menos en un 25% la productividad de las Pymes proveedoras.

1.3.3 Comité de Comercio Exterior

Mediante Suplemento del Registro Oficial No. 351 de 29 de diciembre de 2010 se publicó El CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, a través del cual se designa al Comité de Comercio Exterior (COMEX) como el organismo que aprobará las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, en reemplazo a las funciones que venía ejerciendo el COMEXI.

Según (COMEX, 2012), el COMEXI es un foro de concertación de políticas de comercio exterior e inversiones.

Su misión es mantener un nexo constante entre el sector público y privado para establecer de forma conjunta los lineamientos de corto, mediano y largo plazo que impulsen las relaciones comerciales del país con el exterior.

Establece estrategias para incentivar al sector productivo con el objetivo de lograr la apertura de mercados y alienta la modernización del Estado. La institución fue creada en el marco de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI) y se busca la participación real del sector privado en su aplicación.

Además el COMEXI es la cabeza de los Sistemas Nacionales de Promoción Externa y de Promoción de Inversiones, este último creado por la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones, que se dirigen a establecer una institucionalidad y un esquema de coordinación a nivel del país que permita un uso adecuado de los recursos humanos, técnicos y económicos disponibles en la tarea de venta de la imagen del Ecuador en el exterior y sobre todo un desarrollo eficiente de las actividades de fomento y diversificación de las exportaciones y atracción de inversión extranjera directa hacia los sectores productivos.

En la Resolución N° 17 COMEX, publicada en el Registro Oficial 521 del 26 de agosto de 2011, se incorpora una lista de 53 subpartidas a la “Nomina de productos sujetos a controles previos a la importación”.

En la lista de productos que necesitarán licencias de importación están autos, autopartes, celulares, llantas, ckd y artículos de línea blanca (ver Tabla No.1.5).

675	DESCRIPCION D 675	Institución	Documento de control previo
8418102000	De volumen superior o igual a 184 l pero inferior a 269 l	MIPRO	Licencia de Importación
8418103000	De volumen superior o igual a 269 l pero inferior a 382 l	MIPRO	Licencia de Importación
8418109000	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación
8418211000	De volumen inferior a 184 l	MIPRO	Licencia de Importación
8418212000	De volumen superior o igual a 184 l pero inferior a 269 l	MIPRO	Licencia de Importación
8418300000	Congeladores horizontales del tipo arcon (cofre), de capacidad inferior o igual a 800 l	MIPRO	Licencia de Importación
8418500000	Los demás muebles (armarios, arcones (cofres), vitrinas, mostradores y similares) para la conservación y exposición de los productos, que incorporen un equipo para refrigerar o congelar	MIPRO	Licencia de Importación
8418699100	Para la fabricación de hielo	MIPRO	Licencia de Importación
8418699300	Cámaras o túneles desarmables o de paneles, con equipo para la producción de frío	MIPRO	Licencia de Importación
8418699900	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación
8418991000	Evaporadores de placas	MIPRO	Licencia de Importación
8418992000	Unidades de condensación	MIPRO	Licencia de Importación
8418999000	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación

Tabla No. 1.5 Listado de Subpartidas de Línea Blanca, Comité de Comercio Exterior

1.4 Situación actual

Las industrias de línea blanca, en lugar de importar partes y piezas, buscan abastecerse a través de proveedores nacionales, con el propósito de exportar artefactos como cocinas y refrigeradoras.

El sector privado, representado por Mabe, Indurama y Fibroacero, junto con el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) y el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), realiza ferias inversas de partes y piezas en el país.

Mabe, Indublog y Fibroacero reciben en las ferias a los empresarios ecuatorianos para tratar de sustituir las importaciones, que por lo general representan el 60% de las partes que componen los productos (cocinas y refrigeradoras).

Según (Suárez, 2012) , subsecretario del Litoral del Ministerio de Industrias, la idea es que los pequeños artesanos conozcan las características de las piezas y si hay la posibilidad de fabricarlas para las industrias de línea blanca.

Suárez aseveró que el objetivo es que se pueda sustituir las importaciones, porque la mayor cantidad de los componentes de los artefactos es importada, cuando a lo mejor se los puede producir en el país.

“Estas ferias inversas son algo novedoso que busca fomentar la producción nacional”, expresó (Suárez, 2012).

“Nosotros confiamos en que la industria local puede desarrollar varias piezas y por eso trabajamos con ellos para obtener un producto de calidad”, indicó (Cordero, 2012), representante de Indublog, quien aspira a conseguir la mayor cantidad de proveedores para disminuir los costos importando las partes y piezas para elaborar cocinas y refrigeradoras.

Cada día aumenta la producción de las industrias de línea blanca en Ecuador y, también, la exportación a los países de Colombia, Perú y a Centroamérica.

Según (Jouvín, 2012), representante de Mabe en el país, la demanda de artículos local ha crecido aproximadamente en un 10%, lo que demuestra que la economía no se ha estancado.

Los pequeños artesanos ven estas ferias como una oportunidad para incrementar sus recursos y mejorar sus condiciones de vida.

Juan Redrován, técnico en refrigeración de Santa Elena, manifestó que ellos están en condiciones de proporcionar preservadores, cámaras y enfriadores a las industrias de línea blanca.

1.4.1 Producción actual en el país

En el país existen varias plantas metalmecánicas que se dedican a la producción de línea blanca y línea marrón como Indurama, Ecasa, Mabe, entre otras; estas empresas se han establecido en el Ecuador desde hace varios años, ofreciendo productos de alta calidad, que cumplen con los más altos estándares de diseño y tecnología. Existen también almacenes dedicados a la comercialización de electrodomésticos como lo es Almacenes la Ganga.

1.4.2 Línea blanca y línea marrón

La línea marrón de electrodomésticos está compuesta por artículos de video y audio como podemos ver en la Figura No.1.3.



Figura No. 1.3 Línea Marrón, Casmar Group

Según (Wikipedia, 2010) este tipo de electrodoméstico se distribuye en un 44% del total del mercado en comercios afiliados. El comportamiento de compra sigue las líneas del sector en general, seguido por grandes superficies (27%) e hipermercados (22%). El sector está viviendo un auténtico auge debido a la continua aparición de novedades tecnológicas que mejoran las ofertas anteriores. Así, los mayores crecimientos en ventas de los últimos años se han producido en reproductores de DVD y 'Home cinema'. La aparición de las pantallas de televisión de plasma, LCD y LED son una revolución similar en estos años. Esta categoría incluye: televisores, reproductores de audio, equipos de música, reproductores de video, reproductor de DVD, home cinemas y teléfonos celulares.

La línea blanca de electrodomésticos, en cambio, se refiere a los principales electrodomésticos de la cocina y vinculados a la limpieza del hogar, esto es: estufas,

hornos, lavarropas, lavaplatos, secarropas, refrigeradores y freezers, aires acondicionados, calefactores y bodegas climatizadas.

1.5 Clasificación Arancelaria

La clasificación arancelaria consiste en ubicar una determinada mercancía en la fracción arancelaria que le corresponde dentro de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación, de conformidad con las Notas legales, de Sección, de Capítulo, Notas Explicativas, Reglas Generales y Complementarias, así como de diversos criterios de clasificación que se encuentran en las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior.

Todo el universo de las mercancías se encuentra clasificado en esta Tarifa a través del Sistema Armonizado que identifica con una serie de ocho números que se leen en pares como se indica en la siguiente tabla:

(Ver Tabla en la siguiente página)

	Nombre del nivel	Nivel de agregación	Número de Categorías en el nivel
	Sección		22 Niveles
00.	Capítulo	2 dígitos	98 posiciones
00.00	Partida	4 dígitos	1,200 (aprox)
00.00.00	Subpartida Sistema Armonizado	6 dígitos OMC	5,000 (aprox)
00.00.00.00	Subpartida NANDINA	8 dígitos CAN	
00.00.00.00.00	ARIAN (Arancel Integrado Andino)	10 dígitos	41,990 (aprox)

Tabla No. 1.6 Clasificación Arancelaria

Los encargados de realizar la clasificación arancelaria de las mercancías son los agentes y apoderados aduanales, los cuales deberán contar con toda la información necesaria sobre la mercancía para que estén en posibilidad de realizar una correcta clasificación, ya que de ello depende el pago de las contribuciones al comercio exterior así como el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias.

La importancia y relevancia que tienen en el comercio exterior la clasificación arancelaria de las mercancías, ya que al ubicar una determinada mercancía en la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación, tendremos como consecuencia los requerimientos legales que la misma tiene que cumplir ante diversas autoridades, tales como, el impuesto general de importación, el impuesto al valor agregado, autorizaciones, mismos que se tienen que cumplir a efecto de internar las mercancías de comercio internacional a territorio nacional.

Para la selección de la partida arancelaria se utilizó la base de datos del Banco Central del Ecuador, sobre las exportaciones a Perú del período acumulado entre el año 2007 a 2011 de enero a noviembre.

Es así que se obtuvo como resultado que los productos más exportados son:

CODIGO DE LA PARTIDA	TEXTO DE LA PARTIDA EN EL ARANCEL	TONELADAS	MILES USD FOB
8418100000	COMBINACIONES DE REFRIGERADOR Y CONGELADOR CON PUERTAS EXTERIORES SEPARADAS	803.648	3554.412
8418103000	DE VOLUMEN SUPERIOR O IGUAL A 269 L PERO INFERIOR A 382 L	5697.706	28980.91
8421120000	SECADORAS DE ROPA	0.35	1
8450200000	MAQUINAS DE CAPACIDAD UNITARIA, EXPRESADA EN PESO DE ROPA SECA, SUPERIOR A 10 KG	0.201	0.803
8516602000	COCINAS	0.014	0.095

Tabla No. 1.7 Listado de Subpartidas de Línea Blanca más Exportadas, Banco Central del Ecuador

CAPITULO 2

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Objetivos

⚙ GENERAL

Realizar un análisis de mercado que permita conocer la aceptación de productos ecuatorianos de línea blanca en el mercado peruano.

⚙ ESPECIFICOS

- Determinar qué tipo de electrodoméstico es el más comercializado.
- Señalar cuál es la frecuencia de compra de productos de línea blanca.
- Precisar cuál es la demanda de electrodomésticos.
- Establecer qué precio es el más adecuado para la comercialización.
- Definir qué marca de electrodomésticos es la más conocida en el mercado peruano.

2.2 Sectores Productivos

2.2.1 Ecuador

El sector ecuatoriano de la metalmecánica ha alcanzado un importante nivel de producción local y si bien las importaciones cubren buena parte de la demanda, la producción local cubre un importante porcentaje. Sus principales subsectores son: materias primas, infraestructura y manufacturas de metales, línea blanca, automotriz, entre otros.

Según (Ministerio de Coordinación de la Producción, 2010), el sector de la metalmecánica en el Ecuador comprende una gran cantidad de industrias que en algunos casos están muy relacionadas entre sí y en otros poseen una menor interrelación.

La agregación de valor en la fabricación de maquinaria y equipo es creciente, muchas empresas han diversificado sus productos, por las propias exigencias del mercado y como una medida para enfrentar la crisis económica mundial. Estas características y esfuerzos le han permitido mantener una tendencia creciente de sus ventas internas y un mayor acceso a los mercados externos.

Entre los años 2006 y 2010 existe un crecimiento del 50% en las ventas locales del sector (ver Gráfico No.2.1), ventas que representan a aproximadamente el 44% del PIB como promedio en el mismo periodo.

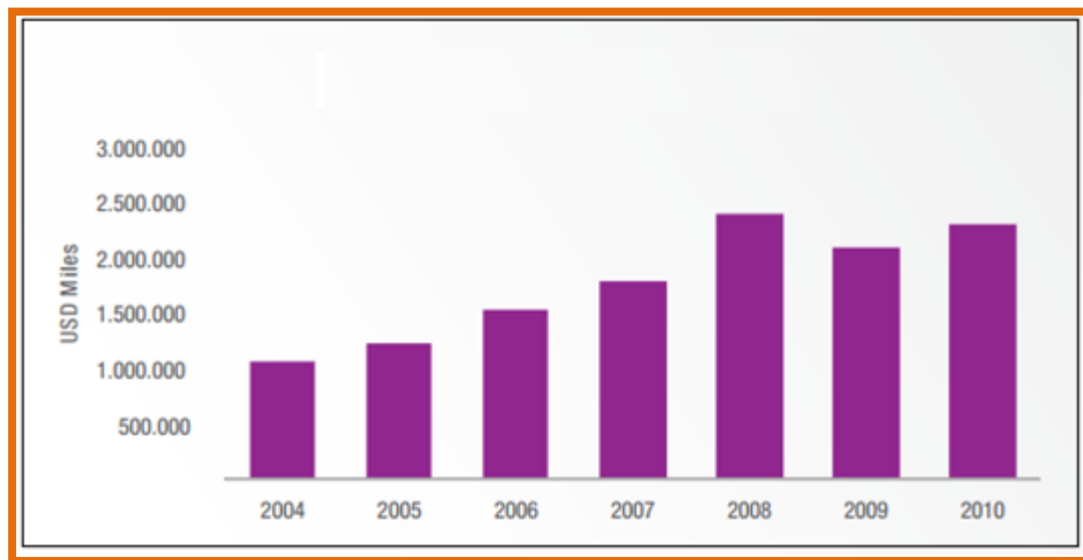


Gráfico No. 2.1 Ventas del Sector Metalmecánica, Banco Central del Ecuador

En la Tabla No.2.1 y Gráfico No.2.2 que se muestran a continuación podemos observar que hay un incremento entre los periodos enero-septiembre 2010 y 2011, dando como resultado un crecimiento del 19% en cuanto a exportaciones del sector metalmecánico.

Exportaciones de los Sectores Priorizados	
Metalmecánica	
Año	Miles USD
2006	230,878
2007	396,695
2008	663,607
2009	481,186
2010	592,088
ene-11	44,831
feb-11	50,192
mar-11	58,129
abr-11	64,715
may-11	50,877
jun-11	53,078
jul-11	61,141
ago-11	65,860
sep-11	62,741
ene-sept 2010	429,746
ene-sept 2011	511,563

Tabla No. 2.1 Exportaciones del Sector Metalmecánico, Banco Central del Ecuador

(Ver Gráfico en la siguiente página)

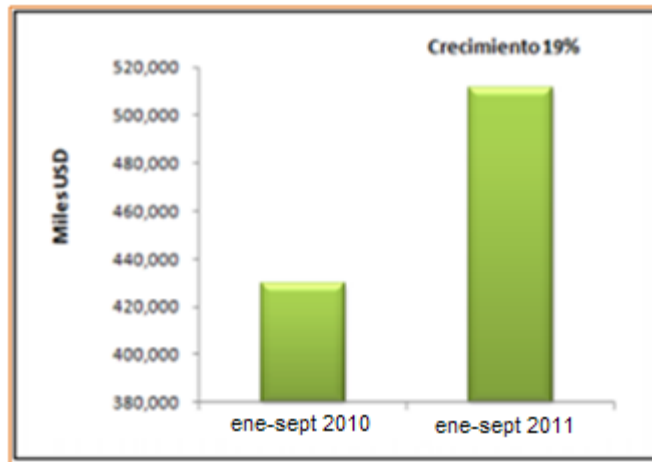


Gráfico No. 2.2 Exportaciones de Metalmecánica Ene-Sep 2010/ Ene-Sep 2011, Banco Central del Ecuador

En cuanto al sector de línea blanca en el Ecuador, Cuenca es el líder en la fabricación de este tipo de productos, siendo Indurama y Fibro Acero las empresas más fuertes en esta rama.

Las principales industrias de línea blanca en el Ecuador están situadas en la ciudad de Cuenca, estas son Indurama y Fibro Acero.

2.2.1.1 INDURAMA



Figura No. 2.1 Logo Indurama, www.indurama.com

Según (Indurama, 2008) Indurama nace en 1972 en Cuenca, Ecuador y desde sus inicios ha tenido como objetivo producir electrodomésticos que además de facilitar las labores en el hogar cumplan con los más altos estándares de diseño y tecnología.

En la actualidad la empresa ocupa más de 50.000 metros cuadrados y emplea a más de 1.900 personas comprometidas en mantener la más alta calidad en todos los procesos de fabricación.

La política de calidad y diseño para todos los productos ha permitido que la marca trascienda el mercado ecuatoriano y cuente con importante participación en varios países de la región.

Diseño y Tecnología

El diseño de los productos Indurama nacen de un profundo análisis de los gustos y preferencias del usuario, las formas de sus componentes se basan en criterios ergonómicos que garantizan facilidad y eficiencia durante la operación del producto. La constante evolución estética se complementa con el desarrollo tecnológico necesario para estar siempre a la vanguardia en cuanto a prestaciones. Indurama presenta productos que llevan paneles de control digital, encendido electrónico y apagado programable, quemador ultra rápido triple corona y sistema turbo, componentes de última generación presentes en las cocinas. (Ver Figura No.2.2)

(Ver Figura en la siguiente página)



Figura No. 2.2 Cocina Roma, www.indurama.com

En cuanto a refrigeradoras a más de ofrecer funcionalidad, proporciones armónicas y belleza, incorporan sistemas como son el control digital que permite controlar, desde el exterior del artefacto, la temperatura, función frío rápido y alarma. (Ver Figura No.2.3)

(Ver Figura en la siguiente página)



Figura No. 2.3 Refrigeradora RI-480CR, www.indurama.com

Calidad

Indurama es la primera empresa de línea blanca del Ecuador en obtener la certificación ISO 9001 y desde 1999 sus procesos de producción están asegurados mediante rigurosos controles que inician con auditorías de materia prima, el proceso de producción y revisiones minuciosas del producto terminado.

Los productos cuentan también con el mayor certificado de calidad que un producto nacional o importado puede obtener en el Ecuador, la certificación INEN, esta certificación está basada en normas internacionales que es homologada en todos los países de la región como son Perú, Colombia con la certificación ICONTEC, Venezuela con la norma COVENIN.

Comercialización

Indurama lidera el mercado Ecuatoriano de línea blanca donde está presente en todos sus rincones gracias a una extensa red de distribución que incluye a las cadenas más importantes y a los mayoristas con mayor cobertura y solvencia en el negocio de electrodomésticos.

En la actualidad las ventas de la empresa sobrepasan los 500.000 productos anuales.



Figura No. 2.4 Comercialización, www.indurama.com

Exportación

Desde 1992 la aceptación del diseño Indurama, sumado a su calidad y garantía efectiva, han permitido que la marca trascienda el mercado ecuatoriano llegando a países como Perú, en donde tiene una participación cercana al 35% en cocinas, Colombia, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Venezuela y República Dominicana.



Figura No. 2.5 Exportación, www.indurama.com

2.2.1.2 FIBRO ACERO

Según (Fibro Acero S.A., 2007) la empresa FIBRO ACERO S.A. fue constituida en la Ciudad de Cuenca, República del Ecuador, el 26 de Enero de 1978 como una compañía limitada y de carácter familiar.

La Empresa inicia sus operaciones fabricando fibra de vidrio, motivo por el cual asume su nombre.

En el año 1985, FIBRO ACERO S.A., se asocia con la mayor envasadora de gas del país Duragas y con otros inversionistas para fabricar cilindros para GLP, llegando a una producción de 2.000 cilindros mes, e igual número de cocinetas.

El 1 de Julio de 1986 se transforma en una Sociedad Anónima en la que su capital accionario se abre al aporte de nuevos inversionistas nacionales y extranjeros.

Con el transcurrir de los años FIBRO ACERO S.A. fue adquiriendo y construyendo nueva tecnología necesaria para su producción.

Para el año 1997 hasta el 2000 FIBRO ACERO S.A., contaba con 423 colaboradores, fabricando un promedio de 20.000 Unidades mes de Cocinas y Cocinetas ocupando toda su capacidad instalada.



Figura No. 2.6 Logo Ecogas, www.ecogasecu.com

En el exterior comercializa sus productos en 14 países con la marca ECOGAS (Perú, Colombia, Bolivia, Venezuela, Panamá, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Guatemala, República Dominicana, Jamaica, Cuba, entre otros) o de acuerdo a los requerimientos de sus clientes con marcas como: Philco, kilmatic, Sankey, tokay, Servwell entre otras.

El crecimiento de esta empresa ha sido continuo gracias a la elevada calidad, diseño innovador y costos competitivos de sus productos.

En la actualidad cuenta con 3 plantas de producción ubicadas en la ciudad de Cuenca y con 350 empleados en administración y producción con una moderna infraestructura en sus instalaciones.

Diseño y Tecnología

El departamento de Diseño y Desarrollo de Fibro Acero S.A., trabaja incansablemente en la búsqueda de la optimización y mejora continua de sus productos de acuerdo a las grandes existencias del mercado. (Ver Figura No.2.7)

De forma permanente, se realizan cambios en troquelería y matricería para adaptar su producto a las exigencias de carácter estético que solicita el consumidor, así como también en las prestaciones y características de los modelos ofertados, de manera que en el portafolio de productos de Fibro Acero S.A., siempre existe un artículo para cada necesidad.

De igual manera y de forma sistemática se incorporan nuevas máquinas con tecnología de punta que nos permite eficientar más aún, sus procesos y asegurar la calidad en cada una de las partes y piezas fabricadas.



Figura No. 2.7 Cocinas Ecogas, www.ecogasecu.com

En su misión y su visión señala:

MISIÓN

Gestionamos procesos operacionales y comerciales eficientes en la fabricación y comercialización de gasodomésticos y demás artículos de línea blanca, sustentados en un buen ambiente laboral, que nos permita reaccionar y atender oportunamente a los requerimientos de nuestros clientes.

VISIÓN

Fortalecer su marca y presencia en el mercado Ecuatoriano y consolidarse como la mejor alternativa como proveedora de servicios de manufactura para gasodomésticos de la región.

2.2.2 Mercado Internacional de Perú

2.2.2.1 Exportaciones de Perú

(Dávalos, 2012) Durante el período 2005 – 2010, las exportaciones peruanas al mundo registraron una tasa de crecimiento promedio anual de 15.58%, la que se considera elevada a pesar de la crisis internacional del año 2009. El valor de las exportaciones peruanas durante el año 2010 alcanzó un registro histórico de USD 35,740 millones con un crecimiento de 32.9%, recuperándose significativamente de la reducción que sufrió esta variable en 2009 a causa de la crisis internacional (-12.2%). Esta evolución se registró debido a las mejores cotizaciones internacionales de los commodities y el mayor volumen exportado de los productos no tradicionales. La información más reciente del año 2011, señala que durante el primer semestre del año 2011, las exportaciones alcanzaron una tasa de crecimiento de 28.9% frente al similar período del año previo.

EXPORTACIONES DE PERÚ									
VALORES FOB/Miles USD									
2005	2006	2007	2008	2009	2010	TCPA	Ene-Jun 2010	Ene-Jun 2011	TCA
17,324,105	23,498,367	28,084,878	30,629,782	26,885,089	35,739,665	15.58%	16,125,897	20,797,111	28.97%

Tabla No. 2.2 Exportaciones de Perú, Asociación de Exportadores (ADEX) - Data Trade

Sector metalmecánico

La manufactura es el segundo sector más importante que contribuye al crecimiento del PIB (con el 13.6%). El total de manufactura Las principales industrias manufactureras son alimento y bebidas, textiles, procesamiento de pescado, químicos, refinación de petróleo, metalmecánica y cemento. Los textiles son el sector en el cual el Perú tiene una ventaja competitiva por la mayor oferta de algodón y lana de alta calidad. En el 2010, los textiles fue el primer producto no tradicional que registró una variación en el crecimiento de 35.2% dentro del total de manufactura no primaria.

Las exportaciones del sector metalmecánico superaron los US\$ 338 millones durante el período Enero – Septiembre del 2011, significando ello un incremento de 17% en los niveles exportados en el mismo periodo del 2010. Estas cifras reflejan el crecimiento en Chile debido a una mayor inversión en productos peruanos y además una mejor aceptación del producto peruano en mercados internacionales.

Como podemos ver en el Gráfico No.2.3 Chile concentra el 17 % de lo exportado en el sector Metalmecánica con un crecimiento de 57%, debido a que se han introducido nuevos productos peruanos diversificando la oferta peruana. Las exportaciones del sector alcanzaron la cifra de más de US\$ 57 millones en el periodo de Enero - Septiembre del año 2011. Estados Unidos concentró el 15% de participación y un

crecimiento de 30%, alcanzando la cifra de más de US\$ 50 millones en el mismo periodo.

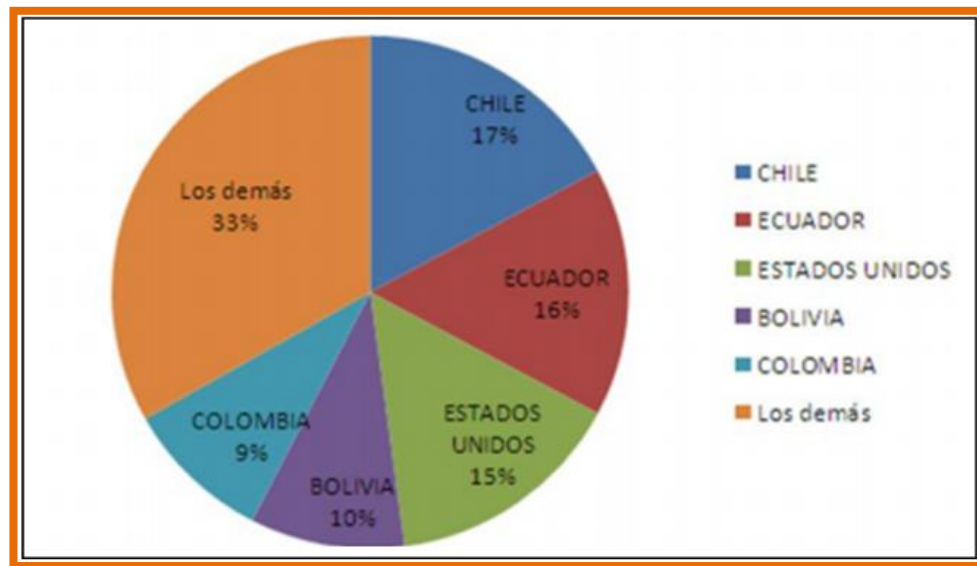


Gráfico No. 2.3 Exportaciones del Sector Metalmeccánico, SUNAT/ADUANAS

2.2.2.2 Importaciones de Perú

Las importaciones peruanas totales durante el año 2010 alcanzaron una cifra record (USD 29,982 millones), aunque ligeramente superior a la del año 2008. Como se recordará los efectos en la economía peruana de la crisis internacional implicaron una menor demanda mundial en dicho año, sin embargo, esta variable se restablece en el año 2010. A mediados del año 2011 las importaciones registraron USD 18,102 millones, lo cual confirma la recuperación de la demanda del país, mostrando un elevado crecimiento de esta variable, 34.9%, frente a la cifra registrada en similar período del año previo.

IMPORTACIONES DE PERU									
VALORES CIF/Miles USD									
2005	2006	2007	2008	2009	2010	TCPA	Ene-Jun 2010	Ene-Jun 2011	TCA
12,562,286	14,619,212	20,453,269	29,893,793	21,827,126	29,981,199	19.00%	13,415,677	18,101,640	34.93%

Tabla No. 2.3 IMPORTACIONES DE PERÚ, Asociación de Exportadores (ADEX) - Data Trade

Comercio bilateral (País- Ecuador)

El Perú es un mercado natural, potencial y atractivo para las empresas ecuatorianas, su proximidad geográfica, las características socio-culturales afines a las de Ecuador, la complementariedad económica de las dos naciones, así como en algunos casos la diferencia de estacionalidad de sus productos, lo convierten ciertamente en una fuente de oportunidades comerciales para muchas empresas ecuatorianas interesadas en investigar y diseñar estrategias para acceder al mercado peruano. A esto hay que añadir que el comercio bilateral está normado por la Comunidad Andina, dentro de la cual las exportaciones originarias de Ecuador hacia el Perú tienen preferencias arancelarias totales (arancel efectivo de 0%), es decir ingresan a Perú sin el pago de aranceles.

A esto se suma que a raíz de la suscripción de los Acuerdos de Paz de 1998, el intercambio comercial entre ambos países se multiplicó por más de siete veces, pasando de USD 300 millones en ese año a USD 2,276 millones en el 2008 y USD 2,313 millones en el año 2010.

En el 2009, año de crisis internacional (las exportaciones de Ecuador al mundo fueron de USD 13,863 millones, 26.3% menos que en el 2008 que ascendieron a USD 18,818 millones), la balanza comercial con el Perú fue positiva para el Ecuador en USD 314 millones.

La balanza comercial del Ecuador con Perú, durante el año 2010, continuó siendo positiva, alcanzando un nivel de USD 358 millones, a causa de un mayor aumento de las exportaciones al país del sur (42.2%), registrándose los siguientes datos:

- Perú fue el tercer destino de las exportaciones ecuatorianas totales (USD 938 millones), luego de los Estados Unidos, Panamá y el primero en América del Sur.
- Perú fue el noveno destino de las exportaciones ecuatorianas no petroleras (USD 214 millones) y el tercero en América del Sur, luego de Colombia y Venezuela.
- Perú es el tercer destino de las exportaciones ecuatorianas petroleras, luego de España y Panamá.
- Para Perú, Ecuador fue su cuarto proveedor, siendo superado únicamente por las importaciones provenientes de los Estados Unidos, China y Brasil.

2.3 Cifras Comerciales

2.3.1 Estadísticas de International Trade Centre

2.3.1.1 Partida Arancelaria

Se analizaron los siguientes datos desde el año 2007 al año 2011.

- **84.18 Refrigeradores, congeladores y demás material, máquinas y aparatos para la producción de frío, aunque no sean eléctricos; bombas de calor, excepto las maquinas y aparatos para acondicionamiento de aire de la partida 84.15**

En la Tabla No. 2.5 tenemos la lista de los mercados importadores de la partida 84.18, en el cual están registradas las exportaciones (miles de dolares) del Ecuador a los

diferentes países del mundo desde el año 2007 al 2011. Los países que han mostrado ser los principales importadores de esta partida son: Perú, Venezuela y Colombia.

Importadores	Valor exportada en 2007	Valor exportada en 2008	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011
Mundo	10859	13650	13692	20346	22663
Perú	5926	9953	9192	14150	13590
Venezuela	3167	2103	3477	3983	6185
Colombia	912	1073	661	1673	1959

Tabla No. 2.4 Exportaciones hacia Perú, Venezuela y Colombia, Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

En el Grafico No.2.4 podemos ver que Perú es uno de los países que ha ido incrementando considerablemente sus importaciones desde el año 2007, por otro lado Venezuela mantuvo el nivel de sus importaciones hasta el año 2010, donde a partir de ese año la adquisición de estos productos aumentó.

(Ver Gráfico en la siguiente página)

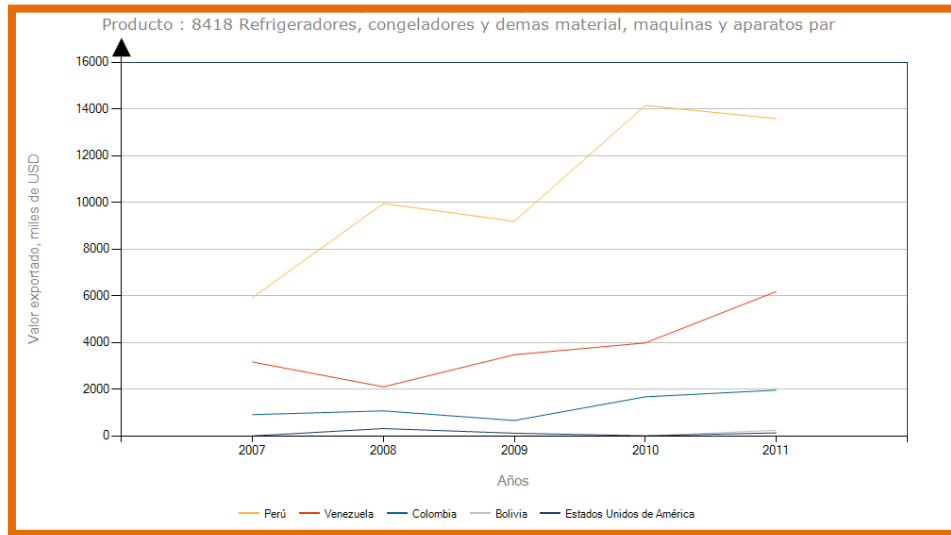


Gráfico No. 2.4 Exportaciones hacia Perú, Venezuela y Colombia, Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

- **84.21 Centrifugadoras, incluidas las secadoras centrifugas; aparatos para filtrar o depurar líquidos o gases.**

La Tabla No.2.5 nos muestra que tanto Perú como Colombia son países que han importado más entre los años 2007 al 2011, pero en el año 2009 los dos duplicaron la cifra importada del año anterior; por otro lado las exportaciones hacia Estados Unidos no han sido tan significativas.

(Ver Tabla en la siguiente página)

Importadores	Valor exportada en 2007	Valor exportada en 2008	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011
Mundo	481	312	770	860	404
Perú	191	103	269	140	123
Colombia	44	148	318	190	76
Estados Unidos de América	9	17	27	31	75
Chile	2	17	9	9	52
Venezuela	72	0	0	366	27

Tabla No. 2.5 Exportaciones hacia Perú, Colombia y Estados Unidos de América; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

En el Gráfico No.2.5 podemos ver que las exportaciones hacia Colombia y Perú han ido disminuyendo entre el año 2010 y el 2011, en cuanto las exportaciones hacia Venezuela tuvieron un gran incremento en el 2010 llegando casi a los 400 mil dolares.

(Ver Gráfico en la página siguiente)

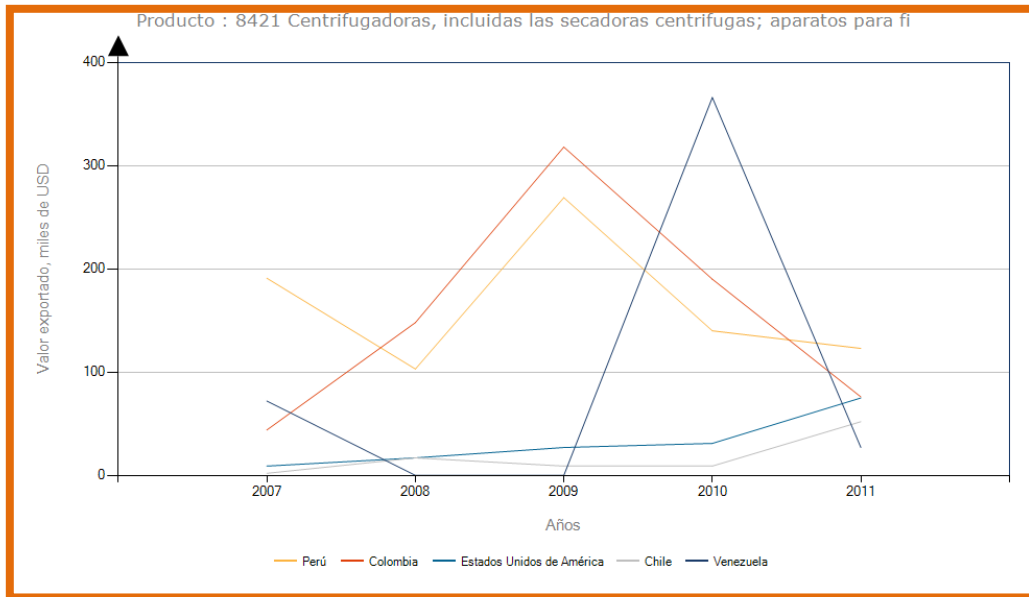


Gráfico No. 2.5 Lista de Mercados Importadores para un Producto Exportado por Ecuador; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

➤ **84.50 Máquinas para lavar ropa, incluso con dispositivo de secado.**

Como se muestra en el Tabla No.2.6 el Ecuador en el año 2008 tuvo un gran incremento en exportaciones de lavadoras hacia Venezuela, generando así un valor cuatro veces mayor que el obtenido en el 2007.

(Ver Tabla en la siguiente página)

Importadores	Valor exportada en 2007	Valor exportada en 2008	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011
Mundo	6687	24946	7615	776	1178
Venezuela	6686	24942	7609	774	1130
Colombia	0	3	0	0	46

Tabla No. 2.6 Exportaciones hacia Colombia y Venezuela; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

El Grafico No.2.6 nos indica que entre los años 2007 y 2009 las exportaciones hacia Venezuela fueron significativas, pero a partir de ese año la venta de productos referidos a esta partida fue disminuyendo poco a poco debido a la poca demanda.

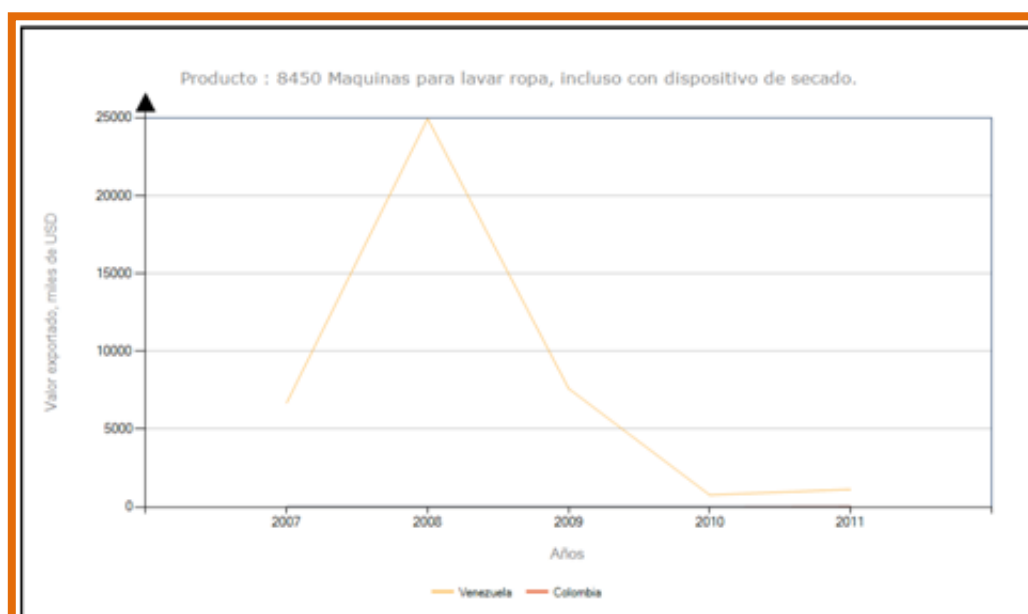


Gráfico No. 2.6 Lista de Mercados Importadores para un Producto Exportado por Ecuador; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

- **85.16 Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos de inmersión; aparatos eléctricos para calefacción de espacios o suelos; aparatos electrotérmicos para el cuidado del cabello (por ejemplo: secadores, rizadores, calientatenacillas) o para secar las manos; planchas eléctricas; los demás aparatos electrotérmicos de uso domestico; resistencias calentadoras, excepto las de la partida 85.45.**

Observamos que en la tabla No.2.7 las exportaciones hacia Venezuela y Colombia a partir del 2008 empezaron a tener una considerable disminución, es así que las exportaciones para el año anterior se redujeron en un 50%.

Importadores	Valor exportada en 2007	Valor exportada en 2008	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011
Mundo	2200	428	463	372	226
Venezuela	1486	362	340	134	67
Colombia	373	38	96	153	58
Perú	1	20	9	62	42

Tabla No. 2.7 Exportaciones hacia Colombia, Perú y Venezuela; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

En el Gráfico No.2.7 se puede apreciar una notable disminución en cuanto a las exportaciones del Ecuador hacia países como Venezuela, Colombia y Perú.

(Ver Gráfico en la siguiente página)

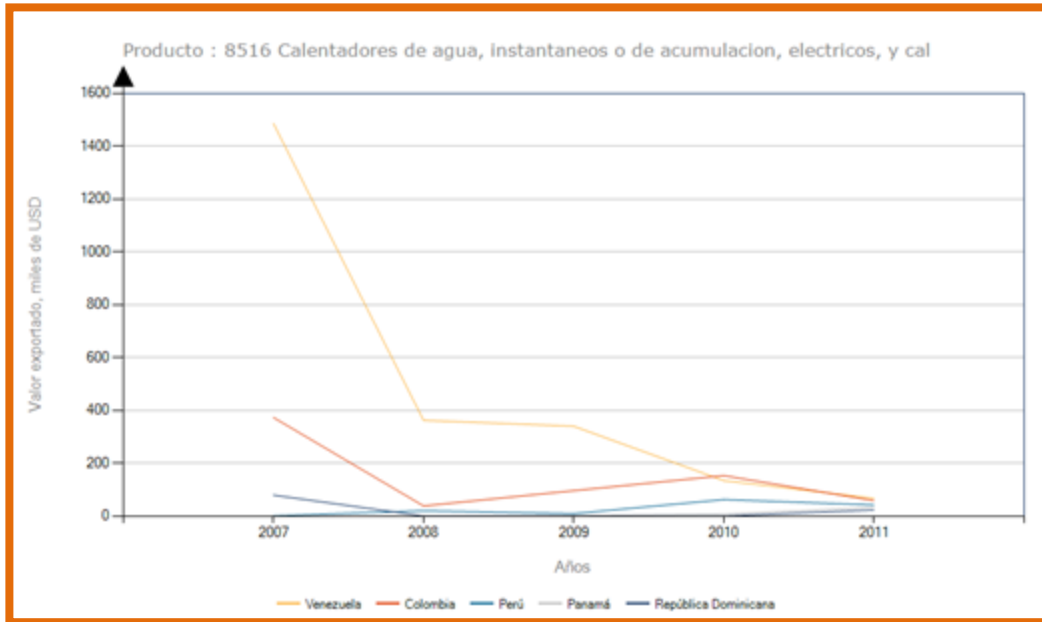


Gráfico No. 2.7 Lista de Mercados Importadores para un Producto Exportado por Ecuador; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

2.3.1.2 Estadísticas a nivel de subpartida.

- **8418.10.00.00 Combinaciones de refrigerador y congelador con puertas exteriores separadas.**

Realizando el análisis de la Tabla No.2.8 concluimos que Perú es el mayor importador de refrigeradores con puertas exteriores separadas durante el año 2007.

(Ver Tabla en la siguiente página)

Importadores	Valor exportada en 2007	Valor exportada en 2008	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011
Mundo	6563	0	0	0	0
Colombia	710	0	0	0	0
República Dominicana	91	0	0	0	0
El Salvador	174	0	0	0	0
Perú	3554	0	0	0	0
Venezuela	2034	0	0	0	0

**Tabla No. 2.8 Exportaciones de la subpartida 8418.10.00.00; Cálculos del CCI
basados en estadísticas de UN COMTRADE**

➤ **8418.10.30.00 De volumen superior o igual a 269 l pero inferior a 382 l**

Según la Tabla No.2.9 Perú, Venezuela y Colombia son los países que han importado una cantidad considerable de lavadoras en este periodo.

En el año 2010 República Dominicana incremento cuantiosamente sus importaciones con relación al año 2009.

Importadores	Valor exportada en 2007	Valor exportada en 2008	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011
Mundo	362	8860	8177	12657	13355
Perú	362	6774	5809	9164	7825
Venezuela	0	1425	2112	2679	4448
Colombia	0	500	163	538	690

**Tabla No. 2.9 Exportaciones de la subpartida 8418.10.30.00; Cálculos del CCI
basados en estadísticas de UN COMTRADE**

➤ **8421.12.00.00 Secadoras de ropa.**

Luego de realizar el análisis de la Tabla No.2.10 se concluye que en el lustro 2007-2011, el Perú es el único país que ha importado secadoras de ropa.

Importadores	Valor exportada en 2007	Valor exportada en 2008	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011
Mundo	1	0	0	0	0
Argentina	0	0	0	0	0
China	0	0	0	0	0
Colombia	0	0	0	0	0
Alemania	0	0	0	0	0
Perú	1	0	0	0	0

Tabla No. 2.10 Exportaciones de la subpartida 8421.12.00.00; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

➤ **8450.20.00.00 Máquinas de capacidad unitaria, expresada en peso de ropa seca, superior a 10 kg.**

Analizando la Tabla No.2.11 vemos que durante el lustro 2007-2011, Venezuela es el único que importa secadoras de ropa con capacidad superior a 10 kg.

(Ver Tabla en la siguiente página)

Importadores	Valor exportada en 2007	Valor exportada en 2008	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011
Mundo	2934	13618	5188	775	1176
Venezuela	2934	13618	5188	774	1130
Colombia	0	0	0	0	46
Alemania	0	0	0	0	0

Tabla No. 2.11 Exportaciones de la subpartida 8450.20.00.00; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

➤ **851660.20.00 Cocinas**

Según la Tabla No.2.12 deducimos que durante los años 2007 al 2011, Venezuela es el país con mayor número de cocinas importadas, seguido por El Salvador y Colombia.

Importadores	Valor exportada en 2007	Valor exportada en 2008	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011
Mundo	1605	0	163	0	0
Colombia	167	0	0	0	0
Costa Rica	43	0	0	0	0
República Dominicana	79	0	0	0	0
El Salvador	218	0	0	0	0
Venezuela	1098	0	163	0	0

Tabla No. 2.12 Exportaciones de la subpartida 8516.60.20.00; Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

2.3.2 Estadísticas Banco Central

A continuación tenemos las exportaciones de línea blanca de los últimos seis años (2007-2012), las cuales fueron tomadas de las estadísticas del Banco Central del Ecuador.

- En la Tabla No.2.13 podemos observar que Ecuador exporta más del 50% de valor FOB de combinaciones de refrigerador y congelador con puerta exteriores separadas al Perú, seguido por Venezuela que también ha importado una cantidad considerable de este producto.

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
8418100000	COMBINACIONES DE REFRIGERADOR Y CONGELADOR CON PUERTAS EXTERIORES SEPARADAS	PERU	803.65	3,554.42	54.16
		VENEZUELA	441.45	2,033.81	30.99
		COLOMBIA	156.95	709.68	10.82
		EL SALVADOR	39.01	174.08	2.66
		REPUBLICA DOMINICANA	20.25	91.12	1.39
TOTAL GENERAL:			1,461.29	6,563.08	100.00

Tabla No. 2.13 Exportaciones de la subpartida 8418.10.00.00, Banco Central del Ecuador

- Como vemos en la Tabla No.2.14 los principales países importadores en refrigeradoras de volumen superior o igual a 269 L pero inferior a 382 L son: Perú con más del 60% del valor FOB; Venezuela con el 24.80% y Colombia con 4.42%.

Por otro lado Ecuador ha exportado en menor cantidad este producto a países como República Dominicana, Estados Unidos, Bolivia, Panamá, entre otros.

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
8418103000	DE VOLUMEN SUPERIOR O IGUAL A 269 L PERO INFERIOR A 382 L	PERU	5,972.42	30,239.78	68.59
		VENEZUELA	2,079.27	10,932.94	24.80
		COLOMBIA	422.01	1,947.47	4.42
		REPUBLICA DOMINICANA	54.56	259.70	0.59
		ESTADOS UNIDOS	48.86	241.92	0.55
		BOLIVIA	44.01	210.95	0.48
		PANAMA	14.12	74.21	0.17
		GUATEMALA	15.93	73.93	0.17
		HONDURAS	10.65	53.28	0.13
		EL SALVADOR	8.49	33.22	0.08
		NICARAGUA	5.90	21.44	0.05
		BRASIL	0.28	2.61	0.01
		ITALIA	0.16	0.91	0.01
		CHINA	0.05	0.35	0.01
TOTAL GENERAL:			8,676.66	44,092.67	100.00

Tabla No. 2.14 Exportaciones de la subpartida 8418.10.30.00, Banco Central del Ecuador

- La Tabla No.2.15 nos muestra que entre los años 2007 al 2012 Perú ha sido el único país en importar secadoras de ropa en mínimas cantidades.

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
8421120000	SECADORAS DE ROPA	PERU	0.35	1.00	100.00
TOTAL GENERAL:			0.35	1.00	100.00

Tabla No. 2.15 Exportaciones de la subpartida 8421.12.00.00, Banco Central del Ecuador

- En la Tabla No.2.16 podemos ver que entre los años 2008 al 2012 Venezuela ha sido el mayor importador en cuanto a lavadoras cuyo peso es superior a 10 kg.

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
8450200000	MÁQUINAS DE CAPACIDAD UNITARIA, EXPRESADA EN PESO DE ROPA SECA, SUPERIOR A 10 KG	VENEZUELA	5,565.21	23,242.06	100.00
		PERU	0.13	0.73	0.01
TOTAL GENERAL:			5,565.34	23,242.79	100.00

Tabla No. 2.16 Exportaciones de la subpartida 8450.20.00.00, Banco Central del Ecuador

- Como nos muestra la Tabla No.2.17 Venezuela es el principal país importador de cocinas en los últimos seis años con 71,17% del Valor FOB; seguido por El Salvador, Colombia y República Dominicana que también han importado un porcentaje considerable en cuanto a este producto.

(Ver Tabla en la siguiente página)

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
8516602000	COCINAS	VENEZUELA	365.51	1,261.37	71.17
		EL SALVADOR	79.04	218.38	12.33
		COLOMBIA	48.62	166.89	9.42
		REPUBLICA DOMINICANA	13.58	78.81	4.45
		COSTA RICA	15.77	43.19	2.44
		CHILE	0.17	2.29	0.13
		ZONA FRANCA DE ECUADOR	0.16	1.49	0.09
		PERU	0.02	0.10	0.01
TOTAL GENERAL:			522.84	1,772.49	100.00

Tabla No. 2.17 Exportaciones de la subpartida 8516.60.20.00, Banco Central del Ecuador

2.4 Oferta Exportable

La oferta exportable se refiere a los productos con los que cuenta una empresa, que se encuentran en condiciones de ser exportados y que además cuentan con potenciales mercados externos.

Según (Admin, 2007) el concepto de oferta exportable va mas allá del producto en sí pues involucra también las capacidades económicas, financieras y de gestión de exportaciones de la empresa.

La fabricación de línea blanca creció en un 75% en los últimos cinco años, según cifras del (INEC). Las ventas locales entre el 2007 y el 2011 llegaron a \$73,1 millones de dólares.

A continuación en la Tabla No.2.18 podemos observar que para efectos del plan de negocios la oferta está en función de la producción nacional y del consumo.

Año	Producción (unidades)	Consumo (unidades)	Oferta Exportable (unidades)
2008	1,949,557.90	681,319.82	1,268,238.08
2009	477,641.69	694,605.56	-216,963.87
2010	1,364,690.53	770,664.86	594,025.67
2011	1,378,378.38	785,692.83	592,685.55

**Tabla No. 2.18 Oferta Exportable, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
INEC**

2.5 Cuestionario

ENCUESTA SOBRE EL CONSUMO DE LINEA BLANCA EN EL PAIS

1. ¿Compra usted electrodomésticos de línea blanca ecuatorianos?

SI

NO

SI SU RESPUESTA ES POSITIVA CONTINUE CON LA ENCUESTA POR FAVOR, DE LO CONTRARIO LE AGRADEZCO SU TIEMPO.

2. Ha escuchado sobre las marcas ecuatorianas INDURAMA, DUREX y ECOGAS.

SI

NO

3. ¿Con que frecuencia compra usted electrodomésticos? Marque con una X su respuesta.

MENSUAL	<input type="checkbox"/>
TRIMESTRAL	<input type="checkbox"/>
SEMESTRAL	<input type="checkbox"/>
ANUAL	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cuáles de los siguientes electrodomésticos ha comprado últimamente?
 Marque con una X su respuesta.

COCINA	
REFRIGERADORA	
LAVADORA	
SECADORA	

5. Ordene las siguientes marcas de electrodomésticos del 1 al 5, siendo el 1 el más conocido y el 5 el menos conocido.

INDURAMA	
DUREX	
ECOGAS	
GENERAL ELECTRIC	
ELECTROLUX	

6. Marque con una X cuanto estaría dispuesto/a a pagar por los siguientes productos.

COCINA

\$300 - \$500	
\$500 - \$700	
\$700 - \$900	
\$900 - \$1100	
\$1100 - \$1300	

REFRIGERADORA

\$300 - \$500	
\$500 - \$700	
\$700 - \$900	
\$900 - \$1100	
\$1100 - \$1300	

LAVADORA

\$350 - \$550	
\$550 - \$750	
\$750 - \$950	
\$950 - \$1150	
\$1150 - \$1350	

SECADORA

\$150 - \$250	
\$250 - \$350	
\$350 - \$450	
\$450 - \$550	
\$550 - \$650	

LA ENCUESTA HA CONCLUIDO. MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

2.6 Resultados

RESULTADO DE LA ENCUESTA

1. ¿Compra usted electrodomésticos de línea blanca ecuatorianos?

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SI	300	82.87
NO	62	17.13
TOTAL	362	100

Tabla No. 2.19 Compra de Electrodomésticos, Encuesta

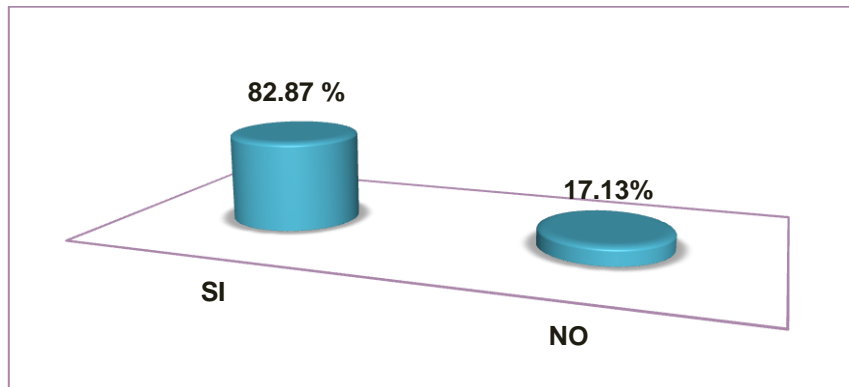


Gráfico No. 2.8 Compra de Electrodomésticos, Encuesta

Como vimos en el Tabla No.2.19 y Grafico No.2.8 de las 362 personas encuestadas, el 82.87% si compra electrodomésticos, mientras que el 17.13% no lo hace; lo cual significa que la demanda de electrodomésticos sigue creciendo.

2. Ha escuchado sobre las marcas ecuatorianas INDURAMA, DUREX Y ECOGAS.

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SI	235	78.33
NO	65	21.67
TOTAL	300	100

Tabla No. 2.20 Marcas de Electrodomésticos Ecuatorianas, Encuesta

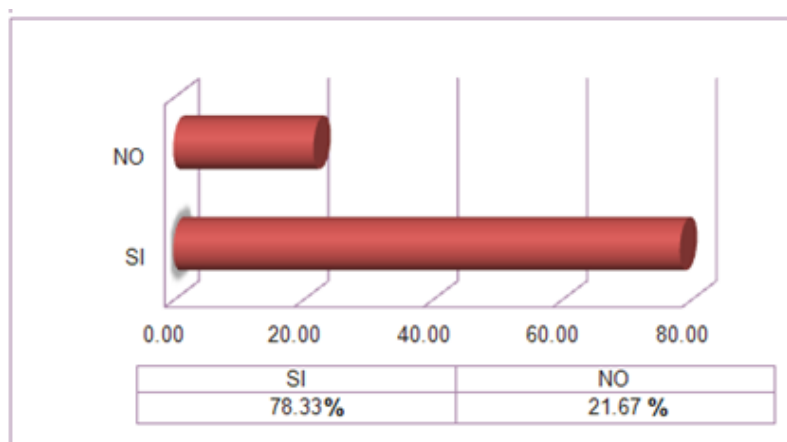


Gráfico No. 2.9 Conocen los encuestados sobre las Marcas: INDURAMA, DUREX Y ECOGAS.

En la Tabla No.2.20 y Gráfico No.2.9 anteriores nos indican que del total de las personas encuestadas, el 78,33% conocen sobre Indurama, Durex y Ecogas, mientras que el 21,67% no tienen conocimiento de estas marcas de línea blanca.

Lo cual nos muestra que este tipo de productos ecuatorianos han tenido gran aceptación en el mercado peruano.

3. ¿Con que frecuencia compra usted electrodomésticos? Marque con una X su respuesta.

INDICADOR	FRECUENCIA	%
MENSUAL	22	7.33
TRIMESTRAL	35	11.67
SEMESTRAL	45	15
ANUAL	198	66
TOTAL	300	100

Tabla No. 2.21 Frecuencia de Compra, Encuesta

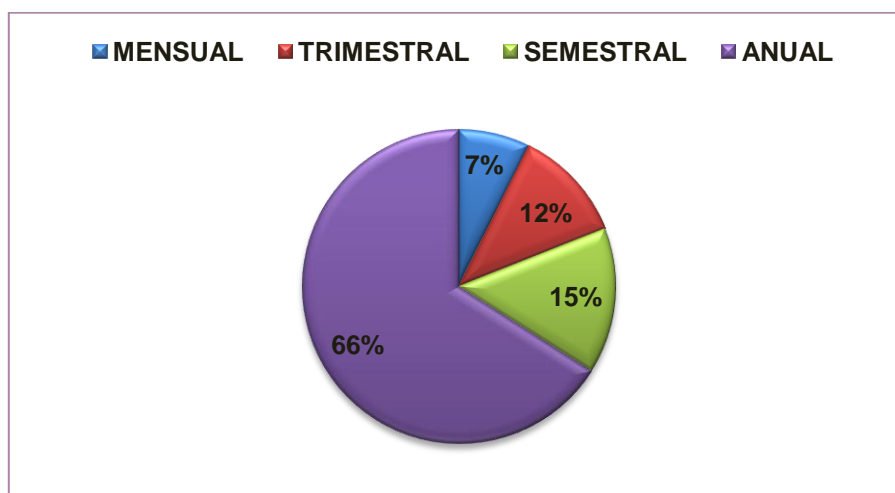


Gráfico No. 2.10 Frecuencia de Compra de Electrodomésticos, Encuesta

Dentro de los encuestados el 66% afirma adquirir productos de línea blanca anualmente y el 15% compra estos productos semestralmente.

4. ¿Cuáles de los siguientes electrodomésticos ha comprado últimamente?
 Marque con una X su respuesta.

INDICADOR	FRECUENCIA	%
COCINA	74	24.67
REFRIGERADORA	97	32.33
LAVADORA	61	20.33
SECADORA	68	22.67
TOTAL	300	100

Tabla No. 2.22 Listado de Electrodomésticos, Encuesta

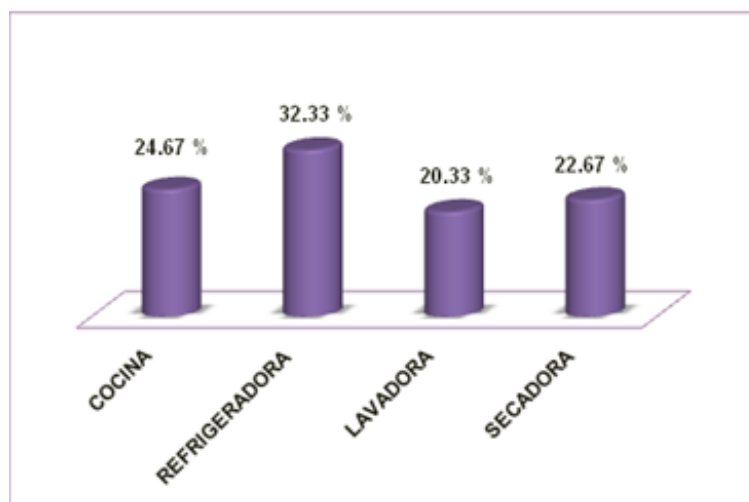


Gráfico No.2.11 Listado de Electrodomésticos, Encuesta

La Tabla No.2.22 y Gráfico No.2.11 muestran que los productos con mayor aceptación en el mercado son la refrigeradora con 32,33% y la cocina con 24,67%. Se debe tomar en cuenta que en la temporada de verano (enero a marzo), se incrementa considerablemente la demanda de estos productos.

5. Ordene las siguientes marcas de electrodomésticos del 1 al 5, siendo el 1 el más conocido y el 5 el menos conocido.

INDICADOR	FRECUENCIA	%
MAS CONOCIDO	170	56.67
CONOCIDO	60	20.00
MENOS CONOCIDO	70	23.33
TOTAL	300	100

Tabla No. 2.23 INDURAMA, Encuesta

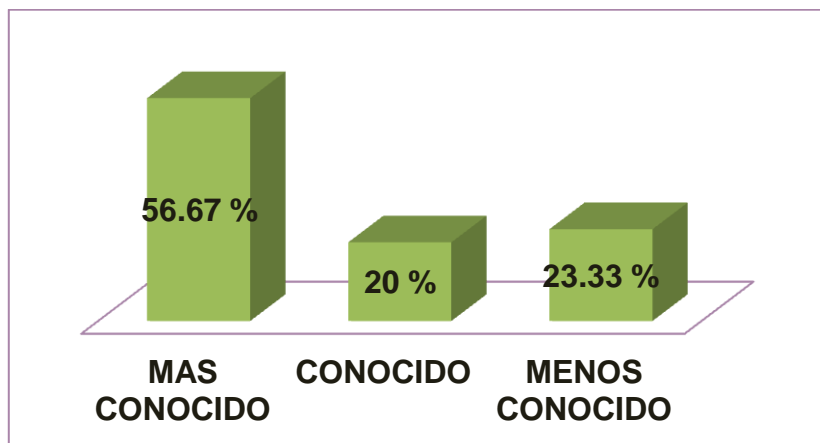


Gráfico No.2.12 INDURAMA, Encuesta

INDICADOR	FRECUENCIA	%
MAS CONOCIDO	134	44.67
CONOCIDO	76	25.67
MENOS CONOCIDO	90	30.00
TOTAL	300	100

Tabla No. 2.24 DUREX, Encuesta

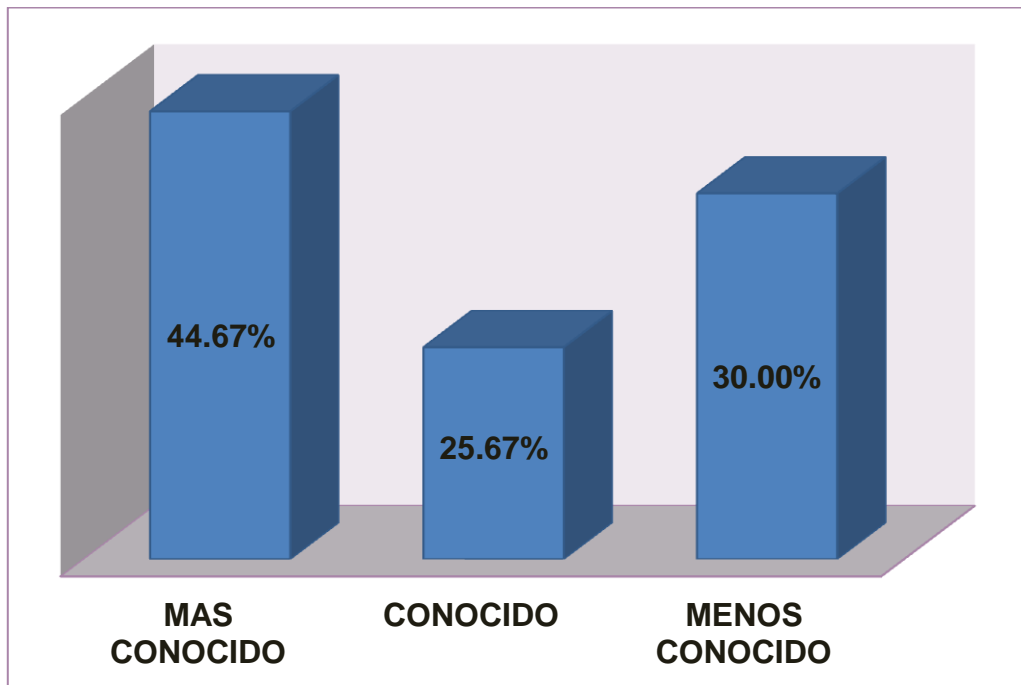


Gráfico No. 2.13 DUREX, Encuesta

INDICADOR	FRECUENCIA	%
MAS CONOCIDO	131	43.67
CONOCIDO	62	20.67
MENOS CONOCIDO	107	35.67
TOTAL	300	100

Tabla No. 2.25 ECOGAS, Encuesta

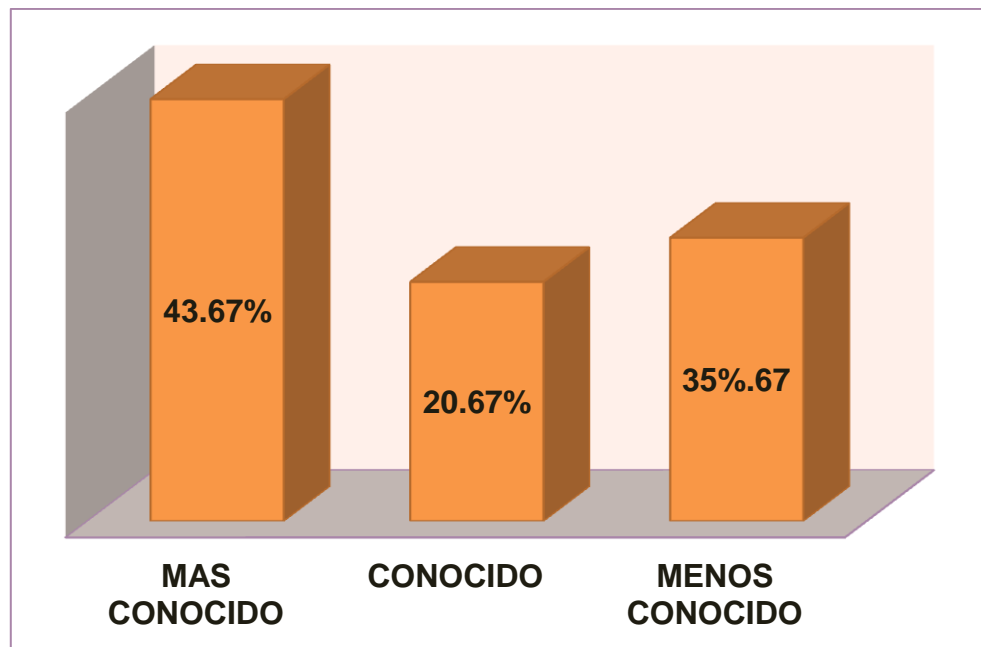


Gráfico No. 2.14 ECOGAS, Encuesta

INDICADOR	FRECUENCIA	%
MAS CONOCIDO	91	30.33
CONOCIDO	72	24.00
MENOS CONOCIDO	137	45.67
TOTAL	300	100

Tabla No. 2.26 GENERAL ELECTRIC, Encuesta

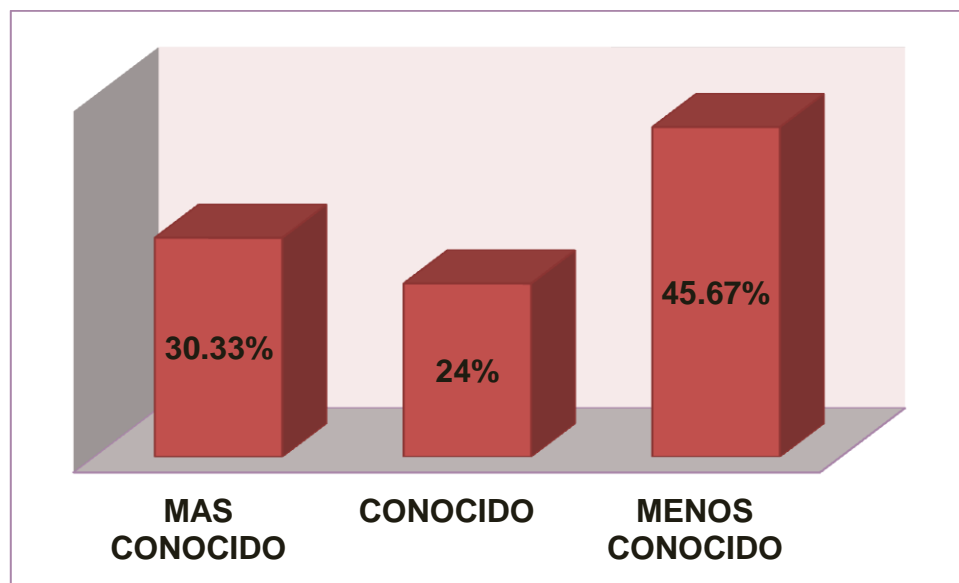


Gráfico No. 2.15 GENERAL ELECTRIC, Encuesta

INDICADOR	FRECUENCIA	%
MAS CONOCIDO	56	34.57
CONOCIDO	30	18.52
MENOS CONOCIDO	76	46.91
TOTAL	162	100.00

Tabla No. 2.27 ELECTROLUX, Encuesta

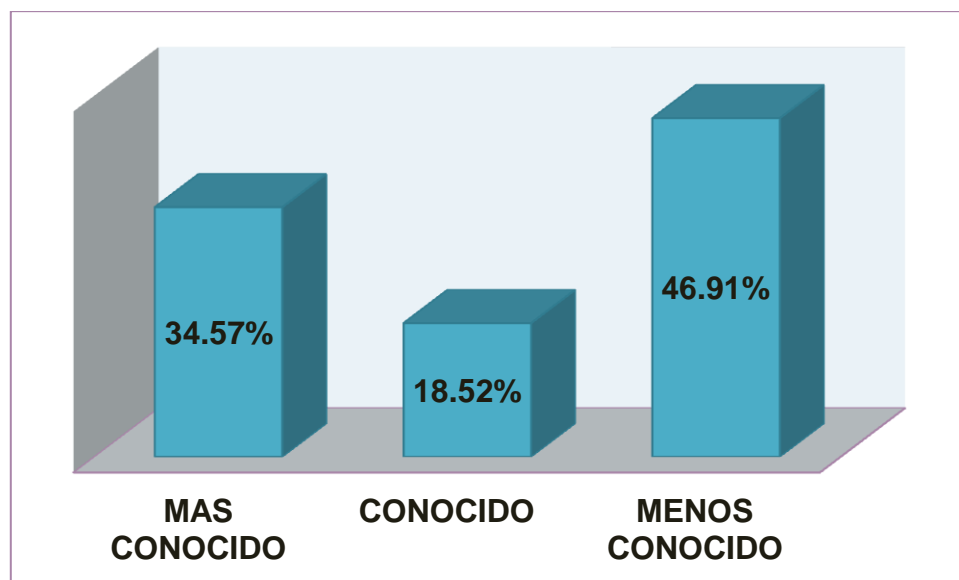


Gráfico No. 2.16 ELECTROLUX, Encuesta

Para realizar las tablas y los gráficos anteriores, se tomaron 5 marcas de electrodomésticos ya existentes en el mercado, de los cuales se les pidió a los encuestados ordenarlos del 1 al 5 según el grado de conocimiento del mismo.

El método que se utilizó para realizar la tabulación con los datos obtenidos fue el siguiente: rangos los cuales son: 1 – 2 el más conocido, 3 conocido y 4 – 5 menos conocido.

En los resultados obtenidos, la marca Indurama es la más conocida por los encuestados con un 56,67% siguiéndolo la marca Durex con un 44,67%.

6. Marque con una X cuanto estaría dispuesto/a a pagar por los siguientes productos.

COCINA

INDICADOR	FRECUENCIA	%
\$150 - \$250	58	19.33
\$250 - \$350	81	27
\$350 - \$450	50	16.67
\$450 - \$550	57	19
\$550 - \$650	54	18
TOTAL	300	100

Tabla No. 2.28 Precios Cocina, Encuesta

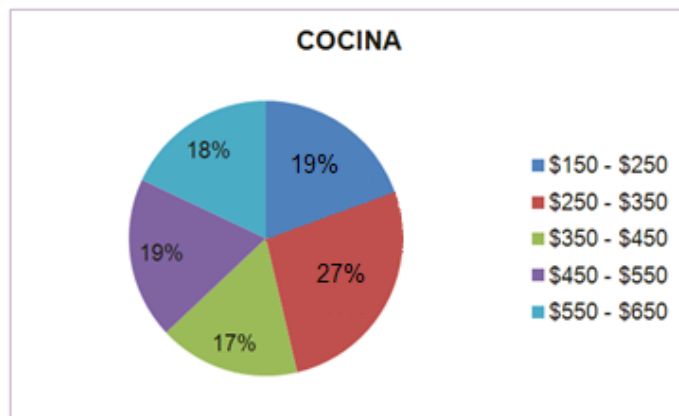


Gráfico No. 2.17 Precios Cocina, Encuesta

En relación al precio de preferencia por las persona encuestadas tenemos que un 27% de las persona prefieren un precio asequible de entre \$250 - \$350 dolares sin importar la marca de cocina.

REFRIGERADORA

INDICADOR	FRECUENCIA	%
\$300 - \$500	63	21.00
\$500 - \$700	72	24
\$700 - \$900	67	22.33
\$900 - \$1100	48	16.00
\$1100 - \$1300	50	16.67
TOTAL	300	100

Tabla No. 2.29 Precios Refrigeradora, Encuesta

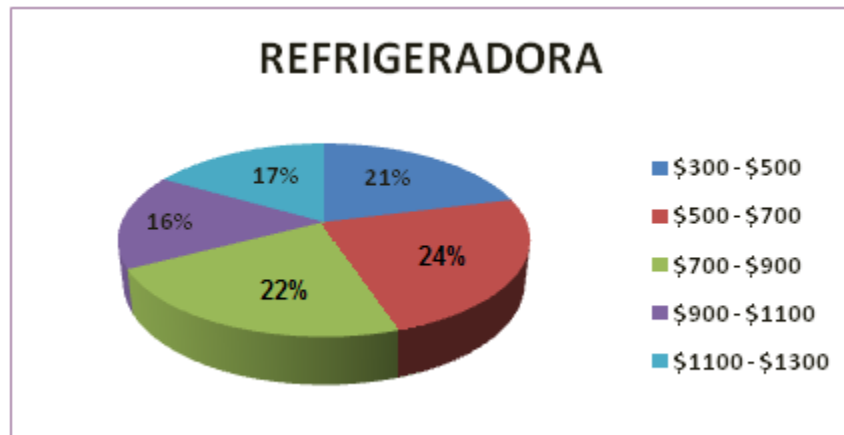


Gráfico No. 2.18 Precios Refrigeradora, Encuesta

En cuanto a las refrigeradoras, según la encuesta las personas prefieren este electrodoméstico con precio que oscile entre \$700 y \$900 dolares cuyo porcentaje de preferencia es de 24%, sin importar el tipo de marca.

LAVADORA

INDICADOR	FRECUENCIA	%
\$350 - \$550	69	23
\$550 - \$750	53	17.67
\$750 - \$950	66	22.00
\$950 - \$1150	61	20.33
\$1150 - \$1350	51	17.00
TOTAL	300	100

Tabla No. 2.30 Precios Lavadora, Encuesta

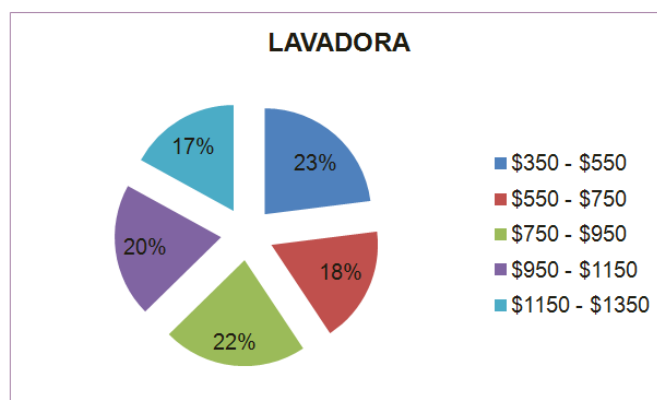


Gráfico No. 2.19 Precios Lavadora, Encuesta

Para el producto lavadora, el precio de preferencia por las personas encuestadas, nos da que un 22% de dichas personas optan como precio asequible de entre \$750 y \$950 dolares, sin importar la marca.

SECADORA

INDICADOR	FRECUENCIA	%
\$350 - \$550	74	24.67
\$550 - \$750	62	20.67
\$750 - \$950	57	19.00
\$950 - \$1150	49	16.33
\$1150 - \$1350	58	19.33
TOTAL	300	100

Tabla No. 2.31 Precios Secadora, Encuesta

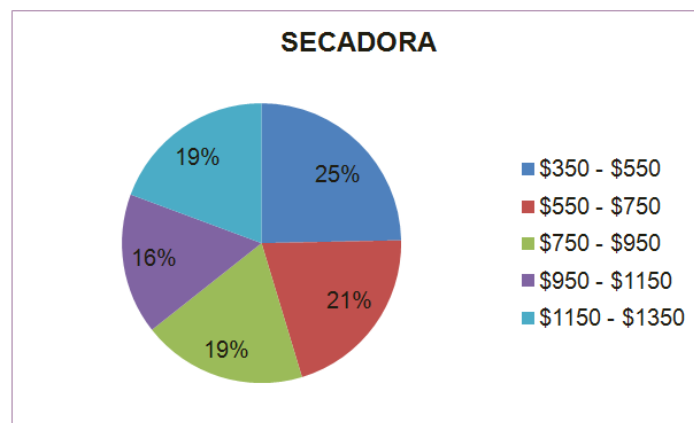


Gráfico No. 2.20 Precios Secadora, Encuesta

En lo que respecta a las secadoras, el precio que prefieren las personas encuestadas cuyo porcentaje mayor corresponde al 24, 67% y que dicho precio oscila entre \$350 a \$550 dolares.

Al ser Perú un mercado potencial y atractivo para las empresas ecuatorianas su proximidad geográfica, las características socio-culturales afines a nuestro país, lo convierten ciertamente en una fuente de oportunidades comerciales.

CAPITULO 3

PLAN DE COMERCIALIZACION

3.1 Mercado Objetivo

3.1.1 Geografía y demografía de Perú



Figura No. 3.1 Mapa de Perú, www.cusco Peru.com.pe

De acuerdo a (Farfan, 2011) Perú es un país situado en la parte central de la costa del Pacífico de Sudamérica. Limita con Ecuador y Colombia al norte, con Brasil al este, con Bolivia al sureste, Chile al sur y con el océano Pacífico al oeste. La capital de Perú es Lima, su superficie 1.285.215,6 km², las fronteras tienen una longitud de 5.536 km y sus costas 3.080 km; la moneda de Perú es el nuevo sol.

Es un país grande y variado que acoge en su suelo desde la selva amazónica hasta los desiertos de la costa, desde las llanuras a las alturas andinas.

Población

La población de Perú es de 30.165.000 hab. (2012).

Localización

Perú es un país situado en la parte occidental e intertropical de América del Sur. Limita al norte con Ecuador y Colombia, al este con Brasil, al sureste con Bolivia, al sur con Chile y al oeste con el océano Pacífico, después de las 200 millas que el país reclama como su dominio marítimo.

Área

Con una superficie total de 1.285.216,20 km².

Gobierno

Nombre oficial: República del Perú

Día nacional: 28 de julio (1821) Día de la Independencia.

Constitución: 29 de diciembre de 1993(promulgada), 1 de enero de 1994 (inicio de vigencia).

Presidente: Ollanta Moisés Humala Tasso (desde 28 de julio de 2011)

Vicepresidente: Marisol Espinoza (desde 28 de julio de 2011)

Idioma

El panorama lingüístico del Perú es bastante complejo. Se estima que, a inicios del actual siglo XXI, en este país multilingüe se habla un conjunto grande y heterogéneo de una cincuentena de lenguas vernáculas: Las cuentas van desde 43 lenguas a más de 60, según la división dialectal que se considere. La gran mayoría de estas lenguas son indígenas, aunque la lengua más extendida es el español, la lengua materna del

83,9% de los habitantes. El castellano es seguido por las lenguas indígenas, principalmente las lenguas quechuas (13,2% en conjunto) y el aimara (1,8%). En las zonas urbanas del país, especialmente en la región costera, predomina el monolingüismo del castellano; mientras que en muchas zonas rurales del país, particularmente en la Amazonia, dominan las poblaciones multilingües.

Clima

A diferencia de otros países ecuatoriales, el Perú no presenta un clima exclusivamente tropical; la influencia de los Andes y la Corriente de Humboldt conceden una gran diversidad climática al territorio peruano.

La costa central y sur del país presentan un clima árido subtropical o desértico, con una temperatura promedio de 18 °C y precipitaciones anuales de 150 mm, por acción del mar frío de Humboldt. En cambio, la costa norte posee un clima árido tropical, debido al mar tropical, con una temperatura promedio por encima de los 24 °C y lluvias durante el verano. Cuando hay ocurrencia del fenómeno del Niño, la temperatura promedio de toda la costa se eleva (con máximas mayores a 30 °C) y las lluvias se incrementan de manera significativa en la costa norte y central.

En la sierra se observan los siguientes climas: clima templado sub-húmedo, en áreas entre los 1.000 y los 3.000 msnm, con temperaturas alrededor de los 20 °C y precipitaciones entre los 500 y 1.200 mm al año; clima frío entre los 3.000 y 4.000 msnm, con temperaturas anuales promedio de 12 °C y heladas durante el invierno; clima frígido o de puna, en áreas entre los 4.000 y 5.000 msnm, con una temperatura promedio de 6 °C y precipitaciones anuales de 700 mm; y clima de nieve o gélido en zonas por encima de los 5.000 msnm, con temperaturas debajo de los 0 °C y nevadas.⁵⁴

En la selva hay dos tipos de clima: clima semitropical muy húmedo en la selva alta, con precipitaciones mayores a los 2.000 mm al año y temperaturas promedio

alrededor de los 22 °C; y el clima tropical húmedo en la selva baja, con precipitaciones que oscilan los 2.000 mm al año y temperaturas promedio de 27 °C.

Moneda

La moneda nacional del Perú es el Nuevo Sol.

Religión

Más del 90% de los religiosos son católicos, que es la religión establecida como oficial desde 1915, aunque se permiten y se profesan en menor cuantía otras religiones, pues hay también protestantes, judíos y musulmanes.

Capital

La capital de Perú es Lima.

Economía

La economía del Perú se ha basado tradicionalmente en la explotación, procesamiento y exportación de recursos naturales, principalmente mineros, agrícolas y pesqueros. No obstante, en los últimos años se observa una muy importante diversificación y un notable crecimiento en servicios e industrias ligeras.

El Índice de Desarrollo Humano de Perú fue de 0,788 (2006), el 36,2% de su población se encontraba (al final del año 2008) en la línea de pobreza. Según la América Economía y el Fondo Monetario Internacional, el Perú se sitúa en el año 2008 con la segunda inflación más baja del mundo después de Francia y por lo tanto una de las economías más sólidas de la región. De acuerdo a lo publicado por la escuela de negocios suiza IMD, el Perú en el 2008 se encontraba en el puesto número 35 del ranking mundial de competitividad. La economía peruana es considerada con un nivel de crecimiento notable respecto a las otras economías del mundo, solo comparable a aquel de China. Tiene un PIB de \$275.7 miles de millones (2010).

Según (MINCETUR, 2012), en el periodo Enero-Diciembre 2011 las exportaciones ascendieron a US\$ 45,726 millones, monto superior en 28% con respecto a lo registrado en el periodo Enero-Diciembre 2010. Este resultado positivo fue impulsado por el aumento en 32% de las exportaciones no tradicionales (US\$ 10,158 millones), así como por el incremento en 27% de las exportaciones tradicionales (US\$ 35,568 millones).

En ese mismo periodo, los principales destinos de las exportaciones peruanas fueron China (US\$ 6,961 millones), Suiza (US\$ 5,938 millones), Estados Unidos (US\$ 5,829 millones), Canadá (US\$ 4,177 millones) y Japón (US\$ 2,175 millones).

Por otro lado en el periodo Enero-Diciembre 2011 las importaciones desde el continente americano se incrementaron en 25% con respecto a similar periodo del 2010, explicado por el crecimiento de las compras desde Centroamérica y el Caribe (+40%) y Sudamérica (+25%). En Centroamérica y el Caribe, las importaciones desde Trinidad y Tobago registraron un crecimiento acumulado de 108%, siendo el mayor registrado en la muestra de países. Por su parte, en Sudamérica la dinámica de las importaciones desde Venezuela (+98%) y Argentina (+65%) incidió en el incremento de esta región y se asoció a la importación de materias primas y productos intermedios, especialmente de combustibles, lubricantes y productos conexos. En lo que respecta a Norteamérica (+24%), los proveedores más dinámicos fueron EEUU (+26%) y México (+22%), debido a la compra de bienes de capital y materiales de construcción y de materias primas y productos intermedios. Las importaciones desde Asia (31% del total) registraron una expansión de 24%. Los países con mayor incidencia en este resultado fueron Corea del Sur (+43%), Taiwán (+34%), China (+23%) y Tailandia (+19%), asociados a mayores compras de bienes de consumo.

Finalmente, las importaciones desde Europa (13% del total) registraron una expansión de 36%. Los resultados se explican por la el incremento de las

importaciones desde Rusia (+176%), Suecia (+46%), Italia (+42%) y España (+39%), asociados fundamentalmente a las materias primas y productos intermedios.

3.1.2 Piura



Figura No. 3.2 Piura, www.wikipedia.org

Es una ciudad del norte de la zona occidental del Perú, capital del Departamento de Piura, ubicada en el centro oeste del departamento, en el valle del río Piura, al norte del desierto de Sechura, a 973 km al norte de Lima y próxima a la frontera con el Ecuador, es la sexta más poblada del país, alcanzando oficialmente y según proyecciones del INEI del año 2012 los 417.892 habitantes.

Se le conoce también como Ciudad del Eterno Sol por su calor y sol radiante del día a día, así como también la Ciudad de los algarrobos por sus bosques secos tropicales de algarrobos que reverdecen en cada temporada de lluvias veraniegas, hermoando las dilatadas planicies que se cubren de vegetación herbácea deviniendo en sabana arbórea.

El auge comercial de los últimos años demuestra que Piura tiene un gran poder de consumo, que la población, sea cual sea el nivel socio-económico, posee poder adquisitivo, lo cual se ve reflejado en la gran cantidad de tarjetas que se utilizan a diario para realizar compras o retiros en efectivo en cualquier establecimiento comercial, lo cual es un gran atractivo para la inversión privada nacional y extranjera.

3.2 Análisis del Mercado Objetivo

3.2.1 Mercado de Electrodomésticos

Según (Económicos, 2011) el mercado de electrodomésticos está segmentado en tres divisiones: línea blanca (refrigeradoras, lavadoras, cocinas, hornos microondas), línea marrón (equipos de audio y video como equipos de sonido, MP3, MP4, televisores, DVD's, filmadoras, etc.) y pequeños electrodomésticos (licuadoras, planchas, ollas arroceras, cafeteras, aspiradoras, etc.). La línea marrón representa cerca del 53% del valor de venta del mercado de electrodomésticos, seguida de la línea blanca con alrededor del 38% y de la línea de pequeños electrodomésticos con el 9%.

Las ventas en el mercado de electrodomésticos presentan un comportamiento estacional, concentrándose básicamente en 3 campañas: Día de la Madre (mayo), Fiestas Patrias (julio) y Navidad (diciembre) la más importante del año. Más del 90% de los electrodomésticos vendidos en el país son importados, siendo los principales países de origen China (55% del total), México (19%), Malasia (5%) y Ecuador (5%), según cifras de la Cámara de Comercio de Lima.

En lo que se refiere a los canales de comercialización, las ventas de las tiendas especializadas concentran el 49% del mercado, las tiendas por departamento y home center el 26%, los supermercados e hipermercados el 12% y las tiendas individuales con presencia básicamente en provincias el 13%, según información de LG Electronics.

Las tiendas especializadas como Carsa, La Curacao, Elektra, Tiendas Efe e Hiraoka, poseen cerca de 240 locales a nivel nacional, la mayoría de ellos ubicados en las regiones. Además, se cuenta con las tiendas por departamento Saga, Ripley, Oeschle, Estilos; los supermercados Wong, Metro, Tottus, Plaza Veja; y los “home center” Maestro y Sodimac.

(Ver más información de las distintas tiendas en el Anexo C).

A nivel geográfico, es importante resaltar la creciente importancia que han venido alcanzando los mercados de provincia.

Así, mientras que en el 2009 Lima concentraba el 75% de las ventas del mercado nacional y las provincias el 46%, durante el 2011 las ventas en provincias alcanzaron el 49% del total nacional. A nivel individual destacaron las mayores ventas en Trujillo, Ica, Chiclayo, Arequipa, Huancayo, Piura y Cusco.

Alrededor del 50% de las compras de electrodomésticos a nivel nacional se realiza al crédito y el otro 50% al contado, según fuentes del sector. La proporción es mayor en Lima debido a la mayor penetración financiera.

3.2.1.1 Línea Blanca

Durante el 2011 los productos más vendidos fueron cocinas, hornos microondas y lavadoras. Cabe resaltar que estos dos últimos tienen aún un bajo nivel de penetración en Lima: lavadora (37%) y microondas (35%), según Ipsos Apoyo Opinión y Mercado. Por su parte, la penetración de las cocinas y las refrigeradoras es de 94% y 71%, respectivamente.

Dado su elevado valor unitario en comparación con la línea marrón, los productos de la línea blanca son adquiridos en mayor proporción a través del crédito.

De acuerdo a (Económicos, 2011) las ventas de productos de línea blanca son marcadamente estacionales. Así, se estima que el 40% de las ventas de refrigeradoras se realiza durante el verano, el 40% de las ventas de microondas se concentran en mayo (Día de la Madre) y el 35% de las ventas de lavadoras se realizan en julio y

diciembre (pago de gratificaciones). El principal país de origen de las importaciones de la línea marrón fue China, seguido de Ecuador y Tailandia.

3.2.1.2 Línea Marrón

Del total de ventas de esta línea, alrededor del 70% corresponde a equipos de video (televisores, DVD, filmadoras y cámaras fotográficas) y el 30% a la línea de audio (equipos de sonido y reproductores portátiles de CD y MP3).

Las principales marcas en esta línea son las coreanas LG y Samsung, las japonesas Sony, Panasonic y Toshiba, la china AOC, la holandesa Phillips, entre otras.

Durante el 2011 se comercializaron alrededor de 1 millón de televisores, correspondiendo cerca de 650 mil a televisores con tecnología de tubo de rayos catódico (CRT).

Los televisores con tecnología digital plasmas, LCD y LED, si bien sólo alcanzaron cerca de 350 mil unidades, fueron los de mayor crecimiento cerca de 100%, impulsados por la caída de entre 15% y 20% en los precios producto de la innovación tecnológica y de la desaceleración de la demanda. Asimismo, se observó una mayor preferencia por televisores de mayor tamaño de 32 pulgadas a más, cuando hasta algunos años los más demandados eran los de entre 21 y 24 pulgadas.

Los productos de la línea marrón se importan mayoritariamente de China, seguida de México y Corea.

3.2.1.3 Línea Pequeños Electrodomésticos

El mercado de pequeños artefactos electrodomésticos está valorizado en cerca de US\$80 millones anuales y en él compiten cerca de 10 marcas, de las cuales 2 (Oster e Imaco) son las más importantes.

Las licuadoras son el producto más importante con una participación del 60% de las ventas de esta línea. Le siguen en orden de importancia las planchas, las ollas arroceras y los extractores de jugo.

La penetración de pequeños artefactos en el país es en promedio de entre 2.5 a 3 unidades por hogar, por debajo del promedio regional, sin embargo en los hogares de mayores ingresos la tenencia es de 9 pequeños artefactos por hogar.

En Lima Metropolitana la penetración es mayor, destacando licuadoras (85%) planchas (78%), ollas arroceras (56%), batidora (28%), extractor de jugos (28%), sandwichera (20%), cafetera (18%), entre otros.

Imaco, fabricante local de pequeños electrodomésticos, posee una participación de mercado de 27% en licuadoras y 45% en planchas. La empresa vende anualmente alrededor de US\$22 millones, que incluyen productos importados como ollas arroceras y hornos microondas. Imaco exporta parte de su producción a Bolivia, Ecuador y Guatemala.

Los pequeños electrodomésticos se importan principalmente de China, México y Colombia.

3.3 Demanda Insatisfecha

“Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

También es considerada como la demanda de espacio que el mercado no puede satisfacer por razones diversas, como problemas de precio, disponibilidad del espacio suficiente para cubrir necesidades, localización no adecuada.” (Canino, 2011)

Como se puede observar en la Tabla No.3.1 el cálculo de la demanda insatisfecha esta en relación: $\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda} - \text{Oferta}$. Esto quiere decir que hay oportunidades de comercializar línea blanca en el mercado peruano ya que tienen una alta demanda insatisfecha que puede ser cubierta por la empresa.

Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2007	680,000,000	161,852,367	518,147,633
2008	850,000,000	171,906,752	678,093,248
2009	1,000,000,000	199,854,693	800,145,307
2010	1,150,000,000	297,385,090	852,614,910
2011	1,250,000,000	308,962,560	941,037,440

Tabla No. 3.1 Demanda Insatisfecha de Línea Blanca del 2007-2011 (millones de dolares), Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI

3.4 Trading

Hacer trading u operar consiste en comprar y vender acciones u otros productos generalmente a corto plazo, intentando aprovechar pequeñas diferencias de precio.

A la hora de acercarnos al trading podemos hacerlo de muy diferentes maneras según sea el horizonte temporal de nuestra inversión y el riesgo que estemos dispuestos a asumir. Aunque vamos a diferenciar dos formas básicas, el trading discrecional y el trading sistematizado.

Según (SOLÉ, 2012) el Trading sistemático se caracteriza por tener un conjunto de métodos y reglas predefinidas, claras y concisas, que vamos ejecutando en todas y

cada una de las fases del trading. Es decir, cualquier paso que se tome dentro del plan de trading, ha de estar previamente diseñado y definido, de manera que no haya lugar a tener que tomar decisiones en la operativa real sin criterio establecido previamente. Existe también un amplio conocimiento sobre la gestión de capital, el riesgo y la diversificación.

El Trading discrecional es justamente todo lo contrario, no existe una metodología, ni reglas definidas. Las decisiones se toman sobre la marcha según criterios no establecidos previamente y que van cambiando constantemente, por ejemplo según los resultados alcanzados. Quizás utiliza la intuición o una corazonada o simplemente porque ha oído que alguien ha dicho que tal producto subiría, o porque un analista en la radio pronosticaba subidas en un activo o porque tiene un amigo que con tal valor ha ganado mucho dinero en el último año, etc.

Características de cada metodología

Trading sistemático:

Opera con un conjunto de reglas establecidas previamente.

La metodología o conjunto de reglas pueden aplicarse sobre un histórico de datos, para poder obtener un estudio estadístico realista del comportamiento de una determinada estrategia, sobre el que poder valorar las bondades del plan de trading, eliminar subjetividad y de esta manera incrementar nuestra confianza.

El trabajo se centra en temas más creativos como investigación, desarrollo y mejora del sistema de Trading.

La adaptación a los cambios de mercado suele ser lenta y requiere un proceso de investigación previo.

Psicológicamente es menos pesado. El estudio estadístico detalla las características de la metodología, por lo que se conoce en todo momento que se va a esperar de ella.

La operativa sistemática evita tomar decisiones subjetivas que afecten emocionalmente.

El trader sistemático afronta su operativa según su plan de gestión de capital y gestión de riesgo.

Trading discrecional:

No dispone de una metodología, todo se decide sobre la marcha. Se basa en la intuición, recomendaciones y en datos que pueden llegar de cualquier fuente.

No utiliza ni verifica el histórico de datos para decidir una operativa.

El trabajo se suele centrar en el día a día y en la experiencia adquirida durante el tiempo que está operando en los mercados.

Teóricamente, existe una rápida adaptación ante los cambios del mercado.

Se necesitan tomar decisiones constantemente lo que puede afectar enormemente al aspecto emocional.

A largo plazo el trading discrecional tiene muchas probabilidades de ser perdedora.

El trader discrecional suele tener poco o nulo control del riesgo y de la gestión del capital.

3.5 Broker

“Término inglés que se refiere a intermediarios independientes (corredores). En definitiva, aquellas personas físicas o jurídicas que actúan como mediadores, a comisión por cuenta ajena nunca por cuenta propia, en diferentes operaciones y con diferentes proveedores.” (Aparicio)

Dentro de las funciones que realiza un broker normalmente sobresalen algunas otras como:

- Armar paquetes de promoción y ventas de un negocio.
- Captar negocios en cartera.
- Acercar ambas partes otros profesionales como los contadores, administradores y abogados, a fin de procurar el buen desarrollo del negocio.
- Acompañar y asesorar ambas partes hasta el día del cierre del negocio.
- Atender, orientar y calificar a compradores y vendedores potenciales.
- Realizar evaluaciones y estudios de análisis financiero para cada parte comprometida en el negocio.
- Promocionar lo negocios que posee en cartera. Entre otras funciones.

Aunque pueden ser muchas más las funciones que desarrolla un bróker, las anteriormente resaltadas son tan solo algunas de las significativas a tener en cuenta al momento de comenzar la realización de un negocio.

La diferencia entre broker y un trader es que un trader es un operador financiero, un especulador en los mercados, invierte con su propio capital; mientras que el broker es el intermediario entre los particulares y los mercados, es la persona encargada de la compra o la venta de valores (títulos). Actúa en representación de un cliente y normalmente recibe una comisión por las operaciones que realiza.

CAPÍTULO 4 PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE COMERCIO EXTERIOR

4.1 Acuerdos Comerciales Internacionales

Existen varios acuerdos comerciales internacionales o convenios que regulan las políticas de intercambio comercial, cuyo objetivo es hacer mutuamente beneficiosas las exportaciones e importaciones disminuyendo los costos de los procesos para hacer más competitivos los productos que se negocian entre países.

Según (Crespo, 2010) los beneficios de un acuerdo comercial son:

Integración Comercial: Reto que exige mejorar la producción en diversificación, innovación y calidad para poder competir. Estos procesos abren oportunidades de empleo en los países.

Reglas de Origen: Son las normas que definen qué producto puede acceder a un mercado con el cual se tenga un acuerdo. Estimulan la cadena interna de producción y la de la región.

Acceso a mercados: Lograr que los productos de nuestro país puedan ingresar a otros mercados sin barreras arancelarias o no arancelarias, en el menor tiempo posible.

Defensa Comercial: Acordar mecanismos que permitan corregir posibles distorsiones de comercio, ante la eventualidad que un acuerdo en el tiempo beneficie más a un lado que al otro.

Generación de divisas: Frente a un esquema dolarizado como el de Ecuador, los acuerdos comerciales son necesarios ya que incentivan las exportaciones y esto hace que las divisas ingresen al país.

Los acuerdos comerciales marcan su importancia en el impulso que dan a la industria de un país, ya que promueven el acceso preferencial a nuevos mercados, al amparo de una normativa clara y a largo plazo, que expanden el universo de posibles compradores y aumentan los factores de competitividad de los exportadores.

Entre los acuerdos que mantenemos con nuestro vecino país, Perú, tenemos:

Comunidad Andina (CAN)

Comunidad Andina: integrada por Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia. Las fuertes diferencias políticas entre los Gobiernos de los países que forman la CAN han ocasionado la parálisis en este marco de integración. En los últimos años se han producido dos reveses muy significativos: el primero fue la suspensión de la negociación UE-CAN por carecer de una posición común en el seno de la CAN; el segundo, la reacción de Colombia y Perú a las medidas de restricción de importación impuestas por Ecuador en enero de 2009.

Ecuador y Perú son miembros fundadores de la Comunidad Andina (1969), este Sistema de Integración, conformado actualmente por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, ha desarrollado normas comunes para conducir las relaciones comerciales entre países miembros en áreas tales como aduanas, aranceles, servicios, sanidad agropecuaria, reglamentos técnicos, medidas de contingencia y propiedad intelectual. Entre los principales objetivos comerciales de la CAN destacan la creación de una zona de libre comercio y de una unión aduanera. La zona de libre comercio andina se completó en enero de 2006 cuando el Perú culminó el proceso de desgravación arancelaria, después de haber seguido un proceso gradual de incorporación desde 1997. A pesar de la salida de Venezuela de la CAN que inicio en abril de 2006 y termino en febrero del 2011, las preferencias andinas entre el Perú y Venezuela continuarán en vigor por cinco años desde la denuncia del Acuerdo. Según el último

Examen de Políticas Comerciales de la OMC en el 2007, las autoridades peruanas señalaron que el Perú aplica su arancel nacional y no el Arancel Externo Común de la CAN, tema que aún continúa bajo evaluación de los países miembros.

El beneficio que el Ecuador tiene al ser miembro de la CAN, es que al momento de exportar sus productos a otro miembro de esta organización tiene liberación del 100% en pago de los derechos arancelarios; para ser efectiva la liberación de derechos se debe presentar el Certificado de Origen.

Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Fue creada el 12 de agosto de 1980 por el Tratado de Montevideo, en sustitución de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC).

Son países originarios de la ALADI, signatarios del TM80, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. En el marco de la ALADI, Ecuador mantiene Acuerdos de Alcance Regional, que se traducen en rebajas arancelarias parciales en el comercio multilateral con los países miembros.

Unión de Naciones Suramericanas

El Ecuador y el Perú son miembros de la Organización de las Naciones Unidas y de la Organización de los Estados Americanos, así como de los órganos y organismos que las conforman. Igualmente, pertenece a organizaciones regionales como UNASUR, entre otros.

4.2 Organismos y Leyes que regulan el Comercio Exterior en Ecuador y Perú

4.2.1 Ecuador

Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI)

El Código Orgánico de la producción Comercio e Inversiones fue creado ya que la Ley Orgánica de Aduanas no permitía en algunos aspectos, que el accionar en los procesos sea el adecuado. Por ello fue necesario un cambio fundamental para generar mayor agilidad, control, mejoramiento del servicio y aumento del beneficio social.

Fue aprobado en diciembre del año 2010, 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, ecoeficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

La organización económica del Estado ecuatoriano se dirige, principalmente, desde cinco entidades. La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) es el organismo horizontal encargado de la planificación económica. El Ministerio Coordinador de la Producción, el Empleo y la Competitividad (MCPEC) coordina al Ministerio de Industrias y Productividad, al de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca, al Ministerio de Turismo, al de Transporte y Obras Públicas y al Ministerio de Relaciones Laborales; el Ministerio Coordinador de la Política Económica (MCPE), al Ministerio de Finanzas; el Ministerio Coordinador de los Sectores Estratégicos se

encarga del Ministerio de Recursos Naturales No Renovables, el Ministerio de Electricidad y Energía Renovable; y el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información; y el Ministerio Coordinador de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración.

Dentro de todos estos, los que cuentan con mayor incidencia en el ámbito económico son el Ministerio de Finanzas, el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca y el Ministerio de Industrias y Productividad.

Junto a ellos opera el recientemente creado Instituto Nacional de Promoción de Exportaciones e Inversiones, dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración que recoge, también, las competencias de Invest Ecuador, organismo público adscrito al Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, actualmente dedicado a atraer y apoyar la inversión nacional y extranjera.

El Comité de Comercio Exterior (COMEX), que sustituye al Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) desde el 1 de enero de 2011, establece estrategias para incentivar al sector productivo con el objetivo de lograr la apertura de mercados y alienta la modernización del Estado. La institución fue creada en el marco de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI) y se busca la participación real del sector privado en su aplicación.

Además es la cabeza de los Sistemas Nacionales de Promoción Externa y de Promoción de Inversiones, este último creado por la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones, que se dirigen a establecer una institucionalidad y un esquema de coordinación a nivel del país que permita un uso adecuado de los recursos humanos, técnicos y económicos disponibles en la tarea de venta de la imagen del Ecuador en el exterior y sobre todo un desarrollo eficiente de las actividades de fomento y

diversificación de las exportaciones y atracción de inversión extranjera directa hacia los sectores productivos.

Por otro lado son relevantes la Corporación Financiera Nacional, la institución que canaliza los créditos oficiales al sector productivo nacional; el Banco de Fomento, que con una actividad cada vez más limitada otorga créditos al sector agrícola; y, el Banco del Estado, que otorga créditos a las distintas municipalidades y gobiernos provinciales.

4.2.2 Perú

Ley General de Aduanas

La Ley general de aduanas tiene por objeto regular la relación jurídica que se establece entre la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) y las personas naturales y jurídicas que intervienen en el ingreso, permanencia, traslado y salida de las mercancías hacia y desde el territorio aduanero.

Entre los organismos que regulan en Comercio Exterior en Perú tenemos:

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)

Define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política de comercio exterior y de turismo.

Tiene la responsabilidad en materia de la promoción de las exportaciones y de las negociaciones comerciales internacionales, en coordinación con los Ministerios de Relaciones Exteriores y de Economía y Finanzas y los demás sectores del Gobierno en el ámbito de sus respectivas competencias. Asimismo, está encargado de la regulación del comercio exterior peruano.

El titular del sector dirige las negociaciones comerciales internacionales del Estado y está facultado para suscribir convenios en el marco de su competencia, en materia de turismo promueve, orienta y regula la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible, incluyendo la promoción, orientación y regulación de la artesanía.

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ)

Es una entidad dependiente del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. Tiene su sede en la ciudad de Lima. Es la entidad que integra a la Ex Comisión para la Promoción de Exportaciones (PROMPEX) y a la Ex Comisión de Promoción del Perú (PROMPERÚ) previamente encargada de la promoción del turismo.

Desarrolla estrategias para posicionar una imagen integrada y atractiva del Perú que permite desarrollar el turismo interno y promoverlo ante el mundo como un destino privilegiado para el turismo receptivo y las inversiones. Igualmente tiene como función la promoción de las exportaciones que realiza este país.

Agencia de Promoción de la Inversión Privada (PROINVERSION)

ProInversión es una agencia gubernamental encargada de la promoción de oportunidades de negocio en Perú, de la recepción de iniciativas privadas de inversión, así como de la difusión y promoción de las ventajas comparativas y competitivas del país para atraer a inversionistas de otras naciones.

4.3 Organización



ECUTRADER es una empresa intermediaria dedicada a la comercialización de línea blanca, cuyo propósito es el de llegar de una manera más directa hacia los clientes mayoristas para que conozcan sobre las grandes ventajas que tiene el uso y la aplicación de la tecnología, en base a la calidad del producto y servicio brindado por la empresa.

Misión

Nuestra misión es proveer en forma oportuna, segura y confiable los productos comercializados por ECUTRADER, cumpliendo eficientemente el compromiso con nuestros clientes internacionales.

Visión

Ser la mayor y más confiable distribuidora de línea blanca a mayoristas a nivel internacional.

Valores

- * El trabajo en equipo requiere de buenas relaciones, respeto por los demás e intercambio de experiencias.
- * Proporcionar servicios profesionales de acuerdo con los estándares y políticas de la empresa.

- * Competir con firmeza pero con prácticas éticas y morales.
- * Respetar la confidencialidad y privacidad de nuestros clientes y recurso humano.
- * Respeto por nuestros clientes.

4.3.1 Organigrama de la Empresa

En el presente organigrama se establecerá los miembros del equipo de trabajo que representará y se encargará de las actividades de la empresa.

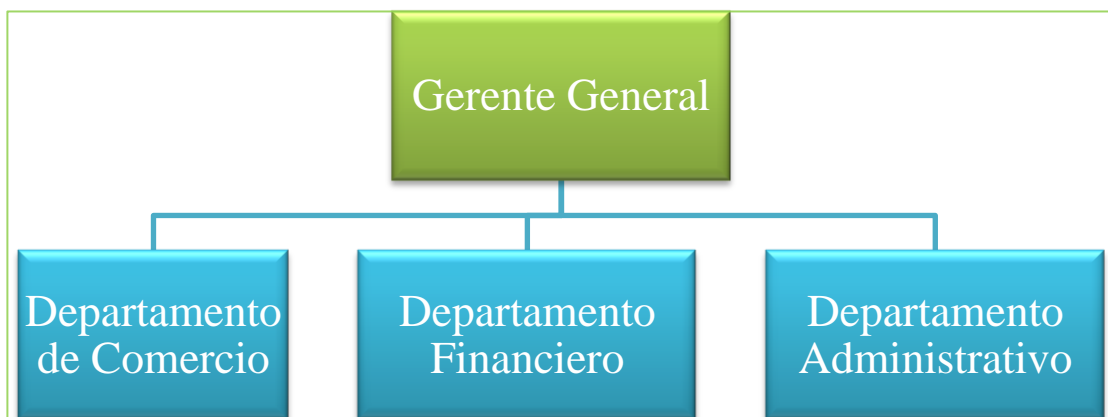


Gráfico No. 4.1 Organigrama de la Empresa, La Autora

Gerente General.- Esta gerencia supervisa todas las actividades, además de cumplir con la función de representante legal de la empresa, es necesario que el gerente sea ingeniero en comercio exterior, debido a la naturaleza de la empresa. Estará encargado de la distribución del producto a nivel internacional, por consecuencia, realizará el control de las actividades de búsqueda de mercados, logística, precio y todos los pasos que influyen en el proceso de comercio exterior de la empresa.

Departamento de Comercio.- En este departamento contara con dos asistentes de comercio exterior, estarán encargado de recibir, cotejar y clasificar los documentos de exportación que se llevan a cabo, realizar notas de pedido, realizar pólizas de seguro, clasificación arancelaria, logística etc.

Departamento Financiero.- El área financiera realiza las actividades contables necesarias para el desarrollo de la empresa, basándose en las leyes ecuatorianas, es necesario que la persona encargada de esta área sea Contador CPA.

Departamento Administrativo.- Se encarga del control y la realización de todos los trabajos administrativos relacionados con la empresa.

En esta área se encuentra:

Secretaria.- Salvaguardar los archivos, registros entre otros documentos que sean importantes para la empresa; brindar apoyo incondicional con las tareas establecidas, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir dentro de la empresa.

4.4 Procedimiento para Calificarse como Exportador en el Ecuador

4.4.1 Patente Municipal

La patente municipal es un requisito previo al momento de adquirir el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

(Sosa, 2012) "La patente es un rubro que debe ser cancelado por los trabajadores independientes para ejercer la actividad económica y poder obtener el RUC".

Este impuesto se aplica a las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras que estén domiciliadas o establecidas en el Distrito Metropolitano y que ejerzan actividades industriales, comerciales, financieras, inmobiliarias y

profesionales. El requisito está vigente desde el 19 de octubre del 2010 y se lo obtiene a partir de un formulario.

Según la Ordenanza Metropolitana No. 339 para determinar la tarifa que se aplica para el Impuesto de Patente es anual en función del patrimonio. El valor mínimo está fijado en 10 dólares y el máximo en 25 000 dólares.

4.4.1.1 Obtención de la Patente Municipal

Para obtener la patente debe realizar los siguientes pasos:

- ❖ Compra de la solicitud de patente especie valorada en 20 centavos, donde deberá llenar los siguientes datos:
 - ♦ Nombres completos
 - ♦ Razón Social
 - ♦ Representante legal
 - ♦ Número de cédula
 - ♦ Dirección donde va a ejercer la actividad económica
 - ♦ Clave Catastral (es un dato importante respecto del predio donde se va a ejercer la actividad)
 - ♦ Número telefónico
 - ♦ Actividad económica principal con la que se inscribe la patente

- ❖ Se deberá adjuntar al formulario:
 - ♦ Copia de la cédula y papeleta de votación de la persona que va a realizar la actividad económica.
 - ♦ Constitución de la empresa o acuerdo ministerial para personas jurídicas que también deberán acompañar una copia de cédula, papeleta de votación y nombramiento del representante legal.

Luego se ingresará el formulario para generar el número de la patente. La validación de la misma o generación del título de crédito estará lista en 24 horas a fin de que el contribuyente cancele el valor generado.

El pago se lo puede realizar en todos los puntos de recaudación municipal localizados en las mismas administraciones zonales, balcones de servicios e instituciones bancarias con las cuales rigen convenios con la municipalidad.

Una vez concluido el proceso de la obtención de la Patente Municipal podemos realizar el trámite para obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC).

4.4.2 Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Según (Internas, 2012) 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 número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

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).

4.4.2.1 Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Requisitos para personas naturales

- ♦ Fotocopia de la cédula y papeleta de votación. (Color)
- ♦ Patente municipal anual de funcionamiento.
- ♦ Fotocopia de una planilla de luz, agua, o teléfono del domicilio.

Requisitos para personas jurídicas

- ♦ Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación de inscripción correspondiente; Ley de Creación; o, Acuerdo Ministerial de creación (cuando lo haya);
 - ♦ Nombramientos de Representante Legal, inscritos en el Registro Mercantil cuando así lo exija la Ley;
 - ♦ Copia de Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal;
 - ♦ Documento que certifique la dirección en la que desarrolle la actividad económica.
 - ♦ En el caso de extranjeros: fotocopia y original de cédula de identidad, pasaporte y censo.
 - ♦ Patente anual de funcionamiento.
- Una vez reunidos todos los requisitos acude a la agencia más cercana donde se toma un turno, debe acercarse al stand que lo indique y entregar los documentos indicando que necesita la inscripción para el RUC.

- El funcionario del SRI formulará algunas preguntas para ayudar a elegir el CIU donde se determinara la actividad primaria y secundaria a la que se va a dedica.
- El funcionario SRI emitirá inmediatamente el Registro Único del Contribuyentes.
- El funcionario del SRI le entregará su RUC (Ver Anexo D)

4.4.3 Registro de Operador Económico Autorizado

Según el Art. 231 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión el Operador Económico Autorizado es la persona natural o jurídica involucrada en el movimiento internacional de mercancías, cualquiera que sea la función que haya asumido, que cumpla con las normas equivalentes de seguridad de la cadena logística establecidas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, para acceder a facilidades en los trámites aduaneros.

4.4.4 Obtención del Registro de Operador Económico Autorizado.

Para obtener el registro como Exportador ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, se deberá gestionar previamente el RUC en el Servicio de Rentas Internas, una vez realizado este paso se deberá:

1.- Ingresar a la página web del SENA: <http://www.aduana.gov.ec>.



Gráfico No. 4.2 Registro Operador Económico Autorizado1, SENA

2.- Dar un clic sobre el menú OCE's.

3.- Escoger la opción de Registro de Datos.

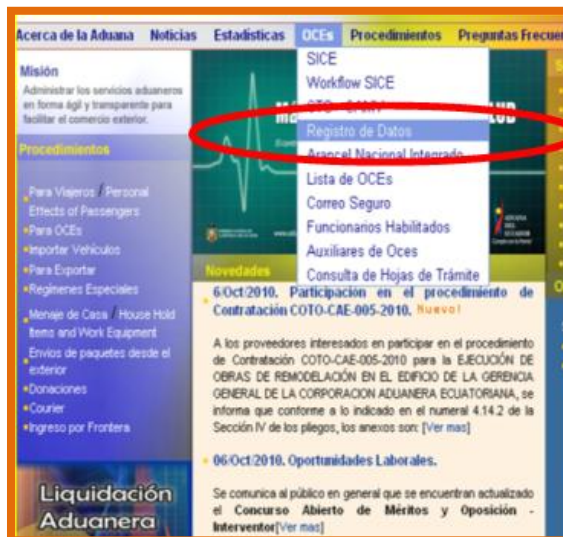


Gráfico No. 4.3 Registro Operador Económico Autorizado2, SENA

4.- Esta ventana se nos abrirá y como siguiente paso debemos llenar los espacios con la información requerida.

The screenshot shows a registration form for an 'AGENTE AFIANZADO DE ADUANA'. The form is divided into several sections:

- Tipo de Operador:** AGENTE AFIANZADO DE ADUANA (selected)
- Sector:** Exportador (selected)
- Código SICE asignado:** 0
- CLAVE ACCESO:** Clave de Acceso temporal, Confirmación Clave de Acceso
- DATOS GENERALES:** Tipo de Identificación (RUC), Número RUC
- RAZON SOCIAL / APELLIDOS Y NOMBRES:** (empty field)
- DATOS LICENCIA PROFESIONAL:** Fecha otorgamiento Licencia, Fecha renovación Licencia, No. Resolución otorgamiento Licencia, No. Resolución renovación Licencia
- DATOS ACADÉMICOS:** Título Profesional, Nombre Universidad, Año de graduación
- REPRESENTANTE LEGAL:** Table with columns: Primer Apellido, Segundo Apellido, Nombres, Cargo, Tipo de Documento, Nro. de Documento

Gráfico No. 4.4 Registro Operador Económico Autorizado³, SENAE

5.- En la opción TIPO DE OPERADOR seleccionar Exportador.

6.- El código SICE se deberá llenar con su número de RUC

The screenshot shows the 'Tipo de Operador' dropdown menu open, displaying a list of options:

- AGENTE AFIANZADO DE ADUANA
- AGENTE AFIANZADO DE ADUANA
- LINEA NAVIERA O TRANSPORTISTA
- LINEA AEREA O TRANSPORTISTA
- TRANSPORTISTA TERRESTRE
- ALMACÉN TEMPORAL
- DEPÓSITO COMERCIAL
- AGENTE DE CARGA INTERNACIONAL
- EMPRESA DE TRAFICO POSTAL INTERNACIONAL Y CORREOS RAPIDOS O COURIER
- CONSOLIDADORA DE CARGA
- AUTORIDAD PORTUARIA
- SUPERVISORA
- DEPOSITO INDUSTRIAL
- ZONA FRANCA
- ALMACEN LIBRE
- EMPRESA DE SERVICIOS AEROPORTUARIOS
- IMPORTADOR
- EXPORTADOR
- MAQUILADOR
- TRANSPORTISTA ELECTRICO
- ALMACEN ESPECIAL
- DIRECCION NACIONAL DE MARINA MERCANTE
- AGENTES DE CARGA INTERNACIONAL DE EXPORTACIONES
- CORREOS DEL ECUADOR
- ADMINISTRADOR DE DOCUMENTOS DE CONTROL PREVIO
- ORGANISMOS INTERNACIONALES

e

c

Gráfico No. 4.5 Registro Operador Económico Autorizado⁴, SENAE

Se recomienda colocar el número de cedula en LA CLAVE DE ACCESO TEMPORAL.

The screenshot shows a web form titled "Ingreso de datos del Operador". It contains the following fields and information:

- Tipo de Operador: EXPORTADOR (dropdown menu)
- Sector: Exportador (dropdown menu)
- Código SICE asignado: 1720966918001 (text input)
- CLAVE ACCESO (highlighted section):
 - Clave de Acceso temporal: [masked with dots] (text input)
 - Confirmación Clave de Acceso: [masked with dots] (text input)

Instructions for the SICE code: "Si es Maquiladora no tomar en cuenta este campo. Si es Importador o Exportador ingresar su RUC vigente." Instructions for the key: "La clave ingresada le servirá para acceder al SICE por primera vez."

Gráfico No. 4.6 Registro Operador Económico Autorizado5, SENA

8.- Los datos generales aparecerán según los datos que se ingresarán en la parte de arriba. LA RAZÓN SOCIAL se aparecerá únicamente cuando haya ingresado el número de RUC.

The screenshot shows a section titled "DATOS GENERALES" with the following fields:

- Tipo de Identificación: RUC (dropdown menu)
- Número RUC: 1716685092001 (text input)
- RAZÓN SOCIAL / APELLIDOS Y NOMBRES: PATIÑO ORQUERA ANDREA CRISTINA (text input)

Gráfico No. 4.7 Registro Operador Económico Autorizado6, SENA

9.- Colocar su nombre en REPRESENTANTE LEGAL tal como se lo indica. En el caso del CONTACTO debe llenar los datos de una persona conocida que no sea su familiar, con hasta cuatro grados de consanguinidad.

REPRESENTANTE LEGAL					
Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo	Tipo de Documento	Nro. de Documento
PATIÑO	ORQUERA	ANDREA CRISTIN	GERENTE	RUC	1720966918001
CONTACTO					
Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo	Tipo de Documento	Nro. de Documento
ARAUJO	VITERI	JOSE VICENTE	GERENTE	RUC	1705377636001

Gráfico No. 4.8 Registro Operador Económico Autorizado7, SENAE

10.- En los casilleros DIRECCIÓN y OBSERVACIONES debe escribir la dirección exactamente como la tiene en el RUC.

DIRECCION
ALEMAN N° S2250, BARTOLOME SOLON
OBSERVACIONES (Agentes Navieros deben detallar las Lineas con las que operan)
A dos cuadras del Colegio Maria Agusta Urrutia

Gráfico No. 4.9 Registro Operador Económico Autorizado8, SENAE

11.- En los siguientes casilleros deberá colocar la información de acuerdo a lo indicado, en el casillero de CUIDAD seleccionar la ciudad a la que pertenece.

Ciudad	Teléfono 1	Teléfono 2	Fax
QUITO	022682208	022680199	
E-mail: andrepat_8925@hotmail.es			

Gráfico No. 4.10 Registro Operador Económico Autorizado9, SENAE

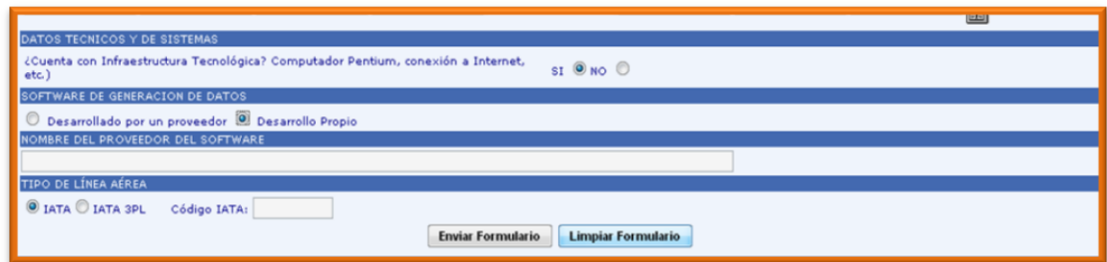
12.- Este casillero debe llenarlo solamente si usted le ha pedido a alguien más que realice el intercambio de datos.



Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo	Tipo de Documento	Nro. de Documento	Eliminar
				RUC		

Gráfico No. 4.11 Registro Operador Económico Autorizado10, SENA E

13.- En los casilleros a continuación deberá escribir la información según corresponda.



DATOS TECNICOS Y DE SISTEMAS
(Cuenta con Infraestructura Tecnológica? Computador Pentium, conexión a Internet, etc.) SI NO

SOFTWARE DE GENERACION DE DATOS
 Desarrollado por un proveedor Desarrollo Propio

NOMBRE DEL PROVEEDOR DEL SOFTWARE

TIPO DE LÍNEA AÉREA
 IATA IATA 3PL Código IATA:

Enviar Formulario Limpia Formulario

4

Gráfico No. 4.12 Registro Operador Económico Autorizado11, SENA E

14.- Como último paso dar un clic en ENVIAR FORMULARIO e imprimir el comprobante que saldrá después de haber enviado el formulario.

4.4.5 Acercarse al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

1. En la ventanilla de ATENCION AL USUARIO, deberá presentar los siguientes documentos: Copia de su cedula a color, copia del RUC, solicitud de reinicio o concesión de clave: esta se obtiene ingresando a la siguiente página web <http://www.aduana.gov.ec/>. Hallará el link servicios, en la parte de inferior se encuentra la opción solicitudes ahí deberá dar un clic.



Gráfico No. 4.13 Solicitud de Reinicio o Concesión de Nueva Clave 1, SENA E

2. Seleccione la opción solicitud para reinicio o concesión de nueva clave.



Gráfico No. 4.14 Solicitud de Reinicio o Concesión de Nueva Clave 2, SENA

3. Automáticamente aparece una ventana donde se encuentra la solicitud, se llena con la información requerida. (Solicitud para reinicio o concesión de nueva clave Anexo E).
4. Con los documentos mencionados anteriormente y adjuntando una copia de la solicitud se dirige a ventanilla y presenta cada uno de ellos, al funcionario de aduana el cual pondrá una firma de recibido.
5. La persona de Atención al Usuario llamara a su domicilio en las 24 horas siguientes para la confirmación de datos.
6. Al día siguiente acercarse a la ventanilla a la misma hora que fue el día anterior para que reciba el ingreso definitivo al sistema.

4.4.5.1 Cambio de clave

1. Para cambiar la clave debe ingresar nuevamente a la página de la aduana. Dar un clic en el link OCES.



Gráfico No. 4.15 Cambio de clave parte 1, SENAE

2. Escoger la opción SICE
3. Aparecerá automáticamente una ventana donde deberá colocar:
 - En usuario deberá digitar el número de su RUC
 - Clave se debe digitar la clave provisional que obtuvo al momento de enviar el formulario
 - Tipo de operador: Exportador
 - Aduana: Cuenca

- Da un clic en el link LOGIN



Gráfico No. 4.16 Cambio de clave parte 2, SENA E

4. En la ventana que se abrirá debe digitar su clave anterior y la clave con la que va ser sustituida. De un clic en registrar y su clave será cambiada con éxito.



Gráfico No. 4.17 Cambio de clave parte 3, SENA E

4.5 INCOTERMS

Acrónimo del inglés International Commercial Terms, INCOTERMS®2010 son mundialmente aceptados, el uso de estas reglas son las guías más adecuadas para el establecimiento de las responsabilidades de los compradores y vendedores en actividades de compra-venta internacional.

La Aduana del Ecuador y los países de la Comunidad Andina, reconocen la aplicación de los Términos Internacionales de Comercio “Incoterms” de la Cámara de Comercio Internacional, en los controles aduaneros durante el despacho de las mercancías importadas, así como en el control posterior.

Según (Cámara de Comercio Internacional) los Incoterms 2010 entraron en vigencia el 1 de enero del 2011 y sustituyen a los antiguos Incoterms 2000.

Los incoterms que desaparecen son cuatro:

- DAF (Delivered At Frontier) Entrega en frontera.
- DES (Delivered Ex Ship) Entrega sobre buque.
- DEQ (Delivered Ex Quay) Entrega en muelle.
- DDU (Delivered Duty Unpaid) Entrega derechos no pagados.

Los nuevos incoterms 2010 son:

- DAT (Delivered At Terminal) Entrega en terminal.
- DAP (Delivered At Place) Entrega en lugar.

Incoterms Vigentes

Reglas para cualquier modo o modos de transporte

- EXW : En Fábrica
- FCA : Franco Transportista
- CPT : Transporte Pagado hasta

- CIP : Transporte y Seguro Pagados hasta
- DAT : Entrega en Terminal
- DAP : Entrega en Lugar
- DDP : Entregada Derechos Pagados

Reglas para transporte marítimo y vías navegables interiores.

- FAS: Franco al Costado del Buque
- FOB : Franco a Bordo
- CFR : Coste y Flete
- CIF: Coste, Seguro y flete.

4.5.1 Definiciones De Utilidad Incoterms 2010

Según las reglas de Incoterms® 2010:

- **En Fábrica (EXW), Franco Transportista (FCA), Entregada en Terminal (DAT), Entregada en Lugar (DAP), Entregada Derechos Pagados (DDP), Franco al Costado del Buque (FAS), Y Franco a Bordo (FOB):** El lugar designado, es el sitio donde tiene lugar la entrega y donde el riesgo se transfiere del vendedor al comprador.
- **Transporte Pagado (CPT), Transporte y Seguro Pagados hasta (CIP), Costes y Flete (CFR) y; Costes, Seguro y Flete (CIF):** El lugar designado, es distinto del sitio de entrega. Al amparo de estas cuatro reglas Incoterms®, el lugar designado es el sitio de destino hasta donde se paga el transporte. Es útil especificar el lugar o destino preciso, para evitar dudas o discusiones.

4.5.2 Dos nuevas reglas Incoterms® DAT y DAP

Sustituyen las reglas Incoterms 2000 DAF, DES, DEQ y DDU.

Según estas dos nuevas reglas, la entrega tiene lugar en un destino designado:

- DAT – ENTREGA EN TERMINAL-, a disposición del comprador, descargada del vehículo de llegada (como en la regla anterior DEQ);
- DAP – ENTREGA EN LUGAR-, de la misma manera, a disposición del comprador, pero preparada para la descarga (como en las reglas anteriores DAF, DES y DDU).
- Las nuevas reglas hacen que DES y DEQ, de las reglas Incoterms 2000, sean superfluas.
- La terminal designada en DAT puede bien ser un puerto y por lo tanto DAT puede utilizarse con seguridad en los casos en que se usaba la regla DEQ de Incoterms 2000.
- Del mismo modo, el “vehículo” de llegada en DAP puede ser perfectamente un barco y el lugar de destino designado puede ser un puerto: por consiguiente, DAP puede utilizarse con seguridad en los casos en que se usaba la regla DES de Incoterms 2000.

Estas nuevas reglas, son “de entrega”: el vendedor corre con todos los costes (diferentes de los relacionados con el despacho de Aduana de importación, cuando sea aplicable) y los riesgos que implica de llevar la mercancía hasta el lugar de destino designado.

4.5.3 Recomendaciones para establecer una cláusula de condiciones para el uso y aplicación de las Reglas Incoterms®2010

- Indicar los procedimientos para los embarques;
- Determinar los medios de transporte a utilizar en la logística de las cargas;
- Detallar la documentación exigida para cumplir con las formalidades de Aduanas, del país de origen y de destino final; previo a la movilización de las cargas;
- Delimitar las responsabilidades de las partes aplicando la regla Incoterms®2010 adecuada, según lo referido en los puntos anteriores; inclusive la descripción de los rubros de gastos.

4.5.4 Breve Análisis Regla Por Regla Incoterms®2010

EXW (EX WORKS) – EN FÁBRICA

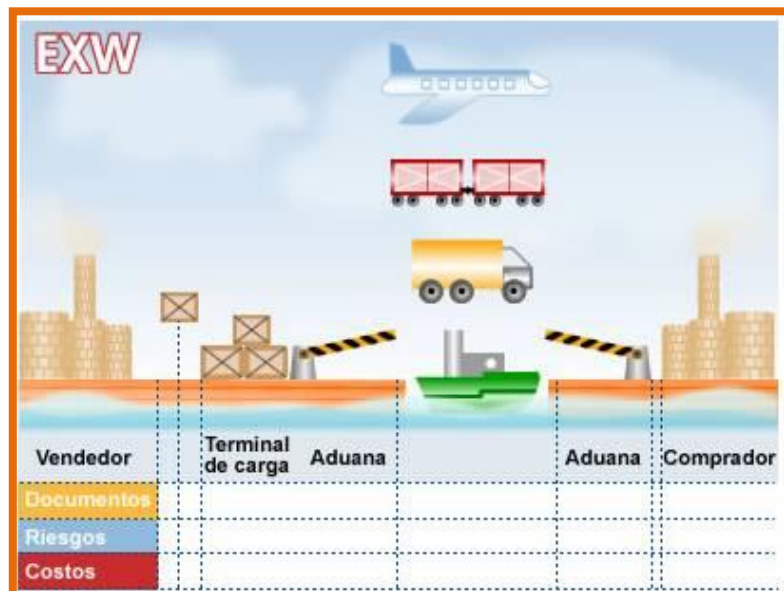


Gráfico No. 4.18 Works, www.comercioexterior.com.ec

- El vendedor no tiene la obligación ante el comprador de cargar la mercancía.
- El vendedor no está obligado a organizar el despacho de exportación.
- El comprador tiene una obligación limitada de proporcionar al vendedor información relacionada con la exportación.
- El vendedor debe entregar la mercancía poniéndola a disposición del comprador en el punto acordado.
- El vendedor debe pagar todos los costes relativos a la mercancía hasta que se haya entregado según el punto anterior.
- El comprador debe hacerse cargo de la mercancía cuando se haya cumplido la entrega según el punto acordado.

FCA (FREE CARRIER) – FRANCO TRANSPORTISTA

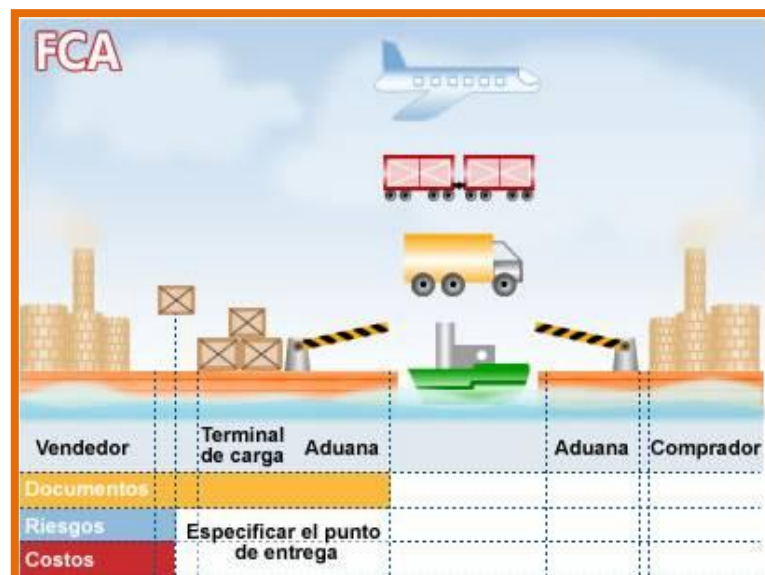


Gráfico No. 4.19 Free Carrier, www.comercioexterior.com.ec

- El vendedor entrega la mercancía al porteador o a otra persona designada por el comprador en los locales del vendedor o en otro lugar designado, identificando la dirección de estos lugares.
- Es importante y conveniente que las partes especifiquen, tan claramente como sea posible, el punto en el lugar de entrega designado, ya que el riesgo se trasmite al comprador en dicho punto.
- FCA exige que el vendedor despache la mercancía para la exportación, cuando sea aplicable. Sin embargo, el vendedor no tiene la obligación de despacharla para la importación, pagar ningún derecho de importación o llevar a cabo ningún trámite aduanero de importación.
- El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de transporte, sin embargo lo puede realizar a riesgo y expensas del comprador.
- El comprador debe contratar a sus propias expensas el transporte de la mercancía desde el lugar de entrega designado, excepto cuando el contrato de transporte lo formalice el vendedor.

FAS (FREE ALONGSIDE SHIP) – FRANC AL COSTADO DEL BUQUE

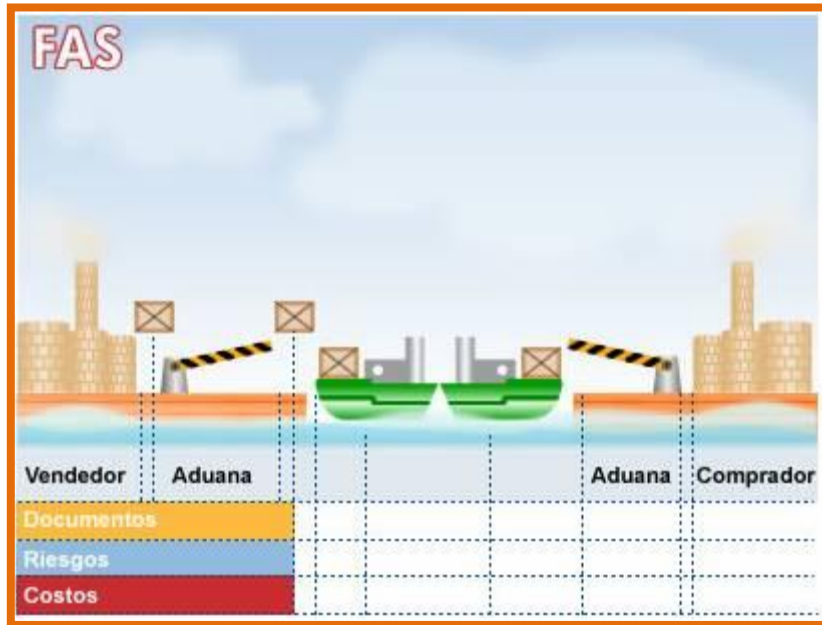


Gráfico No. 4.20 Alongside Ship, www.comercioexterior.com.ec

- El vendedor entrega la mercancía en el muelle pactado del puerto de carga convenido; esto es, al lado del buque.
- El riesgo de pérdida o daño a la mercadería se transmite cuando esta al costado del buque.
- Es propio de mercancías de carga a granel porque se depositan en terminales del puerto especializadas, las terminales de graneles, que están situadas en el muelle.
- El vendedor es responsable de las gestiones y costes de la aduana de exportación.
- El incoterm FAS sólo se utiliza para el transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

FOB (FREE ON BOARD) – FRANCO A BORDO

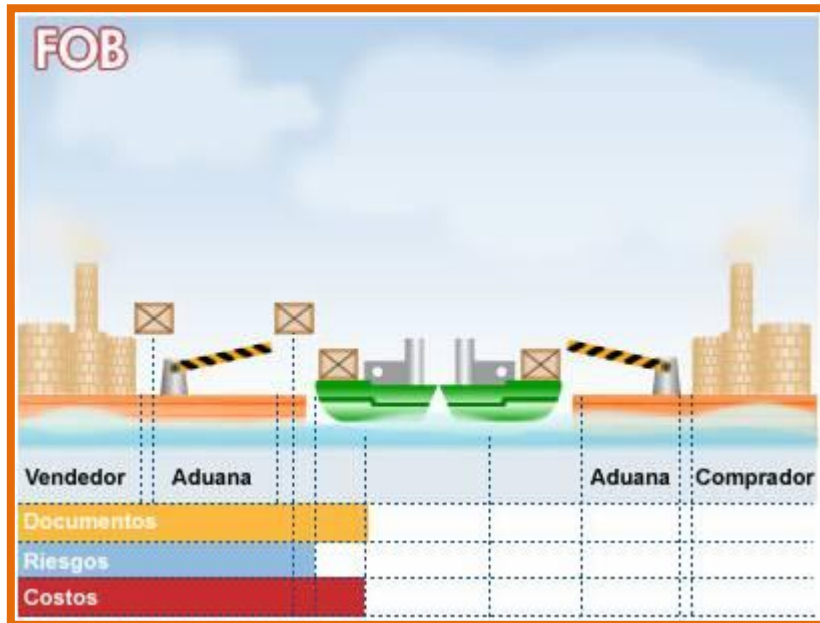


Gráfico No. 4.21 Free on Board, www.comercioexterior.com.ec

- El vendedor entrega la mercancía sobre el buque designado.
- El riesgo de pérdida o daño a la mercadería se transmite cuando la mercadería está a bordo del buque.
- El comprador corre con todos los costes de ese momento en adelante.

CFR (COST AND FREIGHT) - COSTO Y FLETE

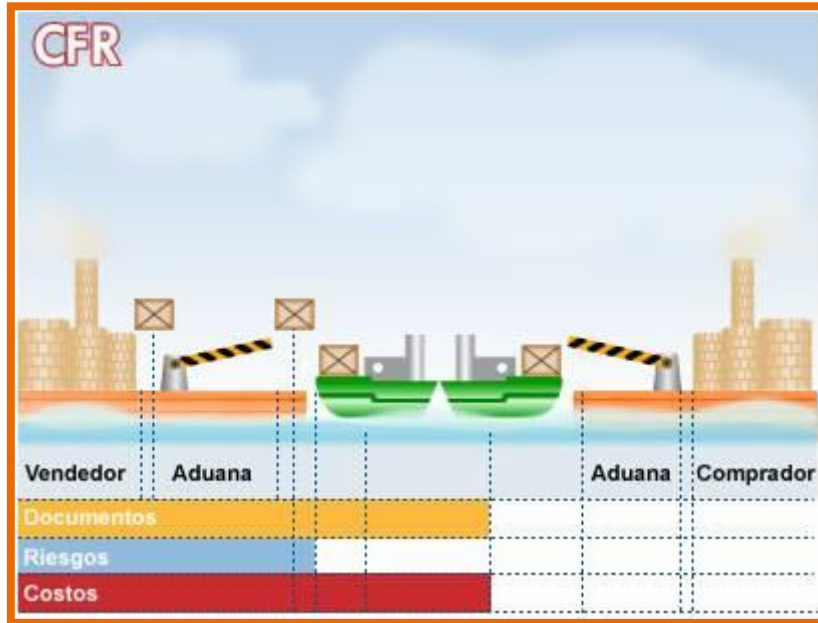


Gráfico No. 4.22 Cost and Freight, www.comercioexterior.com.ec

- El vendedor entrega la mercadería a bordo del buque designado.
- El riesgo de pérdida o daño a la mercadería se transmite cuando la mercadería esta a bordo del buque.
- El vendedor debe contratar y pagar los costes y el flete necesarios para llevar la mercancía hasta el puerto de destino.

CIF (COST, INSURANCE AND FREIGHT) - COSTO, SEGURO Y FLETE

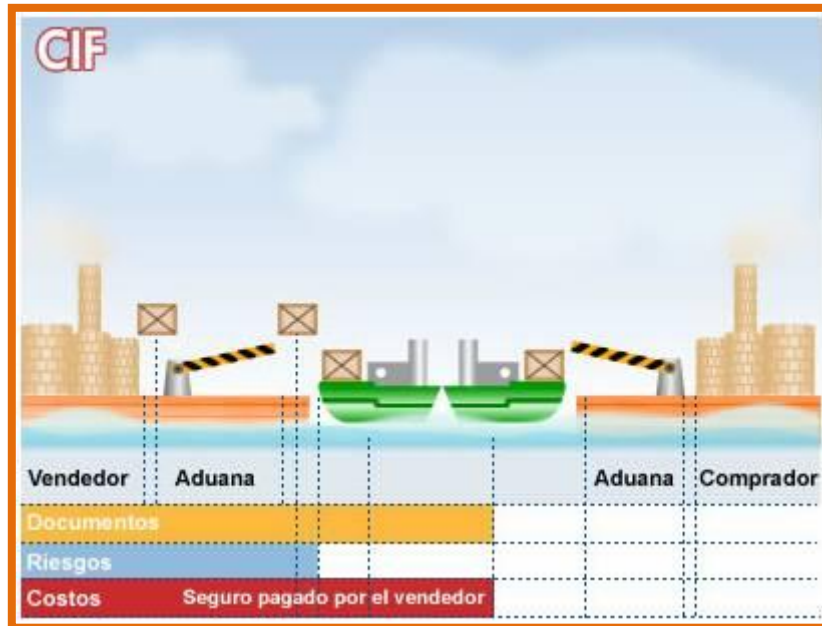


Gráfico No. 4.23 Cost, Insurance and Freight, www.comercioexterior.com.ec

- El vendedor entrega la mercancía a bordo del buque o procura la mercancía así entregada.
- El riesgo de pérdida o daño a la mercancía se transmite cuando la mercancía esta a bordo del buque.
- El vendedor debe contratar y pagar los costes y flete necesarios para llegar la mercancía hasta el puerto de destino.

CPT (CARRIAGE PAID TO) – TRANSPORTE PAGADO HASTA

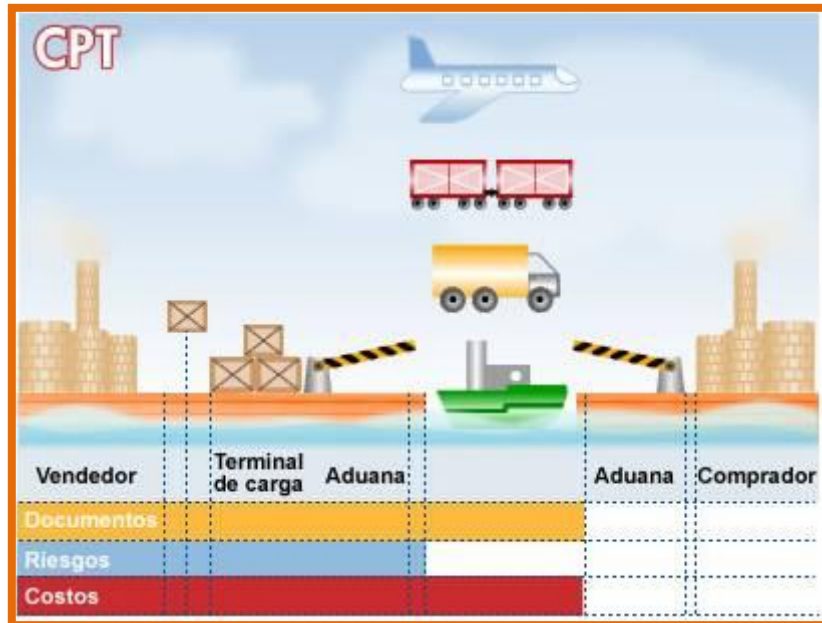


Gráfico No. 4.24 Carriage Paid to, www.comercioexterior.com.ec

- El vendedor entrega la mercadería al porteador o a otra persona designada por el vendedor en un lugar acordado.
- El vendedor debe contratar y pagar los costes del transporte necesario para llevar la mercadería hasta el lugar de destino designado.
- Los riesgos los tiene el importador a partir del momento en que se produce la entrega de la mercadería al primer transportista.

**CIP (CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO – TRANSPORTE Y
SEGURO PAGADO HASTA**

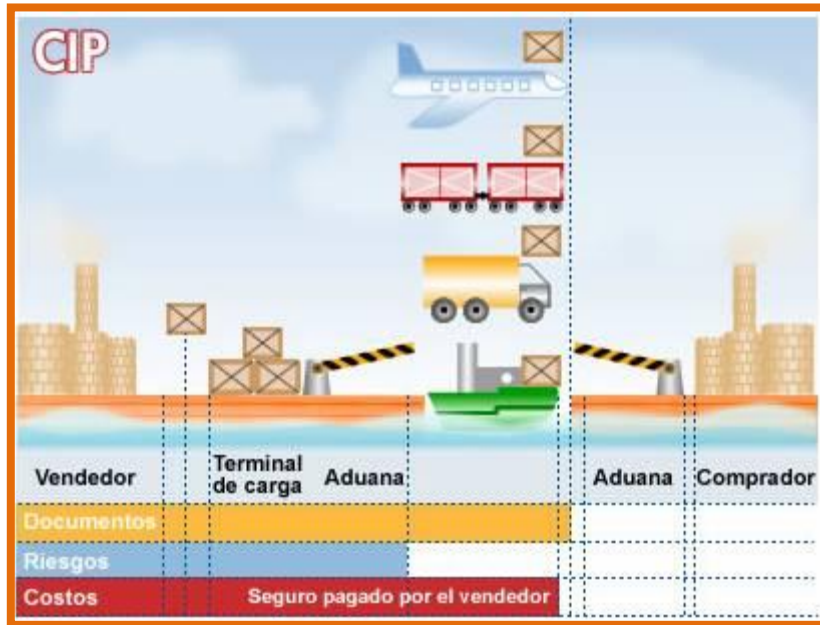


Gráfico No. 4.25 Carriage and Insurance Paid to, www.comercioexterior.com.ec

- El vendedor entrega la mercadería al porteador o a otra persona designada por el vendedor en un lugar acordado.
- El vendedor debe contratar y pagar los costes del transporte necesario para llevar la mercadería hasta el lugar de destino designado.
- Los riesgos los tiene el importador a partir del momento en que se produce la entrega de la mercadería al primer transportista.
- El vendedor también contrata la cobertura de seguro contra el riesgo del comprador de pérdida o daño causados a la mercadería durante el transporte.

DAT (DELIVERY AT TERMINAL) – ENTREGA EN TERMINAL



Gráfico No. 4.26 Delivery at Terminal, www.comercioexterior.com.ec

- El vendedor realiza la entrega cuando la mercancía, una vez descargada del medio de transporte de llegada, se pone a disposición del comprador en la terminal designada, en el puerto o lugar de destino designados.
- “Terminal” incluye cualquier lugar, cubierto o no, como un muelle, almacén, almacén de contenedores o Terminal de carreteras.
- El vendedor corre con todos los riesgos de pérdida o daño causado a la mercadería hasta que se haya entregado en la terminal designada.
- El exportador es responsable de los costos del transporte por los medios que sean necesarios hasta el punto de la terminal designada en el puerto lugar de destino designado.

DAP (DELIVERED AT PLACE) – ENTREGA EN LUGAR



Gráfico No. 4.27 Delivered at Place, www.comercioexterior.com.ec

- EL vendedor corre con todos los riesgos de pérdida o daño causado a la mercadería hasta que se haya entregado en lugar designado.
- El exportador es responsable de los costos de transporte por los medios que sean necesarios hasta el punto de la terminal designada y desde la terminal hasta otro lugar designado.
- El vendedor realiza la entrega cuando la mercancía se pone a disposición del comprador en el medio de transporte de llegada preparada para la descarga en el lugar de destino designado. El vendedor corre con todos los riesgos que implica llevar la mercadería hasta el lugar designado.

**DDP (DELIVERY DUTTY PAID) – ENTREGA DERECHOS
PAGADOS**



Gráfico No. 4.28 Delivery Duty Paid, www.comercioexterior.com.ec

- EL exportador es responsable de los costos, riesgos de transporte y también de los derechos de aduana.
- La responsabilidad del exportador se prolonga hasta las instalaciones del importador, en ese momento se produce la entrega de la mercadería y la transmisión de costos y riesgos.

4.6 Negociación

Antes de realizar una exportación se debe considerar la elaboración de un análisis tanto de la empresa, como del producto y de los mercados en los cuales desea incursionar.

1. El exportador se contacta con el importador o a través de su representante para hacerle llegar su oferta, le envía muestras, listas de precios, costos de transporte, validez de la oferta y la factura proforma, que es un formato en el cual se detallan todos los costos que inciden en el precio del producto y las características de éste.
2. El comprador acepta las condiciones señaladas en la factura proforma, la que devuelve al exportador firmada junto con una nota de pedido significando su aprobación a los términos de la oferta, lo que quedará detallado en la carta de crédito.
3. El exportador negociará estratégicamente la forma de pago de sus productos, de acuerdo a los términos del contrato de compraventa y teniendo en cuenta el grado de credibilidad que le inspire el comprador.
4. Para la exportación de refrigeradoras y cocinas se contactará por medio del Internet a nuestros posibles clientes en el Perú, los aspectos a negociar son los mismos que se tendrán en la proformas tales como:
 - Características del electrodoméstico
 - Dimensiones
 - Calidad
 - Cantidad
 - Precios
 - Termino de negociación (Incoterms)
 - Condiciones y medios de pago

En la Tabla No.4.1 Podemos apreciar los posibles clientes en nuestro país vecino, Perú.

Empresa	Dirección	Telefono
HIRAOKA	Av. Petit Thouars, 5273 - Miraflores - Lima	Telf.(01)213-6800
TOTTUS	Av. Andrés A Cáceres 147 - Sector 1B - Urb. Miraflores – Castilla – Piura	Telf.(073)605800-3860
RECORD	Av. Los Frutales # 298. Ate, Lima 03, Perú	Telf.(511) 618-4100
EFE	Av. Lima 901 - La unión (Bajo Piura)	Telf.(073)323-001

Tabla No. 4.1 Directorio de Clientes, Páginas Amarillas Perú

5. Después de conocer cuáles son los posibles clientes en Perú, se ha seleccionado a Tiendas EFE ya que es una empresa de alto renombre que cuenta con más de 60 tiendas a nivel nacional; para este proyecto se negociará con Tienda EFE Piura, pues es elemental resaltar la creciente importancia que han alcanzando los mercados de provincia esto como consecuencia del mayor poder adquisitivo de las familias, el dinamismo de la actividad comercial y el incremento del número de hogares.
6. El exportador o el agente de aduana transmite la orden de embarque a zona primaria aduanera para que se autorice el ingreso de la mercancía.

7. La empresa transportista se encarga de generar el Manifiesto de Carga con el conocimiento de embarque, en este caso es la Carta de Porte. El manifiesto de carga es transmitido a la Aduana. La empresa que se ha contratado es LAT Transporte Internacional de Carga. (Ver cotización Anexo F)
8. El agente de aduanas o el exportador debe regularizar la exportación con la transmisión de la Declaración Aduanera Única.
9. Una vez recibida la DAU, se revisan los documentos de acompañamiento.
10. La mercancía es entregada al importador.

A continuación se muestra el flujograma de la exportación.

(Ver Gráfico en la página siguiente)

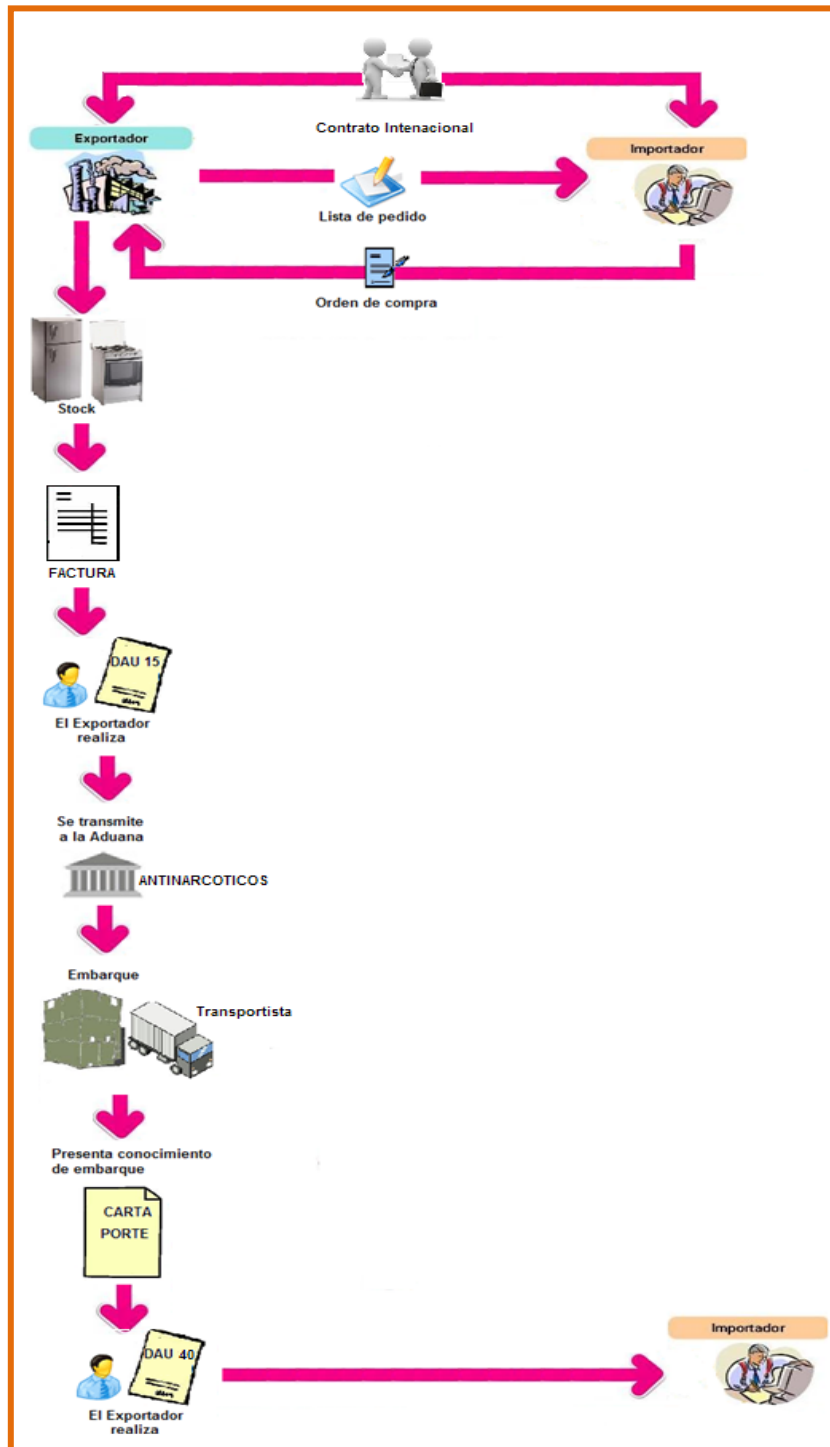


Gráfico No. 4.29 Flujograma de la Exportación, Autora

4.6.1 Término de negociación elegido para la Exportación

El término de negociación que se va utilizar es el FCA Franco Transportista.

Obligaciones Comprador

- ❖ Pagar según lo dispuesto en el contrato de venta.
- ❖ Conseguir todas las licencias, autorizaciones y formalidades que necesite.
- ❖ Soportar los gastos de transporte y flete, a partir de la recepción de la mercancía por parte del transportista, en la forma y maneras que exija el transporte, dando aviso al vendedor con suficiente antelación del modo de transporte, fecha de entrega y punto de entrega. Si el transportista no se hace cargo de la mercancía, el comprador soportará los gastos a partir de la fecha convenida o último plazo fijado para ello.
- ❖ También estará obligado al pago, si no se conviene otra cosa, de los gastos de inspección previa al embarque, excepto si la inspección ha sido ordenada por las autoridades del país exportador.
- ❖ Rembolsar al vendedor los gastos ocasionados por la ayuda prestada, así como pagar todos los derechos, impuestos y otras cargas oficiales.
- ❖ Dar al vendedor aviso sobre el nombre del transportista y especificar el modo de transporte, fecha y el punto dentro de la zona donde la mercancía debe ser entregada al transportista. Además aceptará la prueba de la entrega.
- ❖ Pagar todos los gastos y gravámenes en que se haya incurrido para la obtención de documentos.
- ❖ Reembolsar los gastos efectuados por el vendedor al prestar su ayuda al respecto y para contratar el transporte.
- ❖ Proporcionar las instrucciones al vendedor para contratar el transporte, si previamente se lo ha requerido el vendedor.

Obligaciones Vendedor

- ❖ Suministrar la mercancía de conformidad con el contrato de venta.
- ❖ Obtener licencia de exportación y los trámites aduaneros necesarios para la exportación de la mercancía.
- ❖ Entregar la mercancía a la custodia del transportista designado por el comprador o escogido por el vendedor en el lugar o punto fijado en la fecha o dentro del plazo convenido para la entrega y de la forma convenida o acostumbrada en tal sitio. A falta de instrucciones por parte del comprador, el vendedor puede entregar la mercancía al transportista en la forma que exijan el modo de transporte de aquel porteador y la calidad y/o naturaleza de la carga.
- ❖ Asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sido entregada al transportista.
- ❖ En lo relativo a los gastos el vendedor deberá pagar los relativos a la mercancía hasta el momento en que haya sido entregada al transportista, así como los gastos aduaneros, derechos, impuestos y otras cargas exigibles a la exportación.
- ❖ Avisar al comprador de que la mercancía ha sido entregada a la custodia del transportista, así como proporcionarle el documento usual de prueba de la entrega de la mercancía.
- ❖ Los gastos de las operaciones de verificación necesarios para entregar la mercancía al transportista al igual que los embalajes necesarios para el transporte deben ser pagados por el vendedor.
- ❖ Prestación de ayuda al comprador para la obtención de los documentos emitidos en el país de entrega y/o de origen que puedan necesitar para la importación de la mercancía y proporcionar al comprador, siempre que así lo pida, la información necesaria para conseguir el seguro.

4.7 Formas de pago

Los principales medios internacionales de pago son los siguientes:

Pago anticipado: Consiste en que el importador, antes del embarque, sitúa en la plaza del exportador el importe de la compra venta. Esta forma de pago representa muchos riesgos para el comprador; quien queda totalmente a merced de la buena fe del vendedor, quien eventualmente y hasta deliberadamente puede demorar indebidamente el envío de las mercancías o simplemente en el peor de los casos no hacerlo. El uso de esta modalidad es excepcional, cuando por ejemplo el vendedor domina el mercado por ser el único proveedor del producto.

Pago Directo: Se constituye cuando el importador efectúa el pago directamente al exportador y/o utiliza a una entidad para que se efectúe este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad. Los medios de pago más comunes para pagos directos son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia. Los medios de pago directos son utilizados normalmente cuando las condiciones de pago son al contado, en cuenta corriente o a consignación.

El pago directo representa una cierta forma de anticipación con la variante de que quien recibe toda la ventaja es el comprador, quedando el vendedor en absoluta inferioridad, pues debe enviar las mercancías y esperar el pago hasta que estas hayan llegado a destino.

Puede suceder que el importador retire las mercancías y demore deliberada e indebidamente el pago o que finalmente no lo realice, con graves pérdidas para el exportador quien, en el mejor de los casos tendrá que hacer regresar los bienes a su destino, asumiendo costos no previstos, con lo cual habrá sufrido una pérdida

efectiva. En esta modalidad no existen garantías, la intervención de un banco queda limitada a facilitar un giro bajo instrucciones del cliente

Cobranzas Documentarias: Se definen como el manejo por los bancos de los documentos que pueden ser financieros o comerciales; según las instrucciones que reciban, con el fin de lograr el cobro y/o la aceptación de documentos financieros. El exportador entrega sus documentos a un banco para que éste, bajo las instrucciones recibidas, maneje y entregue los documentos al comprador previo pago y/o aceptación.

Pago a la vista (Documento contra Pago): En este caso, el banco que cobra presenta los documentos al comprador, quien hace el pago y obtiene los documentos para la entrega de la mercancía. Este método es favorable al exportador puesto que, indirectamente, mantiene el control de los documentos hasta que el comprador externo haga el pago.

A la aceptación a la vista de la letra de cambio (Documentos contra Aceptación): En este caso el banco que cobra entrega los documentos al comprador al aceptar éste la letra de cambio, es decir su obligación de realizar el pago en una fecha establecida.

La Cobranza Documentaria representa menos riesgos que el pago directo y el anticipado ya que en esta modalidad intervienen uno o más bancos, pero dicha intervención no constituye una garantía en el cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato de compra venta acordado entre las partes.

La Carta de Crédito: La Carta de Crédito o Crédito Documentario, ocupa el lugar de privilegio entre los medios de pago para operaciones de compra venta internacionales de mercancías, no sólo por las seguridades que ofrece, sino porque mediante su uso se consigue un equilibrio entre los riesgos de tipo comercial que asumen las partes que intervienen en la compra-venta internacional. La Carta de Crédito, constituye una garantía de pago, porque es un compromiso de pago respaldado por un banco. Estas garantías amplían según las cartas de créditos sean revocables, irrevocables y transferibles.

Revocable: Una carta de crédito revocable permite reformas, modificaciones y cancelaciones en cualquier momento y sin el consentimiento del exportador o beneficiario de los términos explicados en la carta de crédito. Debido al riesgo considerable para el exportador, no se aceptan normalmente.

Irrevocable: Una carta de crédito irrevocable requiere el consentimiento del banco emisor, del beneficiario o exportador y el solicitante para rendir cualquier reforma, modificación o cancelación de los términos originales. Este tipo de carta de crédito es la que más se usa y la preferida por los exportadores o beneficiarios, debido a que el pago siempre está asegurado. Las cartas de crédito irrevocables pueden estar o no confirmadas. La Carta de Crédito irrevocable no podrá revocarse unilateralmente. Debe contar con la conformidad de todas las partes intervinientes.

Transferible: Una carta de crédito irrevocable puede también transferirse. Según las cartas de crédito transferibles, el exportador puede transferir todo o parte de sus derechos a otra parte según los términos y condiciones especificadas en el crédito original con ciertas excepciones, de esta forma, resulta difícil mantener flexibilidad y confidencialidad, aunque sean necesarias. Las cartas de crédito transferibles se usan a

menudo cuando el exportador es el agente del importador o un intermediario entre el proveedor y el importador, en lugar de ser el proveedor real de la mercancía. Cuando se usa una carta de crédito transferible, el exportador utiliza el crédito concedido por el banco emisor y evita el tomar prestado o usar sus propios fondos para comprar la mercancía de su proveedor. De ahí, que es una viable herramienta de financiación previa a la exportación. Para que una carta de crédito se transfiera, la transferencia debe indicarse en los términos de la carta de crédito. Antes de realizar la transferencia, el exportador debe ponerse en contacto por escrito con el banco encargado del desembolso de los fondos (banco que hace transferencia). El banco que hace la transferencia, tanto si ha confirmado o no la carta de crédito, sólo está obligado a efectuar la transferencia hasta un punto y de la manera expresada específicamente en la carta de crédito. Las cartas de crédito transferibles implican riesgos específicos.

4.7.1 Forma de Pago elegida para la Exportación

La forma de pago que se utilizará en esta negociación será la Carta de Crédito Irrevocable pues este método de pago se considera de bajo riesgo porque el banco expedidor tiene la obligación legal de pagar, siempre y cuando se presenten todos los documentos requeridos y se cumplan todos los términos estipulados en el contrato.

(Ver Solicitud para Carta de Crédito en el Anexo G)

Beneficios

De acuerdo a (Neira, 2010) la ventaja de las cartas de crédito es que confiere a ambas partes un alto grado de seguridad, de que las condiciones previstas serán cumplidas ya que permite al importador asegurarse de que la mercancía le será entregada conforme a los términos previstos, además de la posibilidad de obtener un apoyo financiero, en tanto que el exportador puede asegurar su pago.

El pago se efectúa contra los documentos que representan las mercancías y por consiguiente, que posibilitan la transmisión de derechos sobre dichas mercancías. El banco en ningún momento se responsabilizará por la mercancía objeto de la transacción, su responsabilidad se limita a los documentos que la amparan, de ahí el nombre de crédito documentario.

Además:

- Contará con el apoyo de los expertos
- Tendrá asesoría especializada en el trámite completo de sus operaciones e información oportuna sobre el estado de cuenta de sus operaciones en créditos comerciales.
- Además, tendrá comprobantes de todas las comisiones y gastos cobrados por este servicio y copia del mensaje de transmisión al banco corresponsal, incluyendo los datos de recepción.

4.8 Logística y Transporte

“Del inglés logistics, la logística es el conjunto de los medios y métodos que permiten llevar a cabo la organización de una empresa o de un servicio. La logística empresarial implica un cierto orden en los procesos que involucran a la producción y la comercialización de mercancías.

Se dice, por lo tanto, que la logística es el puente o el nexo entre la producción y el mercado. La distancia física y el tiempo separan a la actividad productiva del punto de venta: la logística se encarga de unir producción y mercado a través de sus técnicas.” (Definicion.de, 2008)

Según (Nosh, 2010) el transporte internacional es una operación de tránsito aduanero mediante el cual se efectúa el transporte de mercancías o personas de un país a otro; es decir, el transporte que se efectúa entre varias naciones y que son sometidos a varias actividades materiales y legales (controles aduaneros).

4.8.1 Contenerización

Sistema que mediante el uso de contenedores permite transportar grandes volúmenes de carga y que facilita el trasbordo de un modo de transporte a otro de una manera rápida y segura.

El contenedor es un elemento del equipo de transporte, de carácter permanente y por lo tanto, suficientemente fuerte para ser utilizado varias veces, diseñado especialmente para facilitar la movilización de productos por uno o varios modos de transporte, suprimiendo el proceso intermedio de recargue entre los modos, provisto de dispositivos para un manipuleo rápido, especialmente su transferencia de un modo de transporte a otro, y concebido para ser llenado o vaciado de manera expedita. (MLM Comercio Internacional , 2009)

Beneficios del uso del contenedor

- Mayor control de carga: disminuye el número de bultos sueltos que se manipulan por una carga determinada.
- Facilidad en la movilización: se cuenta con sistemas especializados para la manipulación y transporte de este tipo de embalaje, por lo tanto su movilización siempre será rápida y eficiente.
- Mayor seguridad: la carga no está expuesta directamente al exterior, por lo tanto se reducen considerablemente las posibilidades de deterioros, roturas o robos.

- Mayor economía: una misma cantidad de carga, es más económica transportarla en contenedores que fabricar diversos embalajes independientes para pequeñas partidas.

Tipos de contenedores

Contenedores comunes o Dryvan

Disponible para cualquier carga seca normal. Ejemplos: bolsas, pallets, cajas, tambores, etc. El de 40 Pies High Cube es especial para cargas voluminosas.

- ♦ 20 Pies Standard 20'x 8'x 8'6'' o también denominado TEU, acrónimo del término en inglés Twenty-foot Equivalent Unit, representa la unidad de medida de capacidad del transporte marítimo en contenedores.
- ♦ 40 Pies Standard 40'x 8'x 8'6'' o también denominado FEU, acrónimo del término en inglés Forty-foot Equivalent Unit.
- ♦ 40 Pies High Cube 40' x 8' x 9'6''

Contenedores refrigerados integrales o Reefer

Con equipo propio de generación de frío. Diseñados para el transporte de carga que requiere temperaturas constantes sobre bajo cero. Ejemplo: carne, pescado, frutas, etc.

- ♦ 20 Pies 20'x 8'x 8'6''
- ♦ 40 Pies 40'x 8'x 8'6''
- ♦ 40 Pies High Cube 40' x 8' x 9'6''

Open Top

Presentan el techo removible de lona, especialmente diseñado para transporte de cargas pesadas o dimensiones extras. Permiten la carga y descarga superior. Ejemplos: maquinarias pesadas, planchas de mármol, etc.

- ♦ 20 Pies Open top 20'x 8'x 8'6''
- ♦ 40 Pies Open top 40'x 8'x 8'6''

Fixed Flat Rack & Collapsible Flat Rack

Con terminales fijos o rebatibles, sin laterales. Diseñados para el transporte de carga de grandes dimensiones. Ejemplo: maquinarias, etc.

- ♦ 20 Pies 20'x 8'x 8'6''
- ♦ 40 Pies 40'x 8'x 8'6''

TankTainer

Existen múltiples aplicaciones y diseños de estos contenedores. Los hay revestidos para el transporte de productos químicos corrosivos, o para la carga de aceites y vinos. Hay disponibilidad de equipos con calefacción para otras cargas especiales.

En el Anexo H se encuentran detalladas la capacidad, dimensiones, y apertura de los tipos de contenedores.

Para este proyecto se utilizaran dos contenedores de 40 Pies Standard, después de haber realizado el cubillaje se determino que en un contenedor van a ir 42

refrigeradoras de 13 pies y en el otro irán 102 cocina de 24 pulgadas, (Ver Gráficos No. 4.28 y No. 4.29).

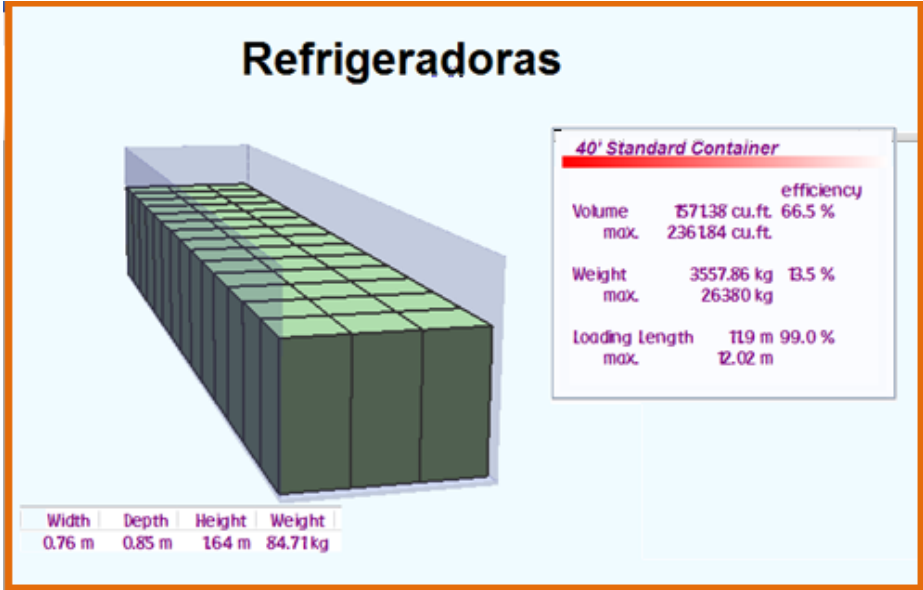


Gráfico No. 4.30 Cubicaje de Refrigeradoras, La autora

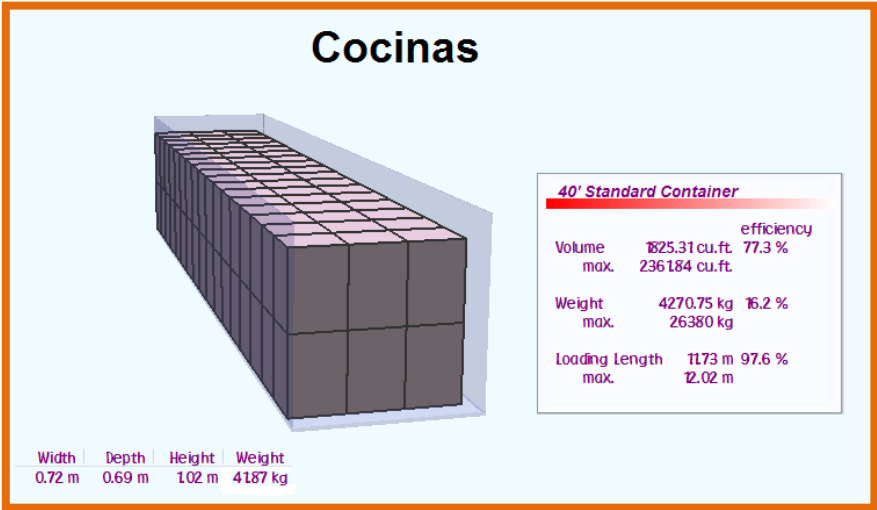


Gráfico No. 4.31 Cubicaje de Cocinas, La autora

4.8.2 Envase, Empaque y Embalaje

Envase: Todo continente o soporte destinado a: contener el producto, facilitar el transporte y presentar el producto para la venta.

Por envase se entiende el material que contiene o guarda a un producto y que forma parte integral del mismo; sirve para proteger la mercancía y distinguirla de otros artículos.

En forma más estricta, el envase es cualquier recipiente, lata, caja o envoltura propia para contener alguna materia o artículo.

Se clasifican en:

Envase primario: Esta en contacto directo con el producto.

Envase secundario: Envase que contiene uno o varios envases primarios.

Envase terciario: Es el que sirve para distribuir, unificar y proteger el producto a lo largo de la cadena comercial.

Empaque: Se define como cualquier material que encierra un artículo con o sin envase, con el fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor. El objetivo del empaque es proteger el producto, el envase o ambos y ser promotor del artículo dentro del canal de distribución.

Embalaje: El acondicionamiento de la mercadería para proteger las características y la calidad de los productos que contiene, durante su manipuleo y transporte internacional.

El embalaje trata de proteger el producto o conjunto de productos que se exporten, durante todas las operaciones de traslado, transporte y manejo; de manera que dichos productos lleguen a manos del consignatario sin que se haya deteriorado o hayan

sufrido merma desde que salieron de las instalaciones en que se realizó la producción o acondicionamiento.

Factores a considerar en el embalaje

- La naturaleza y valor de la carga.

Respecto a la naturaleza de la carga, en el caso de los productos perecederos, el diseño y material de embalaje deben aislar los productos de las condiciones externas para mantener la temperatura adecuada y preservar su frescura, sabor, aroma, etc. Pueden ser necesarios dispositivos isotérmicos de refrigeración, frigoríficos o calefacción. En general se emplean materiales encerados o de espuma para su embalaje. La carga frágil implica un embalaje que proteja el producto especialmente durante el cargue y descargue durante las distintas etapas del viaje y del movimiento producido durante su transporte. El embalaje de productos peligrosos está regulado estrictamente por acuerdos internacionales.

En cuanto al valor de la carga, cuanto mayor es éste, más elaborado será el embalaje. Los bienes de capital son de alto valor, pero por su peso y tamaño generalmente se embalan con una paleta de base y una película plástica. La materia prima se transporta generalmente en grandes cantidades, a granel o semigranel por lo que no requieren de embalaje. Respecto a los productos semifabricados, algunos son transportados en semigranel y su cantidad es tal que necesitan unidades de embalaje como bolsas grandes de plástico, unidades de carga sin paleta y láminas de termoencogido. Los productos comunes de consumo son fabricados en serie y su embalaje depende de su naturaleza (perecedera, frágil, estacional). Los productos valiosos, deben embalsarse en forma muy cuidadosa.

4.8.3 Sistemas de Unitarización de la Carga

Naturaleza de la carga:

La naturaleza de la carga determina un tratamiento particular y por ende un sistema distinto de transporte.

Según su naturaleza la carga puede ser perecedera, frágil y peligrosa.

Carga perecedera: Esta requiere un manipuleo especial, teniendo cuidado de elementos tales como el control de la temperatura y las condiciones climáticas.

Carga frágil: Esta requiere de un manipuleo muy cuidadoso. El tamaño, forma y espesor del embalaje externo pueden incidir en el nivel de riesgo. Son esenciales para el manipuleo en este caso los rótulos o marcas del embalaje que indican la fragilidad de la carga.

Carga peligrosa: Se trata de mercancía que, de no tener un trato adecuado, puede poner en riesgo la vida humana y el medio donde se transporta. La Carga Peligrosa se caracteriza por tener propiedades explosivas, combustibles, oxidantes, venenosas, radiactivas o corrosivas. Dependiendo de su grado de peligrosidad, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) la clasifica en nueve tipos:

- Explosivos
- Gases
- Líquidos inflamables
- Sólidos inflamables
- Sustancias comburentes y peróxidos orgánicos
- Sustancias tóxicas y sustancias infecciosas
- Material radiactivo
- Sustancias corrosivas
- Sustancias y objetos peligrosos varios

Carga General: Es aquella que se presenta en estado sólido, líquido o gaseoso, y que estando embalada o sin embalar, puede ser tratada como unidad. Los productos que se clasifican como carga general deben cumplir con ciertos requisitos: no representar un riesgo para la salud, no atentar contra la seguridad de quienes los manejan y del medio ambiente, así como no contar con un tiempo definido de vida.

La carga general se transporta en embalajes cuya forma, peso y dimensiones, se ajustan a las características propias de ésta. Algunas mercancías de este tipo son: computadoras, zapatos, artículos de piel, ropa, telas, manufacturas en general, etc. De igual forma, la carga general se puede subclasificar en:

Carga General Fraccionada: consiste en bienes sueltos o individuales como: paquetes, sacos y cajas, entre otros.

Carga General Unitarizada: está compuesta de artículos individuales agrupados en unidades como pallets o contenedores.

Carga a Granel: es el conjunto de productos que son transportados a grandes cantidades, cuyo único recipiente es el vehículo de transporte. Esta carga es usualmente depositada o vertida con una pala, balde o cangilón en ferrocarriles, camiones o buques. La carga a granel se divide en:

- Granel Sólido: en esta clasificación entran los granos, el carbón, el mineral de hierro, la madera, el cemento, la bauxita, la sal, etc.
- Granel Líquido: es la carga que se encuentra en estado líquido o gaseoso, dicha condición hace que su transportación sea, por ejemplo, en vehículos tanque de por lo menos 1000 galones. Entre los productos considerados como granel líquido se encuentran: petróleo, gas natural licuado, gasolina,

químicos y alimentos líquidos (aceite vegetal, aceite de cocina, etc.), entre otros.

4.9 Documentos que Acompañan a la Declaración Aduanera

De acuerdo con el Art. 71 del Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, se consideran documentos que acompañan a la Declaración Aduanera los siguientes:

- ❖ Documentos de Acompañamiento
- ❖ Documentos de Soporte

4.9.1 Documentos de Acompañamiento

Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto.

Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos. (Código Orgánico de la Producción, 2010)

4.9.2 Documentos de Soporte

Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o

electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Código Orgánico de la Producción, 2010)

4.9.2.1 Factura Comercial

Para qué sirve

Es el documento administrativa que contiene toda la información de la venta. Se detalla el concepto, la cantidad y el importe de los productos/servicios vendidos, las condiciones de entrega y de pago, así como los impuestos y demás gastos que genere la venta.

Mediante un original de la factura, el importador declara ante fiscal de su país, el importe que debe abandonar, a quien lo abona y la forma de pago que se ha concertado.

Para el exportador supone la prueba documental de las ventas que ha realizado a mercados exteriores.

En las operaciones con terceros países, forma parte de la declaración aduanera, sobre la cual se debe abonar, a la entrada de los productos en el país, los impuestos y derechos arancelarios que se aplican. En las operaciones intracomunitarias sirve como declaración de la transacción y exoneración de los impuestos para el cumplimiento de las condiciones básicas en la liquidación de impuestos.

Quien lo elabora

El exportador.

A quien va destinado

Al importador y a la aduana de importación (para terceros países). En el comercio intracomunitario, la factura es la base para la realización del Intrastat y la creación de la auto-factura que sirve como documento justificativo para compensar los impuestos en las transacciones con países de la UE.

Consejos prácticos

La factura comercial debe incluir con detalle todos los datos de la venta realizada, de acuerdo a unas condiciones mínimas que se establecen en la normativa española.

La información mínima que debe incluirse es la siguiente:

- Fecha, nombres y direcciones comerciales de vendedor y comprador.
- Denominación precisa y cantidad de mercancía.
- Precio unitario y total de la mercancía e n la divida pactada.
- Forma y condiciones de pago.
- Términos de entrega de la mercancía (hace referencia a los Incoterms publicados por la Cámara de Comercio Internacional)

Además de estos datos que se exigen en la normativa vigente, deberán incluirse los siguientes:

- Número de identificación, a efecto del IVA, del vendedor y del comprador (en operaciones intracomunitarias).
- Referencia al pedido o factura proforma.
- Origen de la mercancía.
- Medio de transporte.

Todos los datos que figuran en la factura comercial deben coincidir con los de la operación y, por tanto, con los de los otros documentos relacionados con ella, como por ejemplo, lista de contenidos, documentos de transporte, etc.

(Ver Factura Comercial en el Anexo I)

4.9.2.2 Packing List

Para qué sirve

Detalla y relaciona la cantidad de mercancía enviada, así como su ubicación en cada una de las unidades de carga (bultos, cajas, palets, contenedores, etc.) en un transporte internacional. La información que se ofrece tiene que tener una relación directa con la que aparece en la factura comercial.

Quien lo elabora

El exportador.

A quien va destinado

Al importador, al transportista y a las aduanas de exportación e importación.

Conejos prácticos

Este documento sirve de nexo de unión entre lo físico y lo documental. Su importancia radica en que le sirve al importador, cuando recibe a mercancía, para saber donde tiene que colocarla en su almacén. También se utiliza como comprobante en el momento de la revisión de la mercancía, pues declara por escrito el detalle de ubicación y cantidad de la misma, permitiendo al importador identificar faltas, excesos o defectos.

Por norma general, ya que no existe formato específico, debe contener la siguiente información:

- Referencia de la factura, contrato, oferta a la que corresponde.
- Fecha, nombre y razón social del vendedor y comprador.
- Cantidad, denominación precisa y tipo de embalaje de la mercancía.
- Peso neto, bruto y cubicaje.
- Numeración del tipo de embalaje y el contenido de cada uno de ellos.

4.9.2.3 Conocimiento de Embarque

El conocimiento de embarque es el recibo que prueba el embarque de la mercancía. Sin este título no se puede retirar la mercancía en el lugar de destino. De acuerdo al medio de transporte toma el nombre específico (Conocimiento de embarque marítimo o Bill of Lading o conocimiento de embarque aéreo Air Waybill)

El conocimiento de embarque es el documento por medio del cual se instrumenta el contrato de transporte de mercaderías por agua. Es el equivalente a la carta de porte en el transporte aéreo o terrestre.

A continuación se detallaran los diferentes tipos de conocimientos de embarque de acuerdo a su medio de transporte.

Bill of Lading (B/L)

Para qué sirve

El conocimiento de embarque (C/E) o comúnmente conocido como B/L (Bill of Lading), sirve como contrato de transporte marítimo, constituye un comprobante fehaciente de que las mercancías se han embarcado y determina la responsabilidad de los contratantes. Como función básica para la mayoría de las operaciones, en su modalidad "a la orden" emitido por el agente de la naviera, evidencia y permite transferir la propiedad de la mercancía, por lo que puede ser negociable.

Quien lo elabora

El agente de la naviera que realiza el transporte.

A quien va destinado

Al exportador, a la propia naviera a través del agente y al importador.

Consejos prácticos

Este documento se emite en tres originales que confieren el título de propiedad a quien los posee si se ha realizado en la modalidad negociable; de hecho con un solo original es posible la tramitación de la propiedad por lo que se recomienda tener localizado en todo momento del juego completo de estos originales para cualquier operativa. Las copias no son negociables, por lo que en caso de que el comprador precise que se le informe avanzadamente de los detalles del embarque es aconsejable remitir estas y conservar los originales.

En los conocimientos de embarque siempre debe figurar el importe del flete y también es necesario indicar si el flete es pagado (freight prepaid) o si un flete pagadero en destino (freight payable at destination), dependiendo de si en el precio de venta de la mercancía se ha incluido el flete o no.

Air Waybill (AWB)**Para qué sirve**

Prueba y evidencia la existencia de un contrato de transporte aéreo, así como determina el campo de aplicación y responsabilidad por la operación realizada e identifica a los intervinientes y mercancías de la misma. También se conoce como carta de porte aérea o nota de consignación aérea.

Quien la elabora

El agente de transporte aéreo (agente IATA), o la propia compañía aérea.

A quien va destinado

Al exportador, a la compañía aérea y al importador.

Consejos prácticos

Este documento se emite en tres originales y varias copias, no es negociable por lo que no puede expedirse a la orden, siempre es nominativo y no endosable.

Sirve como acuse de recibo de la mercancía y prueba un contrato de transporte aéreo que está regido por el Convenio de Varsovia (1929 y revisión Haya 1955), o los Convenios de Chicago 1944, Roma 1952, Tokio 1963. También sirve como documento contable pues incluye el coste del transporte.

CARTA DE PORTE INTERNACIONAL POR CARRETERA

En los casos de transporte internacional de mercancías por carretera, este es el documento de transporte mediante el cual el transportador acredita que ha recibido determinadas mercancías para ser transportadas a otro lugar, situado en un país distinto de aquel en que las recibió. La Carta de Porte por Carretera se constituye, también, en prueba de existencia de un contrato de transporte y usualmente forma parte de la documentación exigida para el cumplimiento de determinadas operaciones o formalidades aduaneras.

En este caso, para la exportación de refrigeradoras y cocinas desde Cuenca al Perú, se utilizará este tipo de conocimiento de embarque ya que el medio de transporte a elegido es el terrestre.

En el Anexo J se encuentra la carta de porte.

4.9.2.4 Certificado de Origen

Para qué sirve

Este documento certifica el país de origen de la mercancía que en él se detalla, es decir, acredita que la mercancía ha sido fabricada en ese país. Se utiliza solo para exportaciones e importaciones con países extracomunitarios, de tal forma que los productos puedan acogerse a los regímenes preferenciales y a la aplicación de los aranceles que les corresponden.

Con la presentación del certificado de origen en la exportación de línea blanca a Perú tendremos una liberación del 100% en el pago de aranceles; es decir una desgravación arancelaria total, porque si fuera desgravación arancelaria parcial fluctuaría del 1 al 99%.

(Ver el Certificado de origen en el Anexo K)

Quien lo elabora

Las Cámaras de Comercio.

A quien va destinado

A la aduana de importación.

Consejos prácticos

Habitualmente el certificado de origen se emite en el país de salida de la mercancía, cuando se va a realizar la exportación. Es un documento que certifica el origen específico de la mercancía y por tanto, es un documento separado que no debe estar incluido ni combinado con ningún otro.

La descripción que se hace de la mercancía debe coincidir con la de la factura comercial y la lista de contenidos (número, descripción de la mercancía, nombre de expedidor y el destinatario, marcas, etc.).

4.10 Intercambio Electrónico de Datos

La Declaración Aduanera será presentada de manera electrónica o física de acuerdo al procedimiento y al formato establecidos por el Servicio nacional de Aduana del Ecuador.

Para las exportaciones, la Declaración Aduanera podrá presentarse hasta 24 horas antes del ingreso de las mercancías a zona primaria aduanera, debiendo presentar los documentos de acompañamiento, de soporte y correcciones a la declaración hasta 30 días posteriores al embarque de las mercancías.

Los datos transmitidos de la Declaración Aduanera pasarán por un proceso de validación que generará su aceptación o rechazo, de no detectar inconsistencias, la Declaración Aduanera será aceptada y se designará la modalidad de despacho correspondiente según mecanismo de selección sobre la base del perfilador de riesgo, otorgándole un número de validación para continuar su trámite y señalando la fecha en que fue aceptada.

Es necesario indicar que ciertos productos exportables, por su naturaleza, necesitan de autorización previa o están sujetos a cuotas u otros mecanismos; lo que el usuario, previo a realizar una exportación, debe conocer si su mercancía tiene que cumplir estos requerimientos.

4.11 Cumplimiento de Formalidades Aduaneras

Se entiende al conjunto de formalidades que deben cumplir las mercancías que ingresan al territorio aduanero de un país o salen de él, a fin de asegurar el cumplimiento de la legislación correspondiente. Estas formalidades imponen obligaciones a la persona relacionada con las mercancías, que puede ser su

propietario, un tercero designado por él, o el transportista, dependiendo de la formalidad que deba ser cumplida. En general, esas obligaciones consisten en la presentación de las mercancías y del medio de transporte ante la Aduana, junto con una declaración relativa a las mercancías y los documentos de respaldo solicitados, además de la constitución de una garantía cuando corresponda, y el pago de derechos e impuestos eventualmente exigibles.

Para realizar el procedimiento aduanero se necesita los siguientes documentos:

- Factura Comercial definitiva
- Guía Aérea, Carta de Porte / Conocimiento de Embarque Certificada (Bill of Lading)
- Declaración de la Orden de Embarque, Régimen 15 a través del SICE, transmitido por el exportador o por el Agente de Aduana.
- Declaración Aduanera Única, Régimen 40 a través del SICE, transmitido por el exportador o por el Agente de Aduana.

4.12 Exportación Definitiva

De acuerdo al (Código Orgánico de la Producción, 2010)l la exportación definitiva es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

Es el régimen aduanero por el cual las mercaderías nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior.

La salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano de las mercancías declaradas para su exportación, deberá tener lugar dentro de los treinta días siguientes a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación. La Autoridad Aduanera o la empresa concesionaria del servicio de Depósito Temporal, registrará

electrónicamente el ingreso a la Zona Primaria y la salida al exterior de las mercancías a ser exportadas.

Cuando por causas debidas al transporte de las mercancías por motivos de logística no pudiera cumplirse el plazo fijado en el inciso anterior, las autoridades aduaneras podrán prorrogar dicho plazo por una sola vez previo conocimiento de causa, que no será superior al periodo originalmente otorgado, sin perjuicio de las sanciones administrativas al que hubiere lugar.

Solo se podrán exportar aquellas mercancías que hayan sido objeto de una Declaración Aduanera de Exportación debidamente transmitida o presentada ante la Autoridad Aduanera. El ingreso a la Zona Primaria Aduanera de las mercancías destinadas a la exportación será realizada de acuerdo a los procedimientos que para el efecto dicte la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

4.12.1 Régimen 15.- Obtención de la orden de embarque en zona primaria aduanera

El trámite de exportación ante la Aduana del Ecuador tiene 2 fases importantes:

FASE PRE EMBARQUE

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

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

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

Las zonas primarias comprenden los muelles y puertos de servicio público, aeropuertos, depósitos públicos, privados e instalaciones industriales para desarrollar procesos de perfeccionamiento activo, los cruces de fronteras habilitados por normas de la Comunidad Andina de Naciones -CAN- y las vías terrestres permitidas para el traslado de mercancías bajo control aduanero hasta el lugar donde deban cumplirse las formalidades aduaneras.

(Ver orden de embarque en Anexo L)

4.12.1.1 Datos de la Orden de Embarque

En la orden de Embarque (15) se debe llenar los siguientes campos:

- Datos del exportador: nombres, tipo de documento RUC, cédula, sector que pertenece la empresa.
- Aduana: tipo de tratamiento normal, solicitud de aforo código 01
- Datos de comprador: nombres completos, forma de pago y moneda de transacción
- Transporte: aéreo, marítimo ,terrestre, fecha de embarque y agencia de carga
- Factura : fecha , numero de invoice, cantidad de facturas a declarar
- Destino de la mercancía (Perú)
- Ítems: se procede a detallar la factura comercial, cantidad precio unitario
- Ítems se coloca la partida descripción comercial, tipo de unidades, marca de la empresa exportadora y como se está yendo la carga ya sea cajas cartones bultos de acuerdo al producto.
- Liquidación de la mercancía: cantidad de bultos, peso, número de series

- Liquidación
- Documentos de acompañamiento
- Firma del declarante

Original a zona primaria y copia.

4.12.1.2 Consideraciones que los exportadores deben tener en cuenta en la orden de embarque

- La Orden de Embarque y la DAU pueden ser transmitidas directamente por el exportador sin la intervención de un Agente Fedatario de Aduanas.
- La Orden de Embarque puede ser utilizada para realizar varios embarques, siempre que éstos se realicen dentro del plazo de vigencia de la Orden de Embarque. El procedimiento de Órdenes de Embarque es tanto para exportaciones a consumo como exportaciones temporales.
- En caso de que la mercancía salga del país sin la Orden de Embarque respectiva, el exportador, transportista y/o Agente de Fedatario Aduanas, serán sancionados por la Autoridad competente (Gerente Distrital).
- El SICE no aceptará Órdenes de Embarque si el exportador tiene pendiente la presentación de la DAU de exportación para regularizar dos o más Órdenes de Embarque contabilizadas hasta el mes anterior a la solicitud.
- La Orden de Embarque amparará a exportaciones de un solo exportador hacia un solo país de destino.

4.12.2 Documentación previa a la Exportación

Para la exportación de línea blanca hacia el Perú es necesario obtener el Certificado de Origen pues así se comprueba la procedencia de la mercancía en el país de destino

con el objeto de verificar el cumplimiento de las normas internacionales de origen y aplicación de preferencias arancelarias otorgadas por el país de destino.

En el caso de Ecuador entre las entidades que pueden emitir el certificado de origen tenemos el Ministerio de Industrias y Productividad y por las Cámaras de Comercio, Industrias o Producción, para países de destino en la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), Comunidad Andina de Naciones (CAN) y MERCOSUR.

Vigencia

Los certificados de origen cuentan con una vigencia determinada a partir de la fecha de validación por la Entidad Competente, para hacer efectiva la preferencia arancelaria: COMUNIDAD ANDINA Y ALADI: 180 días.

4.12.3 Régimen 40.- Presentación de la Declaración Aduanera (DAU)

FASE POST EMBARQUE

- Según (Ecuador, 2011) se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, en un plazo no mayor a 30 días hábiles posteriores al embarque de las mercancías.
- Para las exportaciones por vía aérea de productos perecibles en estado fresco podrá presentarse una sola Declaración Aduanera, para varios embarques hacia un mismo destino, realizados dentro de un mismo mes. Esta declaración y sus documentos de acompañamiento y de soporte deberán presentarse hasta 15 días posteriores a la finalización del mes.
- Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes. El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el

proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el número de refrendo de la DAU. Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana deberán presentarla ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía junto con los documentos que acompañan a la misma.

- Se deberá considerar que la norma contempla que hasta que esté listo el nuevo sistema informático, la DAU de exportación y sus documentos de acompañamiento y soporte deben ser entregados físicamente dentro del término de 15 días posteriores a la aceptación electrónica a la administración aduanera correspondiente.
- Así mismo se aclara que los tiempos de transmisión y entrega de documentos físicos se ajustarían cuando se encuentre implementado el nuevo sistema informático.

Para presentar la Declaración Aduanera Única (DAU) el requisito principal es la factura comercial.

(Ver DAU 40 en Anexo M)

4.13 Aplicación

4.13.1 Matriz FODA

Según (Glagovsky) el FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).

Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización”.

Para la creación de nuestra empresa comercializadora de línea blanca en la ciudad de Cuenca, nos ha parecido importante realizar el análisis FODA, ya que de esta manera podemos tener una idea clara de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de nuestro negocio.



Gr3fico No. 4.32 Matriz FODA, Autora

La estrategia esta en base a las oportunidades que se presentan en cuanto a las alianzas con los proveedores, tambi3n en tener como mercado objetivo a Per3 pues en este 3ltimo a3o las familias han incrementado su poder adquisitivo, habiendo aumentado as3 la demanda de electrodom3sticos. Al ser ECUTRADER una empresa nueva presenta precios interesantes para sus clientes en el exterior.

4.13.2 Detalle de la aplicaci3n

La empresa Ecutrader comercializadora intermediaria de l3nea blanca busca clientes que est3n interesados en la calidad de los productos ecuatorianos y en la ventajas que tiene el uso y la aplicaci3n de la tecnolog3a que ofrece la empresa a trav3s del trading sistem3tico.

Para exportar o importar primero se debe registrar ante la aduana como tal, cumpliendo una serie de pasos y requerimientos que son necesarios para iniciar este proceso.

Antes de realizar la exportación se debe considerar ciertos aspectos, como cual es el mercado al que voy a comercializar mis productos, que clase de ventajas tengo si incursiono en ese mercado; en este caso al ser Perú el mercado objetivo gozamos de una gran ventaja en cuanto a la liberación del pago de aranceles, pues los dos países forman parte de la CAN.

En una negociación es importante analizar cada uno de los componentes para tomar la decisión más acertada.

Después de haber realizado una investigación sobre el mercado objetivo se determino que el estado de Piura es el más idóneo para realizar la exportación; y de una lista de posibles clientes se escogió a Tiendas EFE.

Una vez que ha sido enviada la lista de pedidos, el importador manda la orden de compra con el detalle de los productos que desea adquirir, a continuación el exportador manda la factura en la cual se especifica la cantidad, el precio y lo más importante el termino de negociación, en este caso es el FCA pues el medio de transporte será el terrestre debido a la cercanía de los países.

El exportador envía la orden de embarque a la aduana para que las mercancías puedan ser embarcadas en el medio de transporte, el transportista presenta el conocimiento de embarque en este caso la carta porte, el exportador envía la DAU 40 una vez recibida se revisan los documentos de acompañamiento.

La mercancía es transportada al país de destino para ser entregada al importador.

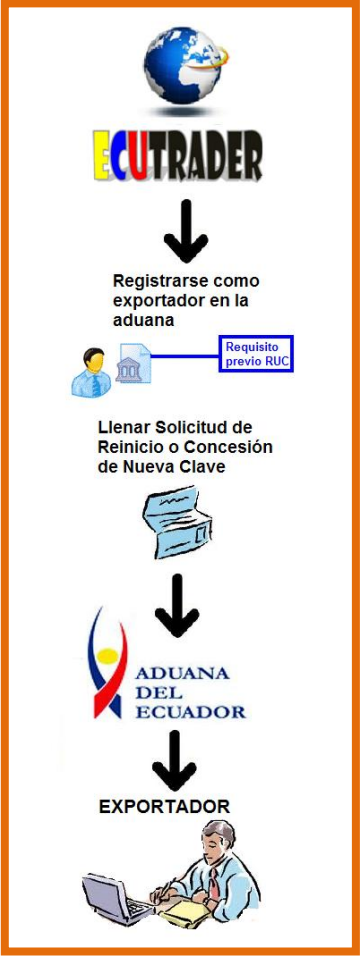


Gráfico No. 4.33 Registro como Exportador, Autora

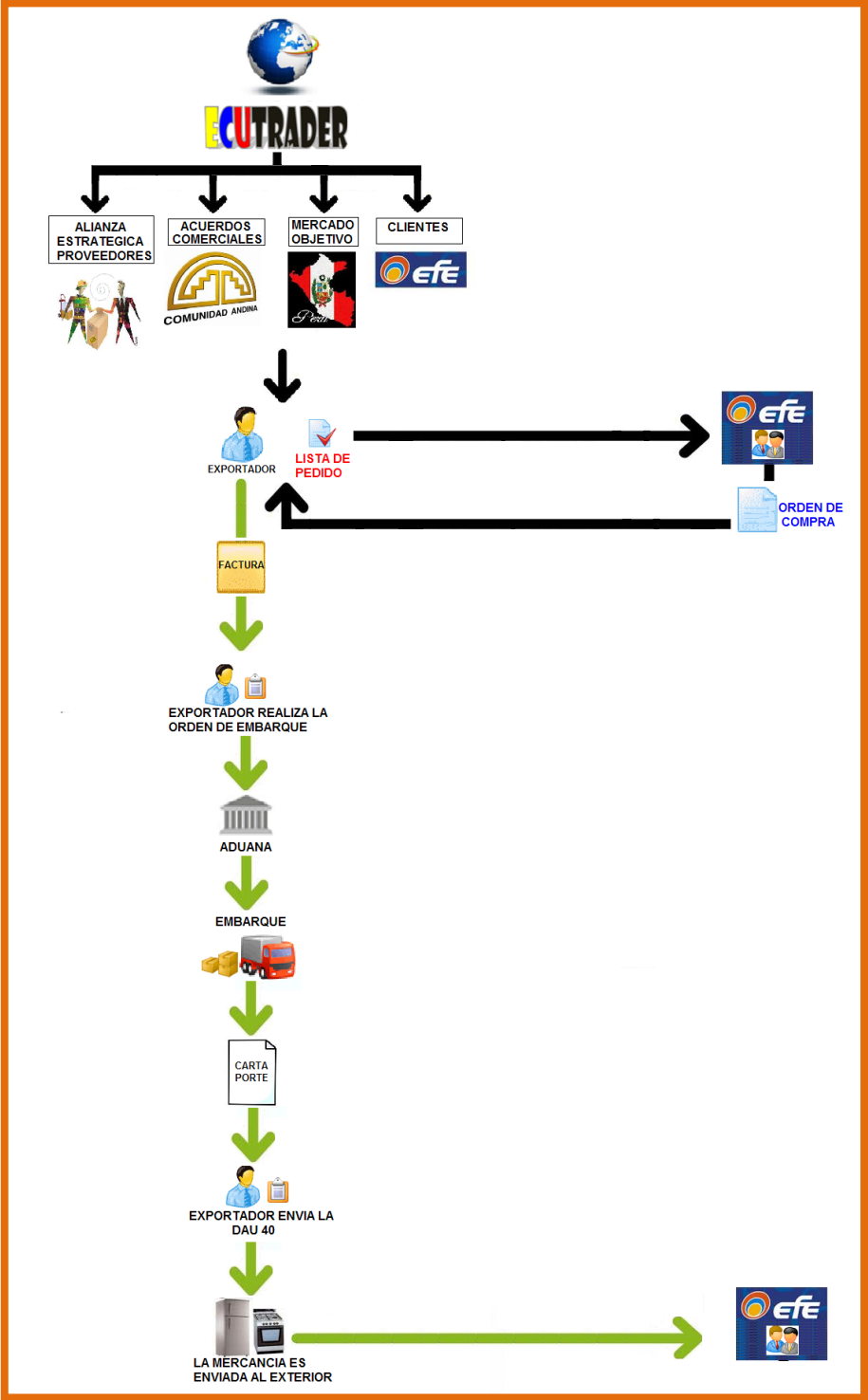


Gráfico No. 4.34 Aplicación, Autora

CAPITULO 5

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene como finalidad aportar una estrategia que permita al proyecto allegarse los recursos necesarios para su implantación y contar con la suficiente liquidez y solvencia, para desarrollar ininterrumpidamente operaciones productivas y comerciales. El estudio financiero aporta la información necesaria para estimar la inversión, el presupuesto y la rentabilidad de los recursos que se utilizarán, susceptibles de compararse con la de otras alternativas de inversión.

5.1 Inversiones

Las inversiones son toda clase de colocaciones de dinero, representadas en títulos valores y demás documentos, con el fin de obtener rentas fijas o variables, de mantener una reserva secundaria de liquidez, de controlar otros entes o de asegurar el mantenimiento de relaciones con éstos y para cumplir con disposiciones legales o reglamentarias.

Son los activos fijos y diferidos con los que va a contar la empresa para poder arrancar con el negocio.

Activos

Los activos son bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa, resultantes de sucesos pasados de los que se espera obtener beneficios o rendimientos económicos en el futuro. En el activo se agrupan las cuentas que representan bienes, valores y derechos que son de propiedad de la empresa: las cuentas se presentan de acuerdo a su liquidez o facilidad de conversión en dinero en efectivo.(Valdivieso, 2007)

Pasivos

Según (Valdivieso, 2007) los pasivos representa las deudas, apreciables en dinero, que la empresa se compromete a pagar, por cualquier concepto.

En el pasivo se agrupan las cuentas que demuestran la obligaciones que tiene la empresa con terceras personas; las cuentas se presentan de acuerdo a la fecha de vencimiento, considerándose como corto plazo la deudas que deben ser canceladas dentro del año y como largo plazo las deudas que vencen en periodos mayores de un año.

Patrimonio

El patrimonio está formado por un conjunto de bienes, derechos y obligaciones pertenecientes a una empresa, y que constituyen los medios económicos y financieros a través de los cuales esta puede cumplir con sus fines.

(Ver Tabla en la siguiente página)

ECUTRADER			
LISTADO DE ACTIVOS DE LA EMPRESA			
	Cantidad	Valor unitario	Valor total
MUEBLES DE OFICINA Y BODEGA	1,310.0		
Sillones ejecutivos	1	80.0	80.0
Sillas de escritorio	4	50.0	200.0
Sillas	4	30.0	120.0
Archivadores	2	130.0	260.0
Escritorio computadoras	5	130.0	650.0
EQUIPOS DE OFICINA	120.0		
Telefonos	4	30.0	120.0
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	4,160.0		
Computadoras	5	700.0	3,500.0
Reguladores	2	30.0	60.0
Impresora multifuncional	2	300.0	600.0
INVENT. SUMINISTROS Y MATERIALES	160.0		
Suministros y materiales de papeleria	4	40.0	160.0
GASTOS DE INSTALACIÓN	500.0		
Adecuaciones Varias	1	500.0	500.0
CONSTITUCION DE LA EMPRESA	1,817.9		
Gasto de constitucion	1		800.0
Notario	1		200.0
Patente	1		200.0
IEPI	1		400.0
Registro de Firma Electrónica	1		167.5
Registro de Firma Aduana	1		50.4
ACTIVO CORRIENTE	10,000.00		
Caja Banco			10,000.00
TOTAL INVERSION	18,067.90		
capital propio		8,000.00	
deuda bancaria		10,067.90	

Tabla No. 5.1 Listado de Activos de la Empresa, Autora

5.1.1 Activos Corrientes

Se entiende por activos corrientes aquellos activos que son susceptibles de convertirse en dinero en efectivo en un periodo inferior a un año. Ejemplo de estos activos además de caja y bancos, se tienen las inversiones a corto plazo, la cartera y los inventarios.

Los activos corrientes son de gran importancia en toda empresa puesto que es con ellos que la empresa puede operar, adquirir mercancías, pagar nómina, adquirir activos fijos, y pagar sus pasivos entre otros aspectos.

5.1.2 Activos Fijos

Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.

Por lo general, el activo fijo es aquel que hace parte de la propiedad, planta y equipo, como son los automóviles, maquinaria, edificios, muebles, terrenos, etc.

5.1.3 Activos Diferidos

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aun no se han utilizado esos gastos.

Por diferentes circunstancias, la empresa decide comprar o pagar algunos gastos que no utilizará de forma inmediata, sino que los irá utilizando, consumiendo con el transcurso del tiempo, y mientras esto sucede, permanecen en calidad de activos.

ECU TRADER			
(Valorados en Us d.)			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo corriente		Pasivo corriente	
Caja / Bancos	10,000.0	Obligaciones Bancarias	10,067.9
Inventarios Sum y Mat.	160.0	Total Pasivo Corriente	<u>10,067.9</u>
Total Activo Corriente	10,160.0		
Activo fijo		PATRIMONIO	
Muebles y Enseres	1,310.0	Capital	8,000.0
Equipos de Oficina	120.0		
Equipos de Computación	4,160.0		
Total Activo Fijo	5,590.0		
Activo Diferido			
Gastos Instalación	500.0		
Gastos de Constitución	1,817.9		
Total Activo Diferido	2,317.9		
TOTAL ACTIVOS:	18,067.9	TOTAL PASIVO PATRIMONIO	18,067.9

Tabla No. 5.2 Estado de Situación Inicial, Autora

5.2 Gastos y Costos Presupuestados

5.2.1 Presupuesto de Sueldos y Salarios

E C U T R A D E R						
PRE SUPUESTO REAL DE SUELDOS Y SALARIOS						
(Valorados en Usd.)						
Costo por cada puesto:	Mensual	ANALISIS ANUAL				
		1	2	3	4	5
Gerente General	Mensual					
Salario Pactado	800.00	9,600.0	10,080.0	10,584.0	11,113.2	11,668.9
Provisión 13er sueldo	66.67	800.0	840.0	882.0	926.1	972.4
Provisión 14to sueldo	24.33	292.0	306.6	321.9	338.0	354.9
Provisión Vacaciones	33.33	400.0	420.0	441.0	463.1	486.2
Provisiones Fondo Reserva	66.67	800.0	840.0	882.0	926.1	972.4
Aporte Patronal	97.20	1,166.4	1,224.7	1,286.0	1,350.3	1,417.8
Total Gerente General	1,088.20	13,058.4	13,711.3	14,396.9	15,116.7	15,872.6
Asistente Comex	Mensual					
Salario Pactado	550.00	6,600.0	6,930.0	7,276.5	7,640.3	8,022.3
Provisión 13er sueldo	45.83	550.0	577.5	606.4	636.7	668.5
Provisión 14to sueldo	24.33	292.0	306.6	321.9	338.0	354.9
Provisión Vacaciones	22.92	275.0	288.8	303.2	318.3	334.3
Provisiones Fondo Reserva	45.83	550.0	577.5	606.4	636.7	668.5
Aporte Patronal	66.83	801.9	842.0	884.1	928.3	974.7
Total Gerente Comercial	755.74	9,068.9	9,522.3	9,998.5	10,498.4	11,023.3
Contadora	Mensual					
Salario Pactado	500.00	6,000.0	6,300.0	6,615.0	6,945.8	7,293.0
Provisión 13er sueldo	41.67	500.0	525.0	551.3	578.8	607.8
Provisión 14to sueldo	24.33	292.0	306.6	321.9	338.0	354.9
Provisión Vacaciones	20.83	250.0	262.5	275.6	289.4	303.9
Provisiones Fondo Reserva	41.67	500.0	525.0	551.3	578.8	607.8
Aporte Patronal	60.75	729.0	765.5	803.7	843.9	886.1
Total Gerente Financiera	689.25	8,271.0	8,684.6	9,118.8	9,574.7	10,053.5
Secretaria	Mensual					
Salario Pactado	450.00	5,400.0	5,670.0	5,953.5	6,251.2	6,563.7
Provisión 13er sueldo	37.50	450.0	472.5	496.1	520.9	547.0
Provisión 14to sueldo	24.33	292.0	306.6	321.9	338.0	354.9
Provisión Vacaciones	18.75	225.0	236.3	248.1	260.5	273.5
Provisiones Fondo Reserva	37.50	450.0	472.5	496.1	520.9	547.0
Aporte Patronal	54.68	656.1	688.9	723.4	759.5	797.5
Total Gerente Administrativa	622.76	7,473.1	7,846.8	8,239.1	8,651.0	9,083.6
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS	3,156.0	37,871.4	39,765.0	41,753.2	43,840.9	46,032.9

Tabla No. 5.3 Presupuesto de Sueldos y Salarios

Con un incremento de 1.05 a partir del segundo año.

5.2.2 Gastos de exportación

ECUTRADER		
GASTOS EXPORTACION		
	Valor Mensual	Valor Anual
Documentos de Acompañamiento		
Factura Comercial	0.40	4.80
Lista de Empaque	0.40	4.80
Certificado de Origen	10.00	120.00
TOTAL	10.80	129.60
Tasa de Almacenaje		
Almacenaje (1 a 6 dias)	240.00	1440.00
TOTAL	240.00	1440.00
Tramites Aduaneros		
Tramites aduaneros (agente afianzado)	268.8	3225.6
Documento de Embarque (carta porte)	75.00	900.00
Manejo contenedor	95.2	1142.4
Gasto Administrativo	84	1008
Servicio Procesamiento	98.56	1182.72
Porteo	72.8	873.6
Control y supervision x contenedor	190.4	2284.8
TOTAL	884.76	10617.12
Gastos Bancarios		
Comisión por Aviso	50.00	600.00
Comisión por Confirmación 0,25% Trim.	357.48	4289.76
Comisión por Enmienda (Aviso)	50.00	600.00
Comisión de Negociación (0,50%)	178.74	2144.88
Comisión de Aceptación (2%)	714.96	8579.52
Courier	55.00	660.00
Fax Nacional	0.50	6.00
Fax Internacional	15.00	180.00
TOTAL	1421.68	17060.16
TOTAL GASTOS EXPORTACION	2557.24	29246.88

Tabla No. 5.4 Gastos Exportación, Autora

5.2.3 Gasto de ventas y administración

Los gastos del transporte son los más costosos pues son 2 contenedores de 40 pies, cada contenedor tiene un valor de \$3,750.00.

ECUTRADER					
PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRACION					
(Valorados en Us.d.)					
AÑOS					
	1	2	3	4	5
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS	37,871.4	39,765.0	41,753.2	43,840.9	46,032.9
REPARACIONES Y MANTENIMIENTO	600.0	630.0	661.5	694.6	729.3
AMORTIZACIONES	463.6	463.6	463.6	463.6	463.6
ARRIENDO OFICINA	3,120.0	3,432.0	3,775.2	4,152.7	4,568.0
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	1,529.5	1,529.5	1,529.5	143.0	143.0
SERVICIOS BASICOS	2,136.0	2,349.6	2,584.6	2,843.0	3,127.3
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	45,720.5	48,169.7	50,767.6	52,137.8	55,064.1
GASTOS DE VENTAS					
TRANSPORTE	90,000.00	94,950.00	100,172.25	105,681.72	111,494.22
EXPORTACION	29,246.88	30,855.46	32,552.51	34,342.90	36,231.76
TOTAL GASTOS VENTAS	119,246.88	125,805.46	132,724.76	140,024.62	147,725.97
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	164,967.4	173,975.1	183,492.3	192,162.4	202,790.1

Tabla No. 5.5 Presupuesto de Gastos de Ventas y Administración, Autora

Incremento en inflación local 5.5 %.

5.2.4 Amortización

Para implantar la presente investigación se va a realizar un préstamo en el Banco del Pichincha para cubrir la inversión estimada que ayude a llevar a cabo este proyecto con el fin de obtener beneficios económicos a futuro. En la entidad elegida nos ofrecen una tasa de anual de 13.5% en un periodo de 36 meses es decir 3 años por un monto de 10,068.00 con aportes de 341.66

(Ver Tabla de amortización en la siguiente página)

ECUTRADER					
(Valorados en Usd.)					
Tabla de amortización gradual					
Periodos	Abono al capital	Interés	Cuota	Capital Pagado	Saldo
1	10,067.90	113.26	341.66	228.39	9,839.51
2	9,839.51	110.69	341.66	230.96	9,608.54
3	9,608.54	108.10	341.66	233.56	9,374.98
4	9,374.98	105.47	341.66	236.19	9,138.79
5	9,138.79	102.81	341.66	238.85	8,899.95
6	8,899.95	100.12	341.66	241.53	8,658.42
7	8,658.42	97.41	341.66	244.25	8,414.17
8	8,414.17	94.66	341.66	247.00	8,167.17
9	8,167.17	91.88	341.66	249.78	7,917.39
10	7,917.39	89.07	341.66	252.59	7,664.81
11	7,664.81	86.23	341.66	255.43	7,409.38
12	7,409.38	83.36	341.66	258.30	7,151.08
13	7,151.08	80.45	341.66	261.21	6,889.87
14	6,889.87	77.51	341.66	264.15	6,625.72
15	6,625.72	74.54	341.66	267.12	6,358.61
16	6,358.61	71.53	341.66	270.12	6,088.48
17	6,088.48	68.50	341.66	273.16	5,815.32
18	5,815.32	65.42	341.66	276.23	5,539.09
19	5,539.09	62.31	341.66	279.34	5,259.74
20	5,259.74	59.17	341.66	282.48	4,977.26
21	4,977.26	55.99	341.66	285.66	4,691.60
22	4,691.60	52.78	341.66	288.88	4,402.72
23	4,402.72	49.53	341.66	292.13	4,110.59
24	4,110.59	46.24	341.66	295.41	3,815.18
25	3,815.18	42.92	341.66	298.74	3,516.44
26	3,516.44	39.56	341.66	302.10	3,214.35
27	3,214.35	36.16	341.66	305.50	2,908.85
28	2,908.85	32.72	341.66	308.93	2,599.92
29	2,599.92	29.25	341.66	312.41	2,287.51
30	2,287.51	25.73	341.66	315.92	1,971.59
31	1,971.59	22.18	341.66	319.48	1,652.11
32	1,652.11	18.59	341.66	323.07	1,329.04
33	1,329.04	14.95	341.66	326.71	1,002.33
34	1,002.33	11.28	341.66	330.38	671.95
35	671.95	7.56	341.66	334.10	337.86
36	337.86	3.80	341.66	337.86	(0.00)

Tabla No. 5.6 Amortización, Autora

5.2.5 Costos

ECUTRADER PRESUPUESTO DE COSTOS (Valorados en Usd.)					
PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
REFRIGERADORAS					
Ventas presupuestadas en unidades	504	508	512	516	520
(+) Inventario Final Presupuestado	-	-	-	-	-
(-) Inventario Inicial Real	-	-	-	-	-
Mercancías a comprar en unidades	504	508	512	516	520
Precio unitario de compra presupuestado	515	543	573	605	638
Total presupuesto compra Refrigeradoras	259,560	276,026	293,538	312,160	331,963
COCINAS					
Ventas presupuestadas en unidades	1,224	1,236	1,249	1,261	1,274
(+) Inventario Final Presupuestado	-	-	-	-	-
(-) Inventario Inicial Real	-	-	-	-	-
Mercancías a comprar en unidades	1,224	1,236	1,249	1,261	1,274
Precio unitario de compra presupuestado	210	222	234	247	260
Total presupuesto compra Cocinas	257,040	273,889	291,842	310,973	331,357
TOTAL DE COSTOS	516,600	549,915	585,380	623,132	663,320

Tabla No. 5.7 Presupuesto de Costos, Autora

Incremento en inflación local 5.5%.

5.3 Ingresos presupuestados

ECUTRADER							
Producto	No. Unidades	Costo de Adquisición	Gasto		Costo por Unidad	Utilidad 10%	Precio
			Transporte	Aduana			
Refrigeradora	504	515	89.29	30.44	634.73	63.47	698.20
Cocina	1224	210	36.76	12.54	259.30	25.93	285.23

Tabla No. 5.8 Precio de Exportación, Autora

Se ha determinado que el precio inicial de exportación de las refrigeradoras será de \$698,20 y el de la cocinas es de \$285,23.

En el presente proyecto se realizará una exportación mensual, es decir 12 veces al año.

ECUTRADER					
PRESUPUESTO DE VENTAS					
(Valorados en Usd.)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PRODUCTO					
REFRIGERADORAS					
Ventas Presupuestadas en unidades	504	508	512	516	520
Precio Unitario de Venta presupuestado	698.20	736.60	777.12	819.86	864.95
Total Presupuestado de Ventas de Refrigeradoras	351,894	374,218	397,958	423,205	450,053
COCINAS					
Ventas Presupuestadas en unidades	1,224	1,236	1,249	1,261	1,274
Precio Unitario de Venta presupuestado	285.23	300.92	317.47	334.93	353.35
Total Presupuestado de Ventas de Cocinas	349,122	372,007	396,392	422,375	450,062
TOTAL PRESUPUESTADO DE INGRESOS POR VENTAS	701,016	746,225	794,350	845,580	900,115

Tabla No. 5.9 Presupuesto de Ventas, Autora

5.4 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o perdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará perdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

ECUTRADER					
DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO					
COSTOS VARIABLES	1	2	3	4	5
GASTOS VARIOS DE ADMINISTRACION	45,720.51	48,169.68	50,767.59	52,137.77	55,064.12
PUBLICIDAD Y PROMOCION	29,246.88	30,855.46	32,552.51	34,342.90	36,231.76
SUBTOTAL	74,967.39	79,025.14	83,320.10	86,480.67	91,295.87
GASTOS FINANCIEROS					
Interes del Préstamo	1,183.06	763.99	284.71	-	-
SUBTOTAL					
SUBTOTAL COSTOS VARIABLES	76,150.45	79,789.13	83,604.80	86,480.67	91,295.87
TOTAL	76,150.45	79,789.13	83,604.80	86,480.67	91,295.87
	1	2	3	4	5
VENTAS	701,015.57	746,224.64	794,350.07	845,580.02	900,114.83
COSTO DE VENTAS	516,600.00	549,915.46	585,380.00	623,132.30	663,319.96
	1	2	3	4	5
Ventas	701,015.57	746,224.64	794,350.07	845,580.02	900,114.83
Costo de Ventas	516,600.00	549,915.46	585,380.00	623,132.30	663,319.96
Factor 1	0.74	0.74	0.74	0.74	0.74
Margen de Contribución	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26
Costo de Operación y financieros	76,150.45	79,789.13	83,604.80	86,480.67	91,295.87
Punto de Equilibrio (dolares)	289,469.34	303,300.19	317,803.80	328,734.87	347,037.79

Tabla No. 5.10 Punto de Equilibrio, Autora

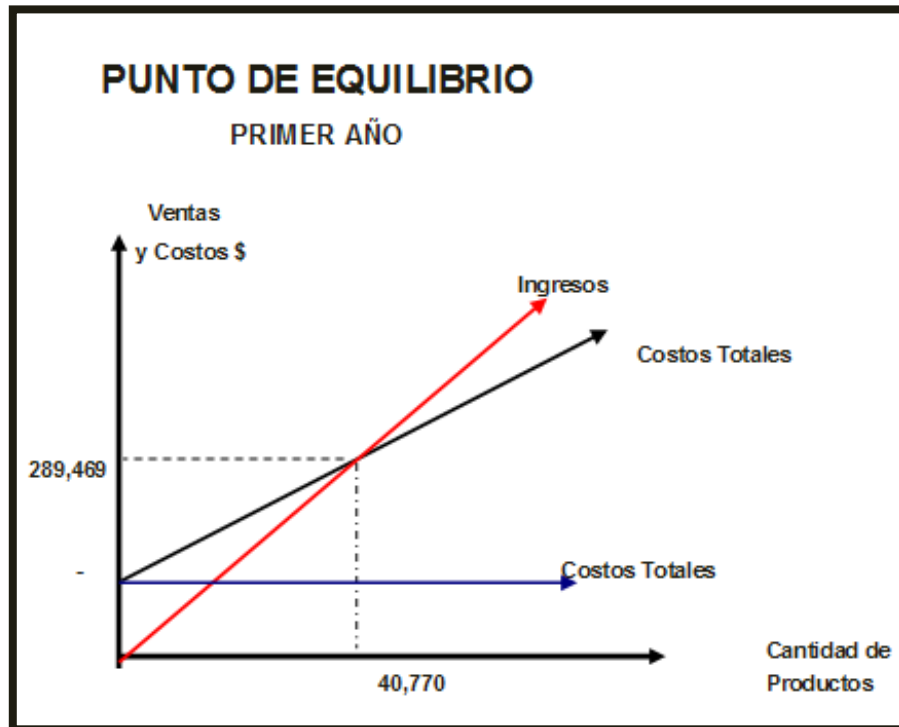


Gráfico No. 5.1 Punto de Equilibrio, Autora

Como resultado del cálculo realizado anteriormente, las ventas anuales deberán ser de USD \$ 289,469 para que la empresa no tenga pérdidas en el primer año de ejecución del Proyecto.

5.5 Flujo de caja

El flujo de caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. Algunos ejemplos de ingresos son los ingresos por venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de préstamos, intereses, etc. Ejemplos de egresos o salidas de dinero, son el pago de facturas, pago de impuestos, pago de sueldos, préstamos, intereses, amortizaciones de deuda, servicios de agua o luz, etc. La diferencia entre los ingresos y los egresos se conoce como saldo o flujo neto, por lo tanto constituye un importante indicador de la liquidez de la empresa. Si el saldo es positivo significa que los ingresos del período fueron mayores a los egresos (o gastos); si es negativo significa que los egresos fueron mayores a los ingresos.

No se considera las amortizaciones y las depreciaciones en los gastos administrativos.

ECUTRADER						
FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO						
(Valorados en Usd.)						
ANUAL						
		1	2	3	4	5
SALDO INICIAL CAJA	BG	10,000	24,618	48,182	75,368	106,260
MAS: INGRESOS:						
RECUPERACION CLIENTES		701,016	746,225	794,350	845,580	900,115
TOTAL EFECT. DISPONIBLE		711,016	770,843	842,532	920,948	1,006,374
MENOS; DESEMBOLSOS						
COSTOS DE VENTAS		516,600	549,915	585,380	623,132	663,320
GASTOS DE VENTAS		119,247	125,805	132,725	140,025	147,726
GASTOS ADMINISTRATIVOS		43,727	46,177	48,774	51,531	54,458
G. FINANCIEROS		1,183	764	285		
IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES		5,640	6,754	7,975	10,158	11,411
TOTAL EGRESOS		686,397	722,661	767,164	814,688	865,503
SUPERAVIT (DEFICIT) CAJA		24,618	48,182	75,368	106,260	140,871

Tabla No. 5.11 Flujo de Caja Presupuestado, Autora

5.6 Evaluación financiera

5.6.1 Valor Actual Neto

El Valor actual neto también conocido como valor actualizado neto, cuyo acrónimo es VAN, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

Los valores para obtener el Valor actual Neto se los obtuvo del siguiente cuadro.

ECUTRADER					
BALANCE DE RESULTADOS PROYECTADOS					
(Valorados en Usd.)					
	AÑOS				
	1	2	3	4	5
VENTAS NETAS	701,016	746,225	794,350	845,580	900,115
- COSTOS DE VENTAS	(516,600)	(549,915)	(585,380)	(623,132)	(663,320)
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	184,416	196,309	208,970	222,448	236,795
GASTOS DE VENTAS	(119,247)	(125,805)	(132,725)	(140,025)	(147,726)
UTILIDAD NETA EN VENTAS	65,169	70,504	76,245	82,423	89,069
GASTOS ADMINISTRATIVOS	(45,721)	(48,170)	(50,768)	(52,138)	(55,064)
DEPRECIACION	(1,530)	(1,530)	(1,530)	(143)	(143)
UTILIDAD EN OPERACIONES	17,919	20,805	23,948	30,142	33,862
GASTOS FINANCIEROS	(1,183)	(764)	(285)		
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	16,736	20,041	23,663	30,142	33,862
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	(2,510)	(3,006)	(3,550)	(4,521)	(5,079)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	14,225	17,034	20,114	25,621	28,783
(-) IMPUESTO A LA RENTA	(3,130)	(3,748)	(4,425)	(5,637)	(6,332)
UTILIDAD NETA	11,096	13,287	15,689	19,984	22,450

Tabla No. 5.12 Balance de Resultados Proyectados, Autora

VALOR ACTUAL NETO			
AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO	FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO ACUMULADO
0	(18,067.90)	(18,067.90)	(18,067.90)
1	11,095.70	9,026.76	(9,041.14)
2	13,286.87	8,793.82	(247.32)
3	15,688.89	8,447.43	8,200.11
4	19,984.37	8,753.87	16,953.99
5	22,450.36	8,000.38	24,954.36
VAN	24,954.36		
Tasa de inflación promedio esperada:	5.50%		
Tasa de riesgo del sector / riesgo país:	7.89%		
Tasa pasiva	4.53%		
Tasa activa	17.92%		
Tasa de riesgo del negocio:	5.00%		
Tasa de Descuento	22.92%		

Tabla No. 5.13 Valor Actual Neto, Autora

5.6.2 Tasa Interna de Retorno (tir)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples en tanto, diversos autores la conceptualizan como la tasa de interés es igual a cero. El VAN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

Las cifras del flujo de efectivo se obtuvieron de la tabla 5.12.

TIR													
AÑO	FLUJO DE EFECTIVO												
0	(18,067.90)												
1	11,095.70												
2	13,286.87												
3	15,688.89												
4	19,984.37												
5	22,450.36												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Tasa de inflación promedio esperada:</td> <td style="text-align: right;">5.50%</td> </tr> <tr> <td>Tasa de riesgo del sector / riesgo país:</td> <td style="text-align: right;">7.89%</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">Tasa pasiva</td> <td style="text-align: right;">4.53%</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">Tasa activa</td> <td style="text-align: right;">17.92%</td> </tr> <tr> <td>Tasa de riesgo del negocio:</td> <td style="text-align: right;">5.00%</td> </tr> <tr> <td>Tasa de Des cuenta</td> <td style="text-align: right;">22.92%</td> </tr> </table>		Tasa de inflación promedio esperada:	5.50%	Tasa de riesgo del sector / riesgo país:	7.89%	Tasa pasiva	4.53%	Tasa activa	17.92%	Tasa de riesgo del negocio:	5.00%	Tasa de Des cuenta	22.92%
Tasa de inflación promedio esperada:	5.50%												
Tasa de riesgo del sector / riesgo país:	7.89%												
Tasa pasiva	4.53%												
Tasa activa	17.92%												
Tasa de riesgo del negocio:	5.00%												
Tasa de Des cuenta	22.92%												
TIR 71%													

Tabla No. 5.14 Tasa Interna de Retorno, Autora

5.6.3 Periodo de Recuperación (pr)

Se define como el período que tarda en recuperarse la inversión inicial, a través de los flujos de caja generados por el proyecto. La inversión se recupera en el año, donde los flujos de caja acumulados superen a la inversión inicial. No se considera un método adecuado si se toma como criterio único, pero, de la misma forma que el método anterior, puede ser utilizado complementariamente con el VAN. Los proyectos que ofrezcan un PR inferior a cierto número de años determinado por la empresa, se aceptarán, en caso contrario, se rechazarán.

PERIODO DE RECUPERACION DE INVERSION					
AÑO	VALOR CONSTANTE			VALOR CONSTANTE	
	ANUAL	ACUMULADO	ANUAL	ACUMULADO	
1	11,095.70	11,095.70	9,026.76	9,026.76	
2	13,286.87	24,382.57	33,409.33	42,436.09	
3	15,688.89	40,071.46	73,480.79	115,916.88	
4	19,984.37	60,055.83	133,536.61	249,453.49	
5	22,450.36	82,506.19	216,042.80	465,496.29	
			INVERSION	18,067.90	
			RECUP.VA.	9,026.76	
			DIFERENCIA	9,041.14	

Tabla No. 5.15 Periodo de Recuperación de Inversión, Autora

Tiempo de recuperación de la inversión es igual a: 1 año, 3 meses.

CONCLUSIONES

- En nuestro país la producción de línea blanca en el año 2011 fue de 1'378,238.38 unidades, es así que, al ejecutar este Proyecto el consumo interno no se verá afectado.
- Según el estudio de mercado elaborado, se determinó que Perú, tiene preferencia por este tipo de producto, debido a la calidad y a los precios asequibles en el mercado.
- Gracias a esta investigación se ha podido identificar las oportunidades que brindan los mercados internacionales para el desarrollo de las exportaciones de línea blanca. En especial el mercado de Perú donde los indicadores utilizados permiten establecer mayores perspectivas de exportación, a través de la figura del trading podremos incursionar en el mercado sin poner en riesgo nuestro capital.
- Es posible identificar cada uno de los factores legales, documentos y procesos logísticos necesarios para la exportación de línea blanca.
- La inversión total de Proyecto alcanzó USD \$ 18,067.90 en donde 55.72% será financiado por medio de un préstamo en el Banco del Pichincha y 44.28% corresponderá al capital propio de la empresa. De acuerdo a la evaluación financiera, la TIR es 71% y la Tasa de Descuento es de 22.92%, lo que demuestra que la TIR es mayor que la tasa de descuento, como resultado de esto, el proyecto es claramente viable y rentable; la inversión inicial se recuperará en un año y tres meses, de acuerdo a la elaboración del índice financiero (PRI) Periodo de Recuperación de la Inversión.

RECOMENDACIONES

- Antes de exportar es necesario tener un conocimiento amplio sobre los datos más relevantes del producto a comercializar, para ofertarlo en el mercado internacional.
- En base a los resultados del estudio de mercado realizado, se recomienda la implantación del proyecto, ya que el mismo es técnicamente factible y rentable.
- Se debe tener en cuenta el tipo de metodología que se va a utilizar en la aplicación del trading, ya que existen dos alternativas, se deberá optar por la mejor opción.
- Ecuador debería beneficiarse de los acuerdos comerciales que tiene con determinados países o grupos de integración, con el fin de promocionar y ofertar productos de calidad, y establecer precios competitivos en los mercados extranjeros, así como también el estar actualizados en las normas y reglamentos que se van implementando o cambiando en el área de comercio exterior para evitar las multas y sanciones en el trámite aduanero.
- Es conveniente la aplicación de este proyecto, ya que la inversión inicial es recuperable en corto tiempo, dos años aproximadamente.

BIBLIOGRAFÍA

Admin. (14 de junio de 2007). *Franja Empresarial*. Recuperado el 08 de 2012, de <http://franjaempresarial.com>

Aparicio, R. (s.f.). *Lagun Aro*. Recuperado el 08 de 10 de 2012, de 2012: <http://www.seguroslagunaro.com>

Asociación de Industriales de Línea Blanca. (2011).

Blanquer, P. (17 de 03 de 2009). *Azuay: Territorio Megadiverso*. Obtenido de www.pnud.org.ec

Camara de Comercio de Quito . (s.f.). Recuperado el 09 de 2012, de <http://www.lacamaradequito.com>

Cámara de Comercio Internacional. (s.f.). *ICC*. Recuperado el 06 de 2012, de <http://www.iccspain.org>

CAN. (2010). *Comunidad Andina*. Recuperado el 05 de 2012, de www.comunidadandina.org

Canino, A. (2011). *Scribd*. Recuperado el 2012, de www.scribd.com

Código Orgánico de la Producción, C. e. (2010). *Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del COPCI*. Quito.

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (29 de Diciembre del 2010). Quito: Registro Oficial.

COMEX. (2012). *Consejo de Comercio Exterior e Inversiones*. Recuperado el junio de 2012, de <http://www.comexi.gob.ec>

Cordero, M. (2012).

Crespo, J. D. (2010). *Ecuador y los Acuerdos Comerciales*. Quito: AITE.

Dávalos, A. D. (Enero de 2012). *Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el 05 de 2012, de www.proecuador.gob.ec

Definicion.de. (2008). Recuperado el 2012, de www.definicion.de

Económicos, D. (2011). *scotia bank*. Recuperado el 07 de 2012, de <http://www.scotiabank.com.pe>

Ecuador, S. N. (Noviembre de 2011). *Aduana del Ecuador SENA E*. Recuperado el 2012, de <http://www.aduana.gob.ec>

Farfan, S. (2011). *La Guía* . Recuperado el 08 de 10 de 2012, de <http://geografia.laguia.com>

Fibro Acero S.A. (2007). Recuperado el 2012, de <http://www.ecogasecu.com>

GestioPolis. (10 de Mayo de 2002). *GestioPolis Negocios* . Recuperado el 12 de Abril de 2012, de <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/46/ordencompra.htm>

Glagovsky, E. (s.f.). *monografias*. Recuperado el 11 de 2012, de <http://www.monografias.com>

Indurama. (2008). Recuperado el 2012, de <http://www.indurama.com>

INEC. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 2012, de www.inec.gob.ec

Internas, S. d. (2012). *SRI*. Recuperado el 06 de 2012, de <http://www.sri.gob.ec>

Jácome, H. (2011). *Boletín de Análisis Sectorial y de MIPYMES*.

Jouvín, R. (2012).

MINCETUR. (01 de 02 de 2012). *Ministerio de Comercio Exterior y de turismo*. Recuperado el 07 de 2012, de <http://www.mincetur.gob.pe>

Ministerio de Coordinacion de la Produccion, E. y. (2010). *Ministerio de Coordinacion de la Produccion, Empleo y Competitividad*. Recuperado el 05 de 2012, de <http://www.mcpec.gob.ec>

MLM Comercio Internacional . (2009). Recuperado el 09 de 2012, de <http://www.manzoli.com.ar>

Mora, X. (2012).

Neira, D. (2010). *GestioPolis*. Recuperado el 2012, de <http://www.gestiopolis.com>

Nosh, O. (2010). *Scrib*. Recuperado el 2012, de <http://es.scribd.com>

Salame, J. C. (2012).

SOLÉ, X. (2012). *ANALISIS, SISTEMAS, ESPECULACIÓN, MONEY MANAGEMENT*. Recuperado el 31 de 08 de 2012, de <http://ansiesmo.blogspot.com>

Sosa, C. A. (2012). Patente Municipal es requisito para el RUC. *LIDERES* .

Suárez, O. (2012).

Valdivieso, M. B. (2007). *Contabilidad General*. Quito: Nuevodia.

Valera, M. (2011). *Elaboración de partes y piezas para el sector de línea blanca*. Quito.

Wikipedia. (2010). Recuperado el 2012, de <http://es.wikipedia.org>

Wikipedia. (2012). Recuperado el 09 de 2012, de es.wikipedia.org