



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

AUTOR: LOURDES JIMÉNEZ, ESTEFANÍA HERMOSA

TEMA: “PLAN DE IMPORTACIÓN DE ALUMINIO PRIMARIO EN
LINGOTES PARA SU PROCESAMIENTO EN DEPÓSITO
INDUSTRIAL Y SU NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL DEL
PORTAFOLIO DE PRODUCTO TERMINADO DE LA EMPRESA
CEDAL S.A.”

DIRECTOR: ING. JUAN CARLOS LÓPEZ

CODIRECTOR: M.Sc. RODY GUZMÁN

QUITO, 2 DE DICIEMBRE 2013

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

CERTIFICADO

Ing. Juan Carlos López y M.Sc. Rody Guzmán

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “*PLAN DE IMPORTACIÓN DE ALUMINIO PRIMARIO EN LINGOTES PARA SU PROCESAMIENTO EN DEPÓSITO INDUSTRIAL Y SU NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL DEL PORTAFOLIO DE PRODUCTO TERMINADO DE LA EMPRESA CEDAL S.A.*” realizados por Estefanía Elizabeth Hermosa Tabango y Lourdes Elizabeth Jiménez Orozco, ha sido guiado, revisado periódicamente y cumple normas y reglamento de la Escuela Politécnica del Ejército adicional al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión.

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 Lourdes Elizabeth Jiménez Orozco y Estefanía Elizabeth Hermosa Tabango que lo entregue a Ing. Fabián Guayasamín en su calidad de Director de la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Internacional

Quito, 2 de Diciembre del 2013

Ing. Juan Carlos López

DIRECTOR

M.Sc. Rody Guzmán

CODIRECTOR

CERTIFICACION

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

*Lourdes Elizabeth Jiménez Orozco & Estefanía Elizabeth Hermosa
Tabango*

DECLARAMOS QUE:

El proyecto de grado denominado “*PLAN DE IMPORTACIÓN DE ALUMINIO PRIMARIO EN LINGOTES PARA SU PROCESAMIENTO EN DEPÓSITO INDUSTRIAL Y SU NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL DEL PORTAFOLIO DE PRODUCTO TERMINADO DE LA EMPRESA CEDAL S.A.*”, ha sido desarrollado con base a una investigación total, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el proyecto, cuyas fuentes se anexan en cada cita

Con ello certificamos que el presente trabajo es de nuestra autoría en virtud a esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, 2 de Diciembre del 2013

Lourdes Jiménez O.

Estefanía Hermosa T.

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

*Nosotras, Lourdes Elizabeth Jiménez Orozco & Estefanía Elizabeth
Hermosa*

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo **“PLAN DE IMPORTACIÓN DE ALUMINIO PRIMARIO EN LINGOTES PARA SU PROCESAMIENTO EN DEPÓSITO INDUSTRIAL Y SU NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL DEL PORTAFOLIO DE PRODUCTO TERMINADO DE LA EMPRESA CEDAL S.A.”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, 2 de Diciembre del 2013

Lourdes Jiménez O.

Estefanía Hermosa T.

DEDICATORIA

Dios GRACIAS por tu inmensa misericordia y permitirme hoy dedicarles uno de los tantos triunfos que mi corazón deseaba alcanzar a mi bella familia JIMENEZ OROZCO. No voy a nombrar todas las razones por las que los amo porque de ser así nunca concluiría, solo quiero decirles que me siento muy orgullosa y feliz de ser parte de ustedes.

Padres amados son dos seres maravillosos que con su gran corazón, paciencia, amor, pasión, esfuerzo y perseverancia por sus hijos lograron en mí lo que hoy consigo, mi carrera profesional meta tan deseada, mis queridos padres los amo y gracias de corazón por convertir mis días simples en días especiales a su lado.

Aurelio, somos dos gotas de agua, no nos rendimos, luchamos por lo que deseamos y ahora tu esfuerzo dio resultado, padre amado esta meta es para ti y gracias por ser el mejor padre del mundo.

Juanita, madre querida & mejor amiga, te amo infinitamente gracias por darme la vida y hoy poderte dedicar esta meta, gracias por existir y aliviar mis penas en todo momento y ser mi inspiración como mujer y madre.

Los años transcurren y cada uno de nosotros tomamos caminos diferentes, pero un sentimiento único que hoy nos mantienen unidos como hermanos jamás terminara, amores no tengo palabras en este mundo para hacerles conocer cuan agradecida estoy con la vida por tenerlos conmigo cada minuto, gracias por su amistad, amor, lealtad y compañerismo cada minuto de mi vida

Christian, siempre has sido el más fuerte, que seca mis lágrimas y me inyecta energía, gracias hermano mío por darme esos ánimos que muchas veces no tengo, eres mi orgullo hoy que estas por iniciar una etapa fuerte e ingrata quiero que sepas que esto es para ti, para que veas que con esfuerzo y perseverancia todo se alcanza todo, se más que yo confié en ti, sé que lo lograras te amo

Angelito mi pequeño orgullo, mi clon en hombre, quiero que sepas que jamás estarás solo que apoyare cada una de tus decisiones y confié mucho en que tu alcanzaras todo lo que te propongas en la vida, esto es para ti mi pequeño gracias por tu amor, por tus locuras, por tus cuidados, por amarme & simplemente por estar a mi lado. .

Aurelio, Juanita, Christian & Ángel, es para ustedes este pequeño detalle, los amo con toda mi fuerza y GRACIAS por levantarme todas las veces que caí, por ser mi inspiración y mi razón de ser.

El futuro es incierto pero hoy te dedico a ti por ser una de mis razones de sonreír. (V.A.J); gracias mi Dios por permitirme dedicar este esfuerzo al ser que iluminara mi vida y será motivo de lucha, a ti amor chiquita/o, bebe mío te amo y para ti es esto amor.

LOS AMO

“Lou”

AGRADECIMIENTO

Es un momento muy anhelado que un Autor pasa; porque son muchas las personas a las que debemos agradecer, estas palabras quedaran impregnado en un papel donde será de acceso a personas que ni siquiera conoceré, algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos, sin importar en donde estén o si no llegan a leer estas dedicatorias igual quiero darles las gracias por ser parte de mi vida, por todos sus buenos deseos, bendiciones y sobre todo por su apoyo incondicional.

Mi Dios una vez más de rodillas agradeciéndote esta oportunidad de tener a los seres que más amo en este mundo MI FAMILIA compartiendo la dicha de alcanzar un peldaño más de mi vida, por darme tu inmensa fuerza y voluntad para no desmayar todo este tiempo.

Aurelio, Juanita, Ángel & Christian orgullo de ser la mejor cada día, gracias por su inmenso amor, comprensión y compañía durante este tiempo para que este gran esfuerzo hoy se haga realidad.

Tía Yoli, Robert, Alejandra, Bilin, tía Romi, tío Luchito, tío Ángel, tía Gilma, Titina, tía Glays, tía Rosita, papito Bolo y mi madre bella que estas en el cielo, gracias por su amor leal y cariño por ser ejemplo a seguir cada día; Tío Edgar lo logre fue difícil el camino pero lo alcanzamos una de las tantas metas, Dios me lo bendiga y gracias por creer en mí!

Mamita Ida, Papi Galo, Aurita, tía Gina & Flia., tía Jesús & Flia., Tía Jazmín & Flia., Tío Tito & Flia., Gabriel & Flia., Verónica & Flia., Lourdes & Flia, Chavita Jiménez, y familia mía gracias por su amor y apoyo.

Mi Gabriela Gavin como olvidarme de ti, un Dios le pague por tu cariño, apoyo y amistad todo este tiempo; Gracias por ser parte de nosotros y llenar de felicidad a una parte muy importante de mí.

Zully Larrea y Paulina Córdova compañeras amigas de labores gracias por su apoyo desinteresado en cada paso para alcanzar hoy esta meta.

Estefanía Hermosa y Diego Salguero, gracias por estos 5 años de cosas buenas, malas, re buenas y re malas; sigamos cumpliendo nuestros sueños y no dejemos de creer en nosotros y en lo que podemos conseguir.

Carolina López & Flia., Dayanara & Lorena Ibarra., Jhon Arcos., Cristian Cedillo. gracias por compartir conmigo este triunfo y ser amigos ante toda circunstancia que se ha presentado.

A mis amigos pocos pero buenos! Gracias por su amistad, apoyo y lealtad por pasar a mi lado los momentos de mi vida universitaria y de mi vida cotidiana, espero seguir disfrutando de los triunfos que cada uno de nosotros alcancemos

Con broche de oro a ti vida por hacer de mis días los mejores, te amo hijita/o; esto es para ti fruto hermoso mío, solo mío!.

Infinitamente un gracias de todo corazón.

Su hija, hermana, madre, amiga y compañera

“Lou”

DEDICATORIA

Dios, un Gracias infinito por permitirme hoy escribir estas palabras y poder dedicar este pequeño detalle a las personas que más amo.

Cuando el amor por tus padres te impulsa a agradecerles lo que han significado para ti en tu vida gracias por estar a mi lado en el momento justo y el más anhelado, cuando necesito sentir sus besos y sus abrazos y escuchar un te quiero y escuchar un te amo...

Papito hermoso, con lágrimas en los ojos escribo estas palabras porque es difícil no poder compartir contigo este momento importante en mi vida, aun te extraño muchísimo pero a la vez acepto la decisión que tomó Dios al llevarte de mi lado, hoy te dedico este triunfo a ti porque sé que te sentirás orgulloso de mi allá en el cielo. TE AMO MUCHO PAPITO.

Mamita, que sería de mí si no tuviera una madre como usted, quien ha sido un gran ejemplo en mi vida porque siempre se dedicó a salir adelante con sus hijas sin importar las barreras que se presenten en nuestro camino, esto se lo dedico con mucho amor porque gracias a usted soy lo que soy ahora.

Nacimos del mismo vientre, crecimos en el mismo lugar, sufrimos las mismas pérdidas pero desde otro lugar, son y serán mi otra mitad, parte de mi misma aunque no se pueda explicar...

Vivi, gracias ñaña porque siempre has sido un ejemplo de constancia y de perseverancia, por apoyarme en todo momento que te necesito, hoy te devuelvo un poco de lo que has hecho por mí y lo hago con mucho amor, gracias a ti he aprendido a crecer en la vida.

Pao, ñaña de ti aprendí muchas cosas, entre ellas el salir adelante siempre a pesar de los problemas que se presenten en la vida, eres un gran ejemplo en mi vida porque me enseñaste a luchar hasta llegar a mi meta, hoy es mi turno de dedicarte un logro de los tantos que quiero cumplir.

Mis sobrinos son mi delicia los que me dan esa alegría que cada día voy a buscar porque realmente, la necesito, al abrazarlos me siento plena son pequeñitos y revoltosos más no interesa, esos mis niños son mi dulzura y mi verdad...

Como no dedicar este detalle a las personitas que llegaron a llenarme de alegría, MIS SOBRINOS, mis chiquitos preciosos que son lo que más amo, son mi razón de ser, esto es para ustedes, y también para ese angelito que está en camino, muero por conocerte mi amor, ustedes son mi vida entera.

Hay personas que nos hablan y ni las escuchamos.. hay personas que nos hieren y no dejan ni cicatriz.. Pero hay personas que simplemente aparecen en nuestra vida y nos marcan para siempre... Dios la puso en mi camino por alguna razón y de verdad agradezco que haya sido así, conocí a un ser maravilloso que a pesar de las circunstancias siempre estuvo pendiente de mi brindándome su apoyo y cariño, quien me recibía con mucho afecto en su casa, hoy quiero devolverle un poquito de todo lo que recibí dedicándole mi proyecto de tesis porque sé que nunca se olvidó de mi ni en el último de sus momentos. Gracias por tanto Cariño Doña Lia.

DEDICADO A LAS PERSONAS QUE MAS IMPORTANTES EN MI VIDA, LOS AMO MUCHO

Tefa

AGRADECIMIENTO

En este punto de mi vida me encuentro con varios sentimientos encontrados porque de una u otra manera esto significa el cierre de una gran etapa de mi vida donde aprendí muchas cosas que hoy me han hecho crecer en el ámbito personal y profesional.

Doy gracias a Dios por no haberme abandonado en ningún momento, por haberme brindado la oportunidad de culminar mi carrera y por el motivo más importante, el haberme brindado la hermosa familia que tengo, quienes han hecho de mí lo que ahora soy.

A mi Mamita Tere, porque gracias a su esfuerzo constante he podido salir adelante a pesar de todas las barreras que se han cruzado en nuestro camino; porque me ha enseñado a luchar siempre por lo que quiero y porque siempre tiene una palabra que me ayuda a sentirme mejor en los momentos difíciles.

Mis hermanas Vivi y Pao, a quienes considero mis otras dos mamás porque han estado conmigo incondicionalmente ayudándome siempre en todo lo que necesito. Gracias por ser un gran ejemplo para mí.

Tías Lucy, Gladys y Juani, gracias por todo su apoyo brindado durante todos estos años porque siempre tienen un consejo que darme.

A mis preciosas Yeya, Yaffa, y May por ser más que amigas "hermanas" y estar conmigo siempre que las necesito.

Gabo, mi hermanito menor, gracias por estar siempre pendiente de mí en todo momento, tus palabras siempre me alientan a seguir adelante.

Lula, un infinito gracias amiga por la paciencia brindada hacia mí y por apoyarme cuando he necesitado.

A mis amigos del barrio y de la universidad, gracias por compartir momentos maravillosos durante todos estos años de amistad.

MUCHAS GRACIAS POR TODO, LOS QUIERO MUCHO

TEFA

INDICE GENERAL

RESUMEN	xvii
SUMMARY.....	xviii
JUSTIFICACIÓN	xix
OBJETIVOS.....	xxi
METODOLOGÍA.....	xxii

CAPITULO I

ANTECEDENTES	1
1.1 PERFIL DE LA EMPRESA	1
1.2 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	2
1.2.1 <i>Características físicas</i>	2
1.2.2 <i>Beneficio básico</i>	3
1.2.3 <i>Producto ampliado</i>	3
1.2.4 <i>Servicios y garantías</i>	4
1.3 USOS DEL PRODUCTO	4
1.3.1 <i>Formas de uso y cuidados.</i>	4
1.3.2 <i>Empaques</i>	5
1.3.3 <i>Versiones</i>	6
1.3.4 <i>Empaque para embarque</i>	6
1.3.5 <i>Etiquetas</i>	6
1.3.6 <i>Frente</i>	6
1.4 PROPIEDADES QUÍMICAS	7
1.5 SUSTITUTOS DEL ALUMINIO	8
1.6 MARCO LEGAL	8
1.6.1 <i>Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones ECUADOR</i>	8
1.7 CLASIFICACION ARANCELARIA	10
1.8 PARTIDAS APLICADAS AL PROYECTO.....	11

CAPITULO II

2 ESTUDIO DE MERCADO	13
2.1 CIFRAS COMERCIALES.....	13
2.2 DEMOGRAFÍA Y SOCIEDAD	15

2.2.1	<i>Población, etnias, densidad demográfica y tasas de crecimiento</i>	15
2.2.2	<i>Población urbana y las principales ciudades</i>	17
2.2.3	<i>Organización administrativa, económica y territorial del Estado</i>	19
2.2.4	<i>La Administración Económica y Comercial y distribución de competencias</i>	20
2.3	BLOQUES COMERCIALES	20
2.3.1	<i>Arreglos</i>	22
2.4	MARCO ECONÓMICO	22
2.4.1	<i>Estructura de la economía (evolución del PIB; distribución sectorial; PIB per cápita, Inflación)</i>	22
2.4.2	<i>Entorno Macroeconómico de Sudamérica</i>	23
2.5	ESTUDIO DE DEMANDA INTERNACIONAL	27
2.5.1	CIFRAS DE EXPORTACIÓN	28
2.5.2	EXPORTACIONES POR SECTORES	30
2.5.3	PAÍSES DE DEMANDA	31
2.5.3.1	<i>Exportaciones por mercados de destino</i>	31
2.5.4	CIFRAS DE IMPORTACIÓN	32
2.5.4.1	<i>Importaciones</i>	32
2.5.4.2	<i>Importaciones por mercados de origen</i>	33
2.5.5	SUBPARTIDAS ARANCELARIAS	34
2.5.6	PAÍSES PROVEEDORES	34
2.6	CULTURA DE PERÚ	39
2.6.1	<i>Cultura de negocios</i>	39
2.6.2	<i>Lengua oficial, religión y costumbres</i>	40
2.7	DEMANDA INSATISFECHA	42
	<i>Análisis:</i>	43
2.8	ESTUDIO DE LA COMPETENCIA	44
2.8.1	<i>Materia Prima</i>	44
2.8.2	<i>Matricería</i>	44
2.8.3	<i>Extrusión</i>	45
2.8.4	<i>Acabados</i>	46
2.8.5	<i>Empaque</i>	46

CAPITULO III

3	COMERCIO EXTERIOR.....	48
3.1	REGÍMENES DE IMPORTACIÓN	48
3.1.1	<i>Importación para el Consumo (Reg. 10)</i>	48
3.1.2	<i>Admisión Temporal para Reexportación en el mismo Estado (Reg. 20)</i>	48
3.1.3	<i>Régimen de Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Reg. 21)</i>	49
3.1.4	<i>Reposición de mercancías con Franquicia Arancelaria (Reg. 11)</i>	49
3.1.5	<i>Transformación bajo Control Aduanero (Reg. 72)</i>	50
3.1.6	<i>Reimportación en el mismo Estado (Reg. 60)</i>	50
3.1.7	<i>Régimen depósito aduanero (Reg. 70)</i>	51
3.2	LOGÍSTICA DE IMPORTACIÓN	57
3.2.1	<i>Logística</i>	57
3.2.1.1	<i>Logística de importación</i>	58
3.2.2	<i>Aduanas</i>	62
3.3	TRANSPORTE INTERNO Y FINALIZACIÓN TRAMITE IMPORTACIÓN	63
3.3.1	<i>Generación de la Matriz Insumo producto Importadores</i>	67
3.4	LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN	67
3.4.1	<i>Exportación Definitiva (Reg. 40)</i>	67
3.4.1.1	<i>Logística de Exportación de la Empresa CEDAL S.A.</i>	67
3.4.2	<i>Exportación Vía Marítima</i>	75
3.4.3	<i>Documentos principales para la Exportación</i>	78
3.4.3.1	<i>Términos de negociación internacional y formas de cobro</i>	89
3.5	EXW (EX WORKS) – EN FÁBRICA	91
3.6	FCA (FREE CARRIER) –FRANCO TRANSPORTISTA	91
3.7	FAS -FRANCO AL COSTADO DEL BUQUE.....	92
3.8	CPT – TRANSPORTE PAGADO HASTA.....	93
3.9	CIP – TRANSPORTE Y SEGURO PAGADO HASTA.....	93
3.10	FOB (FREE ON BOARD) – FRANCO A BORDO	94
3.11	CFR (COST AND FREIGHT) - COSTO Y FLETE	95
3.12	CIF (COST, INSURANCE AND FREIGHT) - COSTO, SEGURO Y FLETE.....	96
3.13	DAT (DELIVERY AT TERMINAL) – ENTREGA EN TERMINAL	97
3.14	DAP (DELIVERED AT PLACE) – ENTREGA EN LUGAR	98
3.15	DDP (DELIVERY DUTTY PAID) – ENTREGA DERECHOS PAGAD	99

3.16	TRANSMISION DE LA DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACIÓN EN ECUAPASS.....	101
------	--	-----

CAPITULO IV

4	PLAN DE NEGOCIOS ESTRATEGICO Y OPERATIVO.....	107
4.1	MARKETING ESTRATEGICO.....	107
4.1.1	<i>Giro de Negocio</i>	107
4.2	FILOSOFIA CORPORATIVA.....	118
4.2.1	<i>Nombre de la empresa</i>	118
4.2.1.1	<i>Misión</i>	119
4.2.1.2	<i>Visión</i>	119
4.2.1.3	<i>Valores corporativos</i>	120
4.2.1.4	<i>Objetivos estratégicos de crecimiento</i>	122
4.2.1.5	<i>Crecimiento por integración</i>	128
4.3	MARKETING OPERATIVO.....	143
4.3.1	<i>Posicionamiento de marca</i>	143
4.3.1.1	<i>Marca</i>	143
4.3.1.2	<i>Slogan</i>	143
4.3.1.3	<i>Logotipo</i>	143
4.3.1.4	<i>Gama cromática</i>	144
4.3.1.5	<i>Tipografía corporativa</i>	145
4.3.2	CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	145
4.3.3	RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	146
4.3.4	SEGMENTOS DE MERCADO.....	147

CAPITULO V

5	ESTUDIO FINANCIERO.....	148
5.1	INVERSIÓN INICIAL.....	148
5.1.1	<i>Descripción de la Inversión Inicial</i>	148
5.2	ESTADOS FINANCIEROS.....	149
5.2.1	<i>Estado de Situación Inicial</i>	150
5.3	PRESUPUESTOS.....	152
5.3.1	<i>Presupuesto de ventas</i>	152

5.3.2	<i>Presupuesto de costos</i>	153
5.3.3	<i>Presupuesto de gastos</i>	154
5.3.4	<i>Presupuesto de Estados Financieros</i>	155
5.4	FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO	156
5.5	BALANCE GENERAL PROYECTADO	157
5.6	EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO	159
5.6.1	<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	159
5.6.2	<i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i>	159
5.7	RELACIÓN COSTO BENEFICIO	160
5.8	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	161
5.9	PUNTO DE EQUILIBRIO	162

CAPITULO VI

6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	164
6.1	CONCLUSIONES.....	164
6.2	RECOMENDACIONES.....	166

TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Perfiles, CEDAL	2
Gráfico No. 2 Empaques, CEDAL	5
Gráfico No. 3 Materia Prima, CEDAL.....	5
Gráfico No. 4 Importaciones Perú (millones de dólares), Banco Central del Perú	14
Gráfico No. 5 Distribución geográfica de Perú, INEI.....	17
Gráfico No. 6 Producto Interno Bruto, Banco Central de Reservas del Perú	23
Gráfico No. 7 Componentes de Países Sudamericanos	27
Gráfico No. 8 Exportaciones (millones de dólares), Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria Perú	29
Gráfico No. 9 Exportaciones Tradicionales (millones de dólares) Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria Perú.....	29
Gráfico No. 10 Exportaciones no Tradicionales (millones de dólares), Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria Perú.....	30
Gráfico No. 11 Saldo Comercial Exportaciones e Importaciones (miles de dólares), Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria Perú.....	32
Gráfico No. 12 Importaciones (millones de dólares), Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria Perú.....	33
Gráfico No. 13 Principales Proveedores de Perú, Banco Central del Ecuador.....	34
Gráfico No. 14 Balanza Comercial Total (miles de dólares), Banco Central del Ecuador	37
Gráfico No. 15 Balanza no Petrolera, Banco Central del Ecuador	38
Gráfico No. 16 Crecimiento porcentual de la Oferta - Demanda de Perfiles	43
Gráfico No. 17 Logística, Martín Chistopher.....	59
Gráfico No. 18 VITRAL, Marca en Perú.....	69
Gráfico No. 19 Perfiles, CEDAL.....	70
Gráfico No. 20 Perfiles de Aluminio, Subpartida 7608.20.00.00.....	71
Gráfico No. 21 Perfiles de Aluminio, Subpartida 7604.29.20.00.....	71
Gráfico No. 22 Contenedor 40ST, Cubicaje y Medidas, CEDAL	73
Gráfico No. 23 Contenedor 40HC, Cubicaje y Medidas, CEDAL	74
Gráfico No. 24 Mapa de Transito Perú.....	75
Gráfico No. 25 Emisión del Certificado de Origen, ECUAPASS.....	81
Gráfico No. 26 Certificado del Acuerdo de Cartagena, CAN - ECUAPASS	82
Gráfico No. 27 Certificado de Origen, CAN propietario ECUAPASS	82
Gráfico No. 28 Certificado de Origen, CAN información ECUAPASS	83
Gráfico No. 29 Copia de Adjunto Certificado de Origen, ECUAPASS.....	83
Gráfico No. 30 Certificado de Origen, CAN productos ECUAPASS	84
Gráfico No. 31 Certificado de Origen, CAN enviar ECUAPASS.....	84
Gráfico No. 32 Certificado de Origen, CAN ok ECUAPASS	85
Gráfico No. 33 Ingreso del Token, ECUAPASS.....	86
Gráfico No. 34 Elección del Token, ECUAPASS	86

Gráfico No. 35 Ingreso del Token, ECUAPASS.....	87
Gráfico No. 36 Estado del Trámite, Certificado de Origen, CAN - ECUAPASS.....	88
Gráfico No. 37 Ex Work, www.comercioexterior.com.ec	91
Gráfico No. 38 Free Carrier, www.comercioexterior.com.ec	92
Gráfico No. 39 Free Alongside Ship, www.comercioexterior.com.ec	92
Gráfico No. 40 Carriage Paid to, www.comercioexterior.com.ec	93
Gráfico No. 41 Carriage and Insurance Paid, www.comercioexterior.com.ec	94
Gráfico No. 42 Free on Board, www.comercioexterior.com.ec	95
Gráfico No. 43 Cost and Freight, www.comercioexterior.com.ec	96
Gráfico No. 44 Cost, Insurance and Freight, www.comercioexterior.com.ec	96
Gráfico No. 45 Delivery at Terminal, www.comercioexterior.com.ec	97
Gráfico No. 46 Delivery at Place, www.comercioexterior.com.ec	99
Gráfico No. 47 Delivery Dutty Paid, www.comercioexterior.com.ec	100
Gráfico No. 48 Aforo Automático DAE y DAS, ECUAPASS.....	103
Gráfico No. 49 Aforo Documental DAE y DAS, ECUAPASS.....	104
Gráfico No. 50 Aforo Físico DAE, ECUAPASS.....	105
Gráfico No. 51 Formato Declaración Aduanera de Exportación (DAE).....	106
Gráfico No. 52 Matriz BCG.....	108
Gráfico No. 53 Pronóstico de Vent.....	117
Gráfico No. 54 Matriz Multicriterio.....	127
Gráfico No. 55 Balance Scord Card.....	132
Gráfico No. 56 Actividades PERT.....	140
Gráfico No. 57 Logotipo Nacional CEDAL.....	143
Gráfico No. 58 Logotipo Internacional Perú.....	144
Gráfico No. 59 Canales de Distribución.....	146
Gráfico No. 60 Punto de Equilibrio.....	163

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1: Clasificación de las Partidas.....	10
Tabla 2: Partida de Importación CEDAL	11
Tabla 3: Partida de Exportación CEDAL.....	12
Tabla 4: Población por Regiones, PROECUADOR	17
Tabla 5: Población de Perú en cada ciudad, Banco Central de Reservas del Perú	18
Tabla 6: Distribución de la Población por Edades,	18
Tabla 7: Población Activa de Perú, Banco Central de Reservas del Perú.....	19
Tabla 8: Entorno Macroeconomico de Sudamerica	24
Tabla 9: Componentes Sudamerica	26
Tabla 10: Exportaciones de Ecuador a Perú, Banco Central del Ecuador	28
Tabla 11 : Importaciones (millones de dólares) Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria Perú	33
Tabla 12 : Balanza Comercial entre Ecuador y Perú (miles de dólares), Banco Central del Ecuador	36
Tabla 13: Balanza no Petrolera (miles de dólares), Banco Central del Ecuador	38
Tabla 14: Demanda Insatisfecha del Perú, INEI	42
Tabla 15: Exportadores a Perú, Banco Central del Ecuador	47
Tabla 16: Exportaciones a Perú, Banco Central del Ecuador	47
Tabla 17: Partida Arancelaria Contrato, CEDAL	53
Tabla 18: Partida Arancelaria Contrato, CEDAL	53
Tabla 19: Póliza de Seguros para funcionamiento Déposito, CEDAL	54
Tabla 20: Incoterms – Negociaciones Internacionales	90
Tabla 21 Matriz EFE	110
Tabla 22 Matriz EFI.....	111
Tabla 23: Matriz PEEA (Posición Estratégica Evaluación de la Acción).....	115
Tabla 24 Proyecciones de Venta.....	118
Tabla 25 : Matriz de Estrategias FODA.....	124
Tabla 26: Matriz Multicriterios	125
Tabla 27 Actividades GANNT	136
Tabla 28: Actividades PERT	139
Tabla 29: Presupuesto.....	141
Tabla 30: Inversión Inicial, CEDAL.....	149
Tabla 31: Balance de Situación Inicial, CEDAL.....	151
Tabla 32: Presupuesto de Ventas	153
Tabla 33: Costo de Producción, CEDAL.....	153
Tabla 34: Presupuesto de Costos, CEDAL.....	154
Tabla 35: Presupuesto de Gastos Operacionales, CEDAL.....	155
Tabla 36: Estado de Pérdidas y Ganancias, CEDAL.....	156
Tabla 37: Flujo de Caja Presupuestada, CEDAL	157
Tabla 38: Balance General, CEDAL.....	158

Tabla 39: VAN y TIR	159
Tabla 40: Relación Beneficio - Costo, CEDAL	161
Tabla 41: Período de Recuperación de Inversión	161
Tabla 42: Punto de Equilibrio	163

RESUMEN

En el siguiente plan de estudio de Comercio Exterior se realizará un análisis sobre las características del aluminio primario en lingotes que representa la materia prima para la elaboración de perfiles (producto terminado), para explicar la factibilidad del siguiente plan de importación partiremos con un estudio de mercado, en los cuales analizaremos las cifras comerciales (Importaciones), los proveedores del producto primario. Al mismo tiempo presentaremos un estudio de demanda, analizando las cifras de exportación del país y con ello obtener un referencial para nuestro mercado objetivo y la competencia internacional, con ello implementaremos la aplicación de un Régimen Especial de acuerdo a la LOA (Ley Orgánica de Aduanas) anteriormente legislada por Ecuador, que hoy en día tiene el nombre de COPCI (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión) donde determinaremos requisitos y procesos para el uso de acorde a la legislación de Regímenes Especiales y por pertenecer a un bloque comercial como la Comunidad Andina (CAN). Además determinaremos la logística internacional para el producto como son: transporte, seguros y convenios, analizando el Incoterms que favorece; efectuaremos un marketing internacional donde nos englobaremos de las necesidades que presenta el mercado externo, con ello crearemos una imagen corporativa para así alcanzar la participación de mercado que deseamos como exportadores del producto y por último realizaremos la estimación financiera de la empresa CEDAL S.A. para determinar dentro de un periodo contable la viabilidad del siguiente plan de grado.

SUMMARY

The next Foreign Trade Study will analyze the characteristics of primary aluminum ingots; which is the raw material for the production of “profiles”. (Finished product). To explain the feasibility of the next importation plan, we will start with a market research in which we will analyze the trade figures (Imports) and the primary product suppliers. At the same time we will present a demand study analyzing all exportation figures of the country in order to obtain a reference to our main target and international competition, additionally, we will implement the application of a special scheme according to the LOA (Law Adunas) previously legislated by Ecuador, which today is named COPCI (Organic Production and Investment Code) which determine requirements and processes for using according to the legislation of Special Regimes. Also determine international logistics for product such as: transportation, insurance and conventions, make an international marketing where we cover needs of the domestic and foreign markets, thereby create a corporate image and thus achieve the market share we want as exporters and finally we will make the company's financial estimate CEDAL SA to determine within an accounting period viability following degree plan.

JUSTIFICACIÓN

Las empresas que realizan actividades de importaciones de Materia Prima y exportación de Producto terminado, son las que han aplicado regímenes aduaneros, por tal motivo determinaremos que Régimen aduanero beneficia a la empresa CEDAL S.A. para la elaboración y fabricación de los productos derivados del Aluminio.

El siguiente estudio nos permitirá buscar un beneficio económico en la producción del portafolio de productos de CEDAL S.A. a través de la implementación del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión; donde estableceremos procedimientos o herramientas que se puedan aplicar a la actividad económica y al sector en que se desarrolla la empresa para que con ello podamos usar las herramientas disponibles en nuestra legislación y organizaciones internacionales para que todos los países entremos en una justa competencia, analizando que factores nos ayuda con crecimiento empresarial al realizar actividades de Comercio Internacional.

Con ello lograremos que a través de la Ley y reglamentos que se rigen en el país y al mismo tiempo a nivel Internacional, aprovechar los acuerdos comerciales que se han realizado para el intercambio de bienes y servicios, para así poder optimizar recursos que nos permitan al mismo tiempo ahorrar el capital de la empresa.

Acuerdos comerciales, según el bloque económico al que pertenezcamos otorga otro beneficio directo para nuestra operación de Comercio, como en este caso Ecuador pertenece al bloque económico de CAN (Comunidad Andina de Naciones); miembros: Perú, Colombia, Bolivia y Ecuador; al determinar en el Plan de Negocios donde no es factible la exportación del producto a fabricar por CEDAL S.A. y se determine uno de

los países en mención, analizaremos todas las ventajas que tiene exportar un producto que elabora un miembro de la CAN, y al mismo tiempo analizaremos las ventajas económicas que tiene la empresa por pertenecer a un país miembro de un bloque, donde nos regimos a los convenios y reglamentos que maneja el Acuerdo Comercial.

Al determinar procedimientos y beneficios, lograremos que la producción ecuatoriana y al mismo tiempo Empresa Ecuatoriana, alcance su meta que es abarcar el mercado Internacional otorgando a sus consumidores productos de calidad procedentes del Ecuador a bajos precios, y esto lo lograremos determinando cual es el proceso de Importación más factible para la línea de productos y que Régimen es apropiado para que el costo del producto sea más favorable para el mercado y su competencia.

OBJETIVOS

Objetivo General

Implementar un plan de importación de la Empresa CEDAL S.A. que nos permita negociar de forma efectiva su portafolio de productos bajo el régimen de Admisión temporal para perfeccionamiento activo artículo 4 Modalidad Instalación Industrial anteriormente conocido como Deposito Industrial.

Objetivos Específicos

- 1.- Determinar el perfil de la empresa y las características técnicas y fundamentales del Aluminio que nos permita conocer el producto que tiene una gran demanda y además es la materia prima de la empresa.
- 2.- Elaborar un estudio de mercado internacional donde determinaremos la demanda que tiene el producto en Ecuador o en otros países, investigando al sector económico que lo utiliza.
- 3.- Determinar los procedimientos de Comercio Exterior, como son requisitos para la importación, con ello aplicaremos reglamentos y la ley para la introducción de mercancías procedentes de otros estados, y al mismo tiempo procedimientos y requisitos para la exportación de mercancías hacia otro estado.
- 4.- Plantear el Plan de Negocios en el que se desarrolla CEDAL S.A. implementando un sistema de distribución, portafolio, clientes y despacho de los productos.
- 5.- Elaborar el estudio financiero de CEDAL S.A. para determinar los beneficios obtenidos durante un periodo, realizando las actividades de comercio exterior, mediante la implementación de un régimen suspensivo de productos.

METODOLOGÍA

Los métodos de investigación a ser utilizados para el desarrollo del presente trabajo son de tipo exploratorio y concluyente.

En la fase de investigación exploratoria se hará uso de datos secundarios externos originados por los organismos pertinentes que provean de información para entender los factores que afectan a la importación del producto a ser analizado.

Para la investigación concluyente se utilizará encuestas estructuradas que permitan indagar el comportamiento de los segmentos de mercado nacionales en el tema análisis de la demanda cuantitativa y cualitativa del producto.

La recolección de información se la realizará en las fechas previstas para el estudio de cada población objetivo y su tratamiento será desarrollado utilizando un análisis cualitativo y cuantitativo con las estadísticas pertinentes para su desarrollo, para ello se utilizará el manejo de bases de datos de información comercial y de negocios.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1.1 PERFIL DE LA EMPRESA

Corporación Ecuatoriana de Aluminio S.A., CEDAL, es una compañía ecuatoriana constituida en el año 1974, con el propósito de producir y comercializar perfilería y otros productos extruídos de aluminio para uso arquitectónico y estructural. Inició sus actividades productivas en el año 1976 y actualmente es el líder en la producción y distribución de perfiles de aluminio en el Ecuador con más de 40 distribuidores exclusivos en todo el país.

En el año 2006, CEDAL diversifica sus líneas de producto ofreciendo al mercado productos complementarios a la perfilería de aluminio, tales como vidrio plano, láminas de aluminio y sellantes para carpintería de aluminio. En el mes de octubre del 2007, CEDAL certifica su sistema de gestión de calidad bajo la norma ISO 9001:2000, certificación que comprende la estandarización de procedimientos en la producción y comercialización de productos de aluminio.

CEDAL es ampliamente reconocida en el mercado nacional y extranjero por la calidad de sus productos, la confiabilidad e integridad de la empresa y su valiosa contribución al desarrollo de la industria del aluminio y la construcción. Con ello ofrece una amplia variedad de sistemas de aluminio para usos arquitectónicos y perfilería de aluminio para uso estructural en diferentes acabados. Además ofrece el diseño y desarrollo de perfilería exclusiva y personalizada, entre los principales productos que

comercializa tenemos: ventanas corredizas, ventanas proyectables, mamparas, puertas corredizas, puertas batientes, cortinas de baño, divisiones de interiores, fachadas flotantes, piel de vidrio, perfiles estructurales, Tubos (redondos, cuadrados, rectangulares, estriados, tubería de riego), barras sólidas, perfiles para carrocerías (ventanas, pasamanos, sardineles), ventilación integral. (Corporación Ecuatoriana de Aluminio CEDAL S.A., 2012)

1.2 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

1.2.1 *Características físicas*

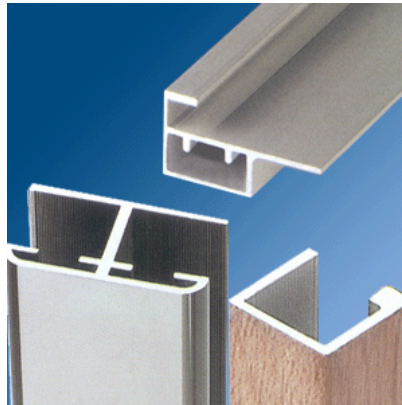


Gráfico No. 1 Perfiles, CEDAL

- Es un metal ligero.
- Resiste a la corrosión en condiciones ordinarias y es inoxidable al aire libre
- Se funde a altas temperaturas
- A través de moldes se da la forma o estructura deseada o requerida.

Beneficios para el consumidor

- Que resiste a la corrosión en condiciones ordinarias y es inoxidable al aire libre.
- Que es un producto que no perjudica a la salud.

1.2.2 *Beneficio básico*

- Que es de fácil movimiento y uso
- A precios accesibles
- Variedad de colores
- Medidas estándares
- El aluminio es 100% reciclable sin merma de sus cualidades físicas, y su recuperación por medio del reciclaje se ha convertido en una faceta importante de la industria del aluminio.
- El proceso de reciclaje del aluminio necesita poca energía. El proceso de refundido requiere sólo un 5% de la energía necesaria para producir el metal primario inicial.

1.2.3 *Producto ampliado*

- Diseño de un perfil, en color maderado (madera).
- Medidas especiales.
- Diseños personalizados.

1.2.4 *Servicios y garantías*

- CEDAL garantiza su perfilería de aluminio bajo las normas de calidad ASTM B-221 (internacional) e INEN 2250:2000 (nacional).
- CEDAL garantiza su perfilería de aluminio al 100% por defectos de fabricación.
- Con empresas de su holding ofrecen el servicio de construcción o arquitectura.

1.3 USOS DEL PRODUCTO

1.3.1 *Formas de uso y cuidados.*

- Una vez retirada el embalaje, evitar colocar el producto en el piso o lugares donde pueda rayarse.
- Una vez retirado el embalaje, no exponer a las condiciones climáticas.

(Ver gráfico en la página siguiente)

1.3.2 *Empaques*



Empaque

CEDAL empaqueta todos sus productos (perfiles de aluminio) en fundas de polietileno, con el fin de evitar que las piezas tengan defectos (marcas de tráfico o marcas de fricción) durante el transporte.

Gráfico No. 2 Empaques, CEDAL



Materia Prima

La materia prima para la fabricación de perfiles de aluminio parte de los lingotes de aleación de aluminio 6005, 6061 y 6063 que se importan, así como del proceso de fundición que procesa material propio de la planta industrial como de aluminio primario de alta calidad.

Gráfico No. 3 Materia Prima, CEDAL

1.3.3 *Versiones*

- Aluminio 99%, es un aluminio puro, limpio de impurezas
- Scrap: Chatarra con impurezas.

1.3.4 *Empaque para embarque*

- Fundas de polietileno, de colores diferentes como anaranjado, azul y amarillo que identifica al producto.
- No tiene un empaque, solo es su ubicación correcta en el transporte para evitar ralladuras el momento del transporte.

1.3.5 *Etiquetas*

Es una ficha informativa donde consta la siguiente información:

- Código de modelo.
- A que proveedor pertenece
- Peso, color y modelo

1.3.6 *Frente*

- Su modelo solo es de frente donde consta los siguientes elementos:
- Código de modelo.
- A que proveedor pertenece
- Peso, color y modelo

1.4 PROPIEDADES QUÍMICAS

“El aluminio es un metal no ferromagnético que constituye el 8% de la corteza terrestre, los compuestos de este elemento químico de símbolo Al los podemos encontrar en la mayoría de las rocas y de la vegetación, mientras que al aluminio en su estado natural lo encontramos en los silicatos, feldespatos, plagioclasas y micas” (Ramírez Díaz, 2012)

Este metal posee una combinación de propiedades que lo hacen muy útil en ingeniería mecánica, tales es su alta resistencia a la corrosión. Es buen conductor de la electricidad y del calor, se mecaniza con facilidad y es relativamente barato.

Su aplicación en la construcción representa el mercado más grande de la industria del aluminio. Millares de casas emplean el aluminio en puertas, cerraduras, ventanas, pantallas, boquillas y canales de desagüe. El aluminio es también uno de los productos más importantes en la construcción industrial. El transporte constituye el segundo gran mercado. Muchos aviones comerciales y militares están hechos casi en su totalidad de aluminio. En los automóviles, el aluminio aparece en interiores y exteriores como molduras, parrillas, llantas (rines), acondicionadores de aire, transmisiones automáticas y algunos radiadores, bloques de motor y paneles de carrocería. Se encuentra también en carrocerías, transporte rápido sobre rieles, ruedas formadas para camiones, vagones, contenedores de carga y señales de carretera, división de carriles y alumbrado. En la industria aeroespacial, el aluminio también se encuentra en motores de aeroplanos, estructuras, cubiertas y trenes de aterrizaje e interiores; a menudo cerca de 80% del peso del avión es de aluminio. La industria de empaques para alimentos es un mercado en crecimiento rápido. (Lenntech BV, 2012)

1.5 SUSTITUTOS DEL ALUMINIO

Un producto reemplaza a otro cuando satisface esencialmente las mismas necesidades que éste posee. El aluminio es demandado en función a su composición química natural por lo tanto, para que existiese un bien sustituto del aluminio, dicho bien debería tener las mismas características físico-químicas; porque de no ser así existirían resultados diferentes en el proceso de producción que usa este metal como materia prima. (Mena Arenas, 2004) Con lo anterior se puede concluir que no existen productos sustitutos del aluminio.

Sin embargo podemos encontrar productos que pueden reemplazar al aluminio en ciertas actividades, como por ejemplo el cobre puede reemplazar al aluminio en las aplicaciones eléctricas; el magnesio, titanio y acero puede sustituirlo en usos en estructuras y transporte terrestre; los compositores, el acero y la madera pueden sustituirlo en la construcción y usos estructurales; y el vidrio, el papel y el acero pueden sustituirlo en el empaquetado.

1.6 MARCO LEGAL

1.6.1 *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones ECUADOR*

Anteriormente Ley Orgánica de Aduanas, hoy en día 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, 2010) discutido y aprobado en las siguientes fechas: Primer debate: 04-Nov-

2010, Segundo debate: 16-Nov-2010 y Objeción 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

Mediante la aplicación de varios artículos del COPCI nos guiaremos para realizar la importación de Materia Prima y la exportación de línea de portafolio desde Latacunga al Perú, utilizando los recursos necesarios para que dicha exportación se realice de manera eficiente y la producción ecuatoriana alcance un reconocimiento en el exterior.

1.7 CLASIFICACION ARANCELARIA

La clasificación arancelaria es la codificación de las mercaderías en tránsito con el objeto de determinar impuestos, aranceles y requisitos previos a los que deben regirse las mercancías, teniendo en cuenta las Notas legales, de Sección, de Capítulo, Notas Explicativas, Reglas Generales y Complementarias.

Todo el universo de las mercancías se encuentra clasificado en el Sistema Armonizado que identifica con una serie de ocho números que se leen en pares como se indica en la siguiente

Tabla 1: Clasificación de las Partidas

	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)

Existen especialistas en clasificación arancelaria de las mercancías que pueden ser los agentes apoderados aduanales, los cuales deberán obtener toda la información necesaria sobre la mercancía originaria, para que estén en posibilidad de realizar una correcta clasificación, porque de ello depende el cumplimiento de medias arancelarias y para arancelarias al Comercio Exterior.

1.8 PARTIDAS APLICADAS AL PROYECTO

Tabla 2: Partida de Importación CEDAL

DESCRIPCIÓN COMERCIAL	DESCRIPCIÓN ARANCELARIA	SUBPARTIDA ARANCELARIA
Aluminio sin alear - Aluminio primario en barras	Aluminio sin alear	7601.10.00.00
Chatarra, desperdicios y desechos de aluminio compactados	Desperdicios y desechos de aluminio	7602.00.00.00

(Ver tabla en la página siguiente)

Tabla 3: Partida de Exportación CEDAL

DESCRIPCIÓN COMERCIAL	DESCRIPCIÓN ARANCELARIA	SUBPARTIDA ARANCELARIA
Los demás perfiles de aleaciones de aluminio. De aleaciones de aluminio. Los demás. Barras y perfiles, de aluminio. Aluminio y manufacturas de aluminio	Los demás perfiles	7604.29.20.00
De aleaciones de aluminio. De aleaciones de aluminio. Tubos de aluminio. Aluminio y manufacturas de aluminio	De aleaciones de aluminio	7608.20.00.00

CAPÍTULO II

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 CIFRAS COMERCIALES

A raíz de la suscripción de los Acuerdos de Paz de 1998, el intercambio comercial entre Ecuador y Perú se multiplicó por diez. La República del Perú se asienta en la costa oeste del continente sudamericano, frente al Océano Pacífico. Su superficie comprende 136,000 km² de llanura costera (11% del territorio), 392,000 km² de sierra (31%) y 757,000 km² de selva amazónica (58%). El territorio peruano posee una superficie de 1,285,216 km², que lo sitúa entre los 20 países más extensos del planeta (es el tercer país de mayor extensión en América del Sur, después de Brasil y Argentina). Sus costas han sido siempre un punto importante de enlace en las rutas marítimas y de intercambio comercial límites: al Norte, con Ecuador y Colombia; al Este con Brasil y Bolivia; al Oeste con el Océano Pacífico y al Sur con Chile. El mar territorial peruano comprende una ancha faja de 200 millas, contadas desde la línea litoral. Y cuenta con derechos territoriales sobre una superficie de 60 millones de hectáreas en la Antártida. (Dávalos, 2010)

Perú es el tercer socio comercial en exportaciones a nivel mundial y el primero en Latinoamérica. La profundización de las relaciones comerciales, políticas e incluso en infraestructura física, presenta un contexto de interesantes oportunidades para incrementar el intercambio comercial entre los dos países. En noviembre 2012 las importaciones peruanas llegaron a US\$ 3 692 millones, lo que representa un incremento de 10% con respecto a similar mes del 2011. Las importaciones de Bienes de Consumo

(US\$ 834 millones) se incrementaron en 19%; las de Materias Primas y Productos Intermedios (US\$ 1 683 millones), en 6%; y las de Bienes de Capital y Materiales de Construcción (US\$ 1 174 millones), en 10%. (Perú, 2012)

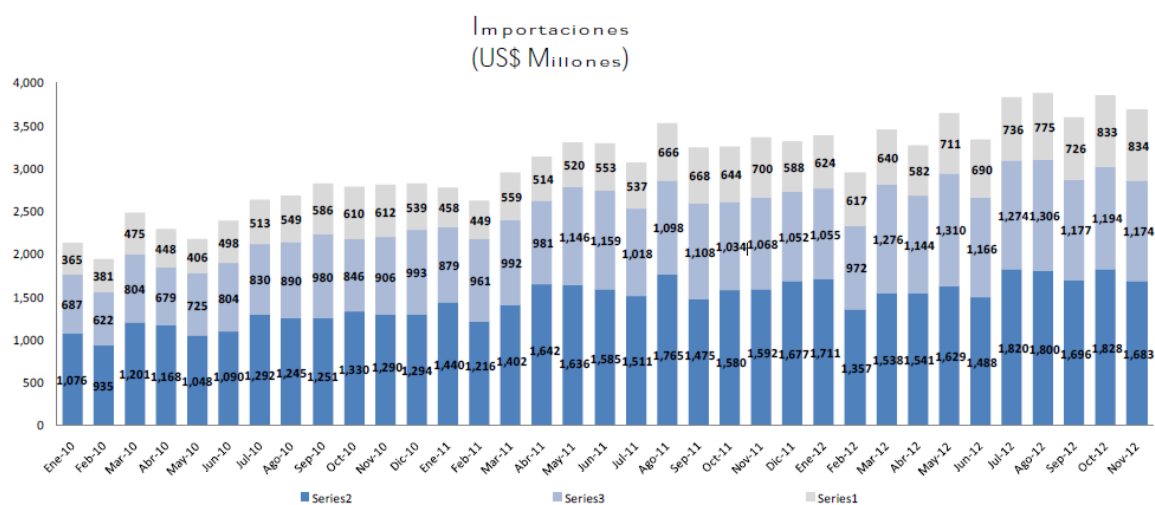


Gráfico No. 4 Importaciones Perú (millones de dólares), Banco Central del Perú

Partiremos con un análisis comercial y económico del Perú, su relación con el mundo y Ecuador en términos globales. Luego se realiza la identificación arancelaria del producto, cuantificaciones de las exportaciones e importaciones de Perú con el mundo y, específicamente con Ecuador, los aranceles preferenciales otorgados tanto al Ecuador como a otros mercados competidores y las barreras de ingreso al mercado.

2.2 DEMOGRAFÍA Y SOCIEDAD

2.2.1 *Población, etnias, densidad demográfica y tasas de crecimiento*

Población

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

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

Perú es bastante complejo con respecto a su idioma, en este país multilingüe se habla un conjunto grande y heterogéneo de una cincuenta de lenguas nativas: 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 costeras predomina el monolingüismo del castellano; mientras que en

muchas zonas rurales del país, particularmente en la Amazonia, dominan las poblaciones multilingües. (Dávalos, 2010)

Moneda

La moneda nacional del Perú es el Nuevo Sol.

Religión

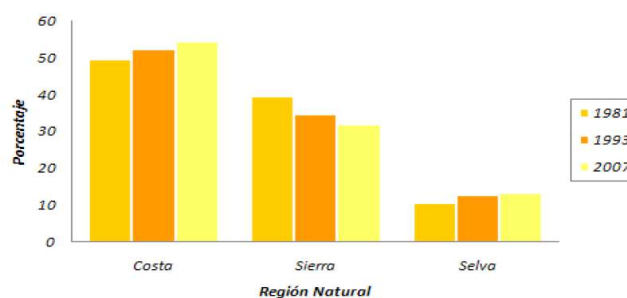
Más del 90% son católicos, que es la religión establecida como oficial desde 1915, aunque se permiten y se profesan en menor cuantía otras religiones, pues hay también protestantes, judíos y musulmanes.

Capital

La capital de Perú es Lima.

Internamente en Perú encontramos tres clases sociales. La clase alta que constituye un 3% de población; la clase media que forman el 60% de la población y por último la clase baja, la cual está formada por las familias de los obreros y campesinos del país. Según el último censo realizado en el año 2007 la población total ascendió a 29,546,963. Dávalos, (Según información de THE WORLD FACTBOOK - CIA), el crecimiento estimado al 2010 es de 1.19%”.

(Ver gráfico en la página siguiente)



Fuente: INEI - PNUD - UNFPA / Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda.
Elaboración: Oficina Comercial-Embajada del Ecuador en Perú

Gráfico No. 5 Distribución geográfica de Perú, INEI

Tabla 4: Población por Regiones, PROECUADOR

POBLACIÓN POR REGIÓN NATURAL (%)			
Regiones	1981	1993	2007
Costa	49.8	52.4	54.6
Sierra	39.7	34.8	32
Selva	10.6	12.8	13.4

“El Perú es un país multicultural y multiétnico. En el Perú existe un conjunto de minorías étnicas, en primer término lo conforma el segmento amerindio con 45%, luego el segmento mestizo con un 37%, seguidamente la población blanca con 15%, la población negra, japonesa, otros con el 3%”. (SUNAT, 2007)

2.2.2 Población urbana y las principales ciudades

Las ciudades principales de la República de Perú concentran la mayoría de la población peruana, tal como se presenta en la siguiente:

Tabla 5: Población de Perú en cada ciudad, Banco Central de Reservas del Perú

Población de Perú por Ciudad Principal				
Ciudad	Número de habitantes		Incremento Intercensal (%)	Crecimiento Promedio Anual (%)
	1993	2007		
Lima y Callao	6,321,173	8,472,935	34.0	2.1
Arequipa	619,156	749,291	21.0	1.3
Trujillo	509,312	682,834	34.1	2.1
Chidayi	424,004	524,442	23.7	1.5
Piura	277,964	377,496	35.8	2.2
Iquitos	274,759	370,962	35.0	2.1
Cusco	255,568	348,935	36.5	2.2
Chimbote	282,279	334,568	18.5	1.2
Huancayo	258,209	323,054	25.1	1.6
Tarma	174,336	242,451	39.1	2.3

La población peruana está distribuida por sexo y por edad de la siguiente forma:

Tabla 6: Distribución de la Población por Edades,
Banco Central de Reservas del Perú

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN	
Distribución de la sociedad por edad	
0-14 años	29.10%
15-64 años	65.20%
65 años y más	5.70%
Proporción de sexos	
Al nacer	1.046 hombre (s) / mujer
Menores de 15 años	1.04 hombre (s) / mujer
15-64 años	1.01 hombre (s) / mujer
65 años y más	0.89 hombre (s) / mujer
Población total	1.01 hombre (s) / mujer (2010)

Población Activa (total, por sectores, desempleo)

La población activa en Perú alcanzó los 10.32 millones en el 2010, la mayor parte se encuentra concentrada en el sector industrial, tal como muestra la siguiente:

Tabla 7: Población Activa de Perú, Banco Central de Reservas del Perú

POBLACIÓN ACTIVA	
Población Activa	10.32 millones
Por ocupación	
Agricultura	0.70%
Industrial	23.80%
Servicios	75.50%
Tasa de desempleo	8.1% (2009)

2.2.3 Organización administrativa, económica y territorial del Estado

La división política y administrativa del territorio peruano reconoce cuatro tipos de unidades administrativas: regiones, departamentos, provincias y distritos. Las unidades administrativas más pequeñas son los distritos cuyos municipios tienen competencias y recursos propios. El país se encuentra dividido en 24 departamentos y una provincia constitucional, el Callao. Los departamentos están divididos en 195 provincias y estos a su vez en distritos. De los 24 departamentos y la provincia constitucional, 11 están en la costa, 9 en la sierra y 5 en la región selva. (Dávalos, 2010)

2.2.4 *La Administración Económica y Comercial y distribución de competencias*

La estabilidad monetaria es el principal aporte que el Banco Central de Reservas puede hacer a la economía del país por tanto, al controlarse la inflación, se reduce la incertidumbre y se genera confianza en el valor presente y futuro de la moneda, elemento imprescindible para estimular el ahorro, atraer inversiones productivas y promover así un crecimiento sostenido de la economía. La autonomía del Banco Central es una condición necesaria para el manejo monetario basado en un criterio técnico de modo que sus decisiones se orienten a cumplir el mandato constitucional de preservar la estabilidad monetaria, sin desvíos en la atención de dicho objetivo. Asimismo, esta norma establece la prohibición de financiar al sector público, otorgar créditos selectivos y establecer tipos de cambio múltiples, entre otros. Por otro lado, el Ministerio de Economía y Finanzas tiene entre sus principales funciones: planear, dirigir y controlar los asuntos relativos a la política fiscal, financiación, endeudamiento, presupuesto y tesorería; las políticas de la actividad empresarial financiera del Estado; los asuntos relativos a la política arancelaria; y, administrar con eficiencia los recursos públicos del Estado. (SUNAT, 2012)

2.3 BLOQUES COMERCIALES

El Acuerdo de Cartagena se suscribió el 26 de mayo de 1969 donde se crea el Grupo Andino con el fin de promover el desarrollo de los Países Miembros mediante la integración y cooperación económica y social, hoy en día se lo conoce con el nombre de Comunidad Andina y mantiene las mismas condiciones de fortalecer la solidaridad subregional. (Comunidad Andina)

La Comunidad Andina (CAN) está conformada por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. En materia aduanera se han aprobado una serie de decisiones y resoluciones

comunitarias que norman sobre diversas áreas, tales como Nomenclatura Común NANDINA (Decisión 653, sus normas reglamentarias y modificatorias), Armonización de Regímenes Aduaneros (Decisión 671, sus normas reglamentarias y modificatorias), Documento Único Aduanero (Decisión 670, sus normas reglamentarias y modificatorias), Valoración Aduanera (Decisión 571, sus normas reglamentarias y modificatorias), Declaración Andina del Valor (Decisión 379), Programa de Liberación de Mercancías (Decisión 414, sus normas reglamentarias y modificatorias), Calificación y Certificación de Origen de las Mercancías (Decisión 416, sus normas reglamentarias y modificatorias), Tránsito Aduanero Comunitario (Decisión 617 y Decisión 636, sus normas reglamentarias y modificatorias), Asistencia Mutua y Cooperación entre las Administraciones Aduaneras de los Países Miembros de la Comunidad Andina (Decisión 728), Arancel Integrado Andino (ARIAN) (Decisión 657) , el Programa Andino de Formación Aduanera (Decisión 573) y el Régimen Andino sobre Control Aduanero (Decisión 574). Para que las mercancías procedentes de cualquier otro País Miembro de la CAN se puedan beneficiar de las preferencias arancelarias deben ser originarias de dicho país de conformidad con las Normas de Origen establecidas en la Decisión 416, para lo cual en la transmisión electrónica de la declaración aduanera de importación se deberá enviar la información solicitada conforme a lo señalado en el Procedimiento Específico sobre Aplicación de Preferencias Arancelarias a la importación de mercancías de la Comunidad Andina (CAN).

Dávalos (2010) especifica que “El Perú está negociando acuerdos de libre comercio con la mayor parte de sus socios comerciales en el mundo, constituyéndose en uno de los países con mayor número de acuerdos comerciales en la región”.

2.3.1 Arreglos

Perú es beneficiario de preferencias otorgadas bajo los planes del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) de los siguiente países: Australia, Bulgaria, Canadá, los Estados Unidos, Hungría, Japón, Nueva Zelandia, Polonia, Rusia, la República Checa, la República Eslovaca, Suiza y la Unión Europea.

Perú participa en el Sistema Global de Preferencias Comerciales entre Países en Desarrollo (SGPC). Dentro del SGPC el Perú otorga preferencias arancelarias parciales en el marco del régimen general para un grupo de 71 productos.

2.4 MARCO ECONÓMICO

2.4.1 *Estructura de la economía (evolución del PIB; distribución sectorial; PIB per cápita, Inflación)*

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 notable diversificación y crecimiento en servicios e industrias ligeras. La mayoría de los peruanos están ubicados en el sector de servicios (explotación, exportación de recursos naturales y agricultura). Las políticas de industrialización realizadas en los años 50s y 60s y sobre todo los 70s, basados en la sustitución de importaciones, tuvieron un efecto leve, situación agravada por la fuerte crisis económica de finales de los años 80s.

Luego de 15 años de aplicación de dichas medidas económicas, y frente a una economía mundial en expansión, han empezado a aparecer resultados positivos

apoyados por la coyuntura internacional, pero también por un ordenamiento en las cuentas internas: el Producto Interno Bruto –PIB- alcanzó tasas de crecimiento importantes de 7.7% en el 2006 a 9.8% en el 2008. En el 2009 la tasa de crecimiento económico fue del 0.9 % como consecuencia de la crisis financiera internacional, mientras que el crecimiento en el 2010 fue de 8.8% y para 2011 fue 6.9%. (Banco Central de Reservas del Perú)

Año	PBI real (var. %)
2008	9,80
2009	0,86
2010	8,79
2011	6,91

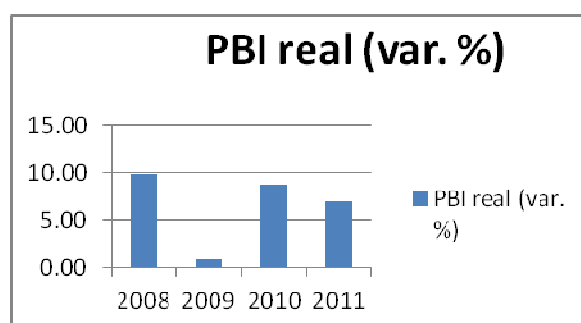


Gráfico No. 6 Producto Interno Bruto, Banco Central de Reservas del Perú

2.4.2 Entorno Macroeconómico de Sudamérica

Con el fin de analizar el entorno macroeconómico de Sudamérica, a fin de observar la posición de Perú frente al entorno económico de los otros países, se utiliza la técnica estadística multivariante de componentes principales y análisis factorial, a fin de linear el entorno macroeconómico global.

Las variables analizar son las siguientes: agua por tubería, electricidad por hogar (el cual nos permite observar el nivel de infraestructura con el que cuenta un país), alfabetización (nos indica la capacidad de desarrollo del recurso humano), PIB Corriente, PIB Percapita (nos permite ver el nivel de generación económica del país)

Competitividad global (Calificación emitida por la Word Economic Forum) Inversión extranjera, Índice Desarrollo Humano (calificación emitida por Naciones Unidas) pobreza y Salario mínimo vital.

Tabla 8: Entorno Macroeconomico de Sudamerica

CEPAL	Agua Por Tubería de hogares	%	Electricidad de hogares	%	Alfeticacion	PIB	PIB 2012*	Competitividad Global 2012*	Puesto	Inversión Extranjera Directa (Millones Us\$) 2012*	Indice de Desarrollo Humano Ranking Mundial	Esperanza de Vida Años	Pobreza	Salario Minimo (\$ Dolares)
Argentina	98		99.3		99,2	370.263	16.289	94		2.790	45	76.7	23.24	545
Chile	93.9		99.4		98.9	203.443	15.883	33		11.822	40	77.9	14,62	388
Venezuela	93.7		97.8		98.5	391.308	11.858	126		-108	71	74.4	25.7	360
Uruguay	93.5		97.3		97.9	40.265	15.202	74		820	51	77	7.04	360
Colombia	86.8		96.4		92.7	288.782	9.889	69		4.765	79	72.9	45.7	327
Brasil	85.1		98.7		90	2.088.962	11.805	48		18.841	85	72.2	20.56	388
Bolivia	75.9		99.4		80	19.640	4.760	104		600	108	67.1	59.71	118
Ecuador	89.2		98.8		91	55.754	8.123	86		1.590	89	76	41,55	292
Peru	69.7		98.2		89.6	157.324	9.814	61		4.120	77	70.5	26.75	278

Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
Agua Por Tuberia % de hogares	,801	-,301	,185
Electricidad % de hogares	-,037	,261	,944
Alfeticacion	,944	-,255	-,100
PIB	,130	,814	-,035
PIB 2011*	,977	,031	,011
Competividad Global 2010* Puesto	-,308	-,728	,211
Inversión Extranjera Directa (Millones Us\$) 2010*	,252	,949	,001
Indice de Desarrollo Humano Ranking Mundial	-,937	,129	-,026
Esperanza de Vida Años	,902	-,217	,058
Pobreza	-,858	-,183	,130
Salario Minimo (\$) Dolares)	,898	,057	,083

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Analisis:

Del tratamiento por medio de análisis de componentes, se puede observar **un primer componente** que abarca, agua (0,801), alfabetización (0,944), PIB Per cápita (0,977), Índice de Desarrollo humano (-0,9237), Esperanza de vida (0,902), Pobreza (-0,858) y salario mínimo (0,898), a lo cual nosotros denominaremos este componente como

Desarrollo económico y Humano.

En el segundo componente tenemos PIB(0,814), competitividad global (-0,728) inversión extranjera (0,949), a lo cual nosotros denominaremos este componente como ***Competitividad e Inversión.***

Tabla 9: Componentes Sudamerica

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,898	53,615	53,615	5,898	53,615	53,615
2	2,417	21,970	75,585	2,417	21,970	75,585
3	1,009	9,169	84,754	1,009	9,169	84,754
4	,888	8,071	92,825			
5	,417	3,790	96,615			
6	,219	1,995	98,610			
7	,100	,911	99,521			
8	,053	,479	100,000			
9	3,261E-016	2,965E-015	100,000			
10	1,601E-016	1,455E-015	100,000			
11	-1,701E-017	-1,546E-016	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Finalmente podemos observar la gráfica de los componentes en tres dimensiones a fin de establecer el método estadístico de determinación de distancias. El mejor método fue Equamax.

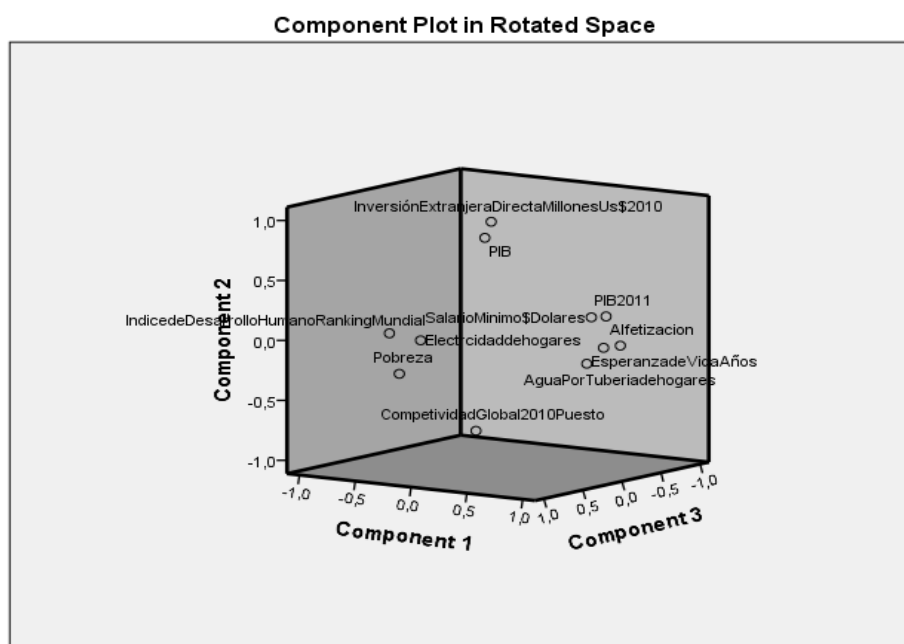


Gráfico No. 7 Componentes de Países Sudamericanos

Análisis

Como podemos observar en la gráfica tridimensional existen 2 componentes donde se concentran las diferentes variables. Que en resumen son el componente 1 denominado ***Desarrollo económico humana*** y el componente 2 denominado ***Competitividad e Inversion.***

2.5 ESTUDIO DE DEMANDA INTERNACIONAL

EL MERCADO

Este análisis nos permitirá situar al Perú en su relación con Ecuador y con el Resto del Mundo, de tal manera que se pueda dar cuenta de los órdenes de magnitud de dicho

país, los principales productos comercializados y los sectores prioritarios que los demandan, así como de sus socios comerciales. Posteriormente se presentará el panorama general de los principales sectores económicos del Perú, con el fin de denotar su importancia y la situación actual del mercado.

2.5.1 CIFRAS DE EXPORTACIÓN

Tabla 10: Exportaciones de Ecuador a Perú, Banco Central del Ecuador

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
7608200000	DE ALEACIONES DE ALUMINIO	COLOMBIA	1,691.66	6,226.00	99.95
		PERU	0.44	2.16	0.04
		PANAMA	0.24	1.49	0.03
TOTAL GENERAL:			1,692.33	6,229.64	100.00

Balanza Comercial total de Perú

Exportaciones

En octubre 2012 las exportaciones alcanzaron los US\$ 3 782 millones, monto que representó una reducción de 3% con respecto a similar mes del 2011. Este resultado está asociado, principalmente, a la contracción en 6% de las exportaciones tradicionales (US\$ 2 859 millones). Por otro lado, se observó un aumento de 7% en las exportaciones no tradicionales (US\$ 923 millones). En el periodo enero-octubre 2012 las exportaciones llegaron a US\$ 37 595 millones, monto que significó una contracción en 2% respecto al registrado en el periodo enero-octubre 2011. Este resultado se explica por la caída en 6% de las exportaciones tradicionales (US\$ 28 555 millones). De otro lado, las exportaciones no tradicionales (US\$ 9 040 millones) tuvieron un desempeño favorable, aumentando en 10%. (SUNAT, 2012)

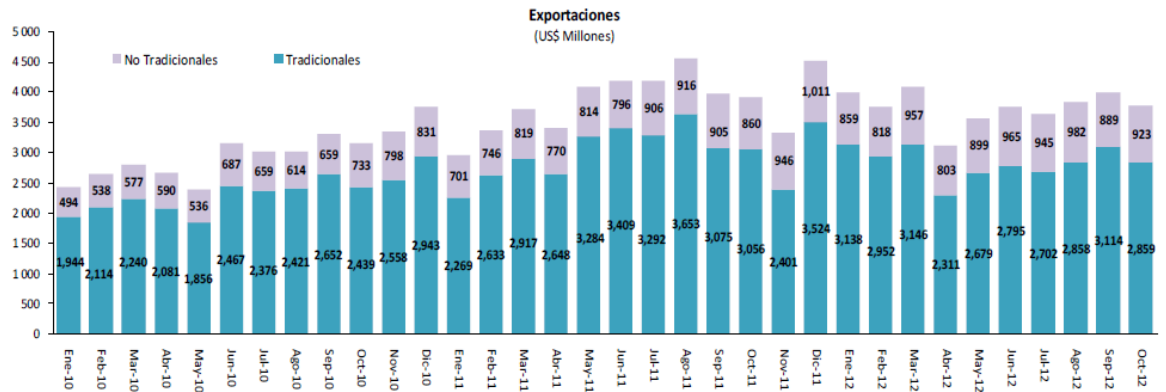


Gráfico No. 8 Exportaciones (millones de dólares), Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria Perú



Gráfico No. 9 Exportaciones Tradicionales (millones de dólares) Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria Perú



Gráfico No. 10 Exportaciones no Tradicionales (millones de dólares),
Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria Perú

2.5.2 EXPORTACIONES POR SECTORES

El número de productos exportados ascendió a 2 554 (+1% con respecto a octubre 2011); mientras que, el número de empresas exportadoras descendió a 3 187 (-2% con respecto a octubre 2011). En el sector no tradicional, los rubros más dinámicos fueron: varios/joyería (+84%), minería no metálica (+54%), metal-mecánico (+15%), textil (+13%), sidero-metalúrgico (+8%), agropecuario (+8%) y maderas y papeles (+7%).

El número de productos exportados ascendió a 4 562, lo que representó un aumento de 4% con respecto a enero-octubre 2011. Por otro lado, el número de empresas exportadoras ascendió a 7 548, mostrando un aumento de 3% respecto a enero-octubre 2011. (SUNAT, 2012)

2.5.3 PAÍSES DE DEMANDA

2.5.3.1 *Exportaciones por mercados de destino*

Las exportaciones a países de Sudamérica (16% del total) disminuyeron en 0,1%, debido a la reducción de envíos a Argentina (-41%), Uruguay (-38%), Venezuela (-10%), Chile (-8%) y Colombia (-1%), que contrarrestó el aumento de las exportaciones a Paraguay (+50%), Bolivia (15%), Ecuador (+12%) y Brasil (+12%).

En enero-octubre 2012 el saldo comercial con el mundo alcanzó los US\$ 2 366 millones, lo que representó una reducción de 67% con respecto a similar periodo del 2011. Por otro lado, el intercambio comercial se incrementó en 4% con respecto a enero-octubre 2011, alcanzando la cifra de US\$ 72 823 millones. (SUNAT, 2012)

(Ver gráfico en la página siguiente)

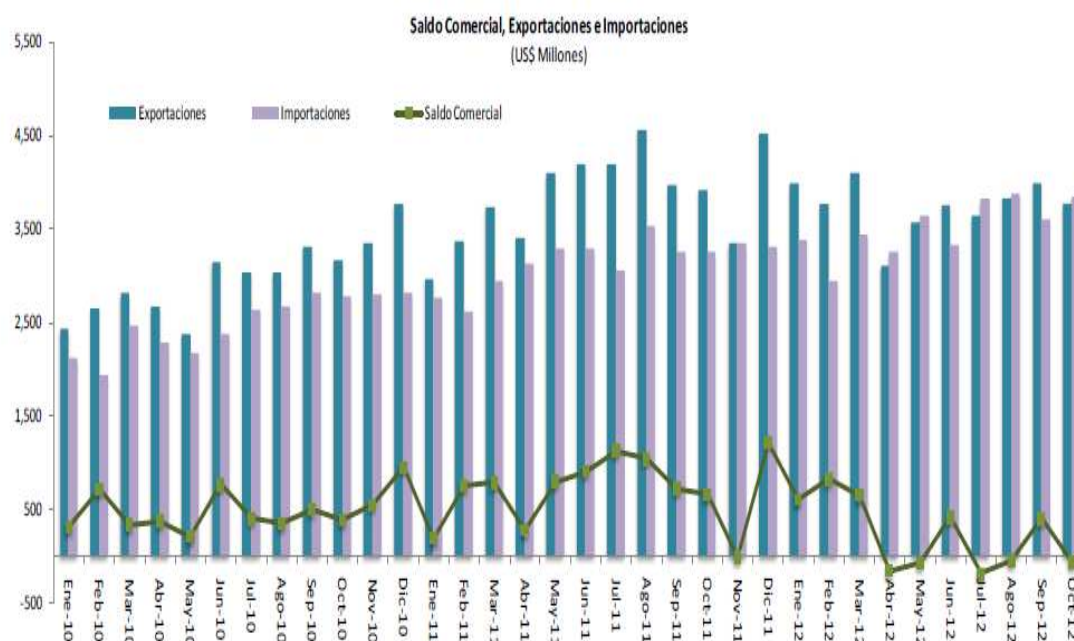


Gráfico No. 11 Saldo Comercial Exportaciones e Importaciones (miles de dólares), Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria Perú

2.5.4 CIFRAS DE IMPORTACIÓN

2.5.4.1 Importaciones

“En lo que respecta al rubro de Bienes de Capital y Materiales de Construcción (+10%), las importaciones de equipos de transporte, bienes de capital para la agricultura, bienes de capital para la industria y materiales de construcción, registraron incrementos de 23%, 21%, 6% y 4%, respectivamente”. (SUNAT, 2012)

(Ver gráfico en la página siguiente)

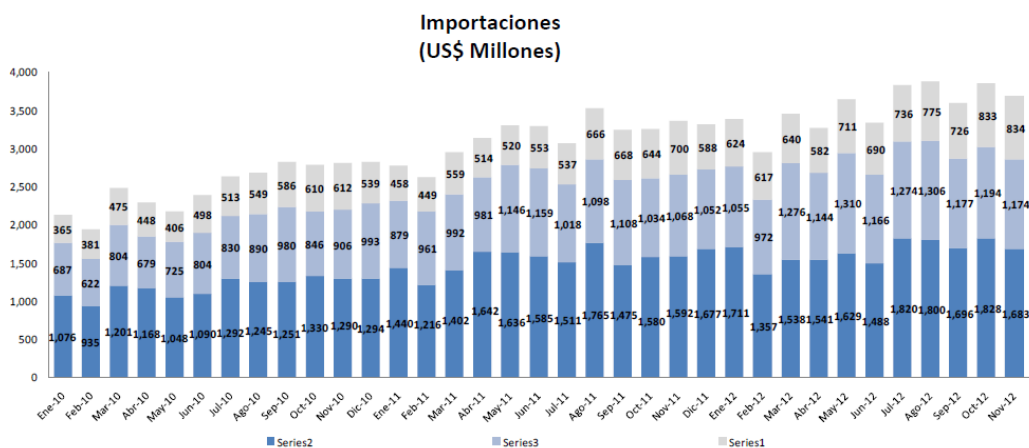


Gráfico No. 12 Importaciones (millones de dólares), Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria Perú

2.5.4.2 Importaciones por mercados de origen

“Las importaciones desde Sudamérica (25% del total) se incrementaron en 10%, destacando las compras desde Bolivia (+68%), Uruguay (+23%), Ecuador (+20%), Venezuela (+14%), Colombia (+11%), Brasil (+7%) y Argentina (+5%), vinculados a mayores compras de equipos de transporte, de bienes de capital para la agricultura, y de materias primas y productos intermedios para la agricultura”. (SUNAT, 2012)

Tabla 11 : Importaciones (millones de dólares) Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria Perú

Importaciones Noviembre 2012 (US\$ Millones)						
Continente País	Nov-11	Nov-12	Var 2012/2011	Ene-Nov 11	Ene-Nov 12	Var 2012/2011
Norteamérica	893	911	2%	8 529	9 438	11%
Estados Unidos	680,0	725,3	7%	6 706,0	7 357,1	10%
Canadá	66,3	38,0	-43%	547,6	533,8	-3%
México	146,9	147,4	0%	1 275,9	1 547,4	21%
Sudamérica	842	938	11%	8 913	9 779	10%
Brasil	261,9	199,5	-24%	2 256,4	2 407,7	7%
Ecuador	132,2	170,9	29%	1 619,3	1 946,7	20%
Argentina	151,6	181,3	20%	1 707,1	1 795,9	5%
Colombia	125,9	179,1	42%	1 307,6	1 454,5	11%

2.5.5 SUBPARTIDAS ARANCELARIAS

Exportación de Ecuador hacia Perú.

Perfiles de aluminio semitubulares **7608.20.00.00**

Perfil de Aluminio solido **7604.29.20.00**

2.5.6 PAÍSES PROVEEDORES

Principales Proveedores (Países)

Los principales proveedores de las importaciones peruanas son Estados Unidos, China, Brasil, Ecuador y Japón, como se observa en el gráfico N. 13 Ecuador ocupa el cuarto puesto dentro de los principales países de origen de las importaciones, por lo que el empresario ecuatoriano debe seguir explorando este mercado por su importante potencial. Muy de cerca al Ecuador, se encuentra Japón, Colombia, México y Argentina, con una participación promedio de 4%. (Banco Central del Ecuador, 2012)

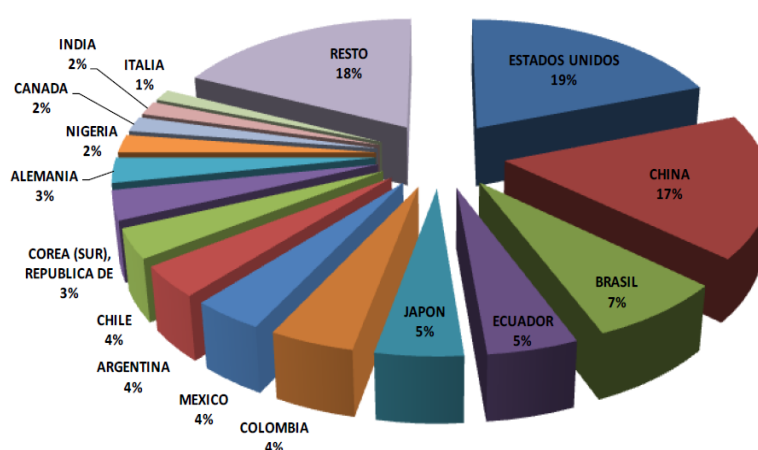


Gráfico No. 13 Principales Proveedores de Perú, Banco Central del Ecuador

Comercio bilateral (País- Ecuador)

El Perú es un mercado 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 CAN, dentro de la cual las exportaciones originarias de Ecuador hacia el Perú tienen preferencias arancelarias totales (arancel efectivo es 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.

La oferta exportable ecuatoriana no petrolera en el Perú está constituida principalmente por productos con valor agregado, con distintos niveles de elaboración, lo que contribuye al crecimiento de la industria nacional y a la generación de empleo para mano de obra calificada, coadyuvando a superar el modelo primario exportador. En cuanto a la diversificación de la oferta exportable, el Ecuador exportó al Perú 1071 partidas en el año 2011. Esa cifra es superada únicamente por el número de partidas exportadas a los Estados Unidos y Colombia, lo que ratifica la importancia de este mercado en el proceso para superar la dependencia en un número limitado de productos de exportación. (Banco Central de Reservas del Perú)

Por su parte, el Ecuador tiene como objetivo incrementar el comercio bilateral con el Perú a través de mecanismos que promuevan el flujo de intercambio comercial y la adopción conjunta de medidas conducentes a la facilitación del comercio bilateral, tales como armonización y simplificación de normas aduaneras; cooperación aduanera para mejorar el control del intercambio comercial; homologación de requisitos sanitarios y procedimientos para el ingreso de productos de origen animal y vegetal; facilitación del transporte transfronterizo,

Durante el período 2008-2011, el flujo comercial entre de Ecuador y Perú ha sido superavitario para el país; sin embargo se puede advertir de la información anual de la Tabla que existe una tendencia descendente en dicho saldo favorable. Así, las exportaciones del Ecuador al Perú registraron un valor FOB de USD 1,724 millones en el 2011, implicando una tasa de crecimiento promedio anual para el período de -0.1%, mientras que por su parte, las importaciones que hace Ecuador desde Perú, en valores FOB, en el año 2011 fueron de USD 1,096 millones. Las importaciones tienen una evolución más dinámica mostrando un ritmo de crecimiento más que el doble de la registrada por las exportaciones, lo que implica la tendencia descendente de los superávits comerciales. (Banco Central del Ecuador, 2012)

Tabla 12 : Balanza Comercial entre Ecuador y Perú (miles de dólares), Banco Central del Ecuador

Balanza Comercial Total entre Ecuador y Perú					
Valor en Miles USD FOB					
Actividad	2008	2009	2010	2011	TCPA 2008-2011
Exportaciones	1,731,042	939,436	1,335,590	1,724,189	-0.1%
Importaciones	544,668	625,272	977,643	1,096,033	26%
Balanza Comercial	1,186,375	314,164	357,947	628,156	-19%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

El ritmo de variación acelerado de las exportaciones ecuatorianas hasta el 2011, se explica principalmente por el alza internacional del precio del petróleo y sus derivados, los cuales forman parte mayoritaria en la canasta exportable al Perú, lo cual explica los abultados saldos favorables hasta ese año.

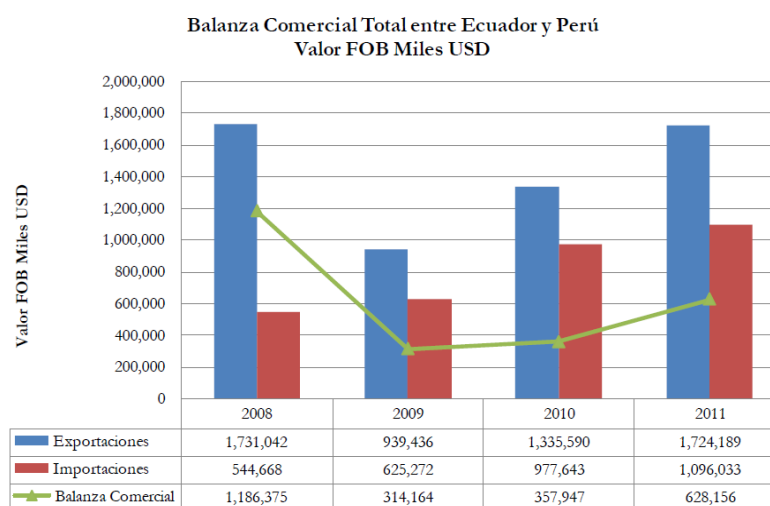


Gráfico No. 14 Balanza Comercial Total (miles de dólares), Banco Central del Ecuador

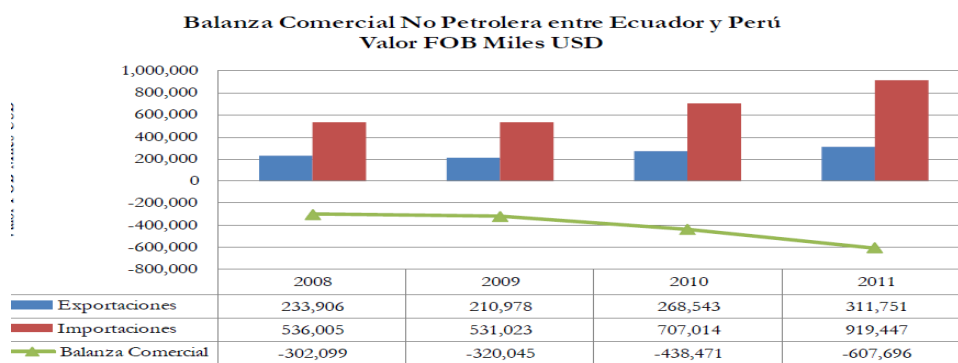
Debido a la elevada concentración de la oferta exportable al Perú en petróleo crudo, así como las crecientes importaciones de gas natural, es de interés excluir estos rubros con el fin de contar con un análisis de lo que ocurre en la esfera no petrolera de la economía y del comercio bilateral. En el caso que solo se considere el flujo comercial no petrolero, frente a Perú, el Ecuador se convierte en un país con un saldo deficitario no petrolero con características estructurales, ya que se lo presenta para todo el período de análisis. Así en el año 2012, el saldo negativo alcanza USD 608 millones, el cual además es creciente año tras año. Para el período analizado, mientras las exportaciones

no petroleras hacia el Perú crecen a una tasa promedio anual para el período de 10%, las importaciones no petroleras, lo hacen a un ritmo superior 20%. (Banco Central del Ecuador, 2012)

Tabla 13: Balanza no Petrolera (miles de dólares), Banco Central del Ecuador

Balanza Comercial No Petrolera entre Ecuador y Perú					
Valor en Miles USD FOB					
Actividad	2008	2009	2010	2011	TCPA 2008-2011
Exportaciones	233,906	210,978	268,543	311,751	10%
Importaciones	536,005	531,023	707,014	919,447	20%
Balanza Comercial	(302,099)	(320,045)	(438,471)	(607,696)	26%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Gráfico No. 15 Balanza no Petrolera, Banco Central del Ecuador

2.6 CULTURA DE PERÚ

Es importante conocer la cultura de un país antes de hacer negocios como una muestra de respeto que siempre es apreciada. Aquellos que comprenden la idiosincrasia y cultura del país con el que negocia tienen más oportunidad de desarrollar relaciones exitosas y de largo plazo.

2.6.1 *Cultura de negocios*

El empresario peruano frente al empresario extranjero:

Los hombres de negocios peruanos tienen gran facilidad para interrelacionarse con sus pares del exterior. Cuando los peruanos asisten a eventos comerciales en el extranjero logran un acercamiento en las primeras conversaciones. Ese mismo acercamiento se da cuando el extranjero visita el Perú, sea por negocios o por turismo. Para los peruanos, atender adecuadamente al visitante extranjero es importante, no solo por el negocio, sino como un tema social y de educación. Igualmente, espera ser tratado de similar manera en sus viajes al extranjero, se siente a gusto recibiendo invitaciones, como medio para generar mayor confianza con la contraparte. (Dávalos, Perfil Logístico de la República del Perú, 2012)

Moneda, evolución del tipo de cambio con respecto al dólar.

La moneda peruana es el nuevo sol (S/.) y se emite en billetes de 10, 20, 50, 100 y 200 nuevos soles, en monedas de 1, 2 y 5 nuevos soles, y en monedas de 1, 5, 10, 20 y 50 céntimos. En el Perú es ampliamente aceptado el dólar de los Estados Unidos en todos

los establecimientos de comercio y servicios. El tipo de cambio es variable y en la actualidad se cotiza a S/.2.62 nuevos soles por dólar. (Banco de Reservas del Perú)

2.6.2 *Lengua oficial, religión y costumbres*

Idioma

En Perú son considerados idiomas oficiales el Castellano (80% de la población), Quechua (región andina o sierra) y Aymara (zona altiplánica de Puno). Además, existen alrededor de 50 lenguas nativas. No obstante, un gran número de profesionales y ejecutivos del sector empresarial habla el idioma inglés.

El inglés puede ser utilizado en una reunión de negocios en la que no todos los participantes hablen castellano. La mayoría de ejecutivos peruanos lo dominan debido a la influencia asiática y el creciente volumen de negocios con esa región, se puede dar el caso en el que los nuevos empresarios peruanos hablen sin problema japonés y mandarín.

Religión

El catolicismo es la religión que tradicionalmente identifica a la sociedad peruana y alrededor de ella se celebran numerosas festividades que muchas veces tienen carácter sincrético con las religiones nativas. Alrededor del 85% de la población se identifica como católica. La Constitución peruana reconoce el aporte que tuvo la religión católica a la formación de la Nación peruana, pero aunque la religión católica es la mayoritaria, hay otras religiones en el Perú. La forma en cómo se practica la religión católica en el Perú es diversa, la llamada "religión popular" nace del sincretismo religioso de la religión católica y las prácticas pre-hispánicas sin embargo, el catolicismo en el Perú

concuerta con las líneas generales de la fe cristiana católica, esto es, el amor al prójimo y el compromiso social, reflejado en las numerosas obras de caridad, ayuda y asistencia a la población más necesitada.

Puntualidad

Son pocas las actividades que inician a la hora establecida, por lo que se recomienda incluir en invitaciones y demás comunicaciones la frase “hora exacta”. Se recomienda sin embargo acudir a las citas a la hora acordada, como una muestra de seriedad y respeto. El empresario peruano es educado y maneja sus relaciones profesionales de manera adecuada. Aunque el tema horarios puede sorprender al empresario extranjero, debe considerarse que no es una señal de que se vaya a actuar de la misma manera en todos los aspectos de la negociación y posterior relación comercial.

El empresario peruano en general habla de todos los temas sin ninguna resistencia. Se conversa con frecuencia sobre política nacional e internacional antes o después de haber terminado las negociaciones. Otro tema frecuente en las conversaciones son los lugares de interés para visitar en el Perú, su cultura y gastronomía. El peruano es muy orgulloso de su país. (Dávalos, 2012)

Respuesta del empresario peruano en una negociación internacional

Luego del primer contacto, los avances de las negociaciones se pueden tornar lentos para la contraparte en el extranjero, lo que no se debe tomar como una demostración de falta de interés. El ejecutivo peruano es en general serio, honesto y trabajador. Sin

embargo, en ocasiones se le puede dificultar expresar falta de interés o decir no a un negocio, por lo que opta por no responder. (Dávalos, Guía Comercial de Perú, 2012)

2.7 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.” Fuente especificada no válida. (INEI, 2012)

El cálculo de la demanda insatisfecha está en relación: Demanda – Oferta, con ello determinamos que hay oportunidades de comercializar los perfiles en el mercado peruano.

Tabla 14: Demanda Insatisfecha del Perú, INEI

Periodo	Oferta	%	Demanda	%	Insatisfecha
2008	616,194.00		568,875.00		-47,319.00
2009	684,789.12	11.1	805,015.87	41.5	120,226.75
2010	826,875.43	20.7	1,041,053.93	29.3	214,178.50
2011	836,905.11	1.2	1,044,262.00	0.3	207,356.89
2012	955,586.00	14.2	1,241,049.00	18.8	285,463.00

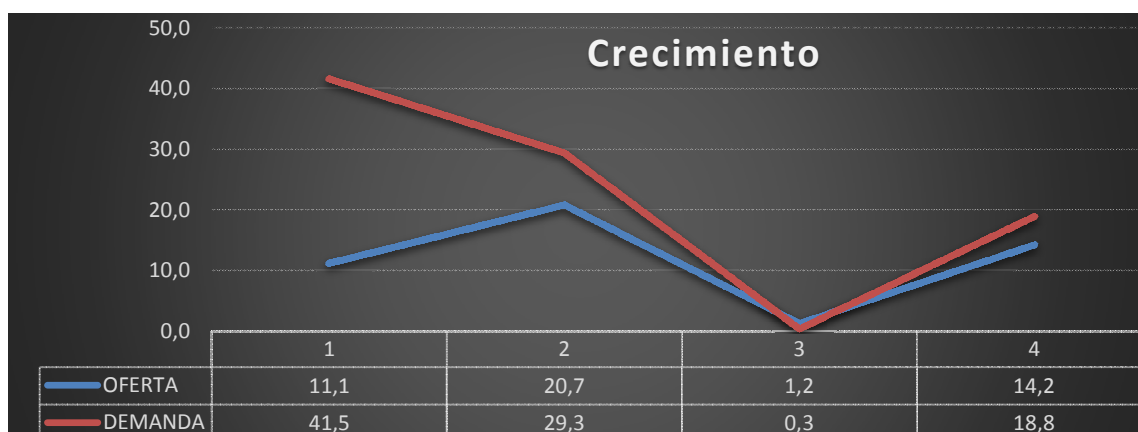


Gráfico No. 16 Crecimiento porcentual de la Oferta - Demanda de Perfiles

Análisis:

Como se puede visualizar en el Grafico N. las Demandas ha tenido un crecimiento adecuado en los periodos 2008-2009 (41.5%); 2009-2010 (29.3%); 2010-2011 (0.3%); 2011- 2012 (18.8%), excepto en el periodo 2010-2011 con un decrecimiento (0.3%) provocado crisis económica que se presentó en el país en el 2009 por la recesión global que causo por la caída en los precios de materia primas y al mismo tiempo la salida de capital, lo que provoco que el país presente una crisis donde se desplome las exportaciones y adquisición de bienes; una vez superado este inconveniente se visualiza el crecimiento de la demanda lo que beneficia al proyecto para que sea factible en cubrir la demanda Insatisfecha que presenta el sector de la construcción con tendencia a crecimiento.

2.8 ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

FISA, Fundiciones Industriales S. A., fue fundada en 1969 en Guayaquil, Ecuador. La más grande planta de extrusión de aluminio del Ecuador. FISA ha sido forjada por dos generaciones familiares dedicadas a la excelencia en servicio al cliente, calidad del producto, innovación y tecnología. La calidad de los productos y servicios brindados por FISA ha hecho posible llegar a diferentes mercados en América desde 1998, gran parte de la producción de FISA se exporta a uno de los mercados más exigentes y competitivos, como es el de Los Estados Unidos adicionalmente, FISA exporta a Colombia, Perú, Bolivia y la región del Caribe. (FISA, 2012)

2.8.1 *Materia Prima*

Lingotes primarios de aluminio de 7 y 8 pulgadas de diámetro con una longitud de 225 pulgadas son importados para la producción de los perfiles de FISA. Las aleaciones estándares extruidas en FISA son AA 6063 y AA 6005, además de los lingotes primarios, FISA también extruye los lingotes producidos en su planta de fundición.

2.8.2 *Matricería*

La importancia de la matriz deriva en que es la herramienta que le da la forma al perfil de aluminio. FISA importa matrices de Europa y Norteamérica. También cuenta con equipos de computación y fabricación por control numérico que permiten diseñar y fabricar ciertas matrices, existen dos tipos de matrices: las de libre disposición y las de uso exclusivo del cliente. El departamento de matricería de FISA proporciona sin costo asesoría en el diseño de planos analizando la viabilidad de la extrusión.

“Para el diseño de un perfil de aluminio, es importante considerar el tamaño, la complejidad y el espesor de las paredes de la figura deseada”. (FISA, 2012)

Para determinar el tamaño de un perfil extruido, se utiliza la medida del diámetro de la circunferencia en la que entra la sección transversal del perfil. Esta medida se la conoce como círculo circunscrito.

2.8.3 *Extrusión*

FISA cuenta con cuatro prensas hidráulicas de extrusión para la producción de perfiles de aluminio, esto se traduce a una capacidad anual de 52 millones de libras perfiles de hasta 10.25 pulgadas de círculo circunscrito pueden ser extruidos en nuestras prensas.

La extrusión de aluminio es un proceso semi-continuo de manufactura en el cual un lingote precalentado es presionado a través de una matriz. El resultado es un producto con una sección transversal uniforme dada por la geometría de la matriz, una gran variedad de extrusiones sólidas, huecas y semi-huecas pueden ser generadas gracias a este proceso. Además el aluminio es convertido de un material fundido a un material forjado mejorando sus propiedades mecánicas.

Luego de que el aluminio ha sido extruido a altas temperaturas que incrementan la plasticidad del metal, es trasladado automáticamente a la mesa de enfriamiento, la cantidad de agua y/o aire utilizada para el enfriamiento depende del tamaño, forma, aleación y propiedades requeridas del material. El siguiente paso consiste en estirar el producto para obtener extrusiones rectas y eliminar el estrés residual, posteriormente, el

aluminio extruido es cortado a las medidas requeridas para ser trasladado al horno de envejecimiento que proporciona el temple y la dureza deseada. (FISA, 2012)

2.8.4 *Acabados*

En su estado natural el aluminio posee una superficie muy atractiva y anticorrosiva sin embargo, existen diferentes tratamientos que no solamente mejoran la resistencia a la corrosión y comportamiento mecánico, sino que también mejoran su apariencia estética. FISA cuenta con tres diferentes tratamientos principales para aplicar a la superficie de los perfiles extruidos estos son: el anodizado (mate y pulido), la pintura electrostática en polvo y la pintura electrostática líquida.

2.8.5 *Empaque*

Para asegurar que los perfiles de aluminio de FISA no sufran daños durante la distribución y almacenamiento, el proceso de empaque utilizado se divide en dos partes. Primero se coloca una lámina de papel entrelazada entre los perfiles, para luego envolverlos con plástico stretch de manera espiral a través de las máquinas de empaque. Todos los paquetes poseen una etiqueta con un código de barras que contiene toda la información necesaria del producto.

(Ver tabla en la página siguiente)

Tabla 15: Exportadores a Perú, Banco Central del Ecuador

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	NOMBRE EXPORTADOR
7608200000	DE ALEACIONES DE ALUMINIO	COMEFEX COMUNICACIONES EVENTOS FERIAS Y EXP. CORPORACION ECUATORIANA DE ALUMINIO S A CEDAL FISA FUNDICIONES INDUSTRIALES S.A. INDURAMA S.A.

Según fuente del Banco central del Ecuador, Comercio Exterior; FISA consta como exportador a Colombia y no es competencia en Perú, por tal motivo es factible que CEDAL S.A. inicie sus exportaciones a un mercado donde existe demanda del producto y las exportaciones de Ecuador a Perú está iniciando en el mercado.

Tabla 16: Exportaciones a Perú, Banco Central del Ecuador

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
7608200000	DE ALEACIONES DE ALUMINIO	1,692.33	6,229.64	100.00
TOTAL GENERAL:		1,692.33	6,229.64	100.00

CAPITULO III

3 COMERCIO EXTERIOR

3.1 REGÍMENES DE IMPORTACIÓN

“Un régimen aduanero es una modalidad de importación o exportación orientada a darle un destino aduanero específico a una mercancía, de acuerdo a la Declaración Aduanera presentada, a través del sistema ECUAPASS a los mismos se le designada una codificación numérica que se detallara en cada uno de los regímenes”. (SENAE, 2012)

3.1.1 Importación para el Consumo (Reg. 10)

Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras. (Código Orgánico de la Producción, 2010)

3.1.2 Admisión Temporal para Reexportación en el mismo Estado (Reg. 20)

Es el régimen aduanero que permite la introducción al territorio aduanero de determinadas mercancías importadas, para ser utilizadas en un fin determinado, con suspensión total o parcial de pago de los derechos e impuestos a la importación y

recargos, con excepción de la depreciación normal originada por el uso que se haya hecho de las mismas, para ser reexportadas en un plazo determinado sin experimentar modificación alguna, según se determine en el reglamento. (Código Orgánico de la Producción, 2010)

3.1.3 *Régimen de Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Reg. 21)*

El régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo es un régimen especial aduanero a través del cual se puede introducir mercancías al territorio ecuatoriano, para ser sometidas a un proceso de perfeccionamiento, siempre que cumpla con cualquiera de estos fines: a) Transformación, b) Elaboración de nuevas mercancías, aún inclusive en caso de montaje, incorporación ensamblaje y adaptación a otras mercancías, c) Reparación, restauración o acondicionamiento, d) Cumplimiento de programas de maquila autorizados por la autoridad competente. (Código Orgánico de la Producción, 2010)

Artículo 4: Modalidades de:

3.- Instalación Industrial: Régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo cuyo titular es una instalación industrial debidamente autorizada por el Subdirector General de Operaciones del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, en calidad de delegado del Director General.

3.1.4 *Reposición de mercancías con Franquicia Arancelaria (Reg. 11)*

Régimen aduanero que permite importar, con exoneración de los derechos e impuestos a la importación y recargos con excepción de las tasas aplicables, mercancías

idénticas o similares por su especie, calidad y sus características técnicas, a las que estando en libre circulación, hayan sido utilizadas para obtener las mercancías exportadas previamente con carácter definitivo. (Código Orgánico de la Producción, 2010)

3.1.5 *Transformación bajo Control Aduanero (Reg. 72)*

Es el régimen aduanero que permite introducir en el territorio aduanero mercancías para someterlas a operaciones que modifiquen su especie o estado, con suspensión del pago de los derechos e impuestos a la importación y recargos aplicables, para la posterior importación y recargos que les correspondan con arreglo a la naturaleza arancelaria del producto terminado. (Código Orgánico de la Producción, 2010)

3.1.6 *Reimportación en el mismo Estado (Reg. 60)*

Es el régimen aduanero que permite la importación para el consumo con exoneración de los derechos e impuestos a la importación, recargos aplicables de las mercancías que han sido exportadas, a condición que no hayan sido sometidas a ninguna transformación, elaboración o reparación en el extranjero y a condición que todas las sumas exigibles en razón de un reembolso o de una devolución, de una exoneración condicional de derechos e impuestos o de toda subvención u otro monto concedido en el momento de que la exportación, se hayan pagado. (Código Orgánico de la Producción, 2010)

3.1.7 *Régimen depósito aduanero (Reg. 70)*

“Depósito Aduanero industrial es el régimen suspensivo del pago de impuestos por el cual las mercancías pertenecen almacenadas por un plazo determinado, en lugares autorizados y bajo control de la Aduana, en espera de su destino en el exterior”. (Código Orgánico de la Producción, 2010)

El presente proyecto está basado en las Importaciones al Régimen Especial de Depósito Industrial, hoy en día **Régimen de Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo Modalidad Transformación Industrial** para la Corporación Ecuatoriana de Aluminio S.A. CEDAL. Estipulado en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Requisitos para acogerse al Régimen Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo Modalidad Transformación Industrial

- a) Que las mercancías sean las que están manifestadas en el contrato estipulado anteriormente al Reg. Deposito Industrial (72) actualmente Reg. Admisión Temporal para perfeccionamiento Activo Reg. 21 Modalidad Transformación Industrial
- b) Plazo de permanencia de las mercancías admitidas a este régimen podrán permanecer en el país hasta seis meses, prorrogables por igual período en casos debidamente justificados ante el Director Distrital.
- c) Para el funcionamiento del régimen Admisión Temporal para perfeccionamiento Activo, modalidad Transformación Industrial se exigirá garantía general, que tiene como finalidad el afianzamiento de eventuales tributos aduaneros. Dicha garantía se emitirá

por el plazo de un año, cuyo monto será por el cien por ciento (100%), de los eventuales tributos por las mercancías a almacenar.

d) Desperdicios y sobrantes

Por el momento dentro del ECUAPASS no existe la matriz para los desperdicios y sobrantes de mercancías importadas bajo el régimen Admisión Temporal para perfeccionamiento Activo modalidad Transformación Industrial, a opción del beneficiario podrán ser objeto de:

- Destrucción con exoneración total de los tributos al comercio exterior correspondientes, cuyos costos serán asumidos íntegramente por el consignatario.
- Nacionalizarse pagando todos los tributos al comercio exterior sobre la base de su valor de transacción, aplicando la subpartida arancelaria que como desperdicios les corresponda, siempre que su nacionalización no esté prohibida.
- Reexportarse.

**CORPORACION ECUATORIANA DE ALUMINIO S.A. CEDAL COMO
DEPÓSITO INDUSTRIAL**

El 08 de enero del 2008 se firma un contrato por parte de la Gerencia General de la Corporación Aduanera Ecuatoriana CAE, llamada el día de hoy Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador SENAE, autorizando el funcionamiento como Depósito Industrial por el plazo de 5 años a favor de la compañía CORPORACIÓN ECUATORIANA DE ALUMINIO S.A. CEDAL, cuyas instalaciones se encuentran ubicadas en la Ciudadela

Sigsi calle Sur, Av. Unidad Nacional S/N vía a Ambato, Provincia Cotopaxi, Cantón Latacunga. Dicho contrato basado en La Ley Orgánica de Aduanas permite importar a la planta de Depósito Industrial de CEDAL S.A. lo siguiente:

Tabla 17: Partida Arancelaria Contrato, CEDAL

DESCRIPCIÓN COMERCIAL	DESCRIPCIÓN ARANCELARIA	SUBPARTIDA ARANCELARIA
Aleaciones de aluminio - Aluminio primario en lingotes	Aleaciones de Aluminio	7601.20.00.00

A partir del 4 de agosto hasta el 14 de noviembre del 2008 se autoriza a CEDAL ALUMINIO S.A. la incorporación de las siguientes materias primas:

Tabla 18: Partida Arancelaria Contrato, CEDAL

DESCRIPCION COMERCIAL	DESCRIPCION ARANCELARIA	SUBPARTIDA ARANCELARIA
Aluminio sin alear - Aluminio primario en barras	Aluminio sin alear	7601.10.00.00
Chatarra, desperdicios y Desechos de aluminio, desechos de aluminio compactados	Desperdicios y desechos de aluminio	7602.00.00.00

GARANTÍA

CEDAL S.A. en cumplimiento del Art. 148, literal b), del Reglamento General de la Ley Orgánica de Aduanas, teniendo correlación con Art. 234, literal f del COPCI donde establece la obligación de presentar una garantía por el 100% de los posibles Derechos e Impuestos suspensos, por lo cual la compañía Cedal S.A. emite mediante la compañía de Seguros Generales Equinocciales S.A. una póliza que tiene por objeto afianzar el pago de los tributos aduaneros y el cumplimiento de las formalidades derivadas del Régimen Aduanero de Depósito Industrial de la CORPORACION ECUATORIANA DE ALUMINIO S.A. CEDAL.

Tabla 19: Póliza de Seguros para funcionamiento Déposito, CEDAL

POLIZA NO.	MONTO ASEGURADO	VENCIMIENTO	CDA
12101	600000	3-DIC-2013	028-08-42- 000333

DESCRIPCIONES DE LOS PROCEDIMIENTOS DEL DEPÓSITO INDUSTRIAL

A. Saldos Iniciales (ANEXO 1)

El anexo 1 muestra el detalle de los saldos iniciales de materia prima ingresada al Depósito.

B. Cédula de Importaciones (ANEXO 2)

Este cuadro muestra que en el período del 1 de enero al 30 de junio del 2010 Cedal Aluminio S.A. no realizó importaciones de materia prima bajo el régimen 72, actualmente régimen Admisión Temporal para perfeccionamiento Activo modalidad Transformación Industrial.

C. Cédula de exportaciones (ANEXO 3)

La compañía CEDAL S.A. presenta información relacionada con las exportaciones de productos terminados en las que intervinieron materia prima y materiales de producción ingresados bajo el Régimen Especial Aduanero de Depósito Industrial actualmente régimen Admisión Temporal para perfeccionamiento Activo modalidad Transformación Industrial.

D. Cedula de nacionalizaciones (ANEXO 4)

Como podemos observar en el anexo 4, la compañía no realizó nacionalizaciones de materias primas bajo el Régimen de Depósito Industrial actualmente régimen Admisión Temporal para perfeccionamiento Activo modalidad Transformación Industrial en el periodo del 1 de enero al 30 de junio del 2010.

E. Cuadro demostrativo de utilizaciones (ANEXO 5)

La CORPORACIÓN ECUATORIANA DE ALUMINIO S.A. CEDAL indica la utilización de materia prima de producción importados bajo el régimen Depósito Industrial 72; ahora con actualización de la Ley COPCI e implementación del ECUAPASS régimen Admisión Temporal para perfeccionamiento Activo modalidad

Transformación Industrial, los cuales sirvieron para la elaboración de productos terminados tales como: barras, perfiles y tubos de aluminio. Según este anexo encontramos que se exportó 198.195,55 kilos y 175,05 toneladas que en conjunto representan el 90.09% del total ingresado a la producción, originando un desperdicio del 21.80, 19 kilos y 19,27 toneladas que en conjunto representan el 9.9% del total ingresado a la producción.

F. Cédula demostrativa de insumos y compensadores (ANEXO 6)

En este anexo podremos visualizar el movimiento que han tenido cada una de las materias primas ingresadas al depósito, con respecto al impuesto y tributos garantizados por importación, se presentan en cantidades (Kilos), Valores FOB USD y los impuestos suspendidos.

G. Cuadro demostrativo de desperdicios de materia prima (ANEXO 7)

Cedal Aluminio S.A. muestra mediante este anexo la cantidad de desperdicios resultantes del proceso productivo, el cual fue de 41,07 toneladas, para efectuar la valoración se realizó en base al precio de venta del mercado local que es de aproximadamente 10 centavos de dólar por kilo (US\$ 100 por tonelada), procedimiento adoptado en base a la Resolución 0143 de la Corporación Aduanera Ecuatoriana CAE del 9 de marzo del 2010, ahora llamado SENA E Servicio Nacional de Aduanas.

H. Cuadro demostrativo de movimiento de garantía (ANEXO 8)

En este anexo podremos observar el resumen de cada una de las importaciones que ingresaron al Depósito Industrial bajo el Régimen 72 actualmente régimen Admisión

Temporal para perfeccionamiento Activo modalidad Transformación Industrial con sus respectivas compensaciones a través de las exportaciones (régimen 40) de materias primas del Depósito Industrial.

3.2 LOGÍSTICA DE IMPORTACIÓN

3.2.1 *Logística*

La logística es el proceso de planificación, operación y control de la negociación, compra venta, movimiento y almacenaje de mercadería desde la fuente de materias primas hasta el punto de venta. Es decir el control de toda la cadena de abastecimiento, desde la compra de materia prima hasta la entrega del producto final, en algunos casos, también se considera al servicio de posventa como parte final de la cadena. (BUYUSA, 2013)

Dentro de la cadena integral de logística encontramos cuatro subsistemas: abastecimiento, producción, distribución y servicio de posventa. La función de la logística es, nada más y nada menos, que la reducción de costos un alto porcentaje, entre el 40 y el 80 por ciento del costo de un producto, está constituido por costos en la cadena de abastecimiento, es decir costos de transporte y almacenamiento. Competir en una economía globalizada implica, no sólo producir un producto de calidad, sino también alcanzar precios internacionales, trabajar adecuadamente en la logística integral de la empresa mejora los costos del producto final.

“La logística internacional es aún más compleja, debido a las grandes distancias, barreras idiomáticas y culturales que debemos enfrentar. Esta presentación trata sólo una parte de la cadena de logística integral, la logística de importación”. (BUYUSA, 2013)

3.2.1.1 Logística de importación

CEDAL S.A. con el fin de tener una cadena logística que esté bien estructurada, se ha basado en las siguientes etapas:

- Análisis de la empresa
- Análisis del mercado
- Selección del proveedor
- Confección del contrato de compra-venta
- Identificación del método de financiación
- Secuencia de pagos y transporte de la mercadería
- Despacho a plaza
- Conclusiones

La logística de importación es una tarea de coordinación, al ser CEDAL S.A. una empresa que se encuentra muy bien constituida y organizada su objetivo principal es el de reducir costos y trabajar eficientemente, es por esto que la compañía durante el paso de los años ha venido realizando una gestión de logística la cual le permita tener competitividad con las demás compañías estrusadoras del mundo, manteniendo un control logístico eficaz con sus embarques.

LA CORPORACIÓN ECUATORIANA DE ALUMINIO S.A. CEDAL busca gerenciar estratégicamente la adquisición, el movimiento, el almacenamiento de productos y el control de inventarios, así como todo el flujo de información asociado, a través de los cuales la organización y su canal de distribución se encauzan de modo tal que la rentabilidad presente y futura de la empresa es maximizada en términos de costos y efectividad; es por eso que para la compañía es muy importante mejorar la fase de mercadeo y transporte al menor costo posible. (Castro Pinzón, 2007)

La logística de CEDAL S.A. recurre a varias actividades y know how que participan en la gestión y control de flujos físicos y de informaciones así como de medios, basándose así en el siguiente proceso logístico:



Gráfico No. 17 Logística, Martín Chistopher

ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS DE LA LOGÍSTICA DE CEDAL S.A.

1) Pronóstico

CEDAL S.A. con el fin de determinar las ventas que tendrá en los próximos años realiza un pronóstico de ventas para determinar el proceso productivo que cubra la demanda pronosticada

CORPORACION ECUATORIANA DE ALUMINIO CEDAL S.A.
PRESUPUESTO DE VENTAS
2013

	2013	2014	2015	2016	2017
PARTIDA 7604.29 .20.00					
Costo	\$ 6.25	\$ 6.51	\$ 6.78	\$ 7.06	\$ 7.36
Cantidad	30,168	30,771	31,387	32,015	32,655
Total	\$ 188,537.93	\$ 200,308.73	\$ 212,814.41	\$ 226,100.84	\$ 240,216.76

Elaborado: Por Autoras

2) *Planeación*

La compañía CEDAL determina la cantidad total de materia prima (aluminio primario) suficiente para cumplir con su proceso de producción tomando en cuenta las etapas a desarrollar dentro del mismo proceso y así culminar con el producto terminado. A partir de ello la empresa establece los canales de distribución que en este caso se utiliza el transporte terrestre para distribuir los perfiles de aluminio al cliente final.

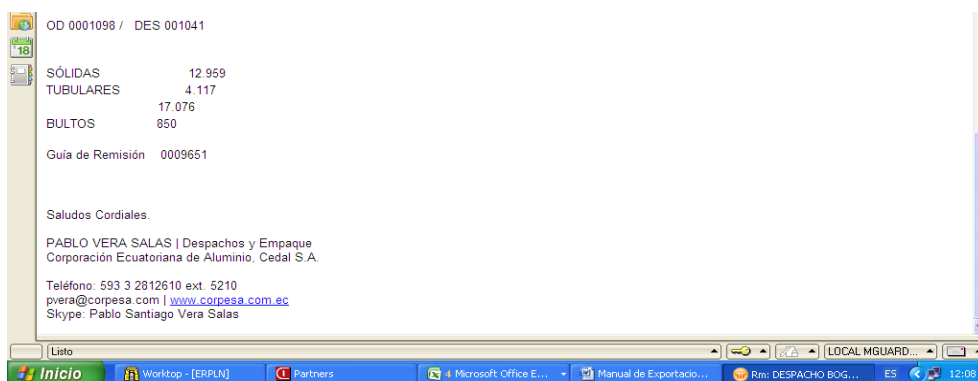
Utilizaremos el Canal Mayorista o Canal 3 (del Productor o Fabricante a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores): Este tipo de canal de distribución contiene dos niveles de intermediarios: 1) los mayoristas (intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor, del bienes a otras empresas como los detallistas que los adquieren para revenderlos) y 2) los detallistas (intermediarios cuya actividad consiste en la venta del bienes al detalle al consumidor final). (Castro Pinzón, 2007)

3) Manejo inicial de Logística

Pedidos.- La empresa realiza un control de la demanda efectivo y de los flujos de mercancías pedidos para solicitar a producción los perfiles de aluminio necesarios para cubrir la demanda.

Inventarios.- CEDAL S.A. realiza un inventario para conocer el stock del producto terminado con el fin de mantener un estricto control en cuanto a los perfiles producidos. Implementaremos Costo promedio que consiste en calcular el costo promedio unitario de los artículos

Recepción.- En esta parte de la logística se reciben todas las órdenes de compra las cuales son enviadas a producción para elaborar los perfiles que solicita la demanda.



4) Empaque

La materia prima al ser transformada en perfiles de aluminio es empacada en fundas de polietileno para evitar el maltrato hasta ser transportadas a su cliente final.

5) *Transporte*

CEDAL S.A. transporta los perfiles de aluminio hacia Perú vía terrestre ya que es la manera más accesible de llevar este producto por el gran volumen que se exporta, mientras que la importación de la materia prima se realiza vía marítima.

3.2.2 *Aduanas*

La CORPORACIÓN ECUATORIANA DE ALUMINIO S.A. CEDAL, al estar registrado como importador en la Corporación Aduanera Ecuatoriana - CAE (actualmente SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS DEL ECUADOR - SENA), debe cumplir ciertos requisitos para la nacionalización de sus mercancías importadas detallados a continuación:

Declaración Aduanera de Importación

CEDAL S.A. mediante su agente de aduana está obligado a presentar un formulario correspondiente a la declaración del aluminio primario en lingotes proveniente de Argentina en su mayoría al régimen antes llamado Depósito Industrial, ahora con la actualización de ley del COPCI Régimen Admisión Temporal para perfeccionamiento Activo Reg.21 modalidad Transformación Industrial dicho documento tiene como nombre de Declaración Aduanera Única (DAU), Actualmente Declaración Aduanera de Importación (DAI), la cual debe ser enviada electrónicamente a través del SICE, hoy ECUAPASS y presentarla en el Distrito de llegada de la mercancía, en este caso nos referimos al Distrito Aduanero (Marítimo) de Guayaquil; esta declaración debe estar acompañada de los siguientes documentos:

- Original o copia negociable del Documento de Transporte (Bill of Lading)
- Factura comercial
- Declaración Andina de Valor (DAV) en SICE actualmente DAI en ECUAPASS
- Póliza de seguros expedida de conformidad con la Ley.

Una vez que es aceptado el envío electrónico de la Declaración Aduanera Única (DAU) en el SICE, hoy la DAI en ECUAPASS se procede a determinar el tipo de aforo a realizarse, este puede ser documental, físico o automático.

3.3 TRANSPORTE INTERNO Y FINALIZACIÓN TRAMITE IMPORTACIÓN

El Analista de Importaciones coordina con el Agente Afianzado el retiro de la mercadería nacionalizada, también coordina la logística de transporte y entrega, a las bodegas de CEDAL S.A. Latacunga, entrega al Asistente de Compras copia de la Factura y Packing List, para que sean adjuntadas a la Guía de Movilización antes, ahora con el sistema de ECUAPASS simplemente sé que lleva el producto a CEDAL Latacunga bajo la responsabilidad del Importador tomando en cuenta que el tramite ya está cerrado y liquidado. En todos los casos, el analista de Importaciones notifica al encargado de recibir el artículo en cuestión, la fecha de entrega, los datos del transportista (de ser necesario), y envía copia de la Factura Comercial y del Packing List. Envía también esta notificación al usuario que solicitó en primera instancia el artículo, y a su jefe departamental. Las entregas de materia prima, siempre serán copiadas también al Gerente de Planta, al Gerente General, al Jefe de Fundición, y al Jefe de Control de Producción las entregas de artículos de Línea 75 Comercial, siempre serán copiadas a los Gerentes Regionales y al Director Corporativo Comercial.

CEDAL Latacunga se encargara de recepción es el Jefe de Bodega, junto con el Coordinador de Calidad o con el Jefe encargado del área solicitante, quienes realizan una verificación del producto recibido, comparando con lo solicitado en la requisición y la factura comercial y almacenando en el espacio físico determinado como Deposito y permitido por la SENAE.

Si el producto recibido se encuentra conforme a lo solicitado, el jefe de bodega realiza el ingreso del ítem en el sistema. Caso contrario, el Asistente de Operaciones y Logística llena el reporte de no conformidad y lo remite al Analista de Importaciones para que contacte al proveedor y se definan los mecanismos de compensación para solucionar el problema inmediatamente.

Habiéndose efectuado la entrega de la mercadería en la bodega respectiva, el Analista de Importaciones recibe de parte del Agente Afianzado, la factura de honorarios con sus respectivos respaldos, la solicitud de reembolso de gastos, con sus respectivos respaldos, la factura de transporte interno (cuando haya sido coordinado por el Agente Afianzado), y cualquier otro documento propio del trámite de nacionalización.

El analista de Importaciones revisa la documentación y de estar conforme, gestiona la documentación de la siguiente manera:

- Incluye en el expediente de la importación, copias de todas las facturas y documentos recibidos del Agente Afianzado.
- La factura de honorarios de nacionalización, sellada, firmada, e identificada con el número de expediente, se ingresa al sistema de cuentas por pagar luego, se

entrega al Departamento de Contabilidad con todos los respaldos de la nacionalización: DAU, hoy en día DAI y liquidado con sello de pago del banco.

- La solicitud de reembolso de gastos, sellada, firmada, e identificada con el número de expediente, se entrega al Departamento de Contabilidad con los respaldos correspondientes: Facturas a nombre de Corporación Ecuatoriana de Aluminio S.A. y pagadas por el Agente Afianzado, recibos de pago de valores pagados sin factura (Recibo de certificación de cheque, Recibo de pago de THC.
- La factura de transporte, sellada, firmada e identificada con el número de expediente, e ingresa al sistema de cuentas por pagar. Luego se entrega al Departamento de Contabilidad.
- Para el caso de la bodega de Almacenaje en Contecon, con cada proceso se recibe un detalle de valor a facturarse. Este detalle debe conservarse, hasta la llegada de la factura de la almacenera, cuando se verificará que todos los valores facturados coincidan con los detalles anteriormente recibidos. Una vez conforme, se ingresa la factura (sellada, firmada, e identificada en cada rubro con el número de expediente) en el sistema de cuentas por cobrar, y se entrega al Departamento de Contabilidad.

Al finalizar cada importación, el analista de Importaciones debe conservar su expediente completo con la siguiente documentación:

- Requisición
- Proforma aprobada
- Nota de Pedido

- Aplicación de Seguro y su Factura correspondiente
- Copia de la Licencia Previa de importación (si aplica) y factura
- Copia de la Factura Comercial presentada en aduanas
- Copia de Packing List, y demás documentación enviada por el proveedor
- Copia de la Factura de Honorarios del Agente Afianzado, con sus respectivos respaldos
- Copia de la Autorización de Débito (si aplica) para el pago de la liquidación.
- Copia de la Solicitud de Reembolso, con sus respectivos respaldos (Facturas de almacenaje)
- Copia de la factura de transporte
- Copia de la factura del servicio de acompañamiento, con sus respectivos respaldos
- Copia de todas las requisiciones de pago emitidas durante el proceso, adjuntas a sus respectivos respaldos

A fin de cada mes, el analista de Importaciones entrega los expedientes de importación de ese período al Departamento de Contabilidad, quien se encarga de la liquidación de cada importación realizada recibe nuevamente los expedientes, con los siguientes documentos adicionales:

- Copia del ingreso de bodega firmado por el jefe responsable y Copia de la liquidación de importación

En ese momento, el analista de Importaciones procede a archivar los expedientes liquidados.

3.3.1 *Generación de la Matriz Insumo producto Importadores*

Es una herramienta que se le proporciona a los OCE's para realizar las declaraciones de las mercancías destinadas a la producción y transformación de la materia prima importada. La generación de matrices consiste en la revisión de los insumos importados que sean estos correctos en cuanto al código del insumo, descripción del producto, tipo de la unidad comercial y cantidad del producto, adicional se debe ingresar la información de los productos compensadores con sus respectivos coeficientes de utilización. Ejemplo Anexo 5 y 7 de la constitución del Depósito de CEDAL S.A.

3.4 LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

3.4.1 *Exportación Definitiva (Reg. 40)*

La Exportación definitiva es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Art. 158. COPCI

3.4.1.1 *Logística de Exportación de la Empresa CEDAL S.A.*

CEDAL S.A. con el fin de llevar una exportación correcta y eficiente se basa en lo siguiente:

Aspectos estratégicos de la exportación

- Estrategia general
- El diseño en la exportación
- La información básica y la investigación de mercados
- El ingreso y las formas de gestión en el mercado
- Evaluación de la posición competitiva en el mercado

Trámites de la exportación y documentos principales

- Trámites de la exportación
- Documentos principales
- Selección de los medios de transporte y seguros

Términos de negociación internacional y formas de cobro

- Términos de negociación internacional
- Formas de cobro

Contratos internacionales, solución de controversias y apoyos al exportador

- Contratos internacionales y solución de controversias
- Apoyos gubernamentales para las exportaciones
- Apoyos financieros al exportador

La organización para la exportación

- El consorcio de exportación
- La organización interna

ASPECTOS ESTRATÉGICOS DE LA EXPORTACIÓN

Estrategia general

La Empresa CEDAL S.A., en sus fines de expansión en el mercado Internacional a través de la marca VITRAL ya obteniendo éxito en Colombia, realizó un estudio de mercado a Perú donde encontró factible la comercialización de perfiles de aluminio, siendo que en el estudio de mercado mostro viabilidad en implementar una sucursal en Lima por su extensa población y existe la suficiente demanda en el mercado de perfiles, CEDAL realizara las exportaciones de perfiles de aluminio para la comercialización dentro de ese país aprovechando el Régimen Especial acogido en origen.



Gráfico No. 18 VITRAL, Marca en Perú

El diseño en la exportación

El tema del diseño del producto es un factor estratégico para la penetración en mercados externos para lograr la buena aceptación de un producto por parte de los consumidores es indispensable considerar los siguientes aspectos: satisfacer las necesidades del consumidor; ser durable y, con atractiva apariencia, ofrecer el mejor producto en calidad en relación con otros similares nacionales o extranjeros, así como brindar un precio adecuado a las expectativas del cliente y a su desempeño. (Secretaría de Economía, 2013)

El diseño del producto debe complementarse con: una imagen que comprende la marca comercial, etiquetas, envases, manuales e instructivos, catálogos de productos y publicidad, así como buena imagen corporativa de la empresa.

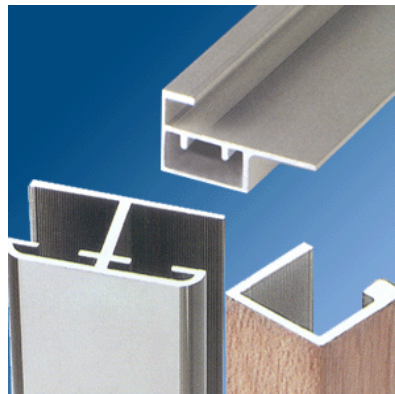


Gráfico No. 19 Perfiles, CEDAL

Los productos de exportación de CEDAL ALUMINIO S.A. son:



Gráfico No. 20 Perfiles de Aluminio, Subpartida 7608.20.00.00

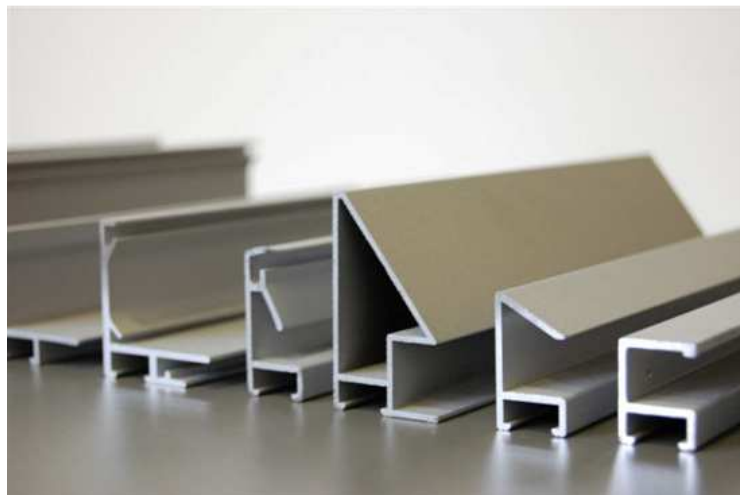


Gráfico No. 21 Perfiles de Aluminio, Subpartida 7604.29.20.00

TRÁMITES DE LA EXPORTACIÓN Y DOCUMENTOS PRINCIPALES

Trámites de la exportación

Antes de realizar el trámite de exportación la empresa CEDAL S.A. realizo las siguientes investigaciones.

- *Análisis de la viabilidad inicial*

En este análisis La Corporación Ecuatoriana de Aluminio investiga la capacidad de producción interna de los perfiles de aluminio, de la calidad y el empaque del producto.

- *Análisis de la viabilidad real*

Este análisis sirve para conocer si el producto tiene barreras arancelarias y no arancelarias en Perú, pero al ser este un país miembro de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) donde Ecuador tiene acuerdos comerciales, al presentar el Certificado de Origen, los perfiles de aluminio objetos de exportación gravan el 0% de aranceles.

Proceso de exportación

En el proceso de Exportación, la Empresa CEDAL S.A. recibe los pedidos enviados por la compañía VITRAL LTDA, empezando así la adecuación de la logística, iniciando por los inventarios y las órdenes de producción, continuando con la selección del transporte, agente de aduanas y seguros. En este caso el transporte usado por CEDAL S.A. para transportar sus mercaderías hacia Perú, es la vía terrestre utilizando contenedores de 40ST y 40HC dependiendo de la orden de compra.



Gráfico No. 22 Contenedor 40ST, Cubicaje y Medidas, CEDAL

TIPO DE CONTENEDOR	Cm					Kg.		
	ANCHO	ALTO	LARGO	AREA	VOLUME	PESO BRUTO	TARA	CARGA UTIL
40' ESTÁNDAR	235	240	1.200	56.400	67.680.000	30.480	3.800	26.680

CUBICAJE DE LA SUBPARTIDA 7604.29.20.00

PARTIDA	cm					PAQ / AREA	PAQ / VOL	PESO Kg.	PESO / AREA	PESO / VOL
	ANCHO	ALTO	LARGO	AREA	VOLUMEN					
7604.29.20.00	10,0	14,0	600,0	140,0	84.000	403	806	30	12.086	24.171

CUBICAJE DE LA SUBPARTIDA 7608.20.00.00

PARTIDA	cm					PAQ / AREA	PAQ / VOL	PESO Kg.	PESO / AREA	PESO / VOL
	ANCHO	ALTO	LARGO	AREA	VOLUMEN					
7608.20.00.00	5,4	13,0	600,0	70,2	42.120	803	1.606	26	20.888,89	41.777,78

Para la unidad de carga 40 ST la carga útil permitida es de 26.680 kg. CEDAL implementara para la partida 7604 su carga por PESO/VOL; y para partida 7608 su carga PESO/AREA.

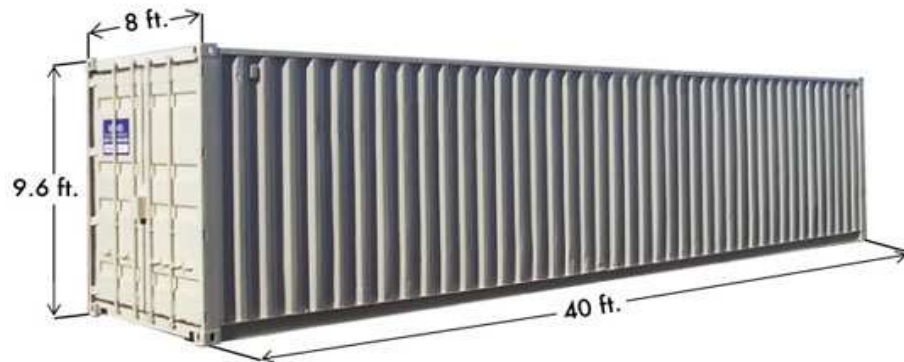


Gráfico No. 23 Contenedor 40HC, Cubicaje y Medidas, CEDAL

TIPO DE CONTENEDOR	cm					Kg.		
	ANCHO	ALTO	LARGO	AREA	VOLUME	PESO BRUTO	TARA	CARGA UTIL
40'HQ	235	250	1.200	58.750	70.500.000	30.480	3.900	26.580

CUBICAJE 40' HQ

CUBICAJE DE LA SUBPARTIDA 7604.29.20.00

PARTIDA	cm					PAQ / AREA	PAQ / VOL	PESO Kg.	PESO / AREA	PESO / VOL
	ANCHO	ALTO	LARGO	AREA	VOLUMEN					
7604.29.20.00	10,0	14,0	600,0	140,0	84.000	420	839	30	12.589	25.179

CUBICAJE 40' HQ

CUBICAJE DE LA SUBPARTIDA 7608.20.00.00

PARTIDA	cm					PAQ / AREA	PAQ / VOL	PESO Kg.	PESO / AREA	PESO / VOL
	ANCHO	ALTO	LARGO	AREA	VOLUMEN					
7608.20.00.00	5,4	13,0	600,0	70,2	42.120	837	1674	26	21.759,26	43.518,52

Para la unidad de carga 40 HQ la carga útil permitida es de 26.580 kg. CEDAL implementara para la partida 7604 su carga por PESO/VOL; y para partida 7608 su carga PESO/AREA.

3.4.2 Exportación Vía Marítima

Perú cuenta con una infraestructura portuaria compuesta por catorce puertos ubicados en el Litoral Pacífico, tres de estos son fluviales, destacando el puerto de Iquitos como uno de los más importantes del país, está situado sobre el Río Amazonas, y cuenta con 2 muelles flotantes, tres almacenes de los cuales 2 son para alquiler y 1 para acomodamiento de carga general y operación de aduanas. Los restantes son puertos marítimos dentro de los cuales se encuentra Callao; principal puerto de Perú que adicionalmente cuenta con tres puertos fluviales. (Dávalos, Perfil Logístico de la República del Perú, 2012)



Gráfico No. 24 Mapa de Transito Perú

Callao: Es la puerta de entrada de la mayoría de productos a Perú desde el exterior por su puerto marítimo, que es considerado como uno de los más seguros y espaciosos de Sur América. Se encuentra ubicado a 712 millas náuticas de Guayaquil –Ecuador, su

múltiple infraestructura compuesta por 8 muelles, 18 sitios de atraque y una capacidad de almacenaje de 264.473 m², le permite atender naves de full container, graneleras, petroleras. Maneja actualmente 70% de la carga marítima del país y el 50% del comercio exterior, traducándose en 13.5 millones de toneladas al año; se especializa en el manejo de textiles, cereales, maquinaria, papel y alimentos procesados. Algunas de sus características son: Longitud de Amarraderos: 3,646.64 metros, de profundidad de aguas en Muelle: hasta 36 pies, área total: 264,473 metros cuadrados, áreas para contenedores: 243,298 metros cuadrados, áreas techadas: 21,175 metros cuadrados su facilidad de acceso a varios medios de transporte como al aeropuerto internacional Jorge Chávez, el ferrocarril central y la carretera panamericana, le permiten la utilización al máximo del modo de transporte multimodal. (Dávalos, Perfil Logístico de la República del Perú, 2012)

Está ubicado al Norte, cerca de la frontera con Ecuador, a una distancia por tierra de 1.037 kilómetros de Lima, 56 kilómetros de Piura, 58 kilómetros de Sullana donde se encuentra el aeropuerto más cercano, y a una distancia de 510 millas vía marítima desde el Callao. El puerto cuenta con 1 muelle, 1 almacén para carga general con una capacidad de 359 TM, dos zonas; una con capacidad de acomodación de 390 contenedores de 20' y la otra para el tránsito de contenedores y adicionalmente 2 patios para el acomodamiento de contenedores llenos y vacíos. En la actualidad se proyecta la modernización del puerto, tomando como modelo el famoso Callao, esto con el fin de reforzar los recientes tratados de libre comercio suscritos hace poco (Dávalos, Perfil Logístico de la República del Perú, 2012)

Desde Ecuador, existe ruta directa, desde el puerto de Guayaquil, hacia los puertos de Callao y Paita. Los tiempos de transito alcanzan 2 días y menos de 1 día (horas) respectivamente.

Líneas navieras que operan en el lugar, tarifas, frecuencias y rutas la línea del grupo Transoceánica, cubren esta ruta Guayaquil – Callao, el tiempo de tránsito es de 2 días el valor aproximado por contenedor es de USD 1,000.00.

Exportación Vía Terrestre

Perú tiene aproximadamente 80,000 km. red de carreteras de los cuales un 15% está pavimentado. Sus principales vías son: la carretera Panamericana, que recorre más de 3.000 km por la costa y atravesando 10 ciudades del territorio peruano desde la frontera con Ecuador hasta Chile; la carretera Marginal de la Selva, que une a los pueblos del norte cercanos a la frontera ecuatoriana con los pueblos del sur, próximos a la frontera con Bolivia; y la carretera Central, que inicia en Lima y se dirige hacia la sierra peruana. (Dávalos, Perfil Logístico de la República del Perú, 2012)

Selección de los medios de transporte y seguros

El transporte es uno de los factores más significativos del costo de operación del comercio internacional, por lo que es necesario realizar un análisis exhaustivo de las diferentes modalidades del mismo. Para seleccionar el medio más idóneo se deberán evaluar los costos, confiabilidad, seguridad y oportunidad en la entrega.

En este caso la Empresa CEDAL S.A. al analizar todos los aspectos mencionados anteriormente, encuentra que la mejor manera de transportar los perfiles de aluminio a Perú es por vía Marítima por el tiempo y su costo.

Entre los costos se deben considerar los directos (fletes, costos de maniobras, derechos y tarifas especiales, entre otros) e indirectos, como los relativos a los almacenajes; y los costos financieros, por los tiempos de espera.

En cuanto al Seguro se constituye de una serie de coberturas que tienen como objetivo resarcir al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran las mercancías objeto de transporte por cualquier medio, la combinación de éstos o los tiempos de espera. Los riesgos a cubrir y la magnitud de los mismos será una cuestión a decidir y acordar.

El valor unitario, el peso, el volumen del producto y las distancias tienen mucha importancia para la selección de los modos de transporte. Si se trata de un producto de gran volumen, de poco valor y a grandes distancias la modalidad será el transporte marítimo. Si se trata en cambio de productos de alto valor, reducido peso y poco volumen, aun a largas distancias, se considerará el transporte aéreo.

3.4.3 *Documentos principales para la Exportación*

Los principales documentos de soporte utilizados para las exportaciones de la producción de CEDAL son:

- *Factura Comercial*

En el país de destino todo embarque se debe acompañar con una factura original, misma debe prepararse conforme con la Sección 141.86 del Reglamento de Aduana y en la forma acostumbrada para una operación comercial (transacción) relativa a mercancías del tipo a que se refiere la factura. La Ley Arancelaria indica que la factura debe llevar la siguiente información:

- Puerto de entrada.
- La fecha, el lugar y los nombres del comprador y del vendedor, si la mercancía es para la venta o si hay un contrato de venta; la fecha y el origen del cargamento y los nombres del embarcador (expedidor) y del destinatario, si la mercancía es para consignación.
- Una descripción detallada de la mercancía, incluidos el nombre por el que se conoce cada artículo, el grado o la calidad, y las marcas, los números y los símbolos que utiliza el vendedor o el fabricante en la venta comercial en el país de exportación, junto con las marcas y los números de los paquetes que contienen la mercancía.
- Las cantidades en pesos y medidas.
- El precio de compra de cada artículo, si la mercancía es para la venta o si hay un contrato de venta.
- Si la mercancía va en consignación, el valor de cada artículo en la moneda que normalmente se emplea en las operaciones o, en defecto de tal valor, el precio en la moneda que el fabricante, vendedor, embarcador o propietario hubiese recibido normalmente, o hubiese

estado dispuesto a aceptar, por tal mercancía, si se vendiese en el comercio ordinario y en las cantidades al por mayor acostumbradas en el país de exportación.

- La clase de moneda.
- Todos los cargos sobre la mercancía, detallados por nombre y cantidad, incluidos el flete, el seguro, la comisión, las cajas, los contenedores, las envolturas y el costo de empaque; y, si no se han incluido en los gastos antes citados, todos los cargos, costos y gastos incurridos en el transporte de la mercancía desde el punto de desembarque en el primer puerto de entrada estadounidense. No hay que detallar el costo del empaque, las cajas, los contenedores y los fletes interiores al puerto de exportación si se incluyen explícitamente en el precio de la factura. Cuando la información requerida no aparezca en la factura tal como fue preparada originalmente, debe figurar en una hoja adjunta a la factura.
- Todo reintegro de derechos de aduana, rebaja y subvención, detallados separadamente, que se concedan al exportarse la mercancía.
- El país de origen.

- *Lista de empaque*

La Lista de Empaque es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y conocer

qué contiene cada bulto o caja, por lo cual se ha de realizar un empaque metódico, que coincida con la factura. Esta última se utiliza como complemento de la factura comercial y se entrega al transportista.

En este desglose se debe indicar la fracción arancelaria de la mercancía, así como el valor, el peso neto y bruto adicional el volumen (describiendo el tipo de empaque y embalaje utilizados).

- Certificado de Origen

“El certificado de origen es el documento que acredita que un producto de exportación cumple los criterios de origen, según el destino, para ser considerado originario de un territorio y obtener un trato arancelario preferencial”.

(PROECUADOR, 2012)

Emisión del Certificado de Origen en ECUAPASS

Se ingresa al sistema ECUAPASS, en la opción Ventanilla Única, se selecciona la opción Certificado de Origen y DJO:



Gráfico No. 25 Emisión del Certificado de Origen, ECUAPASS

(Ver gráfico en la página siguiente)

Se ingresa a la opción de Certificado Acuerdo de Cartagena (CAN):

Certificado ACE65(Acuerdo CHILE ECUADOR)	Seleccionar
Certificado Terceros Países	Seleccionar
Certificado Acuerdo de Cartagena(CAN)	Seleccionar
Envio de Cert. Origen masivos	Seleccionar
Actualizacion / Consulta de Cert. Origen masivos	Seleccionar
Estado de Tramite Integral	
Estado de Tramite Integral	Seleccionar

Gráfico No. 26 Certificado del Acuerdo de Cartagena, CAN - ECUAPASS

En esta opción de registran los siguientes datos: Propietario, Información, Productos, Factura/Normas y Enviar (se adjunta la factura en PDF)

Certificado Acuerdo de Cartagena(CAN)

Propietario Información Productos Factura/Normas Enviar

* Codigo de OCE 16927823

Co propietario

:: Selección del propietario del certificado : Identifique si el certificado a generar es para usted o para uno de sus apoderados

* RUC --Selección--

Gráfico No. 27 Certificado de Origen, CAN propietario ECUAPASS

(Ver gráfico en la página siguiente)

Certificado Acuerdo de Cartagena

Propietario: Información **Productos** Factura/Notas Enviar

Lista de productos

Subpartidas	Criterio de origen	Peso o cantidad	Unidad	Valor de Factura
8704211090	Decisión 415, C	30.00	UNIDAD	661,740.00

* Subpartidas: 8704211090 * Criterio de origen: Decisión 415, Capítulo II, Artículo 2, I

Denominación de la mercancía

* Denominación: LUV D-MAX 3.0 404 CO 54

* Peso o cantidad: 30.00 * Unidad: UNIDAD

* Valor de Factura: 661,740.00

Nota:
Para Agregar un elemento en la lista es necesario proporcionar toda la información del formulario, posteriormente presionar el botón AGREGAR.
Solamente se almacenarán los productos que se encuentran en a Lista de productos en la parte superior

Agregar Modificar Eliminar

* ACUERDO: CARTAGENA * País importador: COLOMBIA

Gráfico No. 28 Certificado de Origen, CAN información ECUAPASS

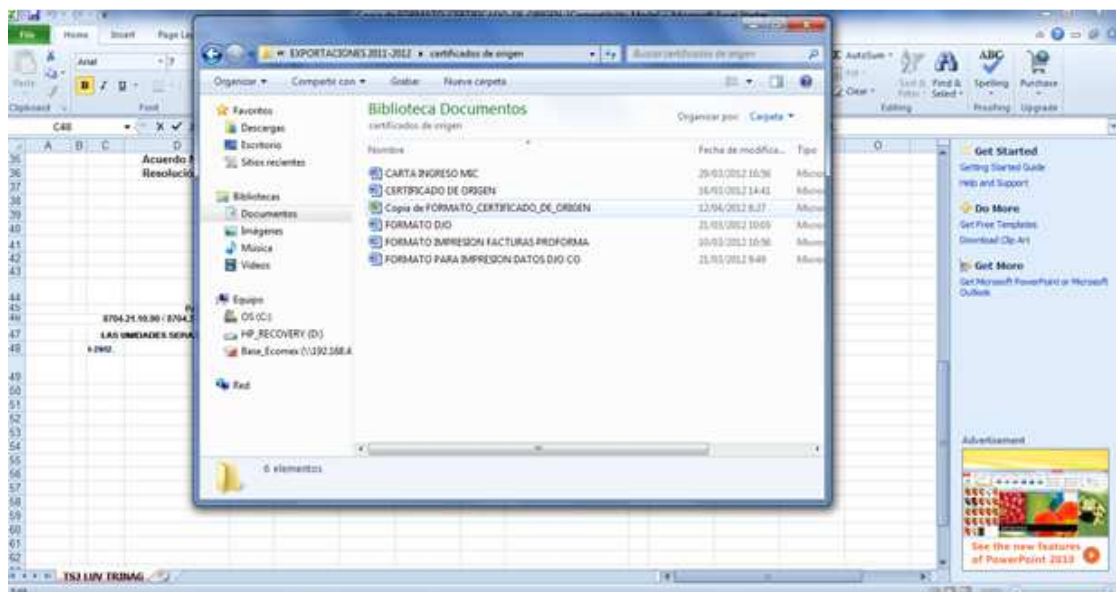


Gráfico No. 29 Copia de Adjunto Certificado de Origen, ECUAPASS

(Ver gráfico en la página siguiente)

Trámites Operativos Servicios Informativos Soporte al Cliente Ventanilla Única

Menu izquierdo Ventanilla Única > 4.4 Elaboración de CO > Certificado Acuerdo de Cartagena Mi menú 1 2 3 4 5 6

Certificado Acuerdo de Cartagena

Propietario Información Productos Factura/Normas **Enviar**

Documento adjunto

ID del Archivo	nombre de archivo	archivo de la división
SW__1	FACTURA 6593.pdf	Factura

Agregar un archivo eliminar archivos

Guardar temporal Traer Registro

Gráfico No. 30 Certificado de Origen, CAN productos ECUAPASS

ECUAPASS

Trámites Operativos Servicios Informativos Soporte al Cliente Ventanilla Única

Menu izquierdo Ventanilla Única > 4.4 Elaboración de CO > Certificado Acuerdo de Cartagena Mi menú 1 2 3 4 5 6

Certificado Acuerdo de Cartagena

Propietario Información Productos Factura/Normas **Enviar**

Documento adjunto

ID del Archivo	nombre de archivo	archivo de la división
SW_01_1	FACTURA 6593.pdf	Factura

Agregar un archivo eliminar archivos

Guardar temporal Traer Registro

Gráfico No. 31 Certificado de Origen, CAN enviar ECUAPASS

Una vez que los documentos han sido subidos la información en documentos con formato (pdf.) al sistema ECUAPASS, se realiza el envío y se registran los mismos en el sistema.

(Ver gráfico en la página siguiente)

ECUAPASS

Trámites Operativos | Servicios Informativos | Soporte al Cliente | Ventanilla Única

Menu izquierdo | Ventanilla Única > 4.4 Elaboración de CO > Certificado Acuerdo de Cartagena | Mi menú 1 2 3 4 5 6

Certificado Acuerdo de Cartagena

Propietario | Información | Productos | Factura/Normas | **Enviar**

Documento adjunto

ID del Archivo	nombre de archivo	archivo de la división
SW_01_1	FACTURA 6593.pdf	Factura

Agregar un archivo | eliminar archivos

Guardar temporal | Traer | **Registro**

Servicios Informativos | Soporte al Cliente

> Certificado Acuerdo de Cartagena

Factura/Normas

Confirmar

¿Está seguro?

Sí No

Gráfico No. 32 Certificado de Origen, CAN ok ECUAPASS

Se conecta en un puerto USB de la máquina el dispositivo TOKEN, se da clic en Registro y se ingresa la clave, se confirma, una vez registrado el sistema indica el número de C.O.

(Ver gráfico en la página siguiente)

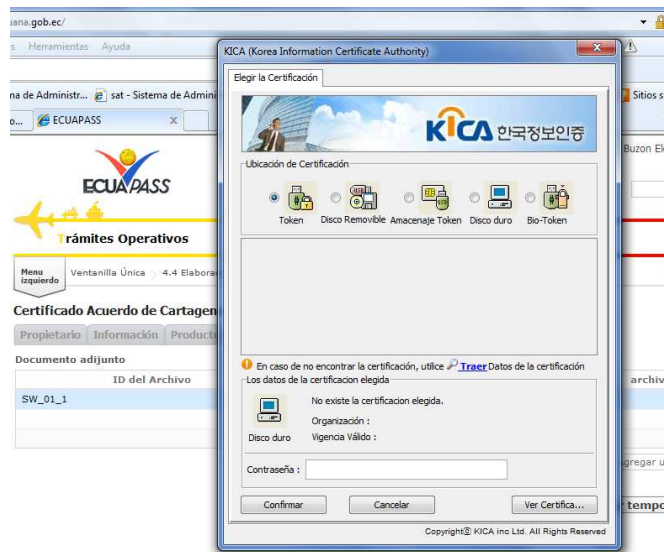


Gráfico No. 33 Ingreso del Token, ECUAPASS

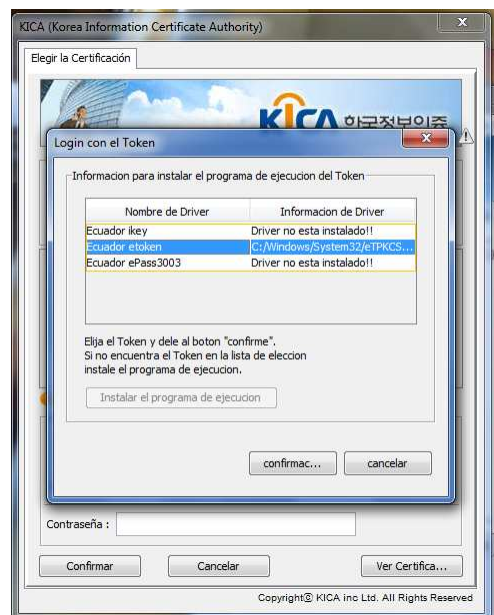


Gráfico No. 34 Elección del Token, ECUAPASS



Gráfico No. 35 Ingreso del Token, ECUAPASS

La aprobación del trámite durara de 24 a 48 horas, sin embargo se debe revisar el trámite para determinar el estado del mismo, para lo cual regresamos al menú de opciones y escogemos la opción Estado Tramite Integral.

(Ver gráfico en la página siguiente)

Certificado Acuerdo de Cartagena(CAN)	Seleccionar
Envio de Cert. Origen masivos	Seleccionar
Actualizacion / Consulta de Cert. Origen masivos	Seleccionar
Estado de Tramite Integral	
Estado de Tramite Integral	Seleccionar

Estado de Tramite Integral

Tipo de Operacion: VUE

Título de documento:

Numero de entrega:

Codigo de OCE:

Búsqueda en resultados:

Resultado : 0

No	Codigo	Nombre
1	S01	CERTIFICADOS DE ORIGEN SGP
2	S02	CERTIFICADOS DE ORIGEN ATPDEA
3	S03	CERTIFICADOS DE ORIGEN ACE65
4	S04	CERTIFICADOS DE ORIGEN MERCOSUR
5	S05	CERTIFICADOS DE ORIGEN ALADI
6	S06	DECLARACION JURADA DE ORIGEN
7	S07	CERTIFICADOS DE ORIGEN CAN-ACUERDO DE CARTAGENA
8	S08	APODERADOS Y COMERCIALIZADORES
9	S11	CERTIFICADOS DE ORIGEN TERCEROS PAISES
10	S13	CARGA MASIVA DE LOS CERTIFICADOS DE ORIGEN

Gráfico No. 36 Estado del Trámite, Certificado de Origen, CAN - ECUAPASS

Si el trámite se encuentra con estado Aprobado, entonces se imprimen 4 copias en el MIPRO y se retiran para poder continuar con el proceso. Las impresiones se firmaran por jefe del Departamento y se completa con los datos respectivos; y finalmente se envía dos copias a la Aduna de frontera y las dos copias restantes son guardadas para luego enviar junto con toda la documentación al archivo.

- Declaración Aduanera de Exportación

Los exportadores están obligados a realizar la DAE, Declaración Aduanera de Exportación, el cual se debe realizar mediante un Agente de Aduana dicho pedimento debe acompañarse de: factura o, en su caso, cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías, los documentos que comprueben el cumplimiento de

regulaciones o restricciones no arancelarias a las exportaciones e indicar los números de serie, parte, marca y modelo para identificar las mercancías y distinguirlas de otras similares, cuando dichos datos existan.

3.4.3.1 Términos de negociación internacional y formas de cobro

Términos de negociación internacional

Con finalidad que una negociación no tenga problemas legales que afecten el comercio internacional, la Cámara Internacional de Comercio recopiló y publicó las reglas internacionales para la interpretación de los términos conocidos como INCOTERMS. El objetivo de éstos es establecer un conjunto de términos y reglas de carácter voluntario, que permiten acordar los derechos y las obligaciones del vendedor y el comprador en las transacciones comerciales internacionales, por lo que se pueden utilizar en contratos de compra-venta con el extranjero. (Secretaría de Economía, 2013)

(Ver gráfico en la página siguiente)

Tabla 20: Incoterms – Negociaciones Internacionales

	E	F	C	D
Incoterms	EXW En Fábrica	FCA , Libre Transportista; FAS , Libre al Costado del Buque; y, FOB , Libre a Bordo	CFR Costo y Flete; CIF Costo Seguro y Flete; CPT Porte Pagado Hasta; y, CIP Porte y Seguro Pagado Hasta	DAT , Entregado en la terminal; DAP , Entregado en el lugar; y, DDP , Entrega en Destino con Derechos Pagados
Concepto	Único término donde el vendedor no corre ningún riesgo en la venta. La entrega de la mercancía se hace en los almacenes del vendedor.	El vendedor se encarga de entregar la mercancía a un medio de transporte escogido por el comprador. En la localidad del vendedor	El vendedor contrata el transporte para entregar la carga en un punto de destino del lado del comprador. El vendedor no toma riesgo de la mercancía después de despachar la carga.	El vendedor toma todos los riesgos y responsabilidades necesarios para llevar la mercancía al país de destino.

3.5 EXW (EX WORKS) – EN FÁBRICA

“Significa que el vendedor completa su obligación de entregar cuando ha puesto los artículos dentro del establecimiento, ya sea almacén, fábrica u oficina. El comprador acepta todos los riesgos y costos, entre ellos, la contratación del medio de transporte requerido. Los trámites de exportación se encuentran a cargo del comprador.”

(Secretaría de Economía, México D.F., 2012)








COSTO ASUMIDO POR EL VENDEDOR		VENDEDOR	PAIS D ORIGEN
		ADUANA	
COSTO ASUMIDO POR EL COMPRADOR		INTERNACIONAL	PAIS DESTIN
		ADUANA	
		TRANSPORTISTA	
		COSTOS DIRECTOS DE IMPORTACION	
		COMPRADOR	

Gráfico No. 37 Ex Work, www.comercioexterior.com.ec

3.6 FCA (FREE CARRIER) –FRANCO TRANSPORTISTA

“La obligación del vendedor termina cuando entrega los artículos negociados para su exportación al transportista que designe el comprador en el lugar convenido”. (Comercio Exterior, 2012) (Secretaría de Economía, México D.F., 2012)

(Ver gráfico en la página siguiente)










COSTO ASUMIDO POR EL VENDEADOR	A		VENDEADOR	PAIS DE ORIGEN
	A = B		ALMACEN VENDEADOR	
	A = C		LUGAR DESIGNADO POR EL PORTEAADOR	
COSTO ASUMIDO POR EL COMPRADOR			ADUANA	INTERNACIONAL
				
			ADUANA	PAIS DESTINO
			TRANSPORTISTA	
			COSTOS DIRECTOS DE IMPORTACION	
		COMPRADOR		

Gráfico No. 38 Free Carrier, www.comercioexterior.com.ec

3.7 FAS -FRANCO AL COSTADO DEL BUQUE

“La responsabilidad del vendedor concluye cuando se han colocado los artículos junto al barco, sobre el muelle en el puerto de embarque. Por lo tanto, el comprador asume todos los costos y riesgos por pérdida o daño de la mercancía desde ese momento, así como los trámites para su exportación”. (Secretaría de Economía, México D.F., 2012)

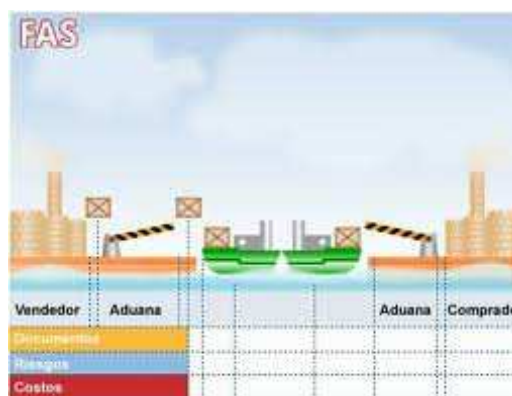


Gráfico No. 39 Free Alongside Ship, www.comercioexterior.com.ec

3.8 CPT – TRANSPORTE PAGADO HASTA

El pago del flete de transporte de la mercancía al lugar asignado corre a cargo del vendedor. El riesgo de pérdida o daño de los artículos, así como cualquier costo adicional por contingencias posteriores a la entrega al transportista, se trasladan del vendedor al comprador, si la mercancía se entregó bajo custodia del transportista. (Secretaría de Economía, México D.F., 2012)

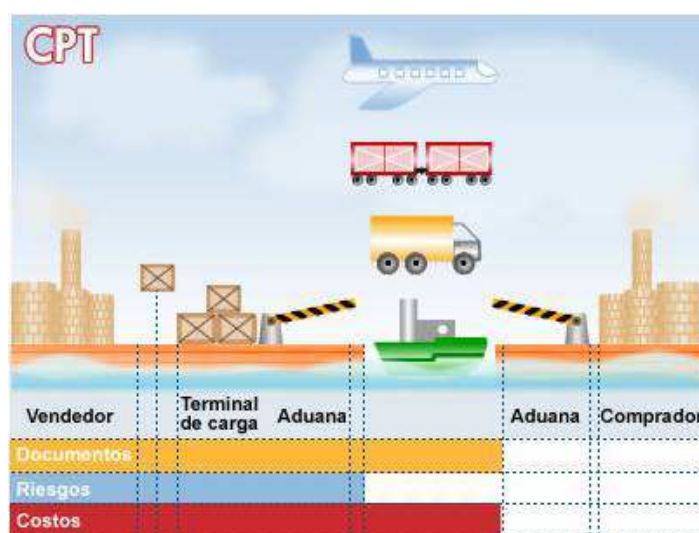


Gráfico No. 40 Carriage Paid to, www.comercioexterior.com.ec

3.9 CIP – TRANSPORTE Y SEGURO PAGADO HASTA

El vendedor tiene las mismas obligaciones que en el término CPT, pero además debe proporcionar el seguro de carga que ampare el riesgo del comprador a perder la mercancía o el daño que ésta sufra durante su transportación. El vendedor contrata al seguro, paga la prima correspondiente y tramita la exportación de la mercancía. Este

último puede aplicarse para cualquier forma de transporte, entre ellas la multimodal.

(Secretaría de Economía, México D.F., 2012)

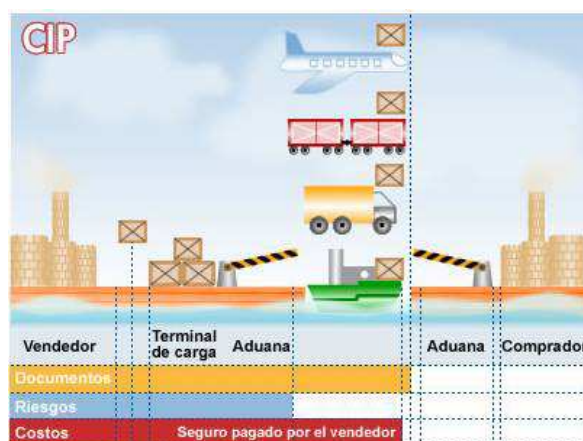


Gráfico No. 41 Carriage and Insurance Paid, www.comercioexterior.com.ec

3.10 FOB (FREE ON BOARD) – FRANCO A BORDO

El comprador tiene que asumir todos los costos y riesgos por pérdida o daño de los artículos desde que se embarcan en el puerto asignado, hasta ahí llega la responsabilidad del exportador; sin embargo, la realización de los trámites de exportación corresponde a éste. Esta modalidad sólo se utiliza en el transporte marítimo o fluvial. (Secretaría de Economía, México D.F., 2012)

(Ver gráfico en la página siguiente)

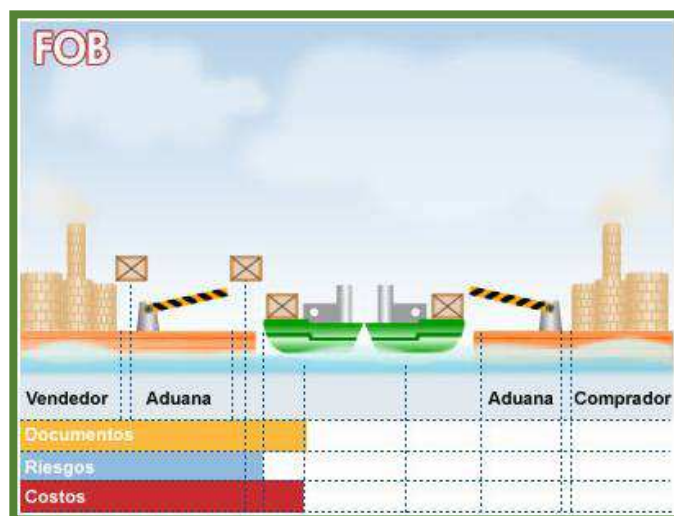


Gráfico No. 42 Free on Board, www.comercioexterior.com.ec

3.11 CFR (COST AND FREIGHT) - COSTO Y FLETE

Implica que el vendedor debe pagar los costos y el flete necesario para entregar los artículos en el puerto de destino. No obstante, los riesgos de pérdida y daño de la mercancía, así como cualquier costo adicional que se genere desde el momento en que los artículos sean entregados a bordo del barco, se transfieren del vendedor al comprador, cuando los productos ya se han embarcado. El CFR requiere que el vendedor tramite el despacho de exportación, y sólo se usa para el transporte marítimo o fluvial. (Secretaría de Economía, México D.F., 2012)

(Ver gráfico en la página siguiente)

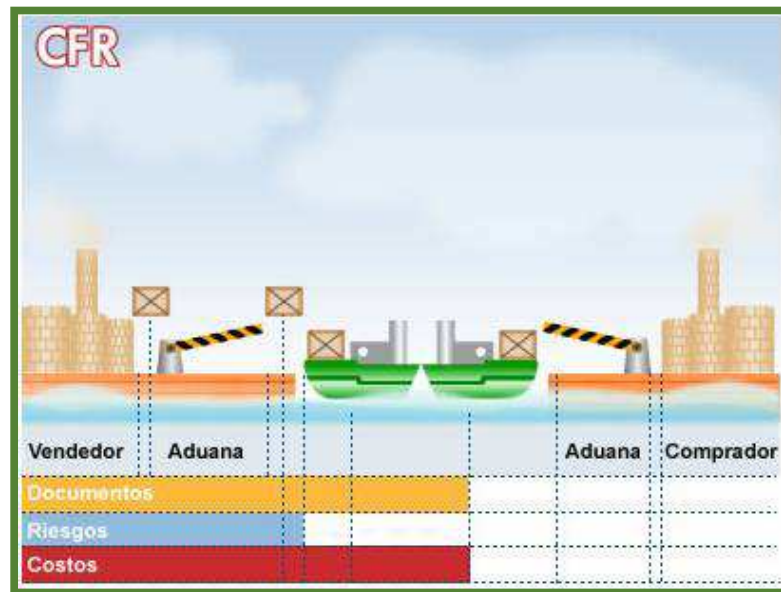


Gráfico No. 43 Cost and Freight, www.comercioexterior.com.ec

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

“Este es similar al CFR, pero además está obligado a proporcionar el seguro marítimo a cargo y riesgo del comprador en caso de pérdida o daño de la mercancía durante la travesía. El vendedor contrata y paga la prima del seguro.” (Secretaría de Economía, México D.F., 2012)

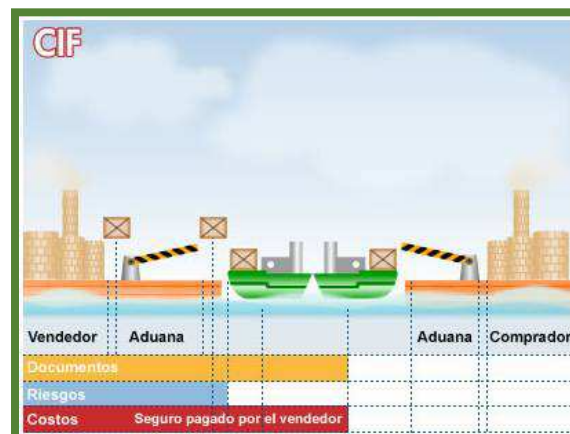


Gráfico No. 44 Cost, Insurance and Freight, www.comercioexterior.com.ec

3.13 DAT (DELIVERY AT TERMINAL) – ENTREGA EN TERMINAL

Es un nuevo Incoterm desde la versión Incoterms 2010 y reemplaza el Incoterm DEQ. Tipo de Transporte: polivalente, utilizable en cualquier modo de transporte

Obligaciones del vendedor:

- Entregar la mercancía al comprador a la terminal convenida.
- Descargar la mercancía.
- Asumir los riesgos ocasionados al llevar la mercancía sobre la terminal de transporte convenida y al descargar la mercancía sobre la terminal.
- Realizar los trámites relativos a la exportación de la mercancía.

Obligaciones del comprador:

- Asumir los riesgos de mercancía perdida o dañada partir del momento de la entrega por el vendedor en la terminal convenida.
- Realizar el despacho aduanero de la mercancía para la importación y el pago de los trámites, derechos e impuestos exigibles a la importación.

(Secretaría de Economía, México D.F., 2012)



Gráfico No. 45 Delivery at Terminal, www.comercioexterior.com.ec

3.14 DAP (DELIVERED AT PLACE) – ENTREGA EN LUGAR

El vendedor asume todos los costos, incluidos el transporte interno y el seguro (no obligatorio), hasta que la mercancía se despacha en la Terminal definida. Asumiendo los riesgos hasta el momento. Reemplaza los Incoterms DAF, DDU y DES.

Obligaciones Comprador

- Este tiene que pagar el precio según lo dispuesto en el contrato de compraventa, así como conseguir cualquier licencia de importación, autorización oficial precisa y realizar todos los trámites aduaneros necesarios para la importación.
- Tomar posesión de la mercancía tan pronto como ésta sea puesta a su disposición y asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde este momento, salvo que no le haya dado aviso suficiente al vendedor en donde asumirá todos los riesgos de pérdida y daño a partir de la fecha convenida para la entrega.
- Recibir la entrega de la mercancía tan pronto como haya sido puesta a su disposición, así como asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que haya sido puesta a su disposición.
- Cuando tenga el derecho de determinar la fecha dentro de un estipulado plazo y/o el lugar de recepción de la entrega le tiene que dar al vendedor aviso suficiente al respecto.
- Soportar los gastos de demora (ocupación, muellaje, almacenaje) que se generen durante los tramos de despacho aduanero de importación.

Obligaciones Vendedor

- Deber suministrar la mercancía y la factura comercial de conformidad con el contrato de venta y asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sido entregada.
- Contratar el transporte de la mercancía por una ruta usual y en una forma acostumbrada hasta el punto convenido del lugar de entrega.
- Pagar los gastos de las operaciones de verificación necesarios para poder entregar la mercancía y proporcionará a sus expensas el embalaje requerido para el transporte de la mercancía.

(Secretaría de Economía, México D.F., 2012)



Gráfico No. 46 Delivery at Place, www.comercioexterior.com.ec

3.15 DDP (DELIVERY DUTTY PAID) – ENTREGA DERECHOS PAGAD

“El vendedor finaliza su responsabilidad cuando los artículos están a disposición del comprador en el lugar asignado del país importador. El vendedor debe asumir todos los riesgos y costos, entre ellos, aranceles, impuestos y demás gastos para la entrega de los

artículos, con los trámites aduaneros efectuados para su importación.” (Secretaría de Economía, México D.F., 2012)

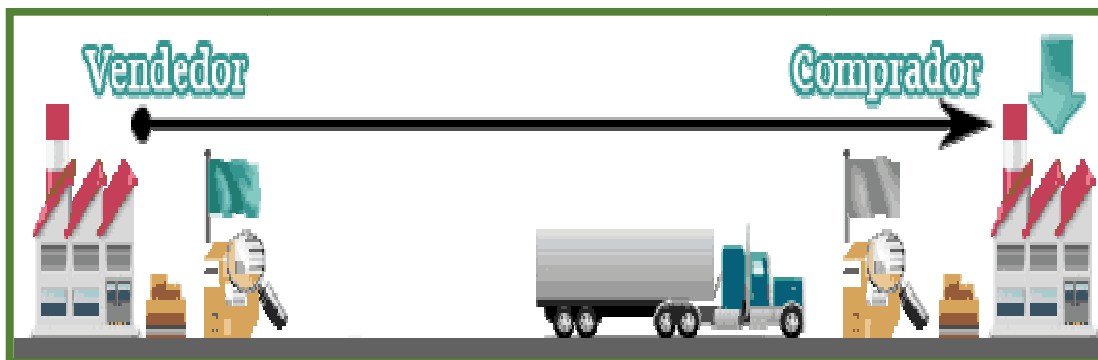


Gráfico No. 47 Delivery Duty Paid, www.comercioexterior.com.ec

Incoterms 2010											
	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIF	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

Vendedor
 Comprador
 Vendedor / Comprador

Fuente: Cámara de Comercio Internacional, Obligaciones, Costos y Riesgos, Publicación N° 715S de ICC

Formas de cobro

“Este uno de los aspectos más importantes de las operaciones de comercio exterior. Existen varias formas para recibir o realizar el pago de mercancías: giros bancarios, órdenes de pago, cobranzas bancarias internacionales y cartas de crédito”. (Secretaría de Economía, México D.F., 2012)

La Corporación Ecuatoriana de Aluminio S.A. utiliza la siguiente forma de pago: se basa en una transferencia monetaria entre cuentas bancarias. Se implementa cuando se tiene una confianza entre comprador o vendedor, debe especificarse con claridad en qué momento deben recibirse los fondos una vez que se encuentra en movilización las mercancías. También es importante aclarar quién y cómo se cubrirán los gastos y las comisiones de los bancos que intervienen en esta forma de pago en caso de existir intermediarios, en el caso que sea directo la persona que adquiere deberá asumir los rubros antes mencionados.

3.16 TRANSMISION DE LA DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACIÓN EN ECUAPASS

Para realizar la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), el declarante podrá ser el Agente de Aduana o exportador según lo establece la normativa vigente del Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Registro Oficial Suplemento 452, 19/Mayo/2011

El operador de comercio exterior responsable de la transmisión de la Declaración Aduanera (DAE) deberá estar debidamente autorizado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Cuando se trate de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), además de conocer el canal de aforo, el declarante podrá saber la identificación del servidor aduanero encargado del trámite luego de que su carga haya sido ingresada a Zona Primaria, además la DAE, podrá ser asociada a más de un conocimiento de embarque (máster o hijos), guía aérea (máster o hijas), o carta porte, siempre y cuando que sea al mismo destino, aun cuando se hayan embarcado en varios medios de transporte.

Proceso de envío electrónico:

- Transferencia electrónica de la DAE, documentos de acompañamiento y soporte, mediante servicios web.
- Validación automática de cada uno de los datos y de sus relaciones con otros datos.
- Solicitud de Respuesta mediante servicios web por parte del declarante al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Con lo que se cierra el ciclo “envío – recepción – procesamiento – respuesta – solicitud de respuesta”.

Canal de aforo

Mercancías exportadas bajo la modalidad de despacho aforo Automático – DAE y DAS

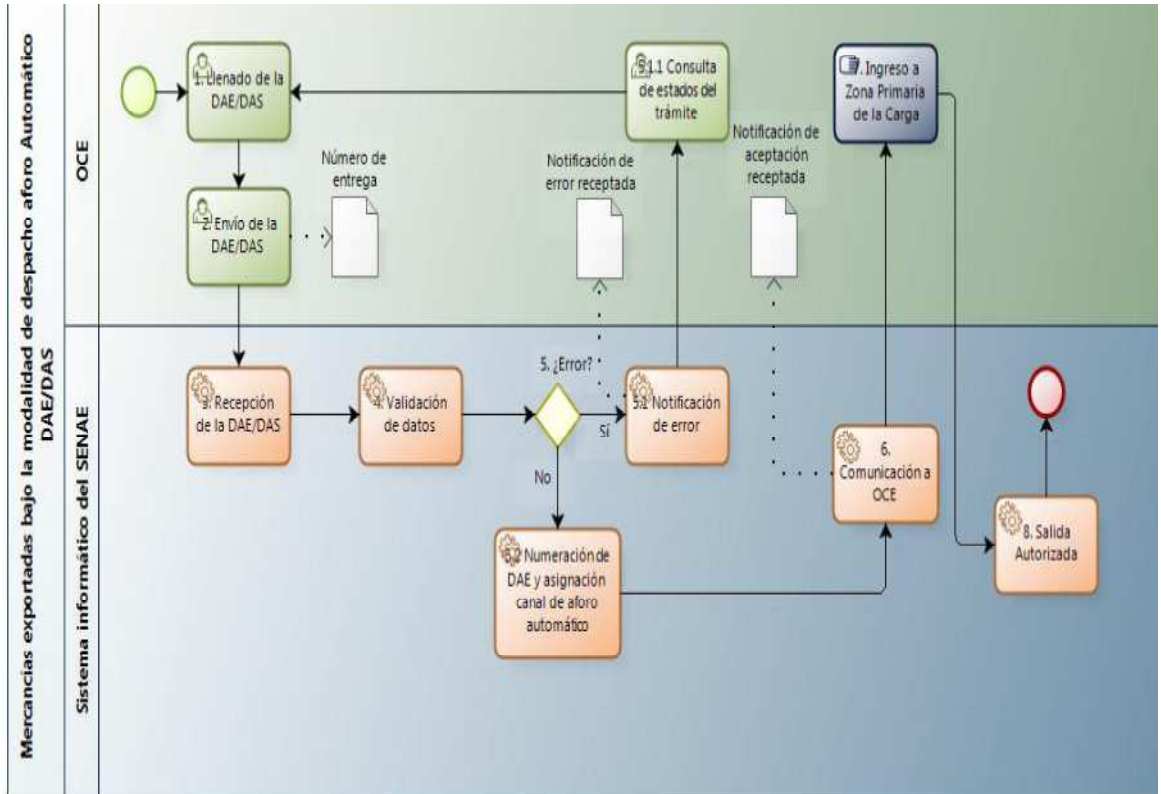


Gráfico No. 48 Aforo Automático DAE y DAS, ECUAPASS

Mercancías amparadas bajo la modalidad de despacho aforo Documental DAE y DAS

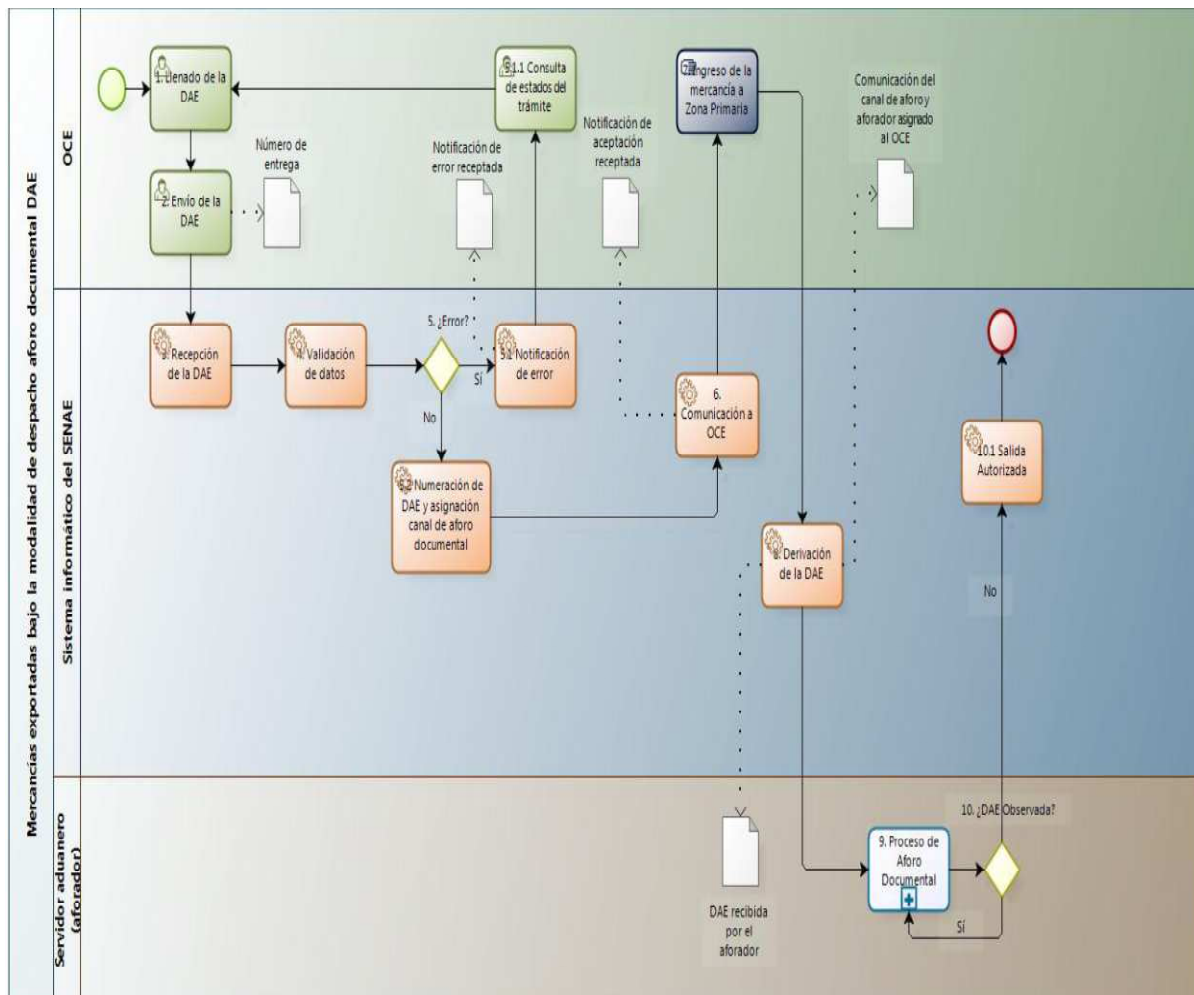


Gráfico No. 49 Aforo Documental DAE y DAS, ECUAPASS

Mercancías amparadas bajo la modalidad de despacho aforo Físico Intrusivo y No intrusivo – DAE

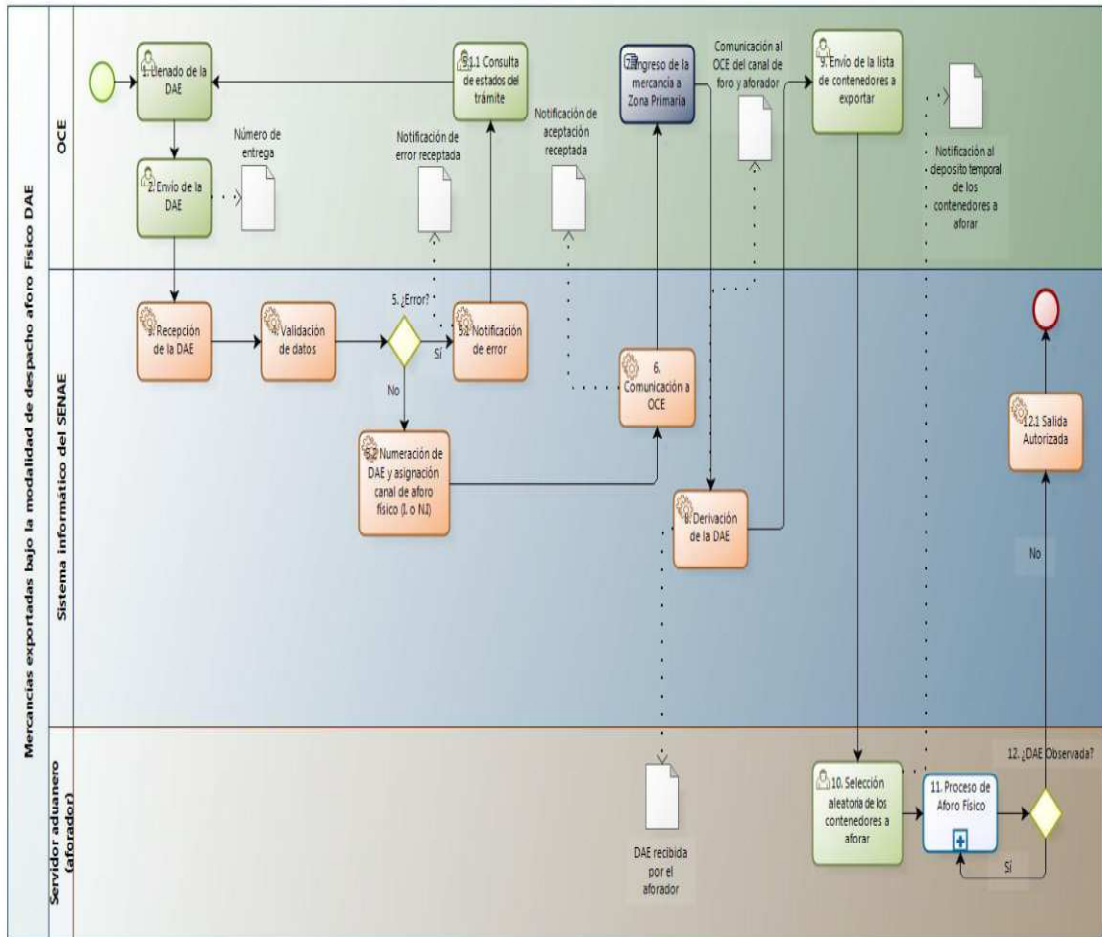


Gráfico No. 50 Aforo Físico DAE, ECUAPASS

Número de DAE							
DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN (DAE)							
INFORMACIÓN GENERAL							
Código de destino	Código de destino						
Tipo de destino	Código de destino						
INFORMACIÓN DEL EXPORTADOR							
Número Apellido / Nombre (en el Extranjero)	Título						
Número de documento (DNI)	Código de entidad						
INFORMACIÓN DEL DECLARANTE							
Número Apellido / Nombre (en el Extranjero)	Número de documento						
Número de cargo	Código de entidad						
INFORMACIÓN DE CARGA							
Punto de Carga	Punto de salida desde donde viaja						
Punto de llegada al destino	Período de validez de carga						
Número del embalaje							
Descripción del embalaje							
Cantidad del embalaje	Tipo de carga						
Almacén de carga de partida	Motivo de transporte						
Fecha de destino (año)							
VALORES TOTALES							
Código de entidad	Tipo de entidad						
Total cantidad mercancía (PZA)	Cantidad de bultos						
Peso neto total	Peso bruto						
Cantidad total de bultos	Cantidad de Contenedores						
Cantidad total de unidades físicas	Cantidad total unidades comerciales						
Mercadería de despacho especial	Unidades de bultos						
Valor FOB							
Período de validez (años)	Período de validez (años)						
INFORMACIÓN DE ÍTEM							
Nº	Indicación	Código Comprehensivo	Código Subcomprehensivo	Descripción	Tipo de carga	Peso Neto	Cantidad de Unidades Comerciales
DESPACHO PRECEDENTE							
Nº	Destino	Región	Año	Operador	Número de Bultos		
LIBERACIONES DE DCE - ITEM							
Nº de Bultos	Tipo de despacho	Comentarios					
DOCUMENTOS ASOCIADOS A LA DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN							
Nº de Bultos	Nº de documentos	Tipo de documentos	Fecha de emisión	Período de Val.			

Gráfico No. 51 Formato Declaración Aduanera de Exportación (DAE)

CAPITULO IV

4 PLAN DE NEGOCIOS ESTRATEGICO Y OPERATIVO

4.1 MARKETING ESTRATEGICO

4.1.1 *Giro de Negocio*

“CEDAL ofrece una amplia variedad de sistemas de aluminio para usos arquitectónicos y perfilería de aluminio para uso estructural en diferentes acabados. Además ofrece el diseño y desarrollo de perfilería exclusiva y personalizada”.
(Corporación Ecuatoriana de Aluminio CEDAL S.A., 2012)

Entre los principales productos que comercializa CEDAL tenemos: ventanas corredizas, ventanas proyectables, mamparas, puertas corredizas, puertas batientes, cortinas de baño, divisiones de interiores, fachadas flotantes, piel de vidrio, perfiles estructurales, Tubos (redondos, cuadrados, rectangulares, estriados, tubería de riego), barras sólidas, perfiles para carrocerías (ventanas, pasamanos, sardineles), ventilación integral. (Corporación Ecuatoriana de Aluminio CEDAL S.A., 2012)

Vidrio

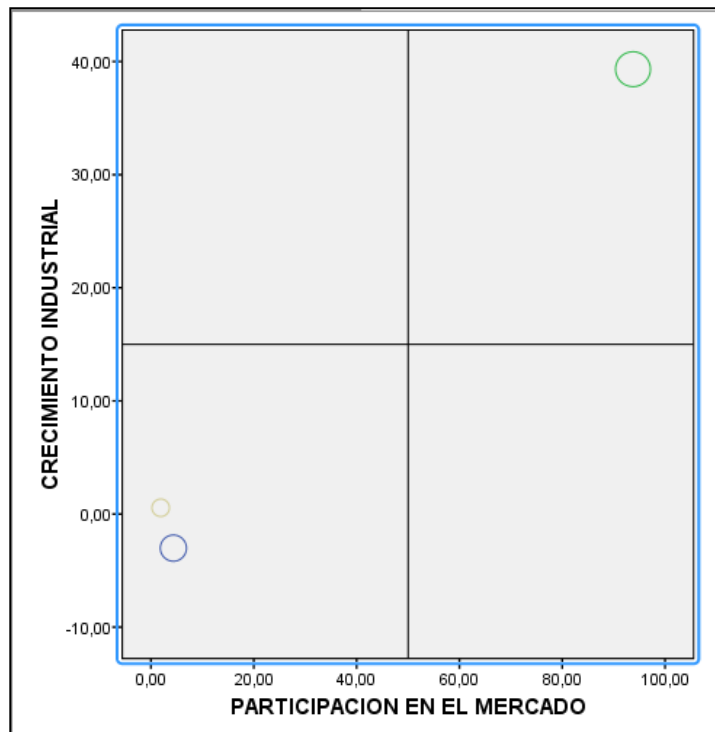
Vidrio flotado claro, bronce, gris y dark gray (3, 4, 6, 8 y 10mm.) Productos varios como escaleras, felpas, silicón, reynobond .

Mercado de referencia

Desde 1979 mantiene una sólida presencia comercial en Colombia a través de su compañía afiliada VITRAL, que posee centros de distribución en las ciudades de Cali y Bogotá. La demanda de perfiles ha provocado que las exportaciones a nuestra compañía afiliada formen distribuidores mayoritarios que puedan abastecer la demanda latente.

CORPORACIÓN: CEDAL S.A.

PRODUCTOS	VENTAS 2012	VENTAS 2011	% VENTAS	UTILIDADES	% UTILIDAD.	% PART. MERC.	% CREC. IND.
Perfiles	180.957	107.034	4,30%	3.642	0,75%	4,35%	-3,01%
Vidrios	1.339.649	2.307.129	93,76%	478.838	98,18%	93,76%	39,32%
Silicón	32.972	46.475	1,89%	5218	1,07%	1,89%	0,55%
		2460638	100%	487698	100%		



Azul: Perfiles
Verde: Vidrio
Crema: Silicón

Gráfico No. 52 Matriz BCG

Análisis:

- Al referirnos al producto de perfiles con ventas globales de 107.034 y con una utilidad de 0,75%, se encuentra en el primer cuadrante tiene un buen crecimiento
- El producto de vidrios son ventas globales de 2.307.129 y con una utilidad del 98,18%, se encuentra en el tercer cuadrante teniendo a un crecimiento industrial y una participación en el mercado muy baja.
- El producto silicona con ventas globales de 46.475 y con una utilidad del 1,07%, se encuentra en el tercer cuadrante teniendo a un crecimiento industrial y una participación en el mercado muy bajo.

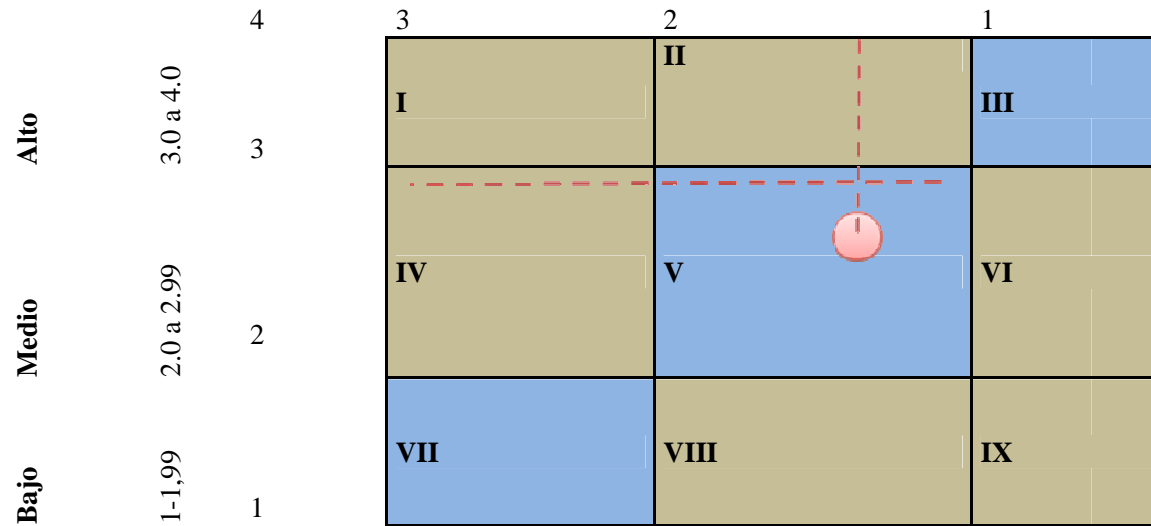
Tabla 21 Matriz EFE

ORD	FACTORES EXTERNOS CLAVE	VALOR	CLASIFICACION	VALOR PONDERADO
OPORTUNIDADES				
1	Apertura en el mercado Peruano con nuestro afiliado	0,15	4	0,60
2	Preferencias arancelarias por ser miembro de la CAN	0,05	3	0,15
3	Ampliaciones de las instalaciones en Duran – Guayaquil	0,10	4	0,40
4	Implementación de un régimen especial (deposito Industrial) COPCI Reg. 21 Transformación Industrial	0,15	3	0,45
5	Demanda del producto de importación en el mercado nacional e internacional.	0,15	4	0,60
AMENAZAS				
1	Incremento de tarifas transporte Nacional	0,10	2	0,20
2	Leyes aduaneras constante modificación – COPCI	0,10	2	0,20
3	Tipo de cambio (Euros)	0,05	2	0,10
4	Desastres naturales en el Ecuador (derrumbes, fenómeno del niño)	0,05	1	0,05
5	Materia prima escasa en el país	0,10	2	0,20
		1		2,95
INDICAN CON CUANTA EFICACIA RESPONDEN LAS ESTRATEGIAS ACTUALES DE LA EMPRESA A DICHO FACTOR				
CLASIFICACIÓN				
1 = Nivel de respuesta bajo				
2 = Nivel de respuesta promedio				
3 = Nivel de respuesta arriba del promedio				
4 = Nivel de respuesta excelente				

Tabla 22 Matriz EFI

ORD	FACTORES INTERNOS CLAVE	VALOR	CLASIFICACION	VALOR PONDERADO
FORTALEZAS				
1	Infraestructura Adecuada	0,05	4	0,20
2	Certificaciones y Acreditaciones	0,05	4	0,20
3	Grandes centros de distribución en todo el Ecuador	0,10	3	0,30
4	Reconocimiento en el sector de la construcción por buenos productos	0,10	4	0,40
5	Única planta de extrusión e el Ecuador	0,15	4	0,60
DEBILIDADES				
1	Tecnología para contrarrestar el impacto ambiental (planta)	0,20	1	0,20
2	Falta de transporte propio para la empresa	0,10	2	0,20
3	Requerimiento de personal para áreas de demanda de personal	0,10	2	0,20
4	Políticas financieras internas referentes a pagos de proveedores	0,05	2	0,10
5	Producción a menor escala	0,10	1	0,10
		1		2,50
CLASIFICACIÓN				
1 = Debilidad Mayor				
2 = Debilidad Menor				
3 = Fortaleza Menor				
4 = Fortaleza Mayor				

**PUNTAJES DE VALOR TOTALES
DE LA MATRIZ EFE**



I, II, IV CRECER Y CONSTRUIR
III, V, VII CONSERVAR Y MANTENER

Análisis:

Conservar y Mantener, cuadrante V indica que la empresa está en un punto, que debe conservarse tanto internamente y externamente, el resultado está en el promedio que una industria debe tener, sus procesos se han venido realizando exitosamente y que ayudado a la empresa a tener un nivel aceptable con tendencia al crecimiento en el posicionamiento del mercado.

Se deben mantener su proceso de trabajo o desempeño, para que la empresa este a un nivel en donde no se corra riesgos y tenga un crecimiento que con ello pueda posicionarse como una empresa sólida, que pueda enfrentar sus amenazas y las convierta en fortalezas, oportunidades para su negocio.

Las puntuaciones establecidas entre una escala del 0 al 6 fueron evaluadas por el comité de gerencia compuesto por los siguientes departamentos Producción, Comercial, las cuales dieron una clasificación por área y se extrae el promedio absoluto en los cuadros siguientes.

**CALIFICACION DE FACTORES DETERMINANTES DE LA ESTABILIDAD
AMBIENTAL DE LA EXPORTACION A PERÚ**

Variabilidad de la Demanda	Grande	0	1	2	3	4	5	6	Pequeñas	1
Elasticidad de los precios	Elástica	0	1	2	3	4	5	6	Inelástica	2
Cambios Tecnológicos	Muchos	0	1	2	3	4	5	6	Pocos	3
										2

**CALIFICACION DE FACTORES DETERMINANTES DE LA FORTALEZA
INDUSTRIAL DE LA EXPORTACION A PERÚ**

Potencial de crecimiento	Bajo	0	1	2	3	4	5	6	Alto	5
Estabilidad Financiera	Baja	0	1	2	3	4	5	6	Alta	5
Productividad	Baja	0	1	2	3	4	5	6	Alta	5
										5

**CALIFICACION DE FACTORES DETERMINANTES DE LA VENTAJA
COMPETITIVA DE LA EXPORTACION A PERÚ**

Calidad del producto	Inferior	0	1	2	3	4	5	6	Superior	1
Lealtad del consumidor	Baja	0	1	2	3	4	5	6	Alta	1
Integración Vertical	Baja	0	1	2	3	4	5	6	Alta	2
										1.3

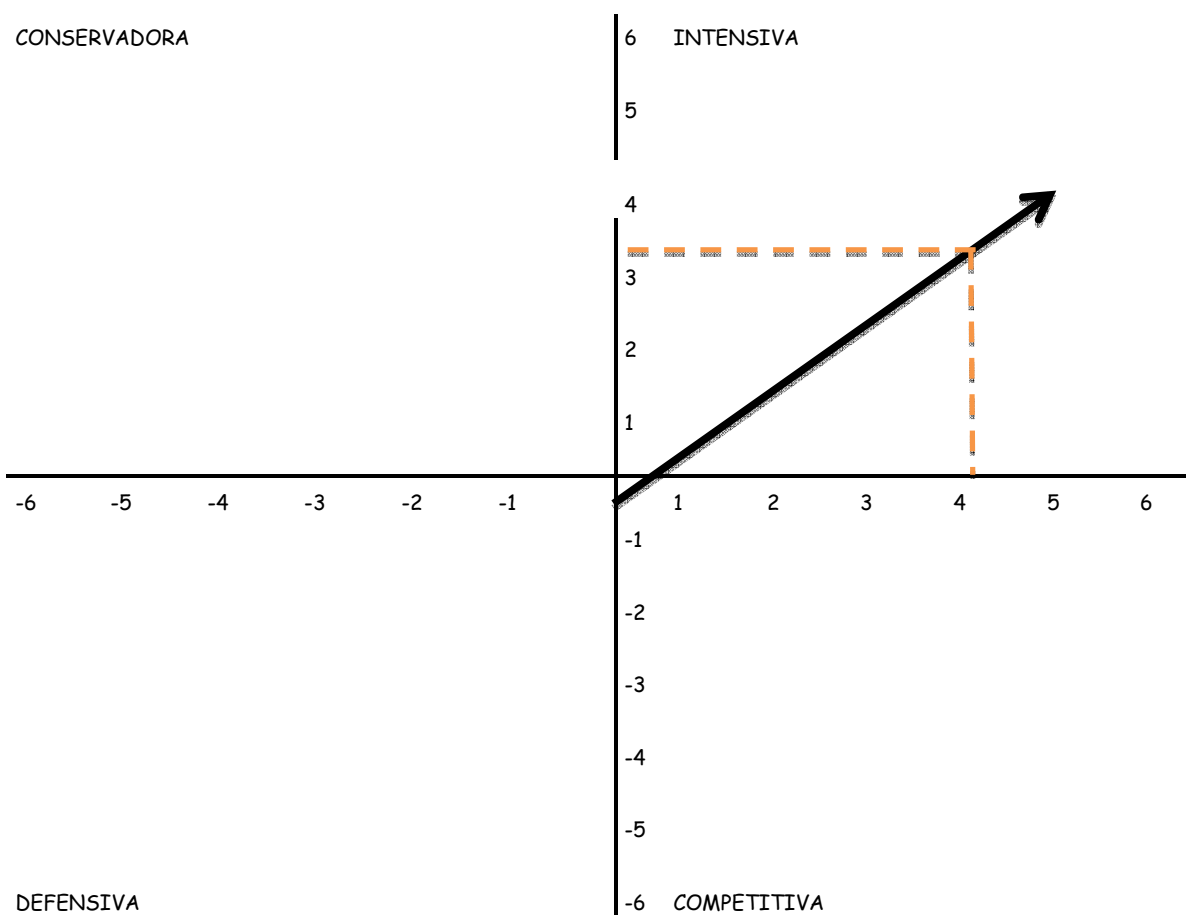
**CALIFICACION DE FACTORES DETERMINANTES DE LA FORTALEZA
FINANCIERA DE LA EXPORTACION A PERÚ**

Retorno de la Inversión	Bajo	0	1	2	3	4	5	6	Alto	5
Facilidad de salida del mercado	Difícil	0	1	2	3	4	5	6	Fácil	5
Capital requerido versus capital disponible	Alto	0	1	2	3	4	5	6	Bajo	6
										5.3

(Ipinza, 2008)

Tabla 23: Matriz PEEA (Posición Estratégica Evaluación de la Acción)

	CALIFICACIÓN
FORTALEZA FINANCIERA FF	
Retorno de la Inversión 3 años 1 mes	5
Facilidad de salir del mercado	5
Capital del trabajo	6
	5,33
FORTALEZA INDUSTRIAL FI	
Potencial de Crecimiento	5
Estabilidad Financiera	5
Utilización de la capacidad para la producción	5
	5
ESTABILIDAD AMBIENTAL EA	
Variación de la demanda en un 100%	-1
Elasticidad de los precios en el mercado	-2
Cambios tecnológicos en la maquinaria	-3
	-2,00
VENTAJA COMPETITIVA VC	
Calidad del producto	-1
Lealtad de los clientes	-1
Control sobre los proveedores y distribuidores	-2
	-1,33
Coordenadas del vector direccional eje X = VC + FI	
Coordenadas del vector direccional eje Y = EA + FF	



ANÁLISIS

CEDAL S.A. se encuentra en el cuadrante superior derecho de la matriz PEEA, dando con resultado en el Cuadrante Intensivo, demostrándonos que CEDAL S.A. se encuentra como empresa sólida en aspectos financieros, que ha logrado ventajas competitiva importantes en la industria, con una posición excelente, ya que puede utilizar sus fortalezas para aprovechar las oportunidades y superar sus debilidades para evitar las posibles amenazas.

Mínimos Cuadrados

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

$$\bar{y} = \frac{\sum y}{n}$$

Meses	Demandas
X	Y
1	2,000.00
2	2,040.00
3	2,080.80
4	2,122.42
5	2,164.86
6	2,208.16
7	2,252.32
8	2,297.37
9	2,343.32
10	2,390.19
11	2,437.99
12	2,486.75

Tratamiento

Promedio	
X	Y
6.50	2,235.35

(Xi-Xm)	(Yi-Ym)	(Xi-Xm)*(Yi-Ym)
-5.50	-252.02	1,386.08
-4.50	-212.02	954.07
-3.50	28.79	-100.75
-2.50	-129.60	323.99
-1.50	-87.15	130.73
-0.50	56.15	-28.07
0.50	0.31	0.15
1.50	-54.65	-81.97
2.50	91.31	228.26
3.50	138.18	483.61
4.50	185.98	836.89
5.50	234.74	1,291.04
SUMATORIA		5,424.04

(Xi-Xm)^2	(yi-Ym)^2
30.25	63,511.56
20.25	44,950.36
12.25	828.58
6.25	16,794.86
2.25	7,595.99
0.25	3,152.26
0.25	0.09
2.25	2,986.08
6.25	8,336.60
12.25	19,092.33
20.25	34,586.70
30.25	55,100.52
143.00	256,935.94

B0 = $\frac{5,424.04}{143.00}$

37.93

B1 = 2,005.47

r = $\frac{5,424.04}{6,061.50}$

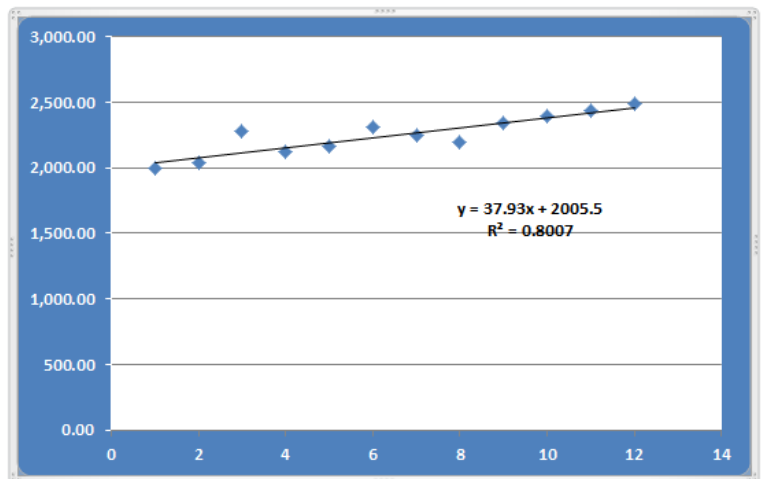


Gráfico No. 53 Pronóstico de Vent

Las proyecciones de ventas para los años siguientes son:

Tabla 24 Proyecciones de Venta

Meses	Demandas
X	Y
1	2,000.00
2	2,040.00
3	2,280.80
4	2,122.42
5	2,164.86
6	2,308.16
7	2,252.32
8	2,197.37
9	2,343.32
10	2,390.19
11	2,437.99
12	2,486.75
13	2,498.56
14	2,536.49
15	2,574.42
16	2,612.35

4.2 FILOSOFIA CORPORATIVA

4.2.1 *Nombre de la empresa*

CEDAL S.A. CORPORACIÓN ECUATORIANA DE ALUMINIO S.A.

Empresa importadora de Aluminio primario en lingotes para su procesamiento en depósito industrial actualmente Modalidad Transformación Industrial Reg. 21 al mismo tiempo se dedica a la exportación de su portafolio de Productos.

4.2.1.1 Misión

CEDAL es una empresa líder en la producción y comercialización de extrusiones de aluminio, nuestros principales productos como son ventanas corredizas, ventanas proyectables, mamparas, puertas corredizas, puertas batientes, cortinas de baño, divisiones de interiores, fachadas flotantes, piel de vidrio, perfiles estructurales, Tubos (redondos, cuadrados, rectangulares, estriados, tubería de riego), barras sólidas, perfiles para carrocerías (ventanas, pasamanos, sardineles), ventilación integral; nos desatacamos en los mercados latinoamericanos como Colombia y Perú, por seguir en la lucha de satisfacer las necesidades de nuestros clientes que son nuestra primera responsabilidad, implementaremos tecnología de punta para la producción de nuestros productos y al operar sobre una base financiera sólida de crecimiento rentable, incrementando el valor para nuestros accionistas y creando oportunidades de carrera y recompensa financiera para nuestros empleados. Satisfacérsenos la necesidad mundial en cuanto a perfilería, obteniendo una utilidad justa por medio de la producción y distribución de los productos, tomando en cuenta la concientización mundial para proteger al medio ambiente nos permitirá a llegar se una empresa exitosa en el mercado.

4.2.1.2 Visión

Para el año 2017 ser una empresa referente en la producción y comercialización de extrusiones de aluminio, productos y servicios complementarios, con sólida presencia en el mercado nacional, reconocida por la excelencia de sus colaboradores y la calidad en su servicio y productos, con miras a mercados internacionales donde se otorgara a

nuestros clientes, productos y servicios de calidad que nos conlleve un posicionamiento de nuestra marca internacionalmente.

4.2.1.3 Valores corporativos

Valorar al ser humano y contribuir a su desarrollo

CEDAL, considera que el capital humano es el motor del desarrollo y por eso ayuda a su crecimiento como parte de su filosofía porque ellos son la base que impulsan el crecimiento de la compañía

Actuar siempre con integridad.

Valor fundamental que ayuda al crecimiento de la compañía porque sus colaboradores e inversionistas actúan de una forma transparente frente a sus clientes, proveedores analizando factores para enfrentar su competencia.

Buscar la satisfacción de los clientes.

Razón de ser de la empresa sus clientes son la parte fundamental que ha permitido que la compañía tenga posicionamiento en el mercado con una alta participación y la satisfacción del cliente, es su filosofía donde debemos cubrir todas sus necesidades atendiéndoles con calidad y eficiencia. Estar en constante innovación e investigación de los productos que ayuden a mejorar su calidad de vida con productos eficientes.

Procurar la excelencia en toda actividad.

Hacer bien todas las actividades para cumplir con la elaboración y fabricación de los productos, se debe cumplir con excelencia y calidad para alcanzar perfección de los productos y con ello lograr los objetivos establecidos como es la excelencia en los productos de Exportación.

Participar proactivamente y agregando valor en el desarrollo de la empresa, la comunidad y el país.

Dar lo mejor como industria analizando el bien común de la comunidad del país para que puedan crecer proactivamente y ayudando al desarrollo tanto industrial como económicamente al país.

Otorgar seguridad a nuestros clientes en el uso de nuestros productos.

Como son productos en los que se utiliza químicos, es importante indicar a nuestros clientes como realizamos el tratamiento que les dan a sus productos y de esta manera satisfacer la demanda de sus clientes, dando cumplimiento a todas las normas industriales de calidad, salud Pública en sus productos, que no sean mal implementados y no afecte a la sociedad.

Cumplimiento de todos los requerimientos que este en el marco Aduanero de leyes y reglamentos vigentes en Ecuador y Perú.

Licencias previas para la importación utilización de productos que pueden ser implementados en forma ilícita, motivo por el cual CEDAL se rige a todos los procedimientos que establece la SENA E para el consumo del producto. Implementa

normas ISO 14001 es una norma aceptada internacionalmente que constituye cómo implantar un sistema de gestión medioambiental (SGM) eficaz. La norma se ha concebido para gestionar el delicado equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción del impacto medioambiental.

4.2.1.4 Objetivos estratégicos de crecimiento

Objetivo 2013

Analizar los factores internos de la empresa, para poder determinar cuál es su desempeño, el cual ayudará para el mejoramiento y así fortalecer a la empresa capacitando al capital humano de acuerdo a la demanda del mercado local e Internacional

Objetivo 2014

Analizar la demanda que posee el mercado Peruano, tomando como referencia el posicionamiento de la empresa, para así tener una perspectiva del comportamiento del mercado referente al producto de Exportación.

Objetivo 2015

Analizar la rentabilidad y crecimiento industrial con relación a los competidores en el mercado.

Objetivo 2016

Analizar cuáles son los procesos dominantes para una producción a escala, para poder así satisfacer la demanda del mercado internacional peruano.

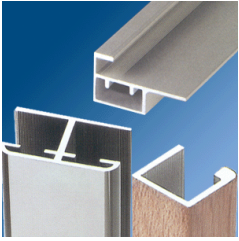
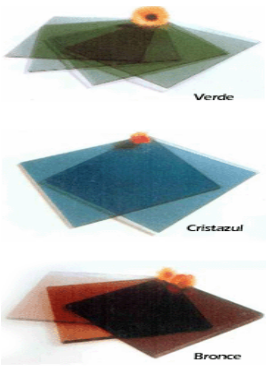

Objetivo 2017



Ser una empresa sólida financieramente y reconocida en el mercado internacional por sus clientes, con miras de expansión al resto del mundo.

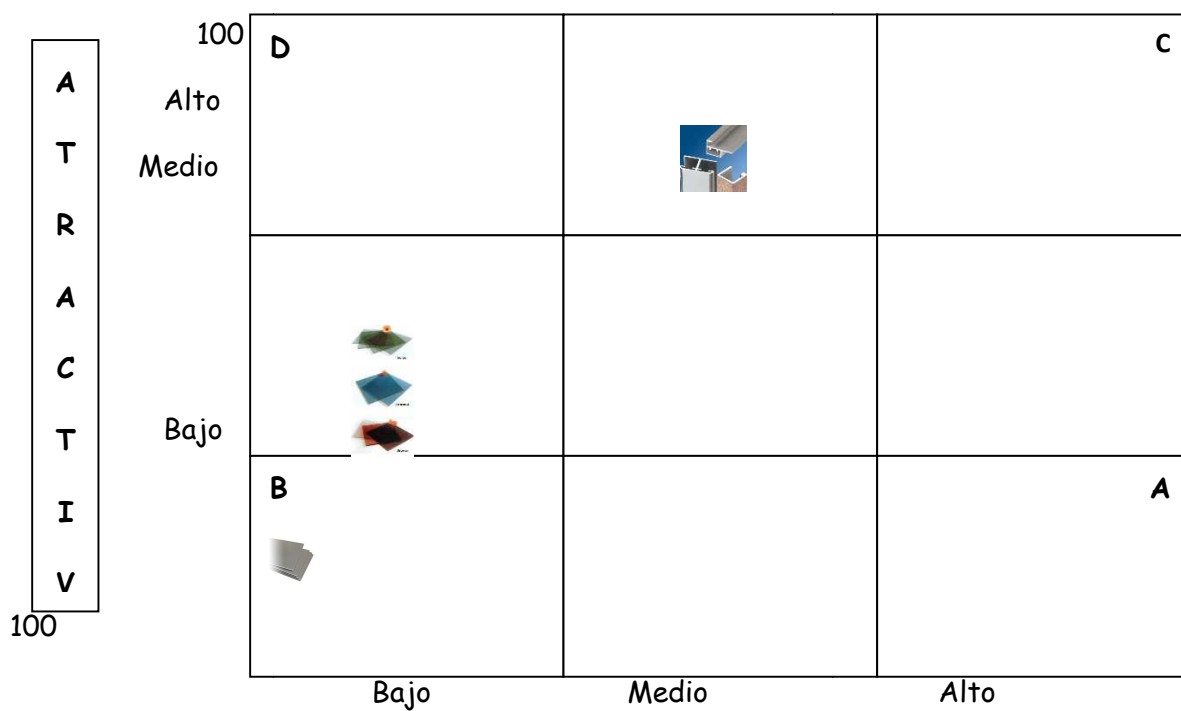
Tabla 25 : Matriz de Estrategias FODA

FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1 Certificaciones y Acreditaciones	1 Contaminación Ambiental
	2 Grandes centros de distribución	2 No tiene Transporte propio
	3 Reconocimiento en el mercado	3 Personal no capacitado
	4 Única planta de extrusión	4 Políticas Financieras malas
		5 Producción a menor escala
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1 Apertura del mercado Peruano	*Resguardar los activos que se van	* Realizar una estrategia de riesgo
2 Preferencias Arancelarias	adquiriendo para el nuevo mercado	compartido, donde incluyamos
3 Infraestructura adecuada	* Implementar una diversificación	empresas que nos ayuden con
4 Ampliación del portafolio	horizontal para que aumente las ventas	el transporte, protección del medio
5 Demanda del producto	* Desarrollar el mercado Peruano	ambiente y capacitadores para
	porque es confiable y sus canales	nuestro personal
	de distribución son baratos.	
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1 Inestabilidad Política	* Tener una estrategia defensiva como	* Realizar una estrategia de
2 Tipo de cambio	encogimiento ante la inestabilidad	encogimiento, porque por las
3 Materia prima escasas en el país	que se encuentra el país y a su	políticas financieras y el personal
	situación financiera	no capacitado no trabaja
	* Realizar estrategia de riesgo	como la empresa necesita para su
	compartido con una empresa de aluminio	Crecimiento.

Tabla 26: Matriz Multicriterios

PRODUCTO	COMPETITIVIDAD	ATRACTIVIDAD
<p>PERFILES</p> 	60%	60%
<p>VIDRIOS</p> 	10%	15%
<p>SILICON</p> 	10%	5%

FELPAS 	10%	5%
PLANCHAS 	10%	15%
100%		100%



COMPETITIVIDAD

- A: Perfiles Bajo
- B: Desinversión
- C: Crecimiento
- D: Desarrollo competitivo

Gráfico No. 54 Matriz Multicriterio

Como podemos ver en el cuadro los productos:

Felpas, Planchas, Silicona y vidrio se encuentra en el cuadrante B que nos indica Desinversión del producto, cabe recalcar que debemos tomar una estrategia intensiva con estos productos, para que puedan alcanzar lo que buscamos como empresario y tener un crecimiento o desarrollo competitivo.

Perfiles son un producto a expandir a otros mercados es el que se mantiene en un nivel medio, por tal motivo debemos implementar para este producto una estrategia intensiva para que nuestro producto crezca en el mercado que deseamos incursionar.

4.2.1.5 Crecimiento por integración

Objetivo 2013

Analizar los factores internos de la empresa, para poder determinar cuál es su desempeño, el cual nos ayudara para el mejoramiento y así fortalecer a la empresa capacitando a nuestros colabores de acuerdo a la demanda del mercado y de nuestra competencia.

Estrategia 2013

Implementaremos la estrategia Intensiva, como desarrollo del mercado así empezaremos acondicionar las instalaciones, crear nuevos centros de distribución, aplicar normas y programas para obtener certificaciones y acreditaciones que serán de respaldo para el reconocimiento en el mercado que se desarrollara, mejorando la

tecnología, contrarrestando las políticas financieras que afecta a la adquisición de productos.

Objetivo 2014

Analizar la demanda que posee el mercado, tomando como referencia el posicionamiento de la empresa, para así tener una perspectiva del comportamiento del mismo.

Estrategias 2014

Implementaremos la estrategia de diversificación, incrementando el portafolio de productos aprovechando las preferencias arancelarias, cumpliendo las normas de estándar que tiene el mercado para satisfacer al cliente dando un buen servicio e implementando infraestructura acorde la expansión del mercado, al mismo tiempo analizando los factores que pueden afectar como las leyes aduaneras y la inestabilidad política del país.

Objetivo 2015

Analizar la rentabilidad y crecimiento industrial con relación a los competidores en el mercado.

Estrategia 2015

Implementar una estrategia de Integración Horizontal donde nosotros podamos tener el dominio de nuestros competidores, analizando su participación, marketing, precios,

promociones para así poder tener un referente el momento que necesitemos en nuestra meta de crecimiento en el mercado.

Objetivo 2016

Analizar cuáles son los procesos dominantes para una producción a escala, para poder así satisfacer la demanda del mercado internacional a dirigirnos.

Estrategia 2016

Implementaremos la estrategia Intensiva, como es penetración en el mercado mejorando los procesos de fabricación con costos más competitivo y de calidad, la renovación de las líneas de producción para mejorar la eficiencia en la mano de obra y la implementación de maquinarias que ayudara con el éxito que debe obtener la empresa fortaleciendo estos factores empezara a buscar entrar en mercados foráneos donde todavía exista un potencial atractivo de crecimiento y las presiones competitivas no sean tan fuertes e implementando habilidades para que la reputación de la compañía en el mercado nacional se pueden transferir a los mercado objeto.

Objetivo 2017

Ser una empresa solida financieramente y reconocida en el mercado internacional por sus clientes, con miras de expansión al resto del mundo.

Estrategia 2017

Implementaremos la estrategia defensiva como es riesgo compartido, al realizar negociaciones con los proveedores para obtener mejores precios, desarrollar diseños o

modelos a gran escala para que el precio sea más bajo, eliminar las tareas innecesarias de la cadena de actividad y costo, aumentar la eficiencia de fabricación y distribución, y reducir los gastos administrativos. Implementar infraestructura si es necesario en el mercado meta para reducir los costos de producción o tener una mayor estandarización de los productos, obteniendo una mayor participación en el mercado global.

(Ver Gráfico en la página siguiente)

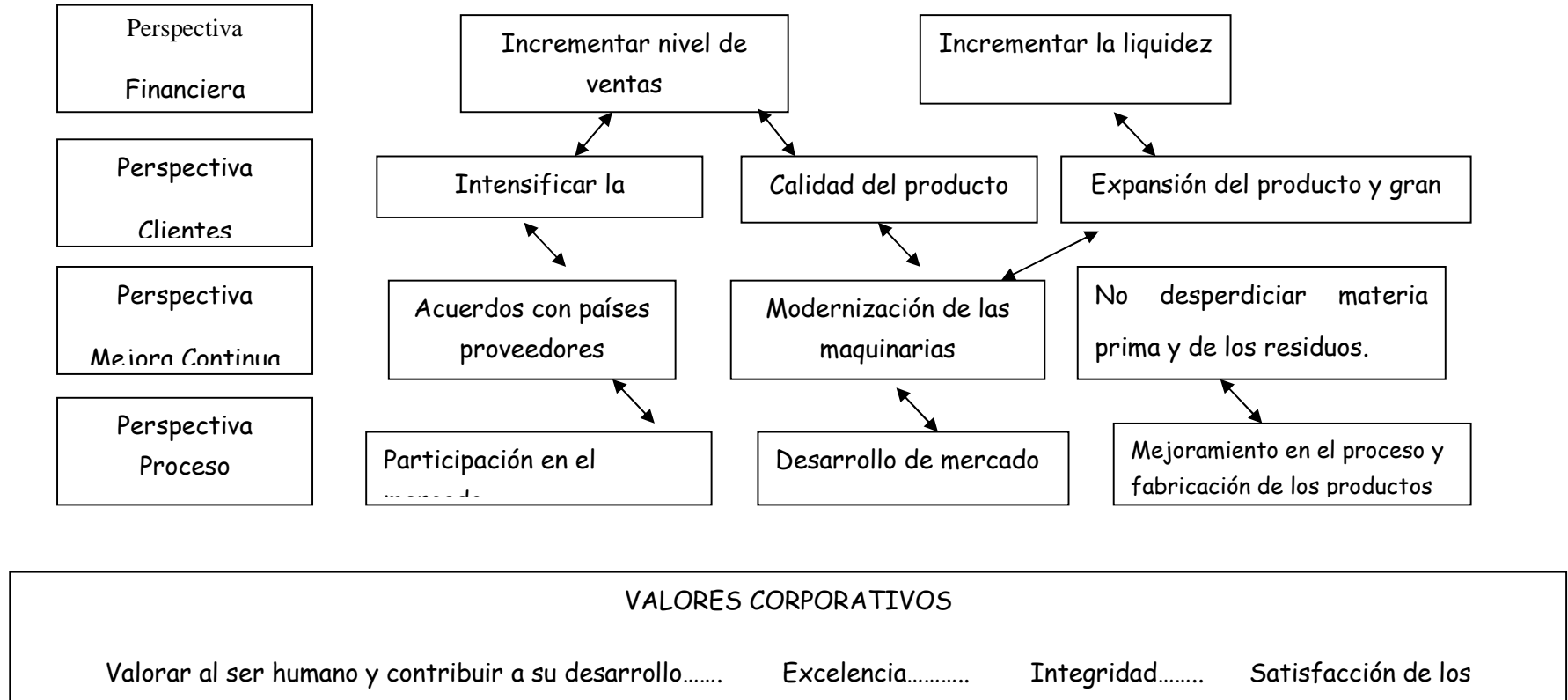


Gráfico No. 55 Balance Scord Card

La empresa CEDAL S.A. se encuentra en un correcto funcionamiento en el mercado nacional, pero al analizar sus productos en la matriz multicriterios nos damos cuenta que algunos productos de su portafolio no tienen una buena participación en el mercado por tal motivo se recomienda lo siguiente:

- Implementar una estrategia Intensiva donde debe desarrollar el mercado objetivo acoplándonos a los requerimientos del mismo.
- Implementar una estrategia de diversificación donde ampliamos el portafolio de nuestros productos según las necesidades o potenciales que presente el mismo.
- Estrategias de Integración que busca controlar o adquirir el dominio de los distribuidores, de los proveedores o de la competencia, para no correr el riesgo de competencia.

Estrategias Adaptadas al Perfil

Primer año:

Estrategias intensivas

Requieren un esfuerzo intenso para mejorar la posición competitiva de la empresa con los productos existentes.

Segundo año:

Estrategias de diversificación

Se da cuando la organización diversifica la cartera de productos como: vidrio, silicona, felpas

Tercer año:

Estrategias de Integración

Buscan controlar o adquirir el dominio de los distribuidores, de los proveedores o de la competencia.

Cuarto año:

Estrategias intensivas

Requieren un esfuerzo intenso para mejorar la posición competitiva de la empresa con los productos existentes.

- La penetración en el mercado procura aumentar la participación del mercado que corresponde a los productos o servicios presentes, por medio de un esfuerzo mayor para la comercialización.

Quinto año:

Estrategias Defensivas

Requieren un esfuerzo agudo para mejorar la posición competitiva de la empresa con los productos existentes.

OBJETIVO ANUAL

Objetivo 2017

Ser una empresa sólida financieramente y reconocida en el mercado internacional por sus clientes, con miras de expansión al resto del mundo.

Estrategia General

Implementaremos la estrategia defensiva como es riesgo compartido, al realizar negociaciones con los proveedores para obtener mejores precios, desarrollar diseños más económicos de los productos, eliminar las tareas innecesarias de la cadena de actividad y costo, aumentar la eficiencia de fabricación y distribución, y reducir los gastos administrativos. Implementar infraestructura si es necesario en el mercado meta para reducir los costos de producción o tener una mayor estandarización de los productos, obteniendo una mayor participación en el mercado global.

Tabla 27 Actividades GANNT

N°	Actividades	Tiempo												Presp	Responsable	Observacion
		Ener	Febr	Marz	Abril	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic			
1	Condiciones del interno													3000	R.R.H.H	
1.1	Cambios culturales														R.R.H.H	
1.2	Cambios tecnologicos														R.R.H.H	
1.3	Habitos de compra														R.R.H.H	
1.4	Habitos de consumo														R.R.H.H	
1.5	Modalidad de pago														R.R.H.H	
2	Estudio de la demanda													20000	R.R.H.H	
2.1	Cantidad														R.R.H.H	
2.2	Precio														R.R.H.H	
2.3	Ingresos														R.R.H.H	
2.4	Poblacion														R.R.H.H	
2.5	Gustos														R.R.H.H	
3	Desarrollo del producto													40000	Marketing	
3.1	Marca														Marketing	
3.2	Etiquetado														Marketing	
3.3	Empaque														Marketing	
3.4	diseño del producto														Marketing	
3.5	Ventas														Marketing	
4	Manufactura													500000	Planta	
4.1	Frabricacion con ordenes														Planta	
4.2	Fabircacion de pedidos pendientes														Planta	
4.3	cantidades a producir														Planta	
4.4	Stocks de materia prima														Planta	
4.5	Stocks de productos terminados														Planta	

5 Prueba del producto													20000	Ventas	
5.1 Aspecto														Ventas	
5.2 Textura														Ventas	
5.3 Características														Ventas	
5.4 Tipos de cliente														Ventas	
5.5 Mano de obra														Ventas	
6 Publicidad													50000	Marketing	
6.1 Volantes														Marketing	
6.2 Tarjetas PVC														Marketing	
6.3 Definir atributos del producto														Marketing	
6.4 Lema publicitario														Marketing	
6.5 Motivar compra														Marketing	
7 Calculo de precios													15000	Sistemas	
7.1 Analisis del mercado														Sistemas	
7.2 Selección de politicas														Sistemas	
7.3 Precio estandar														Sistemas	
7.4 Determinacion de la demanda														Sistemas	
7.5 Precio Nacional del mercado														Sistemas	
8 Medicion productividad													20000	Marketing	
8.1 Produccion														Marketing	
8.2 Numero de trabajadores														Marketing	
8.3 Tiempo de produccion														Marketing	
8.4 Cantidad del producto terminado														Marketing	
8.5 Medios de produccion														Marketing	
9 Estudio Pos -Venta													30000	Marketing	
9.1 Perfeccionamiento del producto														Marketing	
9.2 Asegurar la satisfaccion del cliente														Marketing	
9.3 Costos variables														Marketing	
9.4 Calidad de la presentacion														Marketing	
9.5 Estandaras														Marketing	

10	Informe de resultados																	2000	Marketing y Vts	
10.1	Determinar la necesidad																		Marketing y Vts	
10.2	Recoleccion Datos																		Marketing y Vts	
10.3	Analisis de los datos																		Marketing y Vts	
10.4	Evaluacion de los datos																		Marketing y Vts	
10.5	Sistesis y resultado final																		Marketing y Vts	
																		70000		

Tabla 28: Actividades PERT

Actividad	Descripción	Preceder	a	m	b	te
A	Condiciones del entorno	_____	3	5	6	5
B	Estudio de la demanda	_____	3	5	6	5
C	Desarrollo del producto	B, A	1	2	3	2
D	Manufactura	C	1	2	3	2
E	Prueba del Producto	D	1	2	3	2
F	Publicidad	D	1	2	4	2
G	Calculo del precio	E, F	1	2	3	2
H	Medición de la Productividad	B, D	3	5	6	5
I	Estudio Post-Venta	E, G	2	3	4	3
J	Informe de Resultados	G, H, I	1	2	3	2

(Ver gráfico en la página siguiente)

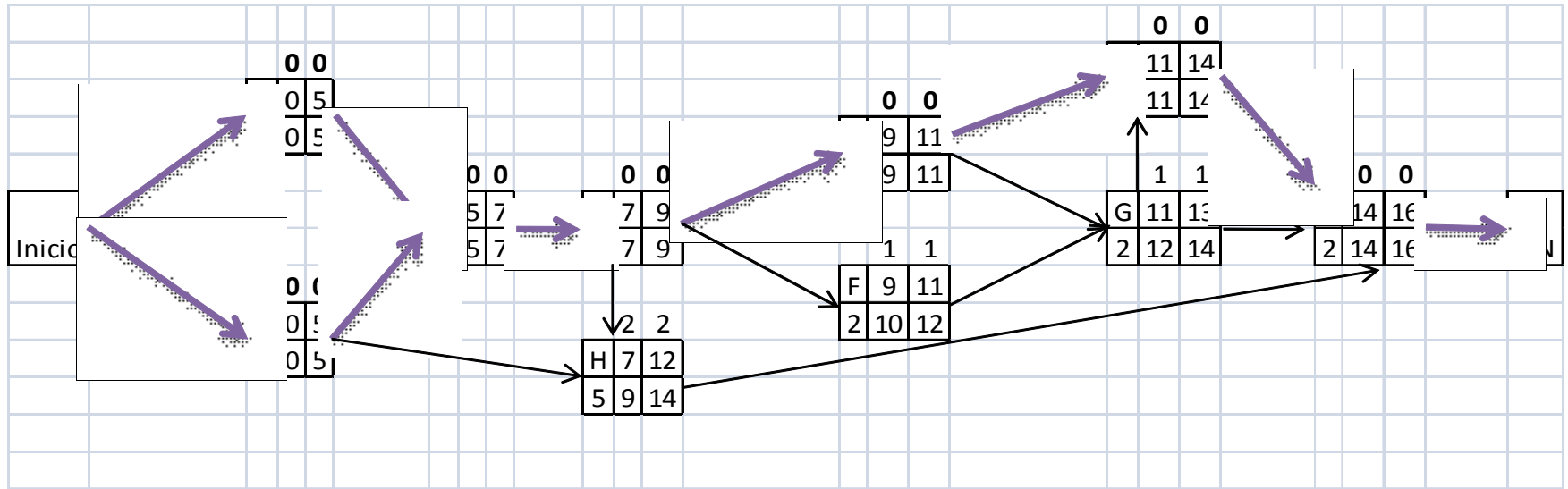


Gráfico No. 56 Actividades PERT

Tabla 29: Presupuesto

Condiciones del entorno	3000
Estudio de la demanda	20000
Desarrollo del producto	30000
Manufactura	500000
Prueba del producto	20000
Estudio Pos -Venta	30000
Informe de resultados	2000
	605000
Total del Proyecto	
	700000
Total camino critico	605000
total	86%

Método del Camino Crítico o ruta crítica

$$Z = \left(\frac{20 - 16}{1,02} \right)$$

CPM: A, B, C, D, E, I, J

Z =

$$\sigma^2 = \left(\frac{b - a}{6} \right)^2$$

$$\sigma^2 = \left(\frac{6-3}{6} \right)^2 = 0,2$$

$$\sigma^2 = \left(\frac{6-3}{6} \right)^2 = 0,25$$

$$\sigma^2 = \left(\frac{3-1}{6} \right)^2 = 0,11$$

$$\sigma^2 = \left(\frac{3-1}{6} \right)^2 = 0,11$$

$$\sigma^2 = \left(\frac{3-1}{6} \right)^2 = 0,11$$

$$\sigma^2 = \left(\frac{4-2}{6} \right)^2 = 0,11$$

$$\sigma^2 = \left(\frac{3-1}{6} \right)^2 = 0,11$$

$$\Sigma_i = 1,05$$

$$\sigma^2 = 1,05$$

$$\sqrt{1,05} = 1,02$$

$$\sigma = 1,02$$

Probabilidades

- 4 semanas Adicionales

$$Z = \left(\frac{x - \bar{x}}{\sigma} \right)$$

4.3 **MARKETING OPERATIVO**

4.3.1 *Posicionamiento de marca*

4.3.1.1 *Marca*

La Empresa CEDAL S.A. utiliza como marca de sus productos las palabras CEDAL ALUMINIO que además son usadas en su logotipo también pueden ser marcas las palabras o combinaciones de palabras, imágenes, figuras, símbolos, gráficos, letras.

4.3.1.2 *Slogan*

“Tu mejor elección, en perfiles”

4.3.1.3 *Logotipo*



Gráfico No. 57 Logotipo Nacional CEDAL

(Ver gráfico en la página siguiente)



Gráfico No. 58 Logotipo Internacional Perú

4.3.1.4 Gama cromática

El color es otro de los elementos esenciales de la configuración visual de una imagen, y por lo tanto un elemento imprescindible en la comunicación visual. El color suele organizarse cromáticamente en un círculo, en la que se suelen diferenciar los colores primarios de los secundarios y terciarios en la gama cromática, por tal motivo es fundamental que los colores sean los correctos que desea proyectar la empresa, para con ello llegar a sus cliente mediante este sentido. (Acaso, 2006)

El color que utiliza CEDAL, es el siguiente:



Código: 0000FF



Código: FF3300

4.3.1.5 Tipografía corporativa

“Diseño de disponer correctamente el material de acuerdo con un propósito específico que tiene la empresa que es de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con percibidas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto”. (Morison, 1959)

CEDAL S.A. utiliza el siguiente tipo de letra:



Fuente de la letra: Script MT Bold



Fuente de la letra: Arial Black / V con efecto de simetría

4.3.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución de CEDAL, son de dos tipos:

- Ventas directas en la empresa: con valor igual al del distribuidor.
- Los distribuidores que funcionan como intermediarios, donde están ubicados en todas las provincias del Ecuador.
- En sus distribuidores no solo es para un intermediario, sino dependiendo su capacidad física y ubicación, CEDAL cuenta con varios intermediarios que ayudan con la distribución del producto.

Producción	Distribuidores																				
	Costa	Sierra	Oriente																		
Productos	<ul style="list-style-type: none"> • Atacames • Babahoyo • Esmeraldas • Galápagos • Guayaquil • La Troncal • Libertad • Machala • Manta • Milagro • Piñas • Portoviejo • Quevedo • Santa Elena • Santo Domingo 	<ul style="list-style-type: none"> • Ambato • Azoquez • Cayambe • Cuenca • Gualaceo • Guaranda • Ibarra • Latacunza • Loja • Otavalo • Quito • Riobamba • Sangolquí • Tulcan • Tumbaco 	<ul style="list-style-type: none"> • Lago Agrio • Macas • Puyo • Tena • Yantzaza 																		
Distribuidores	<p style="text-align: center;">Quito</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Distribuidor</th> <th>Dirección</th> <th>Teléfono</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>DIAA</td> <td>Av. Diego de Vásquez N 7-684 y prolongación Av. Occidental</td> <td>(02) 248-3066</td> </tr> <tr> <td>DIAA</td> <td>Av. Capitán Geovanny Calles e Independencia Esquina</td> <td>(02) 282-2608</td> </tr> <tr> <td>GLASSERCON</td> <td>Antonio Basantes y Panamericana Norte tras el Banco Internacional</td> <td>(02) 292-3160</td> </tr> <tr> <td>PRONALVID</td> <td>Eje del colector # 6 y Diego de Vásquez</td> <td>(02) 259-0988</td> </tr> <tr> <td>PRONALVID</td> <td>Av. 6 de Diciembre # 79-90 y Lizarzaburo</td> <td>(02) 326-4891</td> </tr> </tbody> </table>			Distribuidor	Dirección	Teléfono	DIAA	Av. Diego de Vásquez N 7-684 y prolongación Av. Occidental	(02) 248-3066	DIAA	Av. Capitán Geovanny Calles e Independencia Esquina	(02) 282-2608	GLASSERCON	Antonio Basantes y Panamericana Norte tras el Banco Internacional	(02) 292-3160	PRONALVID	Eje del colector # 6 y Diego de Vásquez	(02) 259-0988	PRONALVID	Av. 6 de Diciembre # 79-90 y Lizarzaburo	(02) 326-4891
Distribuidor	Dirección	Teléfono																			
DIAA	Av. Diego de Vásquez N 7-684 y prolongación Av. Occidental	(02) 248-3066																			
DIAA	Av. Capitán Geovanny Calles e Independencia Esquina	(02) 282-2608																			
GLASSERCON	Antonio Basantes y Panamericana Norte tras el Banco Internacional	(02) 292-3160																			
PRONALVID	Eje del colector # 6 y Diego de Vásquez	(02) 259-0988																			
PRONALVID	Av. 6 de Diciembre # 79-90 y Lizarzaburo	(02) 326-4891																			
Ventas																					
Nuevos Productos																					
Premia CEDAL																					
Contáctenos																					

Gráfico No. 59 Canales de Distribución

4.3.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL

La Corporación Ecuatoriana de Aluminio S.A. contribuye de manera activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental. CEDAL colabora con varias organizaciones en sectores vulnerables como:

- Centro del Muchacho Trabajador
- Cruz Roja Ecuatoriana
- Fundación el Triángulo
- Fundación Resurgere
- Fundación Scout del Ecuador

- Guardería “Juan Carlos Gómez”
- Sociedad Ecuatoriana de Cirugía Plástica

Licencia Ambiental



El Ministerio del Ambiente otorgó la Licencia Ambiental N° 235 para la planta industrial de la Corporación Ecuatoriana de Aluminio. Como es la única planta de extrusión de aluminio en el Ecuador, para la elaboración de los perfiles la materia prima se somete a un proceso que desecha agua y humo, que con el tiempo se ha venido realizando modificación en la maquinaria e instalaciones para evitar la contaminación en la Provincia de Cotopaxi. (Corporación Ecuatoriana de Aluminio CEDAL S.A., 2012)

4.3.4 SEGMENTOS DE MERCADO

CEDAL S.A. tiene como Público Objetivo lo siguiente:

- Sector de la construcción.
- Distribuidores o fabricantes de puertas, ventanas, diseño de acabados.

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

En el presente capítulo se demostrara el estudio financiero para el proyecto de “*Plan de importación de aluminio primario en lingotes para su procesamiento en depósito industrial actualmente con el COPCI Reg. 21 Modalidad Transformación Industrial y su negociación internacional del portafolio de producto terminado de la empresa CEDAL S.A.,*” en el mismo que contempla el monto de la inversión con el que se iniciara la actividad económica, la estructura de financiamiento, las proyecciones de los ingresos, gastos, costos, estados de resultados, balances generales y análisis de los indicadores financieros que tendrá el proyecto durante su vida económica útil.

5.1 INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial indica el valor y la forma en que se estructura el capital para el presente Plan a desarrollar con el fin de alcanzar la rentabilidad deseada.

Siendo el 1 de enero del 2013 la empresa Corporación Ecuatoriana de Aluminio CEDAL S.A. ha realizado el siguiente inventario físico de los activos.

5.1.1 Descripción de la Inversión Inicial

Para poner en marcha el proyecto se necesitó lo siguiente:

- 5 mesas de madera, 5 sillas de plástico, 3 archivadores, 4 sillones de oficina, 3 escritorios, 3 Telefax, 4 teléfonos inalámbricos, 5 computadoras, 2 impresoras, Un terreno de 800m², 3 Montacargas y 1 Galpón

Tabla 30: Inversión Inicial, CEDAL

INVERSION INICIAL			
A ENERO 2013			
Cantidad	Descripción	Costo unitario	Total
	Caja Bancos		\$ 72,000.00
1	Caja Bancos	\$ 72,000.00	\$ 72,000.00
	Muebles y Enseres		\$ 4,000.00
20	Muebles de oficina	\$ 200.00	\$ 4,000.00
	Equipos de oficina		\$ 510.00
3	Telefax	\$ 90.00	\$ 270.00
4	teléfono inalámbrico	\$ 60.00	\$ 240.00
	Equipos de computación		\$ 4,450.00
5	Computadora	\$ 750.00	\$ 3,750.00
2	Impresora	\$ 350.00	\$ 700.00
	Maquinaria y Equipo		\$ 160,000.00
1	Terreno	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00
3	Montacargas	\$ 10,000.00	\$ 30,000.00
1	Edificios	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
	Gastos de Constitución		\$ 8,000.00
1	Gastos de Constitución	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
	Inversión total		\$ 248,960.00

5.2 ESTADOS FINANCIEROS

Son documentos que dentro de un periodo contable nos permite conocer la situación financiera de la empresa. Esta información es primordial y fundamental para los siguientes departamentos:

Gerencia: En base a los resultados tomara decisiones sobre inversiones, deudas, cobros, para que un futuro no se vea afectada la economía de la misma.

Departamento Financiero: Estima valores provisionales para pago de obligaciones con terceros y a empleados de la empresa.

5.2.1 *Estado de Situación Inicial*

“Corporación Ecuatoriana de Aluminio CEDAL S.A., es una Empresa Industrial dedicada a la transformación de materia prima para la elaboración de Perfiles, presentará su estado financiero inicial al 1 de Enero de 2013 con los activos y pasivos propios de la empresa”. (Corporación Ecuatoriana de Aluminio CEDAL S.A., 2012)

(Ver tabla en la página siguiente)

Tabla 31: Balance de Situación Inicial, CEDAL

CORPORACION ECUATORIANA DE ALUMINIO CEDAL S.A		
BALANCE DE SITUACION INICIAL		
A ENERO 2013		
ACTIVOS		
Activo corriente		\$ 72,000.00
Caja Bancos	\$ 72,000.00	
Activos no corrientes		\$ 176,960.00
Muebles y enseres	\$ 4,000.00	
Equipos de oficina	\$ 510.00	
Equipos de computación	\$ 4,450.00	
Terreno	\$ 80,000.00	
Maquinaria	\$ 30,000.00	
Edificios	\$ 50,000.00	
Gastos de constitución	\$ 8,000.00	
TOTAL ACTIVOS		\$ 248,960.00
PASIVO		
Pasivo corriente		\$ 120,000.00
Prestamos por pagar	\$ 20,000.00	
Obligaciones laborales por pagar	\$ 90,000.00	
Cuentas por pagar	\$ 10,000.00	
TOTAL PASIVOS		\$ 120,000.00
PATRIMONIO		\$ 128,960.00
Capital social	\$ 128,960.00	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 248,960.00

5.3 PRESUPUESTOS

Con la empeño de justificar que el proyecto sea viable se presentan los presupuestos de ingresos, costos y gastos de la empresa. El presupuesto se lo ha realizado de acuerdo a la organización estratégica elaborada por la propia empresa, es decir cubriendo las perspectivas que tiene la administración para los próximos cinco años pronosticados.

5.3.1 *Presupuesto de ventas*

“El presupuesto de ventas se prepara con base en los datos que la administración propone en función de Investigación del mercado potencial y capacidad de compra del mercado” (Sabino, 1991)

En base a las funciones establecidas por la administración de la empresa, se procedió a realizar el presupuesto con las siguientes posibilidades planteadas por la administración:

- Las proyecciones de ventas se ha realizado en base a las Exportaciones históricas que Ecuador ha tenido en el mercado Peruano. Se ha realizado el presupuesto en unidades y los precios son FOB. Los incrementos anuales han sido establecidos en base a la inflación que presenta el Ecuador según estadísticas del Banco Central del Ecuador.

DICIEMBRE 31-2012 (4.16%)

Tabla 32: Presupuesto de Ventas

CORPORACION ECUATORIANA DE ALUMINIO CEDAL S.A.					
PRESUPUESTO DE VENTAS					
2013					
	2013	2014	2015	2016	2017
PARTIDA 7604.29 .20.00					
Precio	\$ 13.14	\$ 13.69	\$ 14.26	\$ 14.85	\$ 15.47
Cantidad	30,168	30,771	31,387	32,015	32,655
Total Ventas	\$ 396,552.92	\$ 421,310.51	\$ 447,613.77	\$ 475,559.19	\$ 505,249.30

5.3.2 Presupuesto de costos

El presupuesto de costos se genera dentro de la empresa privada y se los considera como una unidad productora, quiere decir que es el costo de los recursos que se han invertido para producir los perfiles en forma unitaria. (Sabino, 1991)

Tabla 33: Costo de Producción, CEDAL

Producto	Precio productor
Perfiles Tubulares y Semitubulares	\$ 6.25

En base a la inflación proyectada anteriormente el costo de adquisición al que también se incrementará en forma anual como se indica en la siguiente tabla

Tabla 34: Presupuesto de Costos, CEDAL

CORPORACION ECUATORIANA DE ALUMINIO CEDAL S.A.					
PRESUPUESTO DE COSTOS					
2013					
	2013	2014	2015	2016	2017
PARTIDA 7604.29 .20.00					
Costo	\$ 6.25	\$ 6.51	\$ 6.78	\$ 7.06	\$ 7.36
Cantidad	30,168	30,771	31,387	32,015	32,655
Total	\$ 188,537.93	\$ 200,308.73	\$ 212,814.41	\$ 226,100.84	\$ 240,216.76

5.3.3 Presupuesto de gastos

“Se prepara tomando como referencia los estados financieros, a los que se acondicionará la información que se dispone sobre inflación” (Zapata, 2010)

La administración de “CEDAL S.A” considera los sueldos y salarios de 4 personas, el Jefe de Adquisiciones, Asistente de dpto. Comercio Exterior, personal de Producción y despachador.

El gasto por depreciación se lo ha realizado con el método legal, es decir con el método de línea recta.

Los servicios básicos (servicios telefónicos, de agua, energía eléctrica e Internet) se han considerado tomando en cuenta los gastos históricos de empresas. Se prevé un incremento anual por inflación anteriormente mencionada y también el porcentaje de aumento en los salarios será de 2%.

(Ver tabla en la página siguiente)

Tabla 35: Presupuesto de Gastos Operacionales, CEDAL

CORPORACION ECUATORIANA DE ALUMINIO CEDAL S.A.					
PRESUPUESTO GASTOS OPERACIONALES					
COSTOS FIJOS	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldos y salarios	\$ 42,000.00	\$ 42,840.00	\$ 43,696.80	\$ 44,570.74	\$ 45,462.15
Depreciación anual	\$ 7,434.19	\$ 7,434.19	\$ 7,434.19	\$ 7,434.19	\$ 7,434.19
Servicios básico	\$ 6,000.00	\$ 6,120.00	\$ 6,242.40	\$ 6,367.25	\$ 6,494.59
Suministros de oficina	\$ 800.00	\$ 816.00	\$ 832.32	\$ 848.97	\$ 865.95
Suministros de limpieza	\$ 600.00	\$ 612.00	\$ 624.24	\$ 636.72	\$ 649.46
Gastos financieros	\$ 6,200.00	\$ 5,760.00	\$ 5,320.00	\$ 4,880.00	\$ 4,440.00
TOTAL	\$ 63,034.19	\$ 63,582.19	\$ 64,149.95	\$ 64,737.86	\$ 65,346.33
COSTOS VARIABLES					
Gastos de ventas	\$ 24,720.00	\$ 25,214.40	\$ 25,718.69	\$ 26,233.06	\$ 26,757.72
Costo de ventas	\$ 188,537.93	\$ 200,308.73	\$ 212,814.41	\$ 226,100.84	\$ 240,216.76
TOTAL	\$ 213,257.93	\$ 225,523.13	\$ 238,533.10	\$ 252,333.90	\$ 266,974.49
VENTAS	\$ 396,552.92	\$ 421,310.51	\$ 447,613.77	\$ 475,559.19	\$ 505,249.30

5.3.4 Presupuesto de Estados Financieros

“Un plan financiero completo prevé la preparación de los estados proforma, los mismos que concentran datos de los presupuestos estudiados: ventas, compras, gastos, caja. El estado indispensable son el estado de resultados o de pérdidas y ganancias.” (Zapata, 2010)

Como resultado de los presupuestos anteriores se puede estructurar los estados de resultados proyectados a cinco años.

Tabla 36: Estado de Pérdidas y Ganancias, CEDAL

CORPORACION ECUATORIANA DE ALUMINIO CEDA S.A.					
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
2013-2017					
	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	\$ 396,552.92	\$ 421,310.51	\$ 447,613.77	\$ 475,559.19	\$ 505,249.30
Costo de Ventas	\$ 188,537.93	\$ 200,308.73	\$ 212,814.41	\$ 226,100.84	\$ 240,216.76
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 208,014.99	\$ 221,001.78	\$ 234,799.36	\$ 249,458.35	\$ 265,032.54
Gastos operacionales	\$ 81,554.19	\$ 83,036.59	\$ 84,548.63	\$ 86,090.92	\$ 87,664.06
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 126,460.80	\$ 137,965.19	\$ 150,250.73	\$ 163,367.43	\$ 177,368.48
Gastos financieros	\$ 6,200.00	\$ 5,760.00	\$ 5,320.00	\$ 4,880.00	\$ 4,440.00
Utilidad Antes de participación	\$ 120,260.80	\$ 132,205.19	\$ 144,930.73	\$ 158,487.43	\$ 172,928.48
15% participación trabajadores	\$ 18,039.12	\$ 19,830.78	\$ 21,739.61	\$ 23,773.11	\$ 25,939.27
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	\$ 102,221.68	\$ 112,374.41	\$ 123,191.12	\$ 134,714.32	\$ 146,989.21
25% Impuesto a la renta	\$ 25,555.42	\$ 28,093.60	\$ 30,797.78	\$ 33,678.58	\$ 36,747.30
UTILIDAD NETA	\$ 76,666.26	\$ 84,280.81	\$ 153,988.90	\$ 168,392.90	\$ 183,736.51

5.4 FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO

“Constituye uno de los instrumentos de planificación financiera más usados, además de ser el referente obligado en la gestión de tesorería. Debe ser preparado adecuadamente, así de que se guíe las actividades futuras y permita tomar decisiones oportunas y certeras respecto al manejo de efectivo de la empresa.” (Zapata, 2010)

(Ver tabla en la página siguiente)

Tabla 37: Flujo de Caja Presupuestada, CEDAL

CORPORACION ECUATORIANA DE ALUMINIO CEDA S.A.						
FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO A 5 AÑOS						
INGRESOS	0	1	2	3	4	5
Ventas al contado		\$ 396,552.92	\$ 421,310.51	\$ 447,613.77	\$ 475,559.19	\$ 505,249.30
EGRESOS						
Costos de venta		\$ 188,537.93	\$ 200,308.73	\$ 212,814.41	\$ 226,100.84	\$ 240,216.76
Compras al contado		\$ 24,720.00	\$ 25,214.40	\$ 25,718.69	\$ 26,233.06	\$ 26,757.72
Gastos administrativos		\$ 56,834.19	\$ 57,822.19	\$ 58,829.95	\$ 59,857.86	\$ 60,906.33
(-) Depreciación anual		\$ 7,434.19	\$ 7,434.19	\$ 7,434.19	\$ 7,434.19	\$ 7,434.19
Pago préstamo bancario		\$ 6,200.00	\$ 5,760.00	\$ 5,320.00	\$ 4,880.00	\$ 4,440.00
Participación trabajadores		\$ 18,039.12	\$ 19,830.78	\$ 21,739.61	\$ 23,773.11	\$ 25,939.27
Impuesto a la renta		\$ 25,555.42	\$ 28,093.60	\$ 30,797.78	\$ 33,678.58	\$ 36,747.30
TOTAL EGRESOS		\$ 327,320.84	\$ 344,463.89	\$ 362,654.61	\$ 381,957.64	\$ 402,441.58
INGRESOS		\$ 396,552.92	\$ 421,310.51	\$ 447,613.77	\$ 475,559.19	\$ 505,249.30
(-) EGRESOS		\$ 327,320.84	\$ 344,463.89	\$ 362,654.61	\$ 381,957.64	\$ 402,441.58
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		\$ 69,232.08	\$ 76,846.63	\$ 84,959.15	\$ 93,601.55	\$ 102,807.72
Depreciaciones		\$ 7,434.19	\$ 7,434.19	\$ 7,434.19	\$ 7,434.19	\$ 7,434.19
Inversión Inicial	-\$ 240,960.00					
(+) Crédito bancario	\$ 20,000.00					
(-) Amortización por crédito recibido		\$ 1,800.00	\$ 2,240.00	\$ 2,680.00	\$ 3,120.00	\$ 3,560.00
Flujo de caja inversionista	-\$ 220,960.00	\$ 74,866.26	\$ 82,040.81	\$ 89,713.34	\$ 97,915.74	\$ 106,681.91
Tasa de descuento	1.00	1.09	1.18	1.28	1.40	1.52
Flujo de caja final inversionista	-\$ 220,960.00	\$ 68,880.54	\$ 69,446.56	\$ 69,869.60	\$ 70,160.74	\$ 70,330.36

5.5 BALANCE GENERAL PROYECTADO

A continuación se presenta un balance general proyectado a 5 años, el mismo que indicará cuánto va a crecer o disminuir la actividad comercial de “CEDAL S.A.” tomando en cuenta la tasa de inflación del 2012 de 4.16%

(Ver tabla en la página siguiente)

Tabla 38: Balance General, CEDAL

CORPORACION ECUATORIANA DE ALUMINIO CEDAL S.A					
BALANCE GENERAL					
5 AÑOS					
Cuenta	2013	2014	2015	2016	2017
ACTIVOS					
Corrientes	\$ 72,000.00	\$ 74,995.20	\$ 78,115.00	\$ 81,364.58	\$ 84,749.35
Caja-Bancos	\$ 72,000.00	\$ 74,995.20	\$ 78,115.00	\$ 81,364.58	\$ 84,749.35
No corrientes	\$ 111,525.82	\$ 116,474.55	\$ 116,308.15	\$ 116,308.15	\$ 116,308.15
Muebles y enseres	\$ 4,000.00	\$ 4,166.40	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
Equipos de oficina	\$ 510.00	\$ 531.22	\$ 531.22	\$ 531.22	\$ 531.22
Equipos de computación	\$ 4,450.00	\$ 4,635.12	\$ 4,635.12	\$ 4,635.12	\$ 4,635.12
Terreno	\$ 80,000.00	\$ 83,328.00	\$ 83,328.00	\$ 83,328.00	\$ 83,328.00
Maquinaria	\$ 30,000.00	\$ 31,248.00	\$ 31,248.00	\$ 31,248.00	\$ 31,248.00
- Depreciación acumulada	-\$ 7,434.19	-\$ 7,434.19	-\$ 7,434.19	-\$ 7,434.19	-\$ 7,434.19
Edificios	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
TOTAL ACTIVOS	\$ 183,525.82	\$ 191,469.75	\$ 194,423.15	\$ 197,672.74	\$ 201,057.50
PASIVOS					
Corriente	\$ 49,794.54	\$ 53,684.38	\$ 57,857.39	\$ 62,331.69	\$ 67,126.57
Préstamo	\$ 6,200.00	\$ 5,760.00	\$ 5,320.00	\$ 4,880.00	\$ 4,440.00
Impuesto a la renta	\$ 25,555.42	\$ 28,093.60	\$ 30,797.78	\$ 33,678.58	\$ 36,747.30
Participación trabajadores	\$ 18,039.12	\$ 19,830.78	\$ 21,739.61	\$ 23,773.11	\$ 25,939.27
TOTAL PASIVOS	\$ 49,794.54	\$ 53,684.38	\$ 57,857.39	\$ 62,331.69	\$ 67,126.57
PATRIMONIO					
Capital	\$ 133,731.27	\$ 137,785.37	\$ 136,565.76	\$ 135,341.04	\$ 133,930.93
TOTAL PATRIMONIO	\$ 133,731.27	\$ 137,785.37	\$ 136,565.76	\$ 135,341.04	\$ 133,930.93
TOTAL PATRIMONIO MAS PASIVO	\$ 183,525.82	\$ 191,469.75	\$ 194,423.15	\$ 197,672.74	\$ 201,057.50

5.6 EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO

Existen varios criterios con el propósito de encontrar la rentabilidad en un proyecto; en el nuestro los dos criterios más usados y que permiten verificar si un proyecto es económicamente rentable o no; estos criterios son: el Valor Actual Neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR).

5.6.1 *Valor Actual Neto (VAN)*

Es un indicador financiero que permite calcular el valor presente midiendo los flujos de los futuros ingresos y egresos que tenga un proyecto, con ello determinaremos la viabilidad del mismo, si su resultado es positivo descontando la inversión inicial.

5.6.2 *Tasa Interna de Retorno (TIR)*

Es el rendimiento real del proyecto en función de los flujos de caja estimados, la tasa interna de retorno es la tasa que hace que el valor presente de los flujos sean igual a 0.

Por tanto, el cálculo de los valores netos y la tasa interna de retorno para el proyecto se presenta a continuación en:

Tabla 39: VAN y TIR

0	-\$ 228,960.00
1	\$ 74,866.26
2	\$ 82,040.81
3	\$ 89,713.34
4	\$ 97,915.74
5	\$ 106,681.91
VAN	\$ 119,727.80
TIR	25.88%

Calculo del VAN

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} &= 74,866.26 / (1+0.0869)^1 + 82,040.81 / (1+0.0869)^2 + 89,713.34 / (1+0.0869)^3 + 97,915.74 / (1+0.0869)^4 + 106,681.91 / (1+0.0869)^5 \\
 &= 68,880.54 + 69,446.56 + 69,869.59 + 70,160.74 + 70,330.36 \\
 &= 348,687.80 - 228,960 \\
 &= 119,727.80
 \end{aligned}$$

Calculo del TIR

$$\begin{aligned}
 0 &= 74,866.26 / (1+i)^1 + 82,040.81 / (1+i)^2 + 89,713.34 / (1+i)^3 + 97,915.74 / (1+i)^4 + 106,681.91 / (1+i)^5 \\
 &= \mathbf{25.88\%}
 \end{aligned}$$

5.7 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

La relación costo beneficio es un indicador que mide el grado de desarrollo de un proyecto, engloba los ingresos netos y se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. (Zapata, 2010) Para el cálculo de la relación beneficio / costo de nuestro proyecto haremos una división cómo en la fórmula se indica:

$$\frac{\text{BENEFICIOS}}{\text{COSTOS}}$$

(Ver gráfico en la página siguiente)

Tabla 40: Relación Beneficio - Costo, CEDAL

RELACION BENEFICIO COSTO					
	2013	2014	2015	2016	2017
BENEFICIOS	\$	\$	\$	\$	\$
	396,552.92	421,310.51	447,613.77	475,559.19	505,249.30
COSTOS	\$	\$	\$	\$	\$
	327,320.84	344,463.89	362,654.61	381,957.64	402,441.58
RELACIÓN C/B	1.21	1.22	1.23	1.25	1.26

5.8 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Sirve para evaluar sus proyectos de inversión a corto plazo, asimismo de ser un indicador de liquidez y de riesgo relativo que permite anticipar eventos de corto plazo. Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el **Valor Presente Neto** y la **Tasa Interna de Retorno**, permite optimizar el proceso de toma de decisiones. (Zapata, 2010)

Tabla 41: Período de Recuperación de Inversión

TIEMPO DE RECUPERACION	
0	\$ 268,960.00
1	\$ 194,093.74
2	\$ 112,052.93
3	\$ 22,339.59
4	-\$ 75,576.15
5	-\$ 182,258.06

Como se observa el período de recuperación del proyecto será de 3 años y 1 mes donde recuperemos el valor de la inversión.

5.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es la relación económica en la que la empresa mantiene su estabilidad financiera, quiere decir que el nivel de venta mantiene el nivel cubierto de los costos fijos y variables.

Es el volumen de ventas donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, que determina un punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida para dicho proyecto se ha calculado el punto de equilibrio para cada uno de los cinco años proyectados, diferenciando los costos fijos y los costos variables. (Zapata, 2010)

(Ver gráfico en la página siguiente)

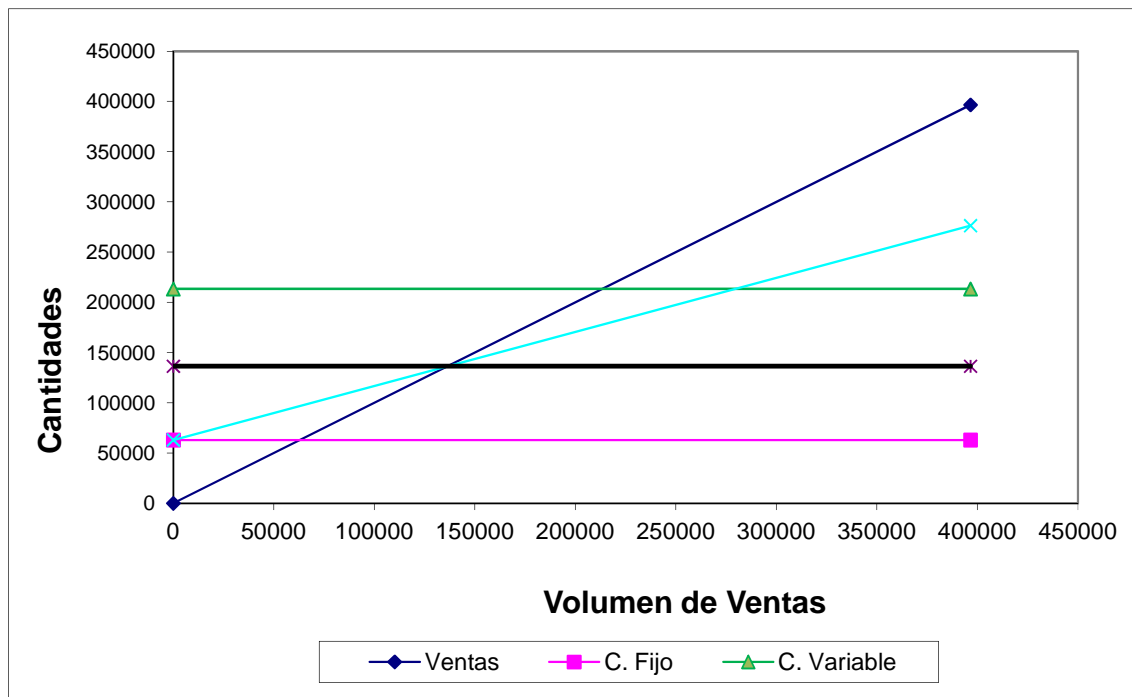


Gráfico No. 60 Punto de Equilibrio

Tabla 42: Punto de Equilibrio

Ventas	0	396552.919
C. Fijo	63034.185	63034.185
C. Variable	213257.933	213257.933
Costo Total	63034.185	276292.118
Equilibrio	136372.47	136372.47

CAPITULO VI

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- Al implementar un Régimen Especial suspensivo de Impuestos Deposito Industrial ahora según COPCI Reg. 21 Modalidad Transformación Industrial es un beneficio global para la empresa en el ámbito de gastos operacionales, lo que permite que sus costos sean competitivos en el mercado nacional.
- En el ámbito Internacionales permite que CEDAL S.A. que está incursionando mercados objeto como es Perú obtenga beneficios que otras empresas aun no exploran como es gozar de las preferencias arancelarios por ser un país miembro de la CAN.
- De acuerdo al COPCI, CEDAL S.A. puede cambiarse a otro régimen siempre y cuando sea beneficiario para el mismo.
- CEDAL S.A. al manejar sus importaciones con Régimen Especial – Instalación Industrial dentro de la modalidad Régimen 21 puede otorgar un crédito a sus clientes porque él no desembolsa los impuestos que normalmente se debería cancelar, solamente paga la tasa de control por implementar el Régimen Especial a la Aduana los mismos que le permite tener liquidez.

- Al realizar importaciones de Materia Prima y exportación un Producto terminado, permite que el comercio Internacional fluya con respecto a nuestra Balanza Comercial con ello ayudamos al déficit que ahora presenta Ecuador.
- Al suspender Impuestos para una empresa donde su recuperación de Capital toma 3 años con 1 mes, es una ventaja que la empresa siga creciendo anualmente porque da oportunidad que sus impuestos se compensen en una acción de comercio exterior como es participar en la exportación de un producto terminado.
- La logística de importación en su negociación que es el Incoterms CFR (Costo y Flete), permite que la empresa tenga un rubro ya establecido e incluido en sus gastos de operación.
- Con los estados Financieros demostramos que es una ventaja para CEDAL S.A. es rentable porque obtenemos un TIR de 25.88%

6.2 RECOMENDACIONES

- SENAE debe dar a conocer a las empresas Ecuatorianas sobre los tipos de Régimen Especiales que pueden acceder y que son de gran beneficio para el crecimiento industrial de una empresa que se dedica en el ámbito de Comercio Exterior.
- CEDAL S.A. debe aplicar un régimen especial en sus operaciones de Comercio Exterior, porque por la escasez de materia prima les obligada a Importar y con ello se paga impuestos por ingreso de esa mercadería y por temas de expansión inicio sus operaciones en exportaciones lo cual el gobierno Nacional apoya y es la mejor alternativa donde se puede compensar el pago de impuestos al ingresar materia procedente de otros países.
- CEDAL S.A. no tiene a su mayor competencia el mercado objetivo como es FISA, ventaja que se debe aprovechar posesionando su marca y adicional que el producto ingresa con una preferencia Arancelaria por ser miembro de un bloque económico como es la CAN, le permite ser competitivo con precios referente al mercado local del País objetivo.
- Actualmente la SENAE no controla los movimientos que estipula el anterior Reg. Deposito Industrial en matriz de compensación, guía de movilización, informes de auditoría y custodia aduanera de la mercadería bajo el reg. antes

mencionado, ahora implementado en COPCI Reg. 21 Modalidad transformación Industrial, se recomienda que las empresas o SENAE maneje una matriz fuera del sistema Ecuapass donde se pueda llevar un registro de la materia prima o bienes importadores de acuerdo al movimiento que realizan las mismas.

Bibliografía

Acaso, M. (2006). *El lenguaje visual*. Madrid: Paidós.

Banco Central de Reservas del Perú. (s.f.). *Banco Central de Reservas del Perú*. Obtenido de Banco Central de Reservas del Perú: <http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas.html>

Banco Central del Ecuador. (2012). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000203>

BUYUSA. (Enero de 2013). *Commercial Service Uruguay*. Obtenido de Commercial Service Uruguay: <http://www.buyusa.gov/uruguay/comoimportardeestadosunidos/index.asp>

Castro Pinzón, L. Á. (2007). *Apuntes Básicos sobre Logística*. Bogotá.

Código Orgánico de la Producción, C. e. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: COMEXI.

Comercio Exterior. (2012). *Comercio Exterior*. Obtenido de www.comercioexterior.com.ec

Comunidad Andina. (s.f.). *CAN*. Obtenido de <http://www.comunidadandina.org/Quienes.aspx>

Corporación Ecuatoriana de Aluminio CEDAL S.A. (25 de Enero de 2012). *CEDAL*. Obtenido de <http://cedal.com.ec/index.php#>

Dávalos, A. (2010). *Guía Comercial de Perú*. Quito: PROECUADOR.

Dávalos, A. (2012). *Guía Comercial de Perú*. Quito: PROECUADOR.

Dávalos, A. (2012). *Perfil Logístico de la República del Perú*. Quito: PROECUADOR.

FISA. (2012). *Fundiciones Industriales S.A.* Obtenido de Fundiciones Industriales S.A.:

<http://www.fisa.com.ec/>

INEI. (21 de Diciembre de 2012). *Instituto Nacional de Estadísticas e Informática.* Obtenido de

Instituto Nacional de Estadísticas e Informática:

<http://www.inei.gob.pe/estadisticas/censos/>

Ipinza. (2008). *El proceso estratégico.* México D.F.

Lenntech BV. (26 de Enero de 2012). *Lenntech BV.* Obtenido de Lenntech BV:

<http://www.lenntech.es/periodica/elementos/al.htm>

Mena Arenas, M. S. (1 de Septiembre de 2004). *Estudio de factibilidad para instalación y*

funcionamiento de una planta recicladora de latas de aluminio en el municipio

Magdalena Apasco, Oaxaca. Oaxaca, Oaxaca, México D.F.

Morison, S. (1959). *Typographic Design in Relation to Photographic Composition.* San Francisco.

Perú, M. d. (2012). *Comercio Exterior.* Perú: MINCETUR.

PROECUADOR. (2012). *Exporta Fácil.* Quito: PROECUADOR.

Ramírez Díaz, L. (25 de Enero de 2012). *Guía química inorgánica.* Obtenido de

<http://www.slideshare.net/lisetr Ramirez1/guia-de-quimica-inorganica-teria-2013>

Sabino, C. (1991). *Diccionario de Economía y Finanzas.* Caracas: Panapo.

Secretaría de Economía. (2013). *Secretaría de Economía, México.* Obtenido de

<http://www.economia.gob.mx/>

Secretaría de Economía, México D.F. (2012). *Guía Empresariales*. México D.F.: Secretaría de Economía.

SENAE. (2012). *Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador: http://www.aduana.gob.ec/pro/general_copci.action

SUNAT. (15 de Diciembre de 2012). *Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/>

SUNAT, S. N. (2007). *Censo Perú*. Perú: SUNAT.

Zapata, P. (2010). *Contabilidad General*. McGraw-Hill.