



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE  
GUAYAQUIL.**

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE PIEDRAS RÚSTICAS DE LA  
EMPRESA ECUAMARMOL EN EL MERCADO  
COLOMBIANO DE BUENAVENTURA**

**AUTORES:**

**JONATHAN PASHMA BURGOS**

**YADIRA VITERI VITERI**

**TUTOR:**

**Msc. BETTY AGUILAR ECHEVERRIA**

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

**2014**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios, por sus bendiciones, por permitirnos compartir en familia y amigos momentos inolvidables que quedarán en el recuerdo por siempre, y darnos las fuerzas suficiente para seguir adelante con nuestras metas y culminar con éxitos la presente investigación.

Gracias a nuestros profesores de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte por darnos la oportunidad de formarnos académica y profesionalmente.

A nuestra tutora Msc. Betty Aguilar Echeverría por sus magníficas orientaciones, consejos y por compartir sus conocimientos y experiencias.

A la empresa Ecuamarmol ya que nos ha brindado toda la facilidades en obtención de la información para culminar con éxito el presente trabajo de titulación.

Jonathan Pashma

Yadira Viteri

## **DEDICATORIA**

Alcanzar una meta es un peldaño más de éxito en la vida de todo ser humano, pero ello no se lo puede concebir sin una guía espiritual que nos ayude a seguir, pero también es indispensable el amor de la familia, son éstas las razones por las que dedicamos el presente trabajo:

A Dios por ser nuestra luz en cada actividad que realizamos.

A nuestros padres por habernos inculcado siempre la idea de la superación.

A nuestros hijos por ser la fuente de inspiración en la que siempre nos apoyamos para avanzar.

Para ellos el presente trabajo está dedicado con amor.

Jonathan Pashma

Yadira Viteri

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

“La responsabilidad por las ideas, hechos y doctrinas expresadas en este trabajo de investigación, son de absoluta responsabilidad de los autores; cedemos nuestros derechos de autoría a la “Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil”.

Jonathan Pashma

Yadira Viteri

---

## Contenido

|  |     |
|--|-----|
| AGRADECIMIENTO.....  | 2   |
| DEDICATORIA.....   | 3   |
| RESUMEN.....   | 4   |
| INTRODUCCIÓN.....  | 9   |
| CAPITULO 1.....  | 10  |
| EL PROBLEMA.....   | 11  |
| 1.1. Tema de investigación.....                              | 12  |
| 1.2. Planteamiento del Problema.....                         | 12  |
| 1.2.1. Análisis Crítico (Árbol del Problema).....            | 12  |
| 1.2.2. Formulación del Problema.....                         | 12  |
| 1.2.3. Delimitación del Problema.....                        | 13  |
| 1.3. Objetivos.....  | 14  |
| 1.3.1. Objetivo General.....                                 | 14  |
| 1.3.2. Objetivos Específicos.....                            | 15  |
| 1.4. Justificación.....                                      | 15  |
| 1.5. Hipótesis.....  | 17  |
| 1.6. Variables de Investigación.....                         | 17  |
| 1.7. Metodología de la Investigación.....                    | 18  |
| 1.8. Análisis de Porter.....                                 | 18  |
| <br>   |     |
| CAPÍTULO II.....   | 21  |
| MARCO REFERENCIAL.....                                       | 21  |
| 2.1. Marco Teórico.....                                      | 21  |
| 2.1.1. Antecedentes del Comercio Exterior en el Ecuador..... | 21  |
| 2.1.2. Antecedentes Referenciales.....                       | 22  |
| 2.1.3. Fundamentación Teórica.....                           | 23. |
| 2.2. Marco Legal.....  | 24  |
| 2.3. Marco conceptual.....                                   | 25  |
| 2.3.1. Acuerdo Comercial.....                                | 25  |
| 2.3.2. Competitividad.....                                   | 25  |
| 2.3.3. Barreras Comerciales.....                             | 25  |
| 2.3.3.1. Barrera arancelaria.....                            | 25  |
| 2.3.3.2. Barrera no arancelaria. ....                        | 26  |
| 2.3.3.3. Proteccionismo.....                                 | 26  |
| 2.3.4. Capacidad Exportadora. ....                           | 26  |
| <br>   |     |
| CAPITULO III .....   | 27  |
| DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO.....                                 | 27  |
| 3.1. Panorama General de Colombia.....                       | 27  |
| 3.1.1. Ubicación, superficie y clima.....                    | 27  |
| 3.1.1.1. Ubicación geográfica.....                           | 27  |

---

|                   |  |    |
|-------------------|--|----|
| 3.1.1.2.          | Ventajas de la ubicación geográfica de Colombia.....                               | 27 |
| 3.1.1.3.          | Fronteras de Colombia.....   | 28 |
| 3.1.1.4.          | Clima.....   | 28 |
| 3.1.2.            | Demografía y sociedad: Población, densidad demográfica y tasas de crecimiento..... | 29 |
| 3.2.              | Análisis FODA de la Empresa.....   | 30 |
| 3.3.              | Análisis PEST .....  | 32 |
| 3.3.1.            | Análisis PEST de Ecuador.....  | 32 |
| 3.3.1.1.          | Análisis Político de Ecuador.....  | 32 |
| 3.3.1.2.          | Análisis Económico de Ecuador.....   | 32 |
| 3.3.1.3.          | Análisis Social de Ecuador.....  | 34 |
| 3.3.1.1.          | Análisis Tecnológico de Ecuador.....   | 36 |
| 3.3.2.            | Análisis PEST de Colombia.....   | 36 |
| 3.3.2.1.          | Análisis Político de Colombia.....   | 36 |
| 3.3.2.2.          | Análisis Económico de Colombia.....  | 37 |
| 3.3.2.3.          | Análisis Social de Colombia.....   | 42 |
| 3.3.3.            | Análisis PEST del Producto.....  | 43 |
| 3.3.4.            | Análisis de Porter de Colombia.....  | 45 |
| CAPITULO IV.....  |  | 47 |
| LA PROPUESTA..... |  | 47 |
| 4.1.              | Contenido de la Propuesta.....   | 47 |
| 4.2.              | Justificación de la Propuesta.....   | 47 |
| 4.3.              | Objetivos de la Propuesta.....   | 48 |
| 4.3.1.            | Objetivo General.....  | 48 |
| 4.3.2.            | Objetivos Específicos.....   | 48 |
| 4.4.              | El Producto.....   | 49 |
| 4.4.1.            | Usos del producto.....   | 49 |
| 4.4.2.            | Breve Descripción del Proceso Productivo.....                                      | 52 |
| 4.4.3.            | Embalaje y Empaque.....  | 52 |
| 4.5.              | Los Consumidores.....  | 53 |
| 4.6.              | Mercado Objetivo.....  | 54 |
| 4.7.              | Plan de Exportación al Puerto de Buenaventura.....                                 | 54 |
| 4.7.1.            | Proceso y Documentación Aduanero.....  | 54 |
| 4.7.2.            | Capacidad de Exportación.....  | 62 |
| 4.7.3.            | Estrategia de Posicionamiento.....   | 62 |
| 4.7.3.1.          | Estrategia de Precios.....   | 63 |
| 4.7.3.2.          | Estrategia de Venta.....   | 63 |
| 4.7.4.            | Acuerdo Comercial entre las Partes (FOB) .....                                     | 64 |
| 4.7.4.1.          | Obligaciones Comprador.....  | 65 |
| 4.7.4.2.          | Obligaciones Vendedor.....   | 66 |
| 4.7.4.3.          | Forma de Pago.....   | 69 |
| 4.7.5.            | Logística de Salida.....   | 73 |
| 4.7.5.1.          | Fase de Pre embarque.....  | 73 |
| 4.7.5.2.          | Fase de Embarque.....  | 73 |

---

|   |    |
|---|----|
| 4.7.5.3. Fase de Post Embarque.....                   | 75 |
| 4.8. Estudio económico financiero.....                | 76 |
| 4.8.1. Inversión.....                                 | 76 |
| 4.8.2. Financiamiento.....                            | 77 |
| 4.8.3. Gasto financieros.....                         | 77 |
| 4.8.4. Ingresos.....                                  | 78 |
| 4.8.4.1. Proyección de Ingresos.....                  | 78 |
| 4.8.5. Determinación de costos.....                   | 78 |
| 4.8.6. Evaluación del proyecto.....                   | 81 |
| 4.8.6.1. Flujo financiero del proyecto.....           | 81 |
| 4.8.6.2. Tasa Mínima Atractivo de Retorno (TMAR)..... | 82 |
| 4.8.6.3. Tasa Interna de Retorno (TIR) .....          | 82 |
| 4.8.6.4. Valor Actual Neto (VAN) .....                | 82 |
| <b>CONCLUSIONES</b> .....                             | 84 |
| <b>RECOMENDACIONES</b> .....                          | 86 |
| <b>BIBLIOGRAFIA</b> .....                             | 88 |

## **INDICE DE TABLA**

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1 Matriz FODA.....                          | 31 |
| Tabla 2 Indicadores Económicos de Colombia.....   | 39 |
| Tabla 3 Indicadores Sociales.....                 | 43 |
| Tabla 4 Codificación de carga.....                | 74 |
| Tabla 5 Inversión Fija.....                       | 76 |
| Tabla 6 Financiamiento.....                       | 77 |
| Tala 7 Tabla de Amortización.....                 | 77 |
| Tabla 8 Ingreso por Ventas.....                   | 78 |
| Tabla 9 Gastos Comerciales y Administrativos..... | 79 |
| Tabla 10 Costo de Exportación.....                | 80 |
| Tabla 11 Flujo de Proyecto.....                   | 81 |

## **INDICE DE ILUSTRACIONES**

|   |    |
|---|----|
| Ilustración 1 Tipos de Espacato.....          | 51 |
| Ilustración 2 Portal de Ecuapass.....         | 55 |
| Ilustración 3 Portal uso Solicitud.....       | 55 |
| Ilustración 4 Declaración de Exportación..... | 58 |
| Ilustración 5 Partida Arancelaria.....        | 65 |
| Ilustración 6 FOB Free on Bord.....           | 65 |



## **ABSTRACT**

The international market expansion, growth is an alternative when it has competitive advantages, compared to a global competition. Espacato stones have peculiar physical characteristics, durability and luster that make it attractive against the local stone; what the parameters of competition, price and quality of process, as an attribute to conquer and participate in the Colombian market sustainably adds. The research was put into effect in the city of Buenaventura located in the department of Valle del Cauca (Colombia) during the months of March to June 2014, in which market conditions were analyzed and contacted with potential customers who were interested in the variety and quality of the product. The results of the investigation issued a distinguishable aspect of Ecuador's rustic stone against Colombia, since this latter is spongy, which affects the quality; this market requires a minimum production of 400 mt<sup>2</sup> requested, amount and can be exported by the company Ecuamarmol satisfied with the current installed capacity.

The proposal aims to achieve insertion into the Colombian market at an affordable price, quality and under orders, what is required of a logistics efficiently export to access international markets, so that allows to the company make better use of existing facilities, minimizing unit costs and improve their economic and financial situation. It is also very convenient for the country, at the macro level, because it is good for improving the trade balance and reduces negative effects on the economy.

## RESUMEN

La expansión internacional de mercado, constituye una alternativa de crecimiento, cuando se dispone de ventajas competitivas, frente a una competencia globalizada. Las piedras de espacato, disponen de características físicas peculiares, en cuanto a durabilidad y brillo, que la hacen atractiva frente a la piedra local; a lo que se suma los parámetros de competitividad, precio y calidad de proceso, como atributo para conquistar y participar sosteniblemente en el mercado colombiano. La presente investigación se llevó a efecto en la ciudad de Buenaventura ubicada en el departamento del Valle del Cauca, (Colombia), durante los meses de marzo a junio del 2014, en la que se analizó las condiciones del mercado y se estableció contacto con los posibles clientes, quienes se mostraron interesados por la variedad y calidad del producto. Los resultados de la investigación dieron a conocer un aspecto diferenciable de la piedra rústica ecuatoriana frente a la colombiana, puesto que, esta última es esponjosa, lo cual repercute en la calidad; este mercado necesita una producción mínima solicitada de 400 mt<sup>2</sup>, cantidad que puede ser exportada y satisfecha por la empresa Ecuamarmol, con la capacidad actual instalada.

La propuesta tiene como objetivo lograr la inserción en el mercado colombiano a un precio accesible, es decir de calidad y bajo pedidos, para lo que se requiere de una logística de exportación eficiente para acceder a mercados internacionales, de tal manera, que le permita a la empresa aprovechar mejor las instalaciones existentes, minimizar costos unitarios y mejorar su situación económica financiera. Asimismo, es muy conveniente para el país, en el nivel macroeconómico, porque resulta positivo para mejorar la balanza comercial y disminuyen los efectos negativos en la economía del país.

## INTRODUCCIÓN

Ecuador dispone de buenas alternativas de exportación para desarrollar una industria más competitiva y dinámica, atractiva al comercio exterior; pero necesita impulsar la generación y consolidación de una cultura exportadora y detectar aquellos mercados con disponibilidad de divisas y necesidad de productos.

Abrir mercados en el extranjero es una medida muy eficaz para lograr la expansión de un negocio, en una mayor dimensión, respecto al mercado interno, porque posibilita vender mayores volúmenes de productos y ampliar la cartera de clientes e ingresos; así como también, aprovechar las ventajas competitivas y oportunidades de los mercados ampliados internacionalmente, para asegurar la existencia de la empresa Ecuamarmol a largo plazo, la misma que dispone de potenciales clientes en la ciudad de Buenaventura Colombia, quienes aprecian la calidad del producto y el atractivo de menor precio; razón por la cual, la empresa ha establecido relaciones comerciales con distribuidores mayoristas de productos para pisos y paredes, se ha captado pedidos para que a la brevedad posible, inicie la distribución del producto en la población que atiende.

El presente trabajo de investigación está estructurado en cuatro capítulos, los cuales comprenden: Capítulo I, trata sobre el planteamiento del problema de capacidad subutilizada y reducido mercado nacional. El capítulo II, aporta el Marco Referencial, que incluye las diferentes teorías, relacionadas a las partes conceptuales del tema. El Capítulo III, refiere al Diagnóstico Estratégico, en el que se brinda un panorama general de Colombia y se hace un análisis comparativo de las condiciones actuales y ventajas de comercializar el producto; finalmente, el capítulo IV describe la propuesta de la investigación y finaliza con la respectiva evaluación del proyecto para determinar su conveniencia y niveles de resultados.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1. Tema de investigación.**

PLAN DE EXPORTACIÓN DE PIEDRAS RÚSTICAS DE LA EMPRESA ECUAMARMOL PARA EL MERCADO COLOMBIANO, BUENAVENTURA.

#### **1.2. Planteamiento del Problema.**

Las empresas, por sí solas, con actitud pasiva, no logran desarrollar y alcanzar las potencialidades de su capacidad productiva; esto es, escalar de una fase a otra, en el ciclo de vida empresarial. Por esta razón, las empresas requieren propiciar condiciones apropiadas para superar las barreras de crecimiento, que limitan o detienen el proceso evolutivo empresarial, y por consiguiente, buscan apoyarse en la gestión empresarial para mejorar la productividad y competitividad de la empresa, apoyado en las capacidades y habilidades de la función gerencial, para adoptar permanentemente planes de acción con direccionamiento estratégico que les permita sobrevivir en un panorama cambiante de un entorno competitivo globalizado.

La empresa dispone de capacidad ociosa en su instalación industrial; la cual permitiría ampliar su capacidad utilizada, que al momento representa el 85% del mercado nacional. Por otra parte, existe un mercado potencial colombiano en Buenaventura, con acogida de la piedra rustica, que reúne condiciones de competitividad para el producto ecuatoriano, lo cual motiva al empresario a disponer del presente estudio preliminar para evaluar la posibilidad de ampliar su mercado.

Las empresas para mantenerse competitivas y subsistir requieren establecer una buena relación de costo, volumen y utilidad a fin de conseguir maximizar el margen de contribución y margen de utilidad para definir el nivel de competencia en el mercado que operan. La empresa dispone de las oportunidades del entorno respectivo como son: la maquinaria existente, el personal capacitado y contamos con los incentivos que ofrece el gobierno para fomentar las exportaciones contempladas en el cambio de la matriz productiva.

### **1.2.1. Análisis Crítico (Árbol del Problema)**

El problema central de la empresa, actualmente, es la capacidad subutilizada que representa el 60% de la capacidad instalada. Entre las causas que motivan el problema central se tiene el alto nivel de inversiones de comercialización y el deficiente fomento e incentivo a las exportaciones.

Entre los motivos que ocasionan el alto nivel de inversión de comercialización se tiene el volumen de producto que se debe movilizar del lugar de origen al de destino, que por su peso requieren el uso de camiones, montacargas, volumen de stock, áreas de almacenamiento, entre otros aspectos; de modo que, para ampliar el volumen de ventas, se deben hacer grandes inversiones en la logística interna hasta llegar al lugar de destino.

Las exportaciones en el país están definidas por una complejidad de trámites y cumplimientos legales que se pueden percibir como una falta de integración de gestión pública y privada para promocionar las exportaciones. Así mismo, el deficiente fomento e incentivo a las exportaciones se expresa por la falta de estudios preliminares, que dificultan su desarrollo al no existir suficientes estadísticas disponibles, confiables y por no disponer de entidades estatales que den acogida al potencial exportador y lo guíen paso a paso en sus requerimientos de exportación; tal como sucedía con las instituciones estatales: CENAPIA (Centro Nacional de la Pequeña Industria de Artesanía) y CENDES (Centro de Desarrollo Industrial); las cuales además de elaborar los proyectos de exportación, facilitaban el financiamiento, a través de las líneas de créditos: FOPINAR, ( Fondos Financieros) y CAF (Corporación Andina de Fomento); coordinaban interministerialmente para asesorar y asistir la ejecución del proyecto hasta el cumplimiento de metas.

Los efectos que producen el alto nivel de inversión de comercialización son los niveles de ventas insatisfactorias que no alcanzan a utilizar la capacidad instalada de la empresa y el beneficio comercial de un mercado extranjero que posibilitaría ventas directas, reduciendo los gastos de distribución y mercadotecnia.

Otros de los efectos derivados del problema son las barreras de exportación en el régimen comercial económico; en cuanto, al tipo de información que se requiere, simplificación de trámites, lotes económicos de exportación, economías de escala, garantías de exportación, controles y autorizaciones, entre otros aspectos; que limitan la toma de decisión de exportar y como resultado, la empresa padece de una reducción comercial e industrial que puede ser mejorada participando en la medida de refuerzo y apoyo a las exportaciones, que el actual gobierno propicia a través del denominado “Cambio de Matriz Productiva 2014” .

### **1.2.2. Formulación del Problema**

¿Cómo diversificamos la piedra rústica de ECUAMARMOL para incursionar con ventaja competitiva al mercado de Buenaventura, Colombia?

### **1.2.3. Delimitación del Problema.**

- **Campo de acción:** Dirección Estratégica.
- **Área:** Comercio Exterior
- **Aspecto:** Plan de Exportación de Piedras Rústicas
- **Delimitación espacial**
  - La investigación se desarrolla en la empresa Ecuamarmol, de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Diversificar la piedra rústica de ECUAMARMOL para ingresar al mercado de Buenaventura con una ventaja competitiva frente a los productos locales.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Analizar la industria de piedras rústicas en el Ecuador y el mercado Colombiano.
- Analizar la oferta y la demanda de piedras rústicas en el mercado de Buenaventura.
- Identificar las ventajas y desventajas de las diferentes piedras rústicas comercializada en Buenaventura; producto, calidad y agregados de valor.
- Revisar el comportamiento de los precios y estacionamientos.
- Identificar los procesos logísticos y aduanero claves en el intercambio del producto, Guayaquil - Buenaventura.
- Evaluar la viabilidad técnica del proyecto.
- Estimar financiera y económicamente la exportación de piedras rusticas al mercado de Buenaventura.

### **1.4. Justificación**

La exportación de piedras rústicas, se encuentra enmarcado inicialmente con uno de los fines del gobierno nacional, ya que la prioridad está dada en que las empresas exporten productos procesados, y a la vez a abrir mercados no desarrollados de acuerdo al producto. Como se denotó en el diagnóstico, la industria de la piedra rústica tiene un mercado amplio en la que se puede exportar, ya sea en países asiáticos, europeos o americanos.

---

A pesar que Brasil es el principal país importador de este producto, se determina para efectos del plan al mercado colombiano, por poseer relaciones bilaterales más directas y ser miembros de la Comunidad Andina de Naciones, sus productos pueden ingresar con cero arancel y demás beneficios propuesto dentro de este bloque comercial. Colombia es el segundo país en importar las piedras rústica, como se identificó en el diagnóstico; otra razón por la que se determina al mercado colombiano refiere a los procesos logísticos y de transporte, los costos se reducen en referencia a otros países por su distancia, como Brasil, países europeos o asiáticos.

En ECUAMARMOL, la piedra rústica la obtiene de las rocas de las montañas, en la que inicialmente se identifica las piedras calificadas para ser procesadas. Una vez identificada, la piedra ingresa a la máquina cortadora y esta empieza a darle forma y a cortar por pedazos. Luego pasan a otra máquina para cortarlos de manera uniforme en función a los diámetros requeridos por una piedra rústica. Las piedras que se utilizan para obtener el espacato (piedra rústica), son: Mármol abano Guayas de las montañas conocidas por su formación de caliza proveniente de Chongón, Guayas; el Mármol gris de las montañas Selva Alegre, proveniente de Imbabura; y, el mármol rojo con igual denominación a la montaña, proveniente del Azuay. Estos tres recursos (materia prima), existen en gran abundancia para ser explotados y procesados en las cantidades que sean necesarias para la exportación. Actualmente en ECUAMARMOL se producen 100 mt<sup>2</sup> diarios de piedras rústicas, pero se puede producir hasta 300 mt<sup>2</sup>, es decir ECUAMARMOL tiene una capacidad instalada disponible de producción de 200 mt<sup>2</sup> diarios para ser exportados, sin necesidad de incurrir aún en inversión.

Se determina como mercado objetivo a Buenaventura, Colombia. Para entrar en este mercado se necesita una producción mínima de 400 mt<sup>2</sup>, cantidad que puede ser exportada, ya que existen el recurso materia prima más los 200 mt<sup>2</sup> diarios disponible; la capacidad instalada para cubrir el faltante para el mínimo es objeto de inversión, la cual se la determinará a través de esta investigación. Por otro lado, Buenaventura tiene un puerto, lo cual es estratégico para la llegada del producto; además en esta ciudad los precios son competitivos frente a los que generaría ECUAMARMOL, ya que el precio de



la piedra rústica ya en el mercado de Buenaventura estarían entre los \$20 y \$30 el mt<sup>2</sup>, mientras que el precio de la competencia circula entre los 34000 y 55000 pesos colombianos (\$18 y \$29 dólares). Finalmente es de notar que la durabilidad de la piedra rústica ecuatoriana es mayor frente a la colombiana, puesto que esta última es más esponjosa, lo cual repercute en calidad.

### **1.5. Hipótesis**

Las oportunidades comerciales de exportación beneficiarán a la empresa Ecuamarmol S.A. con mayores niveles de ventas y permitirá aumentar su utilidad, como por ejemplo a mayor exportación, mayor ganancias para la empresa.

### **1.6. Variables de Investigación**

#### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

- Mercado
- Competencia
- Clientes
- Distancias

#### **VARIABLE DEPENDIENTE**

- Producto
- Precio
- Calidad
- Producción

## 1.7. Metodología de la Investigación

- **Análisis de Caso.**

Hemos realizado un análisis de caso en el cual se encuentran varias situaciones para ser estudiadas, descritas y profundizadas.

La empresa Ecuamarmol en los últimos años ha realizado ventas de la piedra espacato al exterior específicamente con el país Colombia.

Las estadísticas nos indican que nuestro producto tiene una gran acogida en el país vecino, tanto por sus características únicas como tamaño, forma y durabilidad, razones por las cuales nos hemos posicionado en el mercado colombiano.

La empresa Ecuamarmol se ha enfocado en desarrollar estrategias investigativas con el presente trabajo, Plan de Exportación de piedra Rustica hacia Colombia – Buenaventura, dentro de estas estrategias consideramos el estudio de mercado con lo que se pretende alcanzar la excelencia en el servicio e incrementar las exportaciones que nos permitirán distribuir los costos fijos en mayores unidades de producción. Otra de las estrategias es la de incorporar de un sistema de comunicación directa a través de redes sociales, correos electrónicos, tele marketing, con la finalidad de ampliar la cartera de clientes y así la empresa pueda crecer financiera y corporativamente.

### **1.8 Análisis Porter (Porter Michael E. en 1979)**

El análisis Porter de las fuerzas de mercado es un marco para el análisis y evaluación de la posición estratégica de la empresa Ecumarmol.

Las cinco fuerzas son: el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de nuevos entrantes, y la amenaza de productos sustitutos, en combinación con otras variables que influyen en una quinta fuerza: el nivel de competencia en una industria. Cada una de estas fuerzas tiene asociados varios factores determinantes:

#### **Las cinco fuerzas a la Empresa Ecumarmol S.A.**

##### **Amenaza de nuevos competidores:**

En lo que respecta a la entrada de nuevos competidores nuestras barreras de entrada se fundamentan en la calidad del espacato, ventaja absoluta en coste, requerimientos de capital e infraestructura que disponen de cuantiosos niveles de inversión, acceso a economías de escala, a nuevas tecnología y ventajas en la curva de aprendizaje.

Otra restricción que deberán superar los nuevos competidores entrantes es la falta de experiencia en el proceso de producción de piedra rústica, para lo cual deberán conocer el entorno y su comportamiento, de tal manera que puedan lograr ventaja competitiva con las empresas ya existentes en el mercado.

##### **Poder de negociación de los proveedores:**

El poder de negociación de los proveedores es débil, puesto que existe una gran disponibilidad de piedra rústica, la cual se obtiene en gran abundancia de las rocas de las montañas para ser explotadas y procesadas en las cantidades suficientes para ser distribuidas en el mercado nacional e internacional. Las piedras que se utilizan para obtener el espacato (piedra rústica), son: Mármol Habano Guayas de las montañas

conocidas por su formación de caliza, proveniente de Chongón, Guayas; el Mármol gris de las montañas Selva Alegre, proveniente de Imbabura; y, el mármol rojo con igual denominación a la montaña, proveniente del Azuay.

#### **Poder de negociación de los clientes:**

Ecuamarmol S.A. comercializa sus productos al por mayor y menor a distribuidores que son encargados de repartir el producto a otros puntos de ventas y clientes varios que se acercan a la fábrica a solicitar el pedido requerido, quienes no tienen gran poder ya que la adquisición de piedra de escapato en el mercado es de calidad, a un precio accesible y módico en comparación con otros sustitutos, que le faciliten maximizar sus beneficios.

Los clientes de nuestra empresa prefieren realizar su compra por el alto grado de confianza que le otorgamos en el acabado del producto final, precios competitivos accesibles, variedad de color y diseño del escapato, eficiente planificación en logística de transporte que integra la cadena de valor del servicio, en el cual se entrega el producto en el lugar convenido por el cliente y a tiempo.

#### **Amenaza de productos y servicios sustitutos:**

La amenaza de nuevos sustitutos se relaciona con el ingreso al mercado de productos sintéticos y/o naturales como los porcelanatos, cerámicas, mármol, entre otros; sin embargo, nos diferenciamos con el resto de productos sustitutos por la calidad, precio más económico y variedad de colores que ofertamos.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1. Marco Teórico**

##### **2.1.1. Antecedentes del Comercio Exterior en el Ecuador del producto.**

Después de efectuar una investigación exploratoria y exhaustiva sobre la disponibilidad de información secundaria, tesis y monografías sobre el tema que se investiga, se concluye que no existe ningún registro sobre planes de exportación de piedra de espacato de procedencia nacional a otros países.

##### **2.1.2. Antecedentes referenciales**

A continuación se hace referencia sobre algunos trabajos de investigación consultados, que preceden al presente estudio.

1. Según el **Estudio de la Cadena Productiva del Mármol** de marzo del 2012, de la ciudad de México, Distrito Federal, bajo la coordinación de la Dirección General de Promoción Minera, tiene como propósito fundamental el de detectar los pormenores que enmarcan el proceso de extracción, beneficio y comercialización del mármol en México. Debido a la gran similitud que entrañan las tareas de obtención y procesamiento de esta roca en las regiones marmolíferas de nuestro país, se creyó pertinente abordar el análisis desde la perspectiva conceptual de lo que la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) define como minicadena productiva.

2. Según los autores Chaves Alexander Molina y Soto Parada Daniel Ernesto en el **“Diseño de un sistema de planeación y control de producción en Panamericana de mármoles Ltda.”**, como requisito para la obtención del título de Máster en Comercio y Negociación internacional bajo la dirección del Ing. Héctor Hernández, en la Pontificia Universidad Javeriana de la ciudad de Santa Fe de Bogotá. Con este trabajo se busca diseñar un sistema de planeación y control de la producción que se adapte a las necesidades de la empresa **PANAMERICANA DE MARMOLES LTDA.**, con ello, conseguir que la empresa deje de basar sus operaciones en la intuición del administrador, y con ayuda de modelos matemáticos más precisos, logre consolidar su proceso para alcanzar el objetivo principal de ser una de las líderes del Mercado del mármol.

### 2.1.3. Fundamentación Teórica

La crisis económica orienta a los consumidores a mejorar la gestión de compras para disponer de mayor poder adquisitivo. De este modo, las empresas deben buscar permanentemente, alternativas competitivas para ubicar sus productos y hacer frente a las tendencias de mercado globalizado, que amenaza sacrificar el entorno de crecimiento y dificulta o retrasa alcanzar el tamaño industrial esperado.

Ferras y colaboradores (2004) mencionan que una organización es competitiva si es capaz de formular y aplicar estrategias que la lleven a una posición de mercado sostenida o ampliada en el segmento de la industria donde opera. Para Cordero y colaboradores (2003), la competitividad se define como la capacidad de mantener y ampliar la participación de las empresas en los mercados locales e internacionales de una manera lucrativa que permita su crecimiento.

La empresa, actualmente, dispone de una participación del mercado, a nivel nacional, de un 85%, sin embargo su capacidad productiva está subutilizada al explotar 100 m<sup>2</sup> diarios de piedras rústicas, en lugar de 300 m<sup>2</sup> diarios; conforme el tamaño industrial que

disponible. La razón de la inutilización o subutilización del tamaño industrial se debe a que la empresa no puede comercializar toda su producción posible, principalmente, porque tiene un mercado reducido y disperso en diferentes ciudades del país. Por esta razón, la empresa busca expandir su venta en el mercado internacional donde su producto es más apetecido.

La exportación es una forma en que las empresas pueden diversificar sus mercados, las empresas nacionales salen al extranjero por diversas razones, las cuales tienen relación con el deseo de elevar las ventas y utilidades o bien protegerlas de las competencias.

Adam Smith, en su libro "Teoría de las Ventajas Absolutas", señala que "para que exista comercio entre dos países, uno de ellos debe tener ventaja absoluta en la producción de alguno de los bienes que se comercializan. Es decir, si un país puede producir una unidad de algún bien empleando una menor cantidad de trabajo que la usada por otro país, para producir el mismo bien, entonces el primero tiene una ventaja absoluta.

La calidad de la piedra rústica ecuatoriana, tiene ventajas competitivas con el producto colombiano, en cuanto a durabilidad y brillo, siendo la piedra colombiana esponjosa y menos atractiva. De igual forma, existe una ventaja competitiva, en cuanto al precio del producto, que puede ser abaratado en un 50% con lo cual se consigue un mayor atractivo del mercado.

Se considera **"atractiva a una oportunidad de mercado"** cuando existe la suficiente cantidad de posibles compradores (con capacidad de compra y predisposición para comprar) de un producto o servicio y pocos o ningún competidor que lo suministre. Esta situación, incrementa drásticamente las posibilidades de generar beneficios para quien satisface las necesidades o deseo en este tipo de mercado.

Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionisio Cámara e Ignacio Cruz, autores del libro "Marketing", opinan que los compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio".

El comercio exterior se realiza como una actividad mercantil que trasciende las fronteras

de un país y que por la misma queda sujeta a legislaciones, normas, usos y costumbres de los países involucrados, así como a los medios de transportes utilizados, a las fuentes de financiamiento que aproveche y a las instituciones y convenios internacionales que quedan incluidas.

## **2.2. Marco Legal**

Los procedimientos administrativos de las empresas involucran cumplir aspectos legales para disponer de los permisos de funcionamiento y de operatividad, exigidos por las instituciones gubernamentales, quienes proporcionan los permisos correspondientes para operar sin dificultades, que involucran pérdidas de tiempo en procesos, multas, sanciones, entre otros aspectos, que podrían afectar las exportaciones, en cuanto al cumplimiento de los acuerdos contractuales, en fechas de entrega y costos totales de facturación.

El marco legal de la empresa Ecuamarmol S.A se ampara, principalmente, en la Constitución Política del Ecuador, que entre otros aspectos, sugiere preservar el crecimiento sustentable de la economía, promover el progreso económico y propiciar el desarrollo de la comunidad internacional.

Otra fuente de consulta es el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, que dispone de los incentivos fiscales que se pueden acoger los exportadores, con mecanismo de orden general y de aplicación directa; así como también, dispone de las regulaciones para restringir las exportaciones que no contribuyan al interés nacional o afecten los convenios internacionales debidamente ratificados por Ecuador.

Los puertos constituyen los puntos de salida y llegada de la mercadería, por consiguiente, debe cumplirse con todas las disposiciones de materia naviera y portuaria que corresponden, a fin de minimizar la logística de transportación marítima, que en un momento dado, podrían afectar los costos operativos y resultados económicos - financieros de las empresas participantes del comercio exterior.

Todas las leyes se deben acatar, observar y cumplir para facilitar los procesos de exportación y alcanzar las metas empresariales



## **2.3. Marco conceptual**

### **2.3.1. Acuerdo Comercial**

Es un entendimiento bilateral o multilateral entre estados, cuyo objeto es armonizar los intereses respectivos. Llamado también convenio, tratado o cualquier otro acto vinculante, por el cual dos o más naciones se comprometen a acatar condiciones específicas en su intercambio comercial, lo cual incluye de ordinario concesiones mutuamente beneficiadas.

### **2.3.2. Competitividad**

Según Villareal (2006, p 6) plantea que la competitividad va más allá de la productividad, representa un proceso centrado en generar y fortalecer las capacidades productivas y organizacionales para enfrentar de manera exitosa los cambios del entorno.

### **2.3.3. Barreras Comerciales**

Un arancel es un impuesto que se debe pagar por concepto de importación o exportación de bienes. Pueden ser "ad valorem" (al valor), como un porcentaje del valor de los bienes, o "específicos" como una cantidad determinada por unidad de peso o volumen. Los aranceles se emplean para obtener un ingreso gubernamental o para proteger a la industria nacional de la competencia de las importaciones

#### **2.3.3.1. Barrera arancelaria**

Las barreras comerciales son mecanismos proteccionistas que utilizan los gobiernos de los distintos países para reducir el flujo de importación, tanto de bienes como de servicios. Estas barreras pueden ser arancelarias o bien no arancelarias.

### **2.3.3.2. Barrera no arancelaria**

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

### **2.3.3.3. Proteccionismo**

Práctica económica que desarrolla un país para proteger e incentivar su industria, frente a la competencia del extranjero que consiste en prohibir a sus ciudadanos la compra de productos procedentes del exterior. Si esa prohibición no es total, suele establecer mecanismos que desincentiven el consumo mediante tasas, impuestos o gravámenes aduaneros, alentando al mismo tiempo el consumo de artículos nacionales.

### **2.3.4. Capacidad Exportadora.**

La capacidad exportadora está determinada por dos grupos de empresas: las que actualmente exportan teniendo la capacidad de aumentar su volumen de exportación, y las que actualmente producen para el mercado local contando con la capacidad necesaria para aumentarla.

### CAPÍTULO III

#### DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

#### 3.1. Panorama General de Colombia

##### 3.1.1. Ubicación, superficie y clima.

##### 3.1.1.1. Ubicación geográfica

El territorio continental de la república de Colombia se encuentra ubicado en la esquina noroccidente de América del Sur, sobre la línea ecuatorial, en plena zona tórrida. A pesar que la mayor parte de su extensión, se encuentren en el hemisferio norte, Colombia es equidistante con los dos extremos del continente americano.

En tanto que, Buenaventura se encuentra situado en la zona sur occidental de la república de Colombia, ubicada en el departamento del Valle del Cauca. Es el puerto marítimo más importante sobre el Océano Pacífico y el más importante de Colombia por el volumen de carga que mueve (más del 60% del comercio del país).

##### 3.1.1.2. Ventajas de la ubicación geográfica de Colombia

Colombia cuenta con **una posición geográfica estratégica** en el hemisferio americano. Por una parte, es un punto de enlace entre los países del norte y del sur en el hemisferio por otra, posee amplias costas sobre los océanos Atlántico y Pacífico. Dicha ubicación le permite ser la puerta de entrada a América del Sur y disponer de puertos hacia el resto de América, Europa y los países de la Cuenca del Pacífico.

Además, su localización en la zona ecuatorial determina la existencia de una gran variedad de climas y ecosistemas. Debido a que la línea del Ecuador atraviesa el país por el sur, toda Colombia queda en la zona tórrida o intertropical, región de bajas latitudes; lo que ocasiona que cuente con la misma iluminación solar todo el año, así como, los días y las noches cuenten con igual duración.

La cercanía del canal de Panamá, la circunstancia de ser paso y escala de las principales líneas aéreas del continente y el establecimiento de puertos en las costas oceánicas dan a Colombia gran importancia estratégica para las comunicaciones y el comercio. Además, por los ríos internacionales, Amazonas y Orinoco, transitan barcos comerciales. Su posición la ha colocado como el sitio de convergencia para rutas marítimas y aéreas; su cercanía al canal de Panamá le facilita el comercio. Su situación presenta posibilidades para la construcción de nuevos canales interoceánicos, si se aprovechan el Atrato y otros ríos del Chocó.

### **3.1.1.3. Fronteras de Colombia**

Colombia es un país de superficie territorial media, debido a que no está entre los más extensos ni entre los más pequeños. Tiene una extensión terrestre de **1'141.748 Km<sup>2</sup>** ocupando el cuarto lugar entre los países de Suramérica, el séptimo en América y el número 25 del mundo. Adicionalmente, cuenta con 6.342 km de fronteras terrestres. El país limita con cinco países: por el oriente, con Venezuela y Brasil; por el sur, con Ecuador y Perú, y por el noreste; con Panamá. De igual manera, cuenta con fronteras marítimas que se extienden al mar territorial y a la plataforma continental.

Buenaventura es el único Municipio litoral y el más extenso del Departamento del Valle del Cauca, que cuenta con una área de 6.297 Km<sup>2</sup> (629.700 ha), equivalente a 29.7% del área Departamental. La ciudad consta de una zona insular (Isla de Cascajal) donde se concentra la mayoría de las actividades económicas y de servicios, y otra continental, esta última con una vocación, principalmente residencial.

### **3.1.1.4. Clima**

El territorio colombiano se encuentra en la zona intertropical de nuestro planeta. Los climas de las diferentes regiones del país varían por el efecto de los vientos alisios, la humedad y los diversos pisos térmicos.

Colombia no posee las cuatro estaciones. El régimen de estaciones es bimodal y en casi todo el territorio se presentan dos estaciones de lluvia de abril a junio y de agosto a noviembre y dos períodos de verano. Los climas colombianos se pueden clasificar de la siguiente manera:

- **Clima tropical húmedo:** tiene variaciones de humedad y altas temperaturas. La región del Pacífico es la más representativa de este tipo de clima.
- **Clima seco:** predominante en los desiertos de altas temperaturas. La Península de La Guajira es un buen ejemplo de este clima en Colombia.
- **Clima templado:** húmedo en invierno y seco en verano, como en la ciudad de Medellín.
- **Clima de montaña:** varía desde el clima frío como en Bogotá (2.600 m.s.n.m.) y de ahí a nieves perpetuas como en la Sierra Nevada de Santa Marta o el Nevado el Cocuy en Boyacá.

### **3.1.2. Demografía y sociedad: Población, densidad demográfica y tasas de crecimiento**

Según la CIA (“Central Intelligence Agency”; en español “Agencia Central de Inteligencia”) en Colombia hay actualmente 0,98 hombres por cada mujer (49 % de hombres frente a un 51 % de mujeres). Teniendo en cuenta que el país tiene aproximadamente 46 millones de habitantes (45'745.783 en el último censo de 2013), se puede deducir que hay 22,5 millones de hombres (52'460.000) y 23,5 millones de mujeres (23'540.000).

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) a 2010, la ciudad posee 362.625 habitantes, con distribución de población 90,4% en el casco urbano y 9,6% rural. El 51,8% de sus habitantes son de sexo femenino y 48,2% del sexo masculino. El 35,85 declara poseer necesidades básicas insatisfechas. Para el año 2013, la población fue de 384.504 habitantes. La tasa de crecimiento de Colombia es 1.128%

### 3.2. Análisis FODA de la Empresa Ecuamarmol S.A.

Se emplea la **Matriz FODA**, compuesta por una tabla de doble entrada, que permite contrastar los factores externos e internos, para disponer de un planteamiento de estrategias y toma de decisiones acorde a los objetivos del proyecto.

Para seleccionar los factores FODA más significativos, se conformó una Comisión de Evaluación integrada por cinco miembros: los dos investigadores y tres colaboradores invitados: compuesta por un perito en exportaciones de piedra rústica y dos consumidores potenciales del producto a comercializar al exterior; de tal manera, que nos facilite analizar en conjunto y contribuir al análisis de los factores internos y externos, establecer las propuestas estratégicas que conforman la matriz FODA, establecida de la siguiente manera:

1. **Factores internos:** Fortaleza (F) compuesta por Amplia Demanda y Estabilidad Laboral; Debilidades (D) compuesta por Marca Desconocida y Personal Administrativa sin Experiencia.
2. **Factores Externos:** Amenazas (A) establecida por Mayores impuestos y Obligaciones Sociales exigidas por el Gobierno y, Mercado del Alta Competencia Indirecta; en tanto que, las Oportunidades (O) se determinó en Incentivo del Gobierno a la producción nacional con valor agregado y a la exportación y, Créditos con Tasas Preferenciales a través de la Corporación Financiera Nacional.

A continuación se detallan las ocho propuestas estratégicas: de Ofensiva, Defensiva, Supervivencia y Reorientación, descritas en el **Cuadro No. 1** que detalla la Matriz FODA

**Tabla 1: Matriz FODA**

| FACTORES INTERNOS<br>FACTORES EXTERNOS   | FORTALEZAS (F)  | DEBILIDADES (D)   |
|--|---|---|
|  |   | <ol style="list-style-type: none"> <li>Amplia Demanda</li> <li>Estabilidad laboral</li> </ol>   |
| AMENAZAS (A)   | FA (FORTALEZAS-AMENAZAS)  | DA (DEBILIDADES – AMENAZAS)   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>Mercado de Alta Competencia Indirecta</li> <li>Mayores Impuestos y Obligaciones Sociales.</li> </ol>                            | <p>Línea estratégica Defensiva: intenta aplacar las amenazas aprovechando las fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Abastecimiento de la piedra rústica para satisfacer nuevos mercados internacionales</li> <li>Cumplimiento de Leyes y Reglamentos</li> </ol> | <p>Línea estratégica de Supervivencia: hace frente a las amenazas sin los elementos necesarios, en situación de debilidad.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Estrategia de Marketing y Posicionamiento</li> <li>Capacitación Administrativa, SETEC, SECAP</li> </ol>   |
| OPORTUNIDADES (O)  | FO (FORTALEZAS-OPORTUNIDADES)   | DO (DEBILIDADES – OPORTUNIDADES)  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>Incentivo del Gobierno a la producción nacional con valor agregado y a la exportación</li> <li>Créditos del Gobierno</li> </ol> | <p>Línea estratégica Ofensiva: intenta explotar nuevas oportunidades aprovechando sus fortalezas.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Tecnificar Equipos y personal.</li> <li>Financiamiento del Proyecto.</li> </ol>  | <p>Línea estratégica de Reorientación: intenta aprovechar una oportunidad en situación de debilidad.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Acumular utilidades con Reservas Facultativas los 2 primeros años</li> <li>Publicidad y Promoción en mercado nacional y participación en ferias internacionales para exposición de la piedra rústica a otros mercados.</li> </ol> |

**Fuente y Elaborado por:** Jonathan Pashma y Yadira Viteri

### **3.3. Análisis PEST**

#### **3.3.1. Análisis PEST de Ecuador**

##### **3.3.1.1. Análisis Político de Ecuador**

El análisis PEST se basa en la herramienta estratégica útil para comprender los ciclos de un mercado en este caso Ecuador.

El estado ecuatoriano es el ente regulador de las políticas que permitan normalizar un sin número de sucesos económicos y sociales. Su gobierno es de origen democrático, precedido por el Eco. Rafael Correa Delgado quien impulsó la última asamblea constituyente, la cual fue sometida a consulta popular. Actualmente, la moneda oficial es el dólar y el idioma oficial es el español.

A nivel político las empresas ecuatorianas e inversionistas extranjeros deben cumplir con requisitos legales como son: registros tributarios en el SRI, registro de cobro y pago del IVA, afiliación de los trabajadores al Seguro Social, entre otros.

Ecuador es un país soberano y un estado social de derecho, con órganos de control administrativo, constitucional, financiero y bancario que se rige bajo la implementación del actual gobierno, mediante políticas sobre impuestos elevados, restricciones a las importaciones, proteccionismo, entre otros, lo cual ha traído como consecuencia el encarecimiento de la materia prima, que conduce a las empresas del sector privado a elevar los precios, a fin de compensar los altos costos de producción.

##### **3.3.1.2. Análisis Económico de Ecuador**

Nuestro país durante los últimos años ha presentado un proceso de desaceleración en la economía, de tal forma, en el año 2013 la tasa de crecimiento fue del 4,21%, inferior a las cifras registradas en los años 2011 y 2012 (7,79 y 5,14%, respectivamente), como consecuencia de la débil recuperación económica de Estados Unidos y los problemas



financieros de los gobiernos europeos que han provocado inestabilidad en los mercados. Para lo cual, entre los factores que se verían potencialmente afectados se encuentran, los precios de los commodities (petróleo, cacao, banano), la demanda de productos de países como Estados Unidos, China y la Unión Europea y la disminución de las remesas que ingresan al país.

Entre las principales actividades económicas que aportan a este comportamiento, en términos porcentuales, han sido Otros servicios 34%, Comercio 11%, Manufactura 11%, Petróleo y Minas 10%, Construcción 10%, Agropecuario 10%, debido a las obras de infraestructura realizadas según las previsiones del Banco Central.

Partiendo de un análisis de Bancos Centrales de 17 países de América Latina que incluye a Estados Unidos, tenemos al Ecuador en la sexta posición con menor inflación, registrando 2,85% en marzo de este año, siendo este porcentaje el segundo menor desde el año 2006.

Así como también, según datos del Banco Central, la tasa de desocupación total en el año 2013 correspondió al 4,6%. La estructura del mercado laboral con respecto a la PEA (Población Económicamente Activa), se ubicó en ocupación plena (50,4% del total); la tasa de subocupación sitúa en 42,9%. Estos resultados con respecto al año 2012, evidenciaron que los subocupados y los desempleados disminuyeron en 2,8% y 0,9%, respectivamente, en tanto que los ocupados plenos aumentaron en 2,5%.

En lo que respecta al Sector Monetario, en el año 2013, la Reserva Internacional de Libre Disponibilidad (RILD) registró un saldo de USD 4.233,50 millones. Por lo que, la reducción paulatina que el Banco Central ha mantenido a partir del 2008 una tasa de interés, tanto activa del 8.17% como pasiva referencial del 4.53%, ha reducido paulatinamente, esto con el propósito de reducir costos de acceso a recursos.

La balanza comercial de Ecuador cerró en el año 2013 con un déficit de \$-1.084 millones, saldo que al ser comparado con el obtenido en 2012, que fue de \$-440,6 millones, este se incrementó en \$ -643,4 millones, según el Banco Central del Ecuador (BCE).

Las exportaciones totales en valor FOB (en puerto), durante el año pasado, alcanzaron \$ 24.957,6 millones, un aumento del 5% con relación a las ventas externas registradas en 2012, que fueron de \$23.764,8 millones.

Es por ello, que el Gobierno actual ha tratado de frenar las importaciones, a través de sus barreras arancelarias y no arancelarias, de manera de conseguir incrementar el precio de los productos que vienen del exterior; y de forma paralela incentivar la producción nacional; en tanto que, en el caso de las empresas exportadoras nacionales no solo exporten productos en materia prima sino también ya procesados, transformado, que tenga valor agregado, y a la vez se vuelvan competitivos frente a los que ingresen a nuestro mercado (**Ministerio de Industria del Ecuador**).

Las perspectivas para 2014 apuntan a un crecimiento moderado de la economía, impulsado por el dinamismo de la demanda interna. Las autoridades estiman para este año un crecimiento que se ubicará entre el 4,5% y el 5%, una tasa de inflación del 3,2%, un déficit del gobierno general del 5% del PIB y un aumento de la deuda pública, que llegaría al 31,2% del PIB.

### **3.3.1.3. Análisis Social de Ecuador**

En la actualidad la población ecuatoriana sobrepasa los 15 millones de habitantes, una cifra que aumenta aceleradamente, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador (INEC). Uno de los factores de este crecimiento es el embarazo en las jóvenes, cuya tasa es de 23%, una de las más altas de la región.

Ecuador fundamenta los pilares del componente de la educación en algunos puntos importantes, como son: calidad del sistema de educación; calidad de las ciencias y matemáticas en la educación; calidad en la gestión de la academia; acceso a internet en las escuelas; disponibilidad de servicios de investigación; y, capacitación.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) presentó las estadísticas del período 2007-2012, en las que Ecuador es el tercer país entre Latinoamérica y el Caribe con mayor crecimiento de su Índice de Desarrollo Humano.

Según el Índice de Competitividad Global 2013 2014 -que elabora el Foro Económico Mundial, Ecuador ascendió 38 lugares en el índice de innovación y 20 posiciones en lo que se refiere a calidad de la educación superior y capacitación.

En tanto, el Ministerio de Educación de Ecuador, actualmente, trabaja para reducir la tasa de analfabetismo del 6,8%, según datos entregados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) para llegar al 4%, a través de un Proyecto de Educación Básica para Jóvenes y Adultos (EBJA), que intenta de manera progresiva erradicar esta situación, beneficiando a 278.742 participantes que han sido alfabetizados, entre hombres y mujeres de 15 años en adelante.

En cuanto al aspecto de salud, Ecuador tiene uno de los mejores sistemas de salud en el mundo; la base de datos Bloomberg determinó que la eficiencia del sistema sanitario de Ecuador se sitúa en el puesto 20 a nivel mundial, superado en Suramérica solamente por Chile que se ubica en el puesto 13.

Los cambios que se han dado en el desarrollo social del Ecuador en el periodo 2007–2013 fueron potentes. En el año 2006 la inversión social era de 1.934 millones de dólares, mientras que en el 2013 fue de alrededor de 7.000 millones de dólares, destinados especialmente al sector de la salud.

Asimismo, en la rendición de cuentas del sector social los datos expuestos destacaron que actualmente existen, aproximadamente, 140 hospitales de la Red Pública de Salud, se construyen 22 nuevos hospitales y otros 24 están en proceso de remodelación. La planificación de salud también incluye 950 centros de salud a nivel nacional, con un estándar de 2 camas por cada mil habitantes.

La base de datos Bloomberg Best and Worst indica que el sistema de salud de Ecuador supera en eficiencia a Cuba, Brasil, Colombia, Argentina, Venezuela, Perú y Estados Unidos, país que se ubica entre los últimos del ranking.

En tanto que, la tasa de desempleo total de septiembre 2013 fue de 4,55%, se reduce en

0,34 puntos porcentuales en relación a la tasa registrada en junio 2012 (4,89%) y la tasa de subocupación total en septiembre de 2013 (42,88%) baja 3,55 puntos porcentuales con respecto a junio 2012, y la ocupación plena incrementó 3,63 puntos porcentuales en el mismo período considerado.

#### **3.3.1.4. Análisis Tecnológico de Ecuador**

La tecnología en el Ecuador no es tan avanzada como en otros países industrializados; sin embargo, los recursos disponibles permiten realizar grandes trabajos de investigación y desarrollo.

Según un informe del Foro Económico Mundial, Ecuador ocupa el puesto 91 entre 144 economías del mundo. El estudio midió la capacidad de aprovechar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) para lograr crecimiento y bienestar. En este índice también se nota un cierto desarrollo, pues en el 2012 ocupaba el puesto 96.

Estadísticas oficiales señalan que el país apenas destina el 0,55% del PIB en ciencia y tecnología, aunque países desarrollados invierten hasta el 2% de ese rubro. El mínimo recomendado por la Unesco es del 1% en cada país. El dinero que en el momento se aporta a la Senescyt sirve para las becas, la difusión y promoción de saberes, la participación social, la vinculación de prometeos a universidades y escuelas politécnicas y la aplicación de exámenes a escala nacional, entre otros.

#### **3.3.2. Análisis PEST de Colombia**

##### **3.3.2.1. Análisis Político de Colombia**

Desde el gobierno, Colombia ha emprendido una agresiva política de integración buscando tratados de libre comercio, de inversión, de doble tributación, con el ánimo de ampliar nuestros mercados.

El país cuenta desde hace varios años con una clara agenda de integración, que se traduce en un acceso preferencial a los mercados norteamericanos, europeos, latinoamericanos, entre otros, es decir las 2/3 partes del mercado mundial, y la Alianza para el Pacífico se ha venido consolidando.

Con este panorama, es evidente que Colombia está en un buen momento; por considerarse que se está consolidando una prestigiosa posición en el ámbito internacional; dispone de fundamentales sólidos que contribuyen a un mayor desarrollo económico y social. Sin embargo, en el 2013, hubo sectores como la industria que han sido rezagados al considerar que se ha crecido por debajo de lo esperado; existieron problemas por las huelgas y paros el contrabando ha crecido y se continúa con altos índices de informalidad.

### **3.3.2.2. Análisis Económico de Colombia**

Colombia finalizó el año 2013 con un balance favorable y positivo. Por lo que se espera para el año actual crecer a tasas del orden del 4%; al analizar la mayoría de las actividades, a excepción de la industria, las cuales registran tasas positivas; se relaciona que existe un buen dinamismo de la inversión productiva; el entorno macroeconómico es favorable, donde a diferencia de años anteriores tenemos una tasa de cambio más competitiva; la tasa de desempleo se ha mantenido en niveles de un dígito, y el empleo formal crece más que el empleo informal, y en este contexto, un porcentaje importante de la población ha logrado superar la pobreza.

En efecto, la economía creció 5,1%, desglosada en los sectores de la construcción (21,3%), agropecuario (6,6%), minería (6,1%) y en términos de los componentes de la demanda, por el consumo y la inversión (10,8%). A nivel mundial, el desempeño del PIB de Colombia se ubica por encima de países como Brasil, Perú, México, Chile, Estados Unidos, Canadá, Venezuela, entre otros. Los resultados favorables de la economía colombiana, se han reflejado también en el mercado laboral, al disponer de una tasa de

desempleo inferior al 8% en el año 2013, debido principalmente a la mayor tasa de ocupación que aumentó de 59,9% a 60,9%, alcanzando su nivel más alto desde 2001.

En lo que respecta al comercio exterior colombiano, existe una desaceleración de la economía global encausado por el menor crecimiento de los Estados Unidos, el descenso de los precios de las materias primas a nivel mundial, altos costos de producción de las empresas nacionales por una falta de competitividad y acceso a economías de escala. En efecto, las exportaciones totales colombianas se redujeron -3,5%, de las cuales las manufactureras apenas incrementaron en un 0,9%.

En infraestructura se dispone de proyectos ambiciosos debidamente estructurados por un valor que se acerca a \$50 billones, como una oportunidad de crecimiento y de avance en competitividad.

Sin embargo, en lo internacional, la integración de Colombia con la mayoría de los mercados mundiales ha sido favorable, la Alianza para el Pacífico se ha venido consolidando. La ANDI (Asociación Nacional de Industriales) también ha participado activamente en el ingreso de Colombia a la OECD, intercambiando informaciones y documentos en las visitas realizadas por la OECD para evaluar al país. Actualmente, Colombia es miembro activo de BIAC (Business and Industry Advisory Committee), que asesora a los países miembros de la OECD. En este panorama mixto, el país tiene grandes oportunidades, los acuerdos comerciales facilitarán el acceso a nuevos mercados, que debidamente administrados permitirán aprovechar las ventajas y beneficios económicos facilitando así la internacionalización.

En lo sectorial, la industria manufacturera ha sido la actividad con mayor impacto negativo, según lo reflejan resultados recientes: la producción crece paulatinamente, las ventas aumentaron a tasas moderadas. A este complejo entorno se sumaron los problemas de contrabando, informalidad y el impacto de los paros nacionales.

La fortaleza de la economía colombiana se fundamenta en importantes transformaciones en lo económico, político y social. El país obtuvo un PIB que ha incrementado en menos

de US\$100.000 millones en el 2000, a más de US\$380.000 millones en la actualidad; de un PIB per cápita del orden de US\$8.000, cuando a principios de la década era de US\$2.000; con un comercio exterior que se multiplicó por 6 y que actualmente bordea US\$120.000 millones.

En la Tabla No. 2 se hace referencia a los indicadores económicos de Colombia, donde podemos apreciar el incremento porcentual del PIB anual de la economía nacional en comparación con el año anterior que corresponde a un 2.04%. El PIB per cápita es de \$ 8002 dólares anual por persona para el año 2013, que en comparación con el año base ha incrementado en un 235.51%. En lo que respecta al Comercio Exterior, existe una balanza de pagos deficitaria, donde se considera un monto superior de importaciones para el año 2013 equivalente a 58615 millones, que en comparación con las exportaciones de 58542 millones da un déficit de 73 millones, que al compararlo al año anterior fue lo contrario, puesto que, hubo un superávit de 2035 millones. Otras variables económicas analizadas en el presente estudio son la inversión como porcentaje del PIB que corresponde al 28.3%, la deuda externa actual es del 22.6% del PIB. En tanto que, el análisis del entorno macroeconómico, la inflación ha disminuido con el transcurso de los años a pasar de 8.8 en el año 2000 a 1.8 en el 2013, es decir un decrecimiento de 79.54% con respecto al año base. La tasa de desempleo a finales de diciembre correspondió al 7.8%.

**Tabla 2:** Indicadores Económicos de Colombia

| Detalle  | 2000   | 2012    | 2013    |
|--|--------|---------|---------|
| <b>PIB (Producto Interno Bruto \$ en millones)</b> | 94.075 | 369.538 | 377.059 |
| <b>Crecimiento Económico</b>                       | 2.9    | 4.0     | 4.2     |
| <b>PIB per cápita (US\$)</b>                       | 2.385  | 7.933   | 8.002   |
| <b>Comercio Exterior</b>                           |        |         |         |
| <b>Exportaciones (US\$ Millones)</b>               | 13.158 | 60.667  | 58.542  |
| <b>Industriales (US\$ Millones)</b>                | 7.034  | 23.652  | 10.511  |
| <b>Importaciones (US\$ Millones)</b>               | 11.539 | 58.632  | 58.615  |
| <b>Reservas Internacionales</b>                    | 9.004  | 37.467  | 43.600  |
| <b>Inversión</b>                                   |        |         |         |
| <b>Inversión (% del PIB)</b>                       | 14.5   | 27.7    | 28.3    |

---

|   |       |        |        |
|---|-------|--------|--------|
| <b>IED (US\$ Millones)</b>                | 2.436 | 15.823 | 15.000 |
| <b>Deuda (% del PIB)</b>                  |       |        |        |
| <b>Deuda Externa Total (% del PIB)</b>    | 36.3  | 21.7   | 22.6   |
| <b>Entorno Macroeconómico</b>             |       |        |        |
| <b>Inflación</b>                          | 8.8   | 2.4    | 1.8    |
| <b>Interés de captación (promedio)</b>    | 12.1  | 5.4    | 4.1    |
| <b>Mercado Laboral</b>                    |       |        |        |
| <b>Tasa de Desempleo (fin de periodo)</b> | 16.7  | 9.6    | 7.8    |

**Fuente:** Estadísticas Banco Central de Colombia

**Elaborado por:** Jonathan Pashma y Yadira Viteri

Las importaciones de Colombia se incrementaron a una tasa anualizada de 11.7% entre los años 2006 y 2010. Estas adquisiciones sumaron US\$ 40,683 millones el año pasado, lo cual representó 23.7% más que el año 2009 y; Estados Unidos (25.9% del total), China (13.5%), México (9.5%), Brasil (5.8%) y Alemania (4.1%) fueron los principales proveedores de este país, mientras que el Perú explicó 1.9% de estas compras.

Las relaciones comerciales de Ecuador y Colombia se sitúan dentro del marco de la zona de libre comercio existente entre los miembros de la Comunidad Andina (CAN), formada también por Perú y Bolivia. Como complemento a esta relación se ha creado Cámaras Binacionales y organizado en conjunto un sinnúmero de ferias sectoriales internacionales, cuyo objeto ha sido facilitar e impulsar el desarrollo comercial entre empresas ecuatorianas y colombianas.

En materia de comercio exterior también es importante señalar que el país ha continuado adelantando su política de integración, con nuevos tratados de libre comercio, de inversión, doble tributación, entre otros, además de las políticas encaminadas al mejoramiento de la competitividad de las empresas colombianas y de su capacidad para insertarse al mercado global. Entre los logros más significativos se encuentran la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, del que se hará una evaluación más adelante, y la aprobación del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea. En acuerdos comerciales hoy Colombia cuenta con:



- 
- Acuerdos Vigentes: Estados Unidos, Canadá, México, MERCOSUR, CAN, Chile, Triángulo del Norte, CARICOM, EFTA.
  - Acuerdos Suscritos: Unión Europea (aprobado), Corea, Venezuela (acuerdo parcial).
  - Negociaciones en curso: Japón, Panamá, Turquía, Israel y Costa Rica

En la actualidad, luego de la eliminación de las salvaguardias cambiarias impuestas en el 2009 por Ecuador y el mejoramiento de las relaciones políticas entre los dos países, se avizora que se alcanzarán nuevamente los niveles históricos tanto de exportaciones como de importación con el país norteamericano, que lo han convertido en uno de los principales socios comerciales del Ecuador.

En cuanto a la piedra rústica es apetecida a nivel internacional, siendo China el principal comprador, registrando al término del 2012 de acuerdo a las cifras registradas por Trademap, 1.165.524 miles de dólares. A este país le sigue la India, Arabia Saudita, Líbano, entre otros. De los países europeos, el principal país importador es el Reino Unido, y este se añade principalmente Francia, Holanda, Alemania, Bélgica y Suiza. A nivel latinoamericano, el principal país importador es Brasil, registrando al final del 2012 una cifra de \$12.232 miles de dólares, seguido de Colombia con una cifra de \$ 4.529 miles de dólares y Uruguay con \$338 miles de dólares; siendo estos los más significativos, de acuerdo a los datos obtenidos por Trademap. En términos de demanda, la producción Brasileña y Colombiana es limitada, los recursos son escasos, razón por la cual importan este producto del resto del mundo. Los valores antes señalados fueron obtenidos de la partida 2515120000, pero es de considerar que el 45% del total refieren a piedras rústicas o su nombre conocido a nivel internacional como espacato.

### **Economía de Buenaventura:**

A través de su puerto, el país envía al exterior el 80% del café y el 60% de todo el comercio internacional marítimo de Colombia. Buenaventura, por su importancia geoestratégica económica y sus complejidades de tipo social, ha sido propuesta como

Distrito Especial Portuario y Biodiverso en la primera legislatura de 2007, en el Congreso Nacional de Colombia, al igual que Tumaco y Turbo, otros dos puertos marítimos.

En la actualidad, el Gobierno colombiano adelanta millonarias concesiones para modernizar el actual puerto y convertirlo en el más moderno de Latinoamérica, que estará conectado con Bogotá y el centro del país por una superautopista de cuatro carriles, la cual tendrá el túnel más largo del continente y más de 20 viaductos, lo que acortaría la distancia entre este puerto y la capital del país en ocho horas.

Existen otras actividades económicas alternas a las actividades portuarias. Las más destacadas son la pesca, la extracción y procesamiento de la madera. Por ello, el comercio es muy activo, además la ciudad de Buenaventura es el más importante centro de abastecimiento entre las poblaciones de la Costa Pacífica de Colombia. La minería ocupa un lugar importante, sobre todo con la extracción del oro, aunque este se obtiene todavía de forma artesanal. El turismo es un importante generador de empleo e ingresos, pues cuenta con playas y ríos de excepcional belleza natural.

La principal fuente de economía de Buenaventura son las actividades portuarias, seguida por las actividades de pesca, explotación forestal, minería y el Turismo, el cual es atraído por la excepcional belleza natural de sus playas y ríos, por ser Buenaventura el punto de partida para visitar otros destinos turísticos de la Región del Pacífico.

El eje principal de la economía gira en torno a la operación portuaria de comercio internacional de importación y exportación. Líneas navieras arriban permanentemente provenientes de Asia, África y la cuenca del Pacífico. En la actualidad la zona portuaria de Buenaventura está conformada por 12 muelles en la que el sector privado tiene una participación del 83%, y el sector público, a través de la Alcaldía municipal y el Ministerio de Transporte, el 17% restante (Collazos, 2006).

### **3.3.2.3. Análisis Social de Colombia**

Los indicadores de competitividad ubican a Colombia en una posición intermedia en el mundo. En la región, países como Chile, México y Perú nos llevan ventaja en el ranking

general. En el reporte de competitividad del Foro Económico Mundial, del año 2013-2014, Colombia ocupó el mismo lugar del reporte anterior (69), sin embargo, la muestra aumentó de 144 a 148 países. Nuestras fortalezas según este indicador, están en el entorno macroeconómico y en el tamaño del mercado.

En el presente año también se destaca el avance en educación superior y capacitación, en donde subimos 7 puestos. De otro lado retrocedimos en salud y en educación primaria y preparación tecnológica, donde perdimos 13 y 7 puestos respectivamente.

**Tabla 3 Indicadores Sociales**

| Detalle                        | 2000   | 2012   |
|--------------------------------|--------|--------|
| Indicadores Sociales           |        |        |
| <b>Afiliados Salud (miles)</b> | 22.756 | 42.439 |
| <b>Tasa de pobreza</b>         | 55,0   | 32.7   |
| <b>Índice de Gini</b>          | 0.570  | 0.540  |

**Fuente:** Estadísticas Banco Central de Colombia

**Elaborado por:** Jonathan Pashma y Yadira Viteri

### 3.3.3. Análisis Pest del producto

- **Análisis Político**

La política de Colombia se ha caracterizado por la sustitución de importaciones, principalmente, en lo que respecta a la oferta de alimentos, en la que la producción nacional tiene potencialidades internas, sin embargo, se ha caracterizado por importar bienes, en los cuales no puede competir. En este sentido, el producto de espacato, representa una notoria ventaja competitiva frente al producto nacional con una demanda creciente que genera dinamismo en el sector de la construcción ampliando el producto para mejorar el ornato y presentación de los hogares colombianos.

- **Análisis Económico**

Buenaventura es el segundo municipio por tamaño de población en el Valle del Cauca, puerto principal y una de las ciudades de mayor importancia en Colombia.

La base económica de la ciudad depende, principalmente, de las actividades portuarias, lo cual hace propicio el desarrollo integral de la ciudad de Buenaventura con altas potencialidades en la regeneración urbana de la infraestructura colombiana que propicia un entorno sostenible y abierto a la inversión pública y privada, que busca conjugar políticas de crecimiento económico con desarrollo social para mejorar la calidad de vida de los pobladores; de esta manera, el flujo económico de Buenaventura, la ubican en un potencial económico en el desarrollo urbano de las infraestructuras, en la cual el producto de espacato propone un material de acogida para la renovación urbana de la ciudad.

- **Análisis Social**

En Buenaventura la mayoría de la población es católica, teniendo como base la actividad portuaria. Sin embargo, las dificultades de desarrollo urbano han sido señaladas intensamente, no cuentan con saneamiento ambiental mínimo, pese a la disponibilidad de recursos no dispone de servicios públicos o vías en buen estado por falta de planes de desarrollo y empleo.

El déficit de vivienda es alto, por lo que forma parte de una política social del Municipio y de las entidades privadas alcanzar el desarrollo urbano con materiales de calidad. En la zona urbana el 65% cuenta con paredes de bloques o ladrillos y en la zona rural el 71% con paredes de madera burda, por esta razón la inversión en el sector de la construcción es creciente y se han realizado numerosos estudios de carácter público basado en el desarrollo de la comunidad, lo cual es una preocupación social, por lo que se ha promovido la vinculación con programas específicos para mejorar las condiciones sociales y la precariedad, que buscan el desarrollo social a través de cuatro componentes: conectividad, desarrollo urbano, empresarial y social.

- **Análisis Tecnológico**

El puerto de Buenaventura constituye uno de los principales puertos de la región tanto por su localización geoestratégica, como la modernización de maquinarias y equipos, así como también, por la ampliación de bodegas. De esta manera, el puerto está siendo dotado con el nivel tecnológico que requiere la nueva generación de buques porta contenedores de gran calado denominado Post Panamax, que permiten movilizar contenedores en un orden superior a los 5000 contenedores (Teu) lo cual potencia el desarrollo económico, social y tecnológico de la ciudad y del país como puerto hub, que permitirá el trasbordo de contenedores a los demás puertos de la región de América Latina, debido a la oportunidad que le ofrece el entorno de disponer profundidades en el canal de acceso, para el atraque de los gigantescos buques, que operarán a partir del año 2015, que se inicia con la apertura de ampliación del canal de Panamá.

#### **3.3.4. Análisis de Porter de Colombia**

- **Amenaza de nuevos competidores:**

Son pocas las empresas ecuatorianas que trabajan con la producción y distribución de espacato y prácticamente, no se conoce una mayor exportación a nivel internacional del producto, lo cual convierte a la empresa en pionero en el mercado de Buenaventura – Colombia.

- **Poder de negociación de los proveedores:**

La empresa exportadora tendrá como política la estabilidad de los precios, así permite que se comercialice con seguridad, en cuanto a precios de acuerdos comerciales, a fin de que el potencial consumidor, pueda planificar sus obras de construcción teniendo parámetros estables de negociación.

- **Poder de negociación de los clientes:**

Los clientes distribuidores en el mercado colombiano tendrán libertad de operar como mejor convenga a sus intereses para la ubicación de sus productos al consumidor final; sin embargo, se recomendará mantener la ventaja competitiva frente al producto local para asegurar el posicionamiento y aceptación del producto en el mercado.

- **Amenaza de productos y servicios sustitutos:**

En lo que respecta al revestimiento de paredes y pisos, existe una gama de productos sustitutos, que los clientes colombianos pueden disponer, según gustos y preferencias, sin embargo, el producto de espacato ecuatoriano, dispone de ciertas características, que la hacen identificable y de aspecto agradable y de excelente material de escultura, para recubrimiento decorativo, que la identifican como un material suficientemente compacto, resistente, de un valor comercial explotable, que una vez instalado, proporcionan un elemento decorativo, de lujo, con capacidad de adquirir pulimento, belleza y reputación social.

Además, los avances tecnológicos actuales, brindan la posibilidad de conseguir una mejor calidad con una belleza equivalente. El mármol ecuatoriano, de origen natural, es superior al mármol colombiano en cuanto a resistencia, brillo y porosidad, lo cual disminuye las amenazas de productos sustitutos.

## **CAPITULO IV**

### **LA PROPUESTA**

#### **4.1. Contenido de la Propuesta**

La propuesta contiene una breve descripción del producto que se va a exportar, el mercado al cual va a estar dirigido; así como también, una breve descripción de la demanda potencial de escapato en el contexto internacional, país de destino Buenaventura – Colombia.

Adicionalmente, se analiza en la propuesta cómo es el proceso de exportación, los documentos complementarios requeridos, alternativas de entrada al mercado seleccionado, estrategias para posicionarse con respecto a la competencia, plan de logística, distribución y estudio económico – financiero.

#### **4.2. Justificación de la Propuesta**

La propuesta nos permitirá disponer de un Plan de Exportación, que nos facilite analizar el contexto interno y externo de la empresa en el mercado internacional de comercialización del producto a exportar, en nuestro caso, escapato con destino al país de Buenaventura – Colombia; como herramienta para efectuar una gestión empresarial eficiente, de tal manera, que se pueda identificar claramente los objetivos, actividades, recursos a emplear, oportunidades y amenazas a enfrentar en el mercado externo, elaborar un plan de logística y distribución, Investigar los aspectos formales y financieros del proceso exportador, entre otros, para conseguir una adecuada coordinación de actividades, inter funcional e interdisciplinaria.

El plan de exportación constituye una herramienta que permite lograr la mejor combinación de capacidades y recursos encaminados a posicionarse por primera vez en el mercado internacional que nos facilitará la planeación de las actividades necesarias para exportar, determinar mercados potenciales, competencia, precios del mercado internacional, logística y transporte; así como también todas las actividades y recursos

complementarios que nos faciliten exportar correctamente de un país a otro; dándole a la actividad exportadora un horizonte de permanencia y no un carácter transitorio o coyuntural, de una actividad marginal dentro de la producción y ventas de la empresa.

La propuesta se justifica al permitirle a la empresa operar en función de estudios preliminares, que facilite a sus administradores coordinar sistémica y sinérgicamente, las actividades inter funcionales e interdisciplinarias, para conocer anticipadamente los resultados esperados, racionalización de recursos y toma de decisiones objetivas.

### **4.3. Objetivos de la Propuesta**

#### **4.3.1. Objetivo General**

- Definir un Plan de Exportación de piedra rústica desde Ecuador – Colombia mediante la diversificación del producto como ventaja competitiva para la Empresa ECUAMARMOL S.A.

#### **4.3.2. Objetivos Específicos**

- Identificar los procesos logísticos y aduanero claves en el intercambio del producto, Guayaquil - Buenaventura.
- Evaluar la viabilidad técnica del proyecto.
- Lograr mayor posicionamiento en el mercado internacional como una empresa que dispone de buena infraestructura y maquinaria moderna.
- Estimar financiera y económicamente la exportación de piedras rústicas al mercado de Buenaventura.



#### **4.4. El Producto**

El espacato es una roca natural compuesta por carbonato cálcico, resistente al calor y a la humedad. Es un material fuerte y duradero, de origen metamórfico y sedimentario. Se presenta en colores gris, blanco, rosado, mandarino y beige. Se obtiene de un corte longitudinal con cizalla la extracción y el procedimiento son los que determinan el costo y calidad. Este material se presenta en forma de piezas, que al encajarlas, coinciden unas con otras, evitando cualquier tipo de roturas. El espacato en mármol, granito o coralina, es un elemento decorativo que presenta una textura con volúmenes entrantes y salientes totalmente irregular. Se obtiene como resultado de un corte longitudinal con cizalla que expone a la superficie los cristales de la roca.

El producto se comercializa en unidad por  $\text{m}^2$  en cartones que contienen 222 piezas de 3 x15 cms.

Finalmente, existe un mercado potencial colombiano, en Buenaventura, con acogida del producto y que reúne condiciones de competitividad para el producto ecuatoriano, lo cual motiva al empresario a disponer del presente estudio preliminar para evaluar la posibilidad de ampliar su mercado.

##### **4.4.1. Usos del Producto**



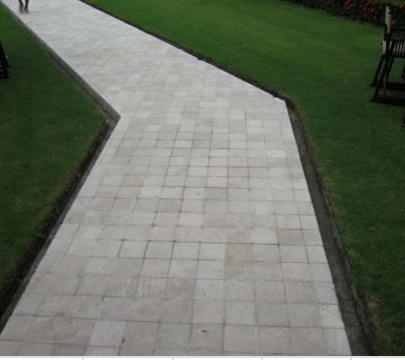






El espacato es uno de los materiales más estéticos y limpios para utilizarse en cualquier construcción o diseño arquitectónico. Adicionalmente, es de gran durabilidad, ya que está garantizado por más de cientos de años. Muestra apariencia de orden, es fácil de limpiar y se puede fijar sobre cualquier superficie.

Este hermoso material es ampliamente utilizado en el revestimiento de muros, jardines, chimeneas y fachadas, tanto en interiores como en exteriores; ya que es impermeable, no es afectado por químicos, ácidos, solventes y detergentes. Además opone buena resistencia al rayado.

En la decoración exterior la piedra se puede aplicar en jardineras, terrazas, suelos empedrados, fuentes, muros o bancos, ya que al ser un material natural, resiste a la intemperie con un mínimo mantenimiento. Mientras que en la decoración interior las piedras podrán revestir una pared completa consiguiendo un hogareño efecto rústico en la sala, chimenea, cubrir pequeños espacios en el área del baño, cocina o habitaciones con la amplia variedad de colores y texturas más modernas.

En la **Ilustración No. 1** se detallan las diferentes variedades del espacato como son: Espacato Habano Guayas, mosaico marfil, rústico habano, rústico y rojo, mosaico blanco Carrara.

**Ilustración 1: Tipos de Espacato**

|   |   |  |
|---|---|--|
| ESPACATO HABANO GUAYAS  | TOMBOLEADO PLANO IRREGULAR ROJO   | PISO CANTEADO CEPILLADO HABANO GUAYAS  |
|    |    |    |
| ESPACATO MOSAICO MARFIL   | ESPACATO MOSAICO BLANCO   | ESPACATO MOSAICO BLANCO CARRARA  |
|   |   |   |
| ESPACATO RUSTICO HABANO   | ESPACATO RUSTICO HABANO GUAYAS  | ESPACATO HABANO Y ROJO   |
|  |  |  |

#### **4.4.2. Breve Descripción del Proceso Productivo**

El proceso de obtención del espacato se describe a continuación:

- 1) Se obtiene la roca (mármol, travertinos, granitos, cuarzos, pizarras, lava volcánica, limestone, sandstone) desde sus respectivos yacimientos sean estos en montañas, llanos o Playas-Posorja.
- 2) Transporte de la roca hasta plantas de transformación o industrialización donde adquieren diferentes acabados, estos pueden ser: espacatos, baldosas, pulidos, abujardados, canteados, tamboreados, etc.
- 3) Se procede al corte de la roca para obtener láminas o planchas de mármol, en este caso para hacer espacato se requieren láminas de 3 cms de espesor.
- 4) Luego se definen los anchos requeridos en máquina de corte longitudinales y transversales para obtener las tiras a medidas de 3x3x15 cms.
- 5) Una máquina denominada spacatadora rompe la tira de mármol en 3 x1,5 x 15 (desdoblamiento), produciendo dos tiras denominadas espacatos una con cara plana y la otra con cara rústica vista y decorativa.
- 6) Espacato.
- 7) Encartonado
- 8) Transporte hacia lugares de comercialización y exportación.

#### **4.4.3. Embalaje y Empaque**

El producto se comercializa en unidad por  $\text{m}^2$  en cartones que contienen 222 piezas de 3 x15 cms.

El embalaje debe proteger la mercadería, de manera que sea entregada al intermediario en condiciones óptimas y que éste pueda hacerla llegar al usuario final de la misma forma. El envase y el embalaje, en conjunto, son los medios más importantes para proteger el producto y consecuentemente, garantizar el cumplimiento de los compromisos de calidad y oportunidad en la entrega del producto. Si el conjunto empaque-embalaje no es idóneo, puede afectar los costos de exportación, tanto los costos explícitos, como también, de transporte, los costos por hurtos o pérdidas y rechazo del producto dañado. Estos riesgos se pueden minimizar cuando se utiliza un envase y embalaje adecuado.

#### **4.5. Los Consumidores**

Los consumidores potenciales de la empresa están identificados como distribuidores mayoristas exclusivos, localizados en el mercado de Buenaventura, Colombia; quienes adquirirán el producto en su totalidad, para a su vez distribuirlo al consumidor final, a través de los diferentes puntos de venta y clientes detallistas.

El consumidor final de espacato de piedra utiliza este producto para recubrir paredes, a manera de mosaico en zócalos, jardinerías, cerramientos y fachadas, tanto en interiores como en exteriores.

Por lo que, al momento de comprar considera principalmente, la excelente calidad del producto compuesto por un material fuerte y durable que sea resistente al calor y a la humedad; pero también, que tenga un precio competitivo en relación a los otros oferentes. Adicionalmente, considera otras características puntuales del producto que le añaden valor agregado y lo diferencian como son: el tamaño o combinación de colores en gamas de gris o rosado, mayoritariamente; las cuales le dan un estilo de elegancia y son una excelente elección para brindar un gran impacto visual a la infraestructura.

El espacato es elegido por el consumidor en relación a otros sustitutos por considerarse las siguientes ventajas: el material es de excelente resistencia al rayado, su color no sufre variaciones debido al uso o a la luz, durabilidad, gran variedad de texturas y colores, es combinable con varios materiales de construcción como la madera, cerámica, yeso y es fácil de limpiar, lo que lo hacen de gran diferenciación y elección al momento de decidir comprar el producto.

#### **4.6. Mercado Objetivo**

Se determina como mercado objetivo a Buenaventura, Colombia. Para entrar en este mercado se necesita una producción mínima de 400 mt<sup>2</sup>, cantidad que puede ser exportada, ya que existe el recurso materia prima, más los 200 mt<sup>2</sup> diarios disponible; la capacidad instalada para cubrir el faltante para el mínimo, es objeto de inversión, la cual se la determinará a través de esta investigación.

Buenaventura tiene un puerto estratégico para la llegada del producto; además en esta ciudad los precios son competitivos frente a los que realizaría ECUAMARMOL, ya que el precio de la piedra rústica, en el mercado de Buenaventura, estarían entre los \$20 y \$30 el mt<sup>2</sup>; mientras que el precio de la competencia circula entre los 34000 y 55000 pesos colombianos (\$18 y \$29 dólares). Finalmente, es de notar que la durabilidad de la piedra rústica ecuatoriana, es mayor frente a la colombiana, es más esponjosa, lo cual refleja en la calidad.

#### **4.7 Plan de Exportación al Puerto de Buenaventura**

##### **4.7.1. Procesos y documentación aduanera**

El proceso aduanero empieza con la adquisición del Certificado Digital (TOKEN) para la firma de autenticación el cual es otorgado por el Banco Central del Ecuador y por Security Data

El siguiente paso es registrarse en Ecuapass: [www.portal.aduana.gob.ec](http://www.portal.aduana.gob.ec). Llenamos la Solicitud de Uso, que se encuentra en la misma página web donde podremos actualizar la base de datos, crear usuario y contraseña, aceptar las políticas de uso y/o registrar firma electrónica.

Ilustración 2 Portal de Ecuapass

The screenshot shows the Ecuapass portal interface. On the left, there is a login section with fields for IDIOMA (set to ESPAÑOL), ID USUARIO, and CONTRASEÑA. Below these are buttons for 'Certificado' and 'INICIAR SESIÓN'. A red circle highlights the 'Solicitud del uso' link. Below the login section is an 'Aviso' section with a 'más' link and a list of topics including 'CERTIFICADOS DIGITALES', 'CONSIDERACIONES IMPORTANTES...', and 'ASISTENCIA REMOTA'. The main content area is divided into four columns:

- Trámites operativos** (highlighted with a yellow arrow):
  - 1.1.1 Declaración de Importación
  - 1.3 Integración de estados del trámite
  - 1.6 e-Documentos
  - 1.7 Directorio de Funcionarios Operativos
- Servicios de uso frecuente** (highlighted with a yellow arrow):
  - 1.3 Integración de estados del trámite
  - 2.3 Seguimiento de cargas
  - 1.4 Administración de pago
  - 1.5.2 Estado de envío
  - 1.5.3 Estado de recepción
- Servicio informativa** (highlighted with a blue arrow):
  - 2.1.1 Consulta de arancel
  - 2.1.2 Consulta de tasa de moneda
  - 2.4.1 Puntos de vista de RUC
  - 2.6 Catálogos
- Ventanilla Única** (highlighted with a red arrow):
  - 4.1 Registro de Apoderado
  - 4.2.1 Registrar Comercializador
  - 4.3 Elaboración de DJO
  - 4.4 Elaboración de CO
  - 4.5.1 Solicitud de Documentos de Control Previo

On the right side, there is a 'Quick Buzón Electrónico SENA E' section and a 'Soporte al Cliente' section with a phone number 1800-223223.

Ilustración 3 Portal de uso Solicitud Ecuapass

The screenshot shows the 'Solicitud del uso' page. It starts with a welcome message: 'Gracias por visitar al Portal del SENA E. En el Portal del SENA E podrá realizar todas las operaciones de despacho en una vez. El portal les ofrece un servicio limpio y transparente.' Below this, it explains the user registration process: 'Se clasifica el registro de usuario por usuarios del despacho y usuario de servicio adicional. Por favor, registre según el tipo de usuario que corresponde. Una vez que se registra, el usuario podrá utilizar los diversos servicios del portal.'

The page lists six types of user requests, each with an icon and a brief description:

- Solicitud del uso (Representante)**: Las información de la empresa, del representante y Certificado de Autenticación deben ser aprobadas para utilizar los servicios del despacho como elaboración de declaración aduanera, consulta de rendimiento de la empresa, etc.
- Solicitud del uso (Empleado)**: El empleado de la empresa debe registrar su información. El mismo podrá utilizar los servicios relacionados a la empresa, una vez que se identifica por la información de certificado digital con el certificado digital de persona jurídica de la empresa.
- Solicitud del uso (General)**: El usuario general puede utilizar los servicios de información como consulta de información pública, mi página, etc.
- Solicitud del uso (Representante de la entidad)**: El usuario de la entidad pública debe registrarse en la VUE para tramitar las operaciones de CO, DJO y DCP en la VUE.
- Solicitud del uso (Entidad)**: El usuario de la entidad pública debe registrarse en la VUE para tramitar las operaciones de CO, DJO y DCP en la VUE.

**Solicitud del uso(Representante)**

**Información de empresa**

RUC empresa

Razon Social

Direccion de empresa

Telefono empresa

**Información de representante**

ID usuario

Doc. Identificacion CEDULA DE IDENTIDAD

Nombre Usuario

Contraseña

Preguntas de Clave1 ¿MES QUE TE CASASTE?  Respuesta de Clave1

Preguntas de Clave2 ¿IGLESIA DONDE SE CASO?  Respuesta de Clave2

Preguntas de Clave3 ¿NOMBRE DE SU CIUDAD PREFERIDA?  Respuesta de Clave3

Provincia --Selección-- Ciudad --Selección--

Direccion

Telefono1  Telefono2

Celular CLARO  Fax

Correos Electronicos

Confirmacion de correos electronicos

Posicion REPRESENTANTES  SENAE Correos Electronicos

Recibir mensaje SMS  Recibir  No recibir

Tipo de OCES AGENTE DE ADJANA

| Na | Codigo de OCES | En el informe se clasifican | Solicitar nuevo codigo | Fecha de inicio | Fecha de fin |
|----|----------------|-----------------------------|------------------------|-----------------|--------------|
|    |                |                             |                        |                 |              |

Identificacion unica de certificado digital

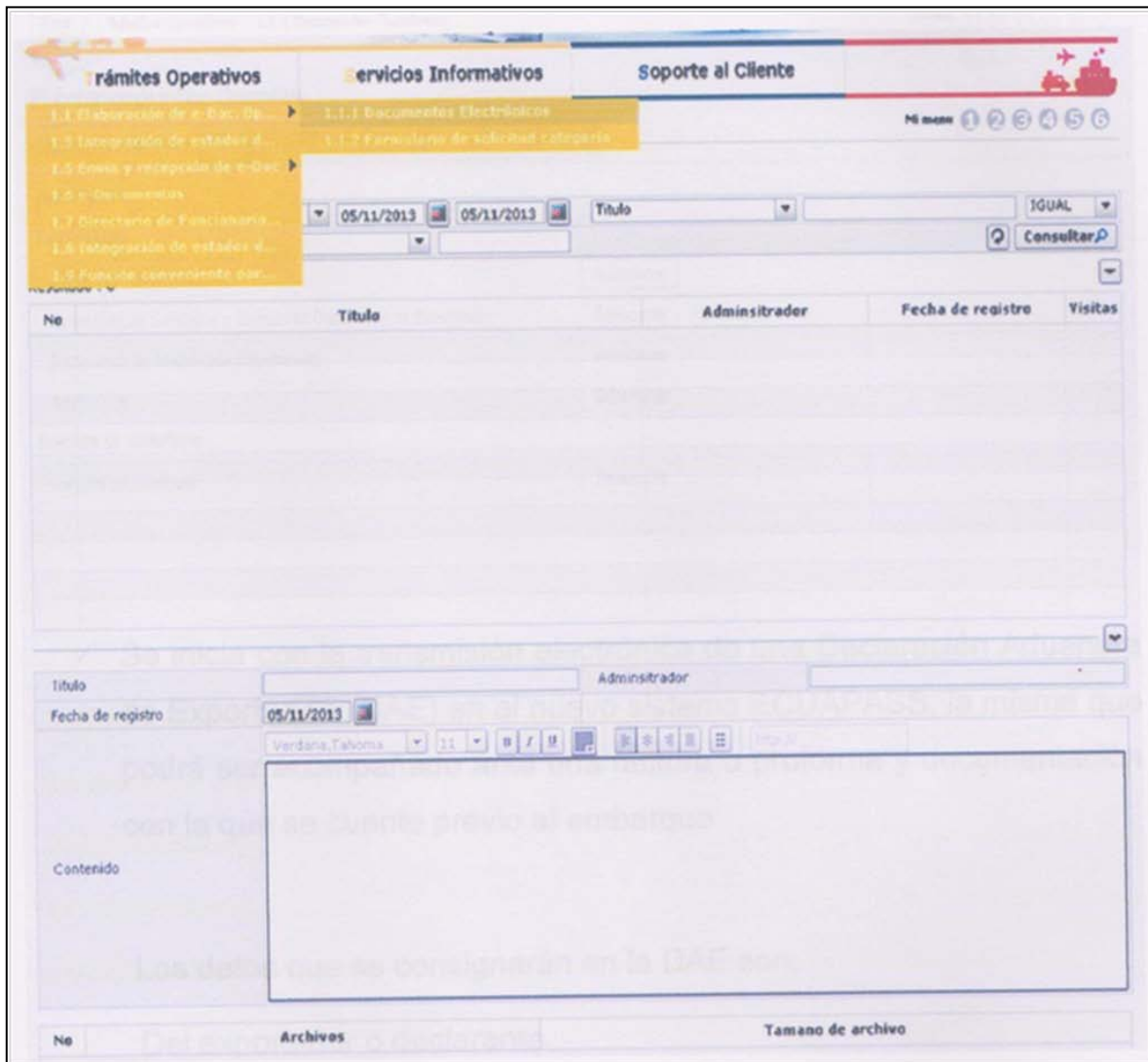
| <input type="checkbox"/> | Nombre del archivo | Tamaño del archivo | Adjuntar archivo  |
|--------------------------|--------------------|--------------------|---|
| <input type="checkbox"/> |                    |                    | <input type="button" value="Eliminar"/> <input type="button" value="Cargar"/> <input type="button" value="Eliminar"/> |

Una vez obtenido el registro se podrá realizar la transmisión electrónica de la DAE.

En el Sistema online de ECUAPASS, nos dirigimos a la opción de Trámites Operativos.

- Elaboración de E –Documents
- Documentos Electrónicos





Se inicia con la trasmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo Sistema Ecuapass, la misma que puede ser acompañada de una factura y documentación previo al embarque.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

Del exportador o declarante

Descripción de mercancía por ítem de factura

Datos de consignante

Destino de la carga

Cantidades

Peso y demás datos relativos a la mercancía.

### Ilustración 4 Declaración de Exportación

The screenshot shows a web application interface for 'Declaración de Exportación'. The page title is 'Declaración de Exportación' and the breadcrumb trail is 'Inicio > Trámites Operativos > 1.1.1 Documentos Electrónicos > Declaración de Exportación'. The form is organized into several sections:

- INFORMACION DE GENERAL:** Includes fields for 'AC5.Código de declarante' (16909605), 'AC3.Código de Régimen', 'A01.Código del distrito', and 'A04.Tipo de despacho'.
- INFORMACION DE EXPORTADOR:** Includes fields for 'B04.Código de tipo de identificación del exportador', 'B01.Nombre del exportador', 'B03.Telefono del exportador', 'B06.Ciudad de residencia del exportador', and 'B07.CIUL'.
- INFORMACION DE AGENTE:** Includes fields for 'B08.Código de tipo de identificación del declarante', 'B10.Nombre del declarante', and 'B11.Dirección del declarante'.
- COMUN (DOCUMENTOS):** This section is currently active and contains fields for 'B19.Nombre del consignatario', 'B20.Dirección del consignatario', 'B25.Código de país de destino final', 'B21.Ciudad del consignatario', 'B12.Valor FOB', 'B13.Código de forma de pago de la transacción comercial', 'B18.Fecha de emisión de la carta de crédito', 'C01.Código de moneda', 'C02.Tipo de cambio', 'B22.Tipo de carga', 'B24.Medio de transporte del lugar de partida', 'B15.Código de puerto de embarque', 'B16.Código de puerto privado desde donde embarca', 'B17.Código de puerto de llegada o de destino', and 'B23.Almacén de lugar de partida'.
- TOTALES:** Includes summary fields for 'C04.Cantidad total de ítems', 'C05.Peso neto total' (9.000), 'C06.Peso bruto total', 'C07.Cantidad total de bultos', 'C08.Cantidad de contenedores', 'C09.Cantidad total de unidades físicas', 'C10.Cantidad total de unidades comerciales', 'C11.Código de la mercancía de despacho urgente', and 'C12.Código de solicitud de aforo'.

At the bottom of the form, there are three buttons: 'Guardar temporal', 'Traer', and 'Enviar certificado'.

En la segunda viñeta se declara la información de los ítems que se van a exportar.

### Declaración de Exportación

**INFORMACIÓN DE GENERAL**

A05.Código del declarante: 1690N05 A01.Código del distrito: --Selección--  
A03.Código de Régimen: --Selección-- A04.Tipo de despacho: --Selección--

**INFORMACIÓN DE EXPORTADOR**

B04.Código de tipo de identificación del exportador: --Selección-- B01.Nombre del exportador:  
B02.Dirección del exportador: B03.Teléfono del exportador:  
B06.Ciudad de residencia del exportador: B07.CEJU: --Selección--

**INFORMACIÓN DE AGENTE**

B08.Código de tipo de identificación del declarante: --Selección-- B10.Nombre del declarante:  
B11.Dirección del declarante:

**EXIBIR Item DOCUMENTOS**

**INFORMACIÓN DE ITEM**

Resultado: 0 Muestra Exporta Excel Importa Excel

| D01.Numero de secuencia | D02.Tipo de tratamiento | D03.Código de producto | D04.Descripción de la mercancía | D05.Código del estado de la mercancía |
|-------------------------|-------------------------|------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|
|                         |                         |                        |                                 |                                       |

---

|  |  |                                      |               |
|--|--|--------------------------------------|---------------|
| D07.Código suplementaria                   | Código complementario                      | D02.Tipo de tratamiento              | --Selección-- |
| D15.Código subpartida                      | D04.Descripción de la mercancía            | D14.Peso neto                        | 0.000         |
| D03.Código de producto                     | D10.Cantidad de unidades físicas           | D12.Cantidad de unidades comerciales | 0             |
| D09.Código del estado de la mercancía      | D11.Código de tipo de unidades físicas     | D09.Cantidad de bultos               | 0             |
| D11.Código de tipo de unidades físicas     | D13.Código de unidad de venta de mercancía | D17.valor FOB                        | \$ 0          |
| D13.Código de unidad de venta de mercancía | D08.Clase de embalaje                      | D25.valor FOB de vehículo            | \$ 0          |
| D08.Clase de embalaje                      | D16.Código de país de origen               |                                      |               |
| D16.Código de país de origen               | D18.Monto de Transacción Real              |                                      |               |

---

|                                   |                            |                                    |               |
|-----------------------------------|----------------------------|------------------------------------|---------------|
| D21.Valor en factura de la serie  | \$ 0                       | D22.Unidad monetaria de la factura | --Selección-- |
| D23.Numero de chasis del vehículo | D24.Numero de motor        | D20.Fecha de factura               | 05/11/2013    |
| D19.Numero de factura             | D26.Utilización geográfica |                                    |               |

Agregar Modificar Eliminar

**DETALLE DE DESPACHO PRECEDENTE**

D01.Numero de secuencia: E02.Código de régimen precedente: E03.Código del distrito precedente: E04.Año de la orden precedente:

---

|                                    |                                  |               |
|------------------------------------|----------------------------------|---------------|
| D01.Numero de secuencia            | E02.Código de régimen precedente | --Selección-- |
| E03.Código del distrito precedente | E04.Año de la orden precedente   |               |
| E05.Secuencial precedente          | E06.Numero de item precedente    |               |

Agregar Modificar Eliminar

**OBSERVACION DE OCE - ITEM**

| D01.Numero de secuencia | G02.Código de observación de oce | G03.Observaciones de oce |
|-------------------------|----------------------------------|--------------------------|
|                         |                                  |                          |

---

|                          |                                  |               |
|--------------------------|----------------------------------|---------------|
| D01.Numero de secuencia  | G02.Código de observación de oce | --Selección-- |
| G03.Observaciones de oce |                                  |               |

Agregar Modificar Eliminar

Guardar temporal Traer Exportar a Excel

Para nuestro caso vamos a usar la partida arancelaria 68029900

### Ilustración 5 Partida Arancelaria

**SECCION** XIII:MANUFACTURAS DE PIEDRA, YESO FRAGUABLE, CEMENTO, AMIANTO (ASBESTO), MICA O MATERIAS ANALOGAS; PRODUCTOS CERAMICOS; VIDRIO Y MANUFACTURAS DE VIDRIO

**CAPITULO** 68:Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas

**68.02** Piedras de talla o de construcción trabajadas (excluida la pizarra) y sus manufacturas, excepto las de la partida no 68.01; cubos, dados y artículos similares para mosaicos, de piedra natural (incluida la pizarra), aunque estén sobre soport

- Los demás:

|               |                       |
|---------------|-----------------------|
| 6802.99.00.00 | - - Las demas piedras |
|---------------|-----------------------|

Y en la tercera viñeta van declarado los documentos de acompañamiento

Los documentos transmitidos digitalmente a través del ECUAPASS y que acompañan a la DAE:

- Factura Comercial
- Autorizaciones previas ( cuando el caso lo amerite )
- Certificado de Origen electrónico

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación. Para lo cual se necesitará el booking confirmation, que es la separación del espacio en el Buque y el AISV que es el permiso que otorga el patio para el ingreso de la mercancía que va a ser exportada.

- Booking Confirmation
- AISV

### **Proceso de Aforo**

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

Aforo Automático:

Una vez que las mercancías ingresen al Almacén y no tenga deudas con el almacén SENAE procede a dar SALIDA AUTORIZADA.

Aforo Documental:

Cuando tenemos esta clase de AFORO el comprador asignado nos solicita revisar la documentación previa a darnos la SALIDA AUTORIZADA

Aforo Físico:

En el Aforo Físico SENAE nos asigna un comprobador con el cual nos contactamos para realizar la inspección de la mercadería, previo al embarque si todo se encuentra en orden conforme lo declarado en la DAE transmitida nos emite la SALIDA AUTORIZADA.

### **Pago y Sello:**

Se origina en el instante en que ya se ha terminado el aforo y por la cual se obtiene la fecha de aprobación donde se hacen los pagos de los tributos.

### **Declaración de Pago y de Liquidación.**

Se da la vuelta de la documentación al departamento de comprobación donde se precederá a declarar cuánto se ha pagado.

### **Antinarcoáticos.**

Solo si lo solicita SENAE o el almacén donde ingresa la carga (a través de la policía antinarcoáticos).

Esto solo suele suceder cuando la mercadería ingresa al almacén fuera del CUTT OFF que la naviera indica para cada VAPOR. O cuando por el riesgo del país de destino Final donde viaja la mercadería.

#### **4.7.2. Capacidad de Exportación**

Actualmente, en ECUAMARMOL se producen 100 mt<sup>2</sup> diarios de piedras rústicas, pero se puede producir hasta 300 mt<sup>2</sup>; es decir ECUAMARMOL tiene una capacidad instalada disponible de producción de 200 mt<sup>2</sup> diarios para ser exportados, sin necesidad de incurrir en una inversión de infraestructura.

#### **4.7.3. Estrategia de Posicionamiento**

Los productos ecuatorianos no pagan aranceles para ingresar a Colombia. Puesto que forman parte de la Comunidad Andina (CAN) y entre los cuatro miembros de este sistema de integración existe una zona de libre comercio. Colombia aplica el arancel externo común de la CAN a los productos importados que ingresan a su territorio, excepto a los

provenientes de los países de la CAN y de los países con los cuales ha firmado acuerdos comerciales.

El arancel externo de la CAN tiene cuatro niveles. A la mayoría de materias primas se le aplica el 5%, a los bienes de capital 10.0% y 15.0% para bienes intermedios. Por otro lado, este arancel está adecuado al nuevo texto único de la NANDINA, nomenclatura arancelaria común de los países de la CAN.

#### **4.7.3.1. Estrategia de Precios**

Los precios referenciales para el espacato de mármol habano Guayas que es el más abundante, más apetecido por el mercado nacional y extranjero por su costo y calidad, su precio al por mayor, distribución y exportación es de usd 17,00 en términos franco fábrica Km 19,5 vía a la costa.

El P.V.P es de usd 22 en Guayaquil, 25 en Quito y otras ciudades de país, en el extranjero este puede llegar hasta los 40,00 usd o más dependiendo si estos son países CAN o extracomunitarios. En nuestro caso se distribuirá el producto en Colombia en \$ 22 dólares, es decir 40892 pesos, de tal manera que sea competitivo con respecto a la competencia en el mercado colombiano cuyos precios oscilan entre \$ 18 y \$29 dólares.

#### **4.7.3.2. Estrategia de Venta**

Para lograr con éxito la inclusión de mercados comunitarios como Colombia y Perú, es muy importante exponerlos en ferias internacionales de construcción y decoración, visitar potenciales clientes en dichos países y ofrecer el producto en pieza suelta o en pieza compuesta con mayor valor agregado y fácil instalación. Se ha escogido estos dos puntos comunitarios por sus facilidades tributarias y crecimiento sostenibles de sus economías, no descartando también a países de Aladi como Brasil, Chile y otros fuera de la comunidad Andina como Estados Unidos, Europa y Asia, para los cuales habría que repotenciar la fase productiva y extractiva de materias primas, de este modo y en

comunidad o concordancia con el COPCI (código orgánico de la producción competitividad e inversiones) acogernos a las exenciones tributarias y acceso a la banca pública para obtener créditos preferenciales para el crecimiento del sector, se estima que el sector lapídeo solo en nuestro país mueve alrededor de 70 millones de dólares en importaciones, los mismos que deben ser reemplazados sistemáticamente con el programa de sustitución de importaciones en concordancia con el plan nacional de desarrollo de nuestro país.

Para lograr con éxito la penetración de mercados comunitarios como Colombia, Perú, es muy importante exponerlos en ferias internacionales de construcción y decoración, visitar potenciales clientes en dichos países y ofrecer el producto en pieza suelta o en pieza compuesta con mayor valor agregado y fácil instalación.

A pesar que Brasil es el principal país importador de este producto, se determina para efectos del plan al mercado colombiano, ya que con este posee relaciones bilaterales más directas y por ser miembros de la Comunidad Andina de Naciones, sus productos pueden ingresar con cero arancel y demás beneficios propuesto dentro de este bloque comercial; a más de que Colombia es el segundo país en importar las piedras rústica, como se identificó en el diagnóstico. Otra razón por la que se determina al mercado colombiano, refiere a los procesos logísticos y de transporte, los costos se reducen en referencia a otros países por su distancia, como Brasil o países europeos o asiáticos.

#### **4.7.4. Acuerdo Comercial entre las Partes (FOB)**

La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Para lo cual el comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y daño de las mercaderías desde aquel punto. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.



En la Figura No. se detalla el proceso de exportación por medio del INCOTERMS 2010 FOB Free on Board (Libre a bordo, puerto de carga convenido).

**Ilustración No. 6** FOB Free on Board (Libre a bordo, puerto de carga convenido).



Fuente: Proecuador

La flecha verde hacia abajo ( ↓ ) indica el momento de la entrega por parte del vendedor, lo que conlleva el final de sus responsabilidades para con la mercancía. En este caso, el vendedor cumple con sus responsabilidades cuando la mercancía ha sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

El vendedor cumple con su obligación de entrega cuando la mercancía ha sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El vendedor tiene que despachar la mercancía de exportación.

#### 4.7.4.1. Obligaciones Comprador

1. Pagar lo dispuesto en el contrato de compra-venta y conseguir, por su propia cuenta y riesgo, cualquier licencia de importación u autorización oficial precisa, así como llevar a cabo todas las formalidades aduaneras para la importación de la mercancía.
2. Contratar el transporte de la mercancía desde el puerto de embarque designado y recibir la entrega de la mercancía.
3. Asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía, así como todos los gastos desde el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque, si no da aviso suficiente o si el buque no llega a tiempo debe soportar todos los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercancía a partir de la fecha de expiración del plazo fijado para la entrega.

4. Pagar todos los gastos de derechos, impuestos y otras cargas oficiales.
5. Pagar los costes posteriores generados a la entrega de la mercancía (flete, descarga en el puerto de destino, trámites de aduana de importación).
6. Avisar sobre el nombre del buque, el punto de carga y la fecha de entrega requerida, aceptará la prueba de la entrega y pagará los gastos de la inspección previa al embarque, excepto si la inspección ha sido ordenada por las autoridades del país exportador.
7. Otras obligaciones como son pagar los gastos y cargas en que se haya incurrido para la obtención de los documentos y reembolsar los efectuados por el vendedor al prestar su ayuda al respecto.
8. Posibilidad de contratar seguro para cubrir el riesgo durante el transporte en barco.

#### **4.7.4.2. Obligaciones Vendedor**

- Suministrar la mercancía y la factura comercial de conformidad con el contrato de venta, obtener cualquier licencia de exportación y cualquiera otra autorización oficial precisa así como llevar a cabo los trámites aduaneros necesarios para la exportación de la mercancía.
- Entregar la mercancía a bordo del buque designado por el comprador.
- Soportar los riesgos de pérdida o daño de la mercancía, así como los gastos, hasta el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque fijado y dará al comprador aviso suficiente de que la mercancía ha sido entregada a bordo. Le proporcionará al comprador el documento usual de prueba de la entrega, pagará los gastos de las operaciones de verificación necesarias para entregar la mercancía.
- Asumir los costes aduaneros necesarios para la exportación.
- Otras obligaciones a las que el vendedor tiene que hacer frente son las de prestar al comprador, a petición suya, la ayuda precisa para obtener cualquier documento emitido en el país de embarque y/o de origen que pueda necesitar el comprador para la importación de la mercancía y para su paso en tránsito por otros países, así como la información necesaria para conseguir un seguro.

## Documentación de las Exportaciones

La venta directa requiere que el exportador cumpla con un conjunto de documentos que regulan el comercio internacional. Las tasas arancelarias, despachos aduaneros, procesos de ingreso, clasificaciones arancelarias, declaración de valor y administración de derechos difieren en cada país y pueden crear confusión a profesionales no predisuestos-preparados y además costos elevados.

Las autoridades aduaneras y las iniciativas de seguridad han impuesto nuevas reglamentaciones sobre las empresas, burocracia que complica y entorpece el comercio internacional. Por ejemplo en Estados Unidos el exportador consulta con el Departamento de Comercio para determinar si sus productos pueden enviarse con una licencia general o con una licencia validada individualmente (LVI). Un exportador solicita una LVI para determinar si la exportación está permitida.

Los documentos importantes para los exportadores son:

**Factura proforma:** es una factura o carta de intención, que envía el exportador al importador que define los términos de venta, precio y la entrega del producto en el caso de se realice el envío. Si el importador acepta los términos y las condiciones, el envía una orden de compra y arreglará el pago. En este momento el exportador puede emitir una factura comercial.

### **Factura comercial:**

Se deberá elaborar una factura comercial que comprenda un original y 5 copias. La factura debe contener:

1. N° del FUE.
2. Subpartida arancelaria del producto.
3. Descripción de mercadería, cantidad, peso, valor unitario y valor total de la factura.
4. Forma de pago.
5. Información del comprador.
6. Luego de elaborada la factura comercial con las 5 copias, se presenta junto con el FUE en el Banco Corresponsal para la obtención del visto bueno.

**Conocimiento de embarque o B/L:** es el recibo por los bienes entregados a la empresa de transporte para que sean enviados, un contrato por los servicios que presta la empresa y un documento de título.

**Certificado de origen:** es validado por una fuente externa como la cámara de comercio quien indica el origen del producto. Ayuda a los importadores a determinar los aranceles específicos.

### **Requisitos para obtener Certificados de Origen:**

#### **Paso 1: REGISTRO EN EL ECUAPASS:**

El primer paso que debe realizar el exportador para poder obtener un certificado de origen es registrarse en ECUAPASS como exportador a través del sitio web: <https://portal.aduana.gob.ec/>, en la opción "Solicitud de Uso". (Para registrarse en Ecuapass deberá contar previamente con la firma digital o TOKEN)

#### **Paso 2: DECLARACIÓN JURAMENTADA DE ORIGEN DJO:**

Dentro del Ecuapass deberá ingresar a la opción "Ventanilla Única" "Elaboración del DJO. El usuario deberá realizar la debida Declaración Juramentada de Origen del producto a exportar, requisito mínimo para la obtención de todo el certificado de origen. La DJO tiene como objetivo determinar de forma sistematizada si el producto cumple con las normas de origen establecidas en cada uno de los acuerdos, para beneficiarse de las preferencias arancelarias correspondientes. La DJO tiene una duración de dos años.

#### **Paso 3: GENERACIÓN DEL CERTIFICADO DE ORIGEN:**

En nuestro caso, como se va a exportar a países de la CAN, ALADI O MERCUSUR, el Certificado de Origen puede ser emitido por las siguientes entidades habilitadas: Cámara de Industrias y Producción, Cámara de Industrias de Guayaquil, Cámara de Industrias de Tungurahua, Cámara de Industrias de Manta, Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha, Cámara de Comercio de Guayaquil, Cámara de Comercio de Machala, Cámara de Industrias de Cuenca, Cámara de Comercio de Huaquillas, Cámara

de la Pequeña Industria del Carchi y FEDEXPOR.

El exportador deberá seguir el procedimiento de la entidad seleccionada, llenar el formulario y presentar documentación solicitada, para posteriormente retirar el certificado físico. (Próximamente las entidades habilitadas entrarán dentro ECUAPASS).

**Declaración de exportación del expedidor:** el gobierno del exportador utiliza este documento para supervisar las exportaciones y publicar estadísticas comerciales.

**Lista de empaque de exportación:** enumera el contenido de cada paquete exportado, indica el tipo de empaque y se pega en la cara exterior del mismo. El expedidor o despachador de fletes y funcionarios aduanales revisan en esta lista para determinar la naturaleza de la carga y para verificar que se envíe la carga correcta.

#### **4.7.4.3. Forma de Pago**

La forma de pago a utilizarse será por transferencia como se explica a continuación:

Se trata de una orden de transferencia cursada por el ordenante, portador a su banco para que pague a un tercero.

El banco emisor lo puede hacer de forma directa o utilizando los servicios de otra entidad.

#### **Partícipes**

- a. **Ordenante**, ordena al banco emisor que emita la orden.
- b. **Banco emisor**, emite la orden y el pago u ordena a otra entidad que pague.
- c. **Beneficiario**, recibe la cantidad pactada.
- d. **Banco pagador**, puede corresponder con el emisor o con un corresponsal de este.

### 3.- Tramitación

#### **Solicitud de la orden de pago.**

El importador solicita a su entidad financiera la emisión de la transferencia cumplimentando un impreso de solicitud de orden de pago.

Se tienen que aportar los siguientes datos:

- **Identificación del ordenante (pagador).**
- **Identificación del beneficiario (cobrador).**
- **Importe de la transferencia en números y letras.**
- **Divisa en que se hace la transferencia.**
- **Identificación del banco pagador extranjero:**
  - **Nombre y plaza del banco** donde tiene cuenta el beneficiario de la transferencia.
  - **Código swift o bic.** (Código bancario internacional). La gran mayoría de los bancos del mundo trabaja con el sistema de comunicaciones swift, (Society of Worldwide International Financial System) y tiene asignado un código identificativo llamado código swift. Está formado por 8 u 11 dígitos alfanuméricos que contienen la identificación del nombre y oficina del banco y el país donde se encuentra.
- **Número de cuenta bancaria del beneficiario.** Debe contener los números identificativos del banco y sucursal donde se destina el dinero. Hay que tener en cuenta que la forma de codificar en números los bancos y oficinas, es distinta en cada país, no existiendo un mismo criterio.
- **Código estadístico o concepto de la transferencia:** Con esta información se hace un seguimiento de los movimientos de dinero entre residentes y no residentes el Ministerio de Economía elabora la Balanza de Cobros y Pagos.

#### **Distribución de los gastos bancarios de la transferencia.**

En los pagos internacionales, tanto el banco emisor como el pagador cobran unas comisiones por la transferencia.

Existen tres tipos de distribución de gastos bancarios entre el ordenante y el beneficiario del pago:

- Gastos **SHA**: ( compartidos )

El ordenante paga las comisiones de su banco emisor y el beneficiario las de su banco pagador de la transferencia.

- Gastos **OUR** (por cuenta del ordenante)

El ordenante paga los gastos de su banco y los del banco pagador extranjero. El beneficiario no paga gastos.

- Gastos **BEN** (por cuenta del beneficiario): El beneficiario paga los gastos de su banco y los del banco emisor de la transferencia. El ordenante no paga gastos.

La gran mayoría de las transferencias se realiza con gastos SHA, siendo la política comercial de los bancos cobrar mínimos gastos en las transferencias SHA, siempre que se incluyan los datos bancarios completos.

### **Emisión de la transferencia**

El banco emisor, si considera suficientes los datos de la solicitud de la orden de pago, acepta la misma y emite la transferencia (orden de pago). Efectuará el cargo en la cuenta del ordenante, por el importe en euros o en el contravalor de la divisa, más las comisiones cuando proceda. Se manda la información del pago al pago extranjero, y se compensa a través de bancos corresponsales.

La valoración de la transferencia en euros es de un día y en divisas de dos días.

## **Recepción y abono de los fondos**

El banco pagador recibe los fondos de la transferencia y los ingresa, descontando las comisiones cuando corresponda, en la cuenta de su cliente beneficiario de la transferencia.

### **¿Cuándo se realiza?**

- Antes de la entrega de la mercancía.
- Simultáneamente a la entrega de la mercancía.
- Posteriormente a la entrega de la mercancía al importador.

### **Ventajas**

#### **a. Importador**

- Es uno de los medios más baratos junto con el cheque.
- Todo lo hace el banco.

#### **b. Exportador**

- Mayor seguridad que el cheque.
- Elevada velocidad de transmisión.
- No existe posibilidad de falsificación.
- Abono directo en cuenta.

### **Inconvenientes**

#### **a. Importador**

- No tiene.

#### **b. Exportador**

- Velocidad de cobro, en función del medio de transmisión empleado.
- Que el ordenante reciba la mercancía y no curse la orden.
- El riesgo país puede afectar al cobro.
- No existe ningún tipo de garantía por parte del banco.



#### **4.7.5. Logística de Salida**

##### **4.7.5.1. Fase de Pre embarque**

El proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque. Dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso
- Demás datos relativos a la mercancía

##### **4.7.5.2. Fase de Embarque**

Antes de la salida del medio de transporte, la línea naviera deberá obtener el número de “manifiesto de carga”. Se considerará la siguiente codificación a través de la página web del SENA, la que está relacionada con el tipo de manifiesto correspondiente. De acuerdo al tipo de manifiesto se codificará de la siguiente manera: a través de la página web del SENA.

**Tabla No. 4 Codificación de carga**

| Código    | Tipo de Manifiesto                  |
|-----------|-------------------------------------|
| <b>04</b> | Manifiesto marítimo de Exportación  |
| <b>05</b> | Manifiesto aéreo de Exportación     |
| <b>06</b> | Manifiesto terrestre de Exportación |

**Fuente:** SENAE

**Elaborado por:** Jonathan Pashma y Yadira Viteri

1. Se transmite el manifiesto de carga junto con los documentos de transporte al sistema del SENAE. El envío electrónico solo se realiza para aerolíneas o navieras, no así para transporte terrestre en que, el funcionario de Zona Primaria ingresa la información al sistema.

De conformidad con el Art. 26 del Reglamento de la Ley Orgánica de Aduanas, el manifiesto de carga deberá contener esencialmente los siguientes datos:

- a) Nombre del medio de transporte, en caso sea aplicable;
- b) Nombre de la empresa transportadora;
- c) Número de registro, matrícula o placa del medio de transporte, según sea el caso y nacionalidad del mismo;
- d) Nombre de puerto, aeropuerto o lugar de salida y destino;
- e) Fecha de salida o zarpe;
- f) Número del conocimiento de embarque, guía aérea o carta porte, según sea el caso;
- g) Nombre del remitente y del consignatario;
- h) Marcas, número de bultos/contenedores, clase de embalaje, peso, descripción de la mercadería y flete aplicado en el transporte;
- i) Almacén temporal al que se consigna la carga o régimen al que se la declarará;
- j) Firma de responsabilidad del agente del medio de transporte; y,
- k) Nombre de la Empresa consolidadora, de ser el caso.

#### **4.7.5.3. Fase de Post Embarque**

Regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportación (RDAE): Finalmente, usted podrá regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportación ante el SENA y obtener el definitivo DAE, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo (régimen 40). Una vez que se realiza este registro la DAE obtiene la marca REGULARIZADA. Para poder completar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque. Éste trámite requiere de los siguientes documentos:

- Copia de la factura comercial
- Copia de lista de empaque
- Copia de Certificado de Origen
- Copias no negociables de Documento de Transporte multimodal

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático
- Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.
- En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la

Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

- En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

Se considera recomendable revisar el boletín 222 – 2012 en el cual se encontrará los instructivos para el correcto llenado de la DAE junto con los videos demostrativos.

#### 4.8. Estudio económico financiero

##### 4.8.1. Inversión

La empresa Ecuamarmol para llevar a cabo el plan de exportación de piedra rústica al exterior, con destino a un distribuidor en Buenaventura, requiere de una inversión fija, que alcanza el valor de \$ 67.069 dólares, desglosados en gastos de instalación eléctrica y cableado, es decir, \$ 1.200 dólares, equivalente al 1.76% del total de inversión. Otro rubro de la inversión, están destinados a financiar la construcción de una oficina de comercio exterior valorada en \$ 5000 dólares, muebles y enseres, correspondiente a \$ 978 dólares, equipos varios que corresponden a un montacarga valorado en \$ 28000 dólares, equipos de computación en \$ 3.391 dólares, y finalmente, vehículo para traslado del personal de comercio exterior que corresponden a un valor de \$ 27.000 dólares.

**Tabla 5 Inversión Fija**

| <b>INVERSION</b> |  |                    |
|------------------|--|--------------------|
|                  | <b>Detalle</b>                           | <b>Valor Total</b> |
| <b>Cant.</b>     | <b>Detalle</b>                           |                    |
| 1                | Instalación Eléctrica                    | 1.200,00           |
| 1                | Contrucción de Oficina Comercio Exterior | 5.000,00           |
| 1                | Galpón                                   | 1.500,00           |
| 1                | Equipos                                  | 28.000,00          |
| 5                | Muebles y Enseres                        | 978,00             |
| 1                | Equipos de Computación                   | 3.391,00           |
| 1                | Vehículo                                 | 27.000,00          |
|                  | <b>TOTAL INVERSIONES</b>                 | <b>67.069,00</b>   |

**Elaborado por:** Jonathan Pashma y Yadira Viteri

#### 4.8.2. Financiamiento

El financiamiento de la Industria Ecuamarmol S.A. será con aportes propios y préstamo bancarios obtenidos del Banco La Unión. El 55% de la inversión total, corresponde a capital propio por un valor de \$ 36.887,95 dólares; en tanto que, el 45% a préstamo bancario, es decir, el valor de \$ 30.181,05 dólares. El **Tabla No. 6** se ilustra el detalle del financiamiento del proyecto.

**Tabla 6 Financiamiento**

| Detalle           | Valor            | %           |
|-------------------|------------------|-------------|
| Capital Propio    | 36.887,95        | 55,00%      |
| Préstamo Bancario | 30.181,05        | 45,00%      |
| <b>Total</b>      | <b>67.069,00</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** Jonathan Pashma y Yadira Viteri

#### 4.8.3. Gasto financieros

En el **Tabla No. 7** se detalla la Tabla de Amortización Uniforme de Cuota Fija, donde se muestran los gastos financieros incurridos en el proyecto, calculados durante 5 años, para lo cual se utilizó la tasa activa referencial del 14% de acuerdo a fuentes obtenidas por el Banco Unión, el cual fue escogido por las facilidades de acceso a crédito y trámites que ofrece.

**Tabla No. 7 Tabla de Amortización Uniforme de Cuota Fija**

| AÑOS         | PAGO             | CAPITAL          | INTERESES        | SALDO     |
|--------------|------------------|------------------|------------------|-----------|
| 0            |                  |                  |                  | 30.181,05 |
| 1            | 8.791,24         | 4.565,90         | 4.225,35         | 25.615,15 |
| 2            | 8.791,24         | 5.205,12         | 3.586,12         | 20.410,03 |
| 3            | 8.791,24         | 5.933,84         | 2.857,40         | 14.476,19 |
| 4            | 8.791,24         | 6.764,58         | 2.026,67         | 7.711,62  |
| 5            | 8.791,24         | 7.711,62         | 1.079,63         | 0,00      |
| <b>TOTAL</b> | <b>43.956,22</b> | <b>30.181,05</b> | <b>13.775,17</b> |           |

**Elaborado por:** Los Autores

El capital es el resultado de restar el valor del Pago menos los intereses; y el Saldo se obtiene restando el saldo anterior menos el capital del año actual. Para el cálculo del interés se multiplica el Saldo Anterior por el 14%, lo que permite definir intereses decrecientes.

#### 4.8.4. Ingresos

##### 4.8.4.1. Proyección de Ingresos

El desglose del cálculo se detalla en el **Tabla No. 8**, referente a los Ingresos Proyectados, el cual se establece en función de una demanda potencial representada por cajas de 222 tiras de espacato correspondiente a 31250 cajas anuales con un incremento del 5% para los siguientes años, hasta llegar a un máximo de 37985 cajas, es decir una producción diaria de 152 metros cuadrados.

El método de fijación de precio utilizado es basado en la competencia en el mercado de Buenaventura por lo cual se definió en \$ 21.50 dólares para ser tentativos en la elección de los usuarios. El total de ingresos obtenidos durante el primer año corresponde a \$ 671.875 dólares y para el último año equivalente a \$ 900.376,76 dólares como se detalla a continuación:

**Tabla No. 8 Ingresos por ventas**

| Detalle  | Año 1             | Año 2             | Año 3             | Año 4             | Año 5             |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Datos Generales</b>                                 |                   |                   |                   |                   |                   |
| Comercialización de piedra rústica                     |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>1. Determinación de demanda potencial</b>           |                   |                   |                   |                   |                   |
| 1.1. Metros cuadrados producidos diariamente           | 125               | 131               | 138               | 145               | 152               |
| 1.2. Días de producción al año                         | 250               | 250               | 250               | 250               | 250               |
| 1.3. Total anual en metros cuadrados de espacato       | <b>31250</b>      | <b>32812,5</b>    | <b>34453,125</b>  | <b>36176</b>      | <b>37985</b>      |
| 1.4. Embalaje cajas de cartón de 222 tiras de espacato | <b>31250</b>      | <b>32812,5</b>    | <b>34453,125</b>  | <b>36176</b>      | <b>37985</b>      |
| <b>2. Precio de Venta al público</b>                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| 2.1. Precio de venta al extranjero                     | 21,50             | 21,50             | 22,58             | 22,58             | 23,70             |
| <b>Ingresos</b>  |                   |                   |                   |                   |                   |
| Ing. por Venta de Cajas de Espacato al exterior        | 671.875,00        | 705.468,75        | 777.779,30        | 816.668,26        | 900.376,76        |
| <b>Total Ingresos</b>                                  | <b>671.875,00</b> | <b>705.468,75</b> | <b>777.779,30</b> | <b>816.668,26</b> | <b>900.376,76</b> |

**Elaborado por:** Jonathan Pashma y Yadira Viteri

#### 4.8.5. Determinación de costos y gastos

En el **Tabla No. 9** se detallan los costos incurridos en la exportación que están relacionados con el costo de fábrica del producto que corresponde a \$ 14 dólares, en tanto que el embalaje y etiquetaje implica la utilización de 1250 pallets que tienen una capacidad máxima de 24 cajas cada uno, a un valor unitario de \$ 6.50 lo que da un costo total de \$ 8125 dólares. Adicionalmente, se considerará los gastos referidos al transporte y puerto que corresponde a \$ 100 dólares de gasto interno de transporte por 24 veces al año que se utiliza el servicio de transportación desde la fábrica hasta el puerto marítimo, en tanto que, la recepción, almacenaje y cargas corresponden al sueldo anual que percibe el montacarguista contratado. Otro rubro corresponde a Gastos Comerciales y Administrativos que implica el rubro anual del Jefe de Exportación y asistente de exportación, gastos de agua, luz y teléfono de la oficina de exportación adicional que llevará a cabo los trámites a realizarse, la depreciación de vehículo, muebles y enseres, equipos de oficina, de computación, suministros de oficina utilizados mensualmente y gastos de promoción y publicidad mensual, lo que da un valor anual incurrido de \$ 27.368,83 dólares como se detalla a continuación:

**Tabla 9 Gastos Comerciales y Administrativos**

| <b>Gastos de Personal</b>                         | <b>No.</b> | <b>T. Mensual</b> | <b>T. Anual</b>  |
|---|------------|-------------------|------------------|
| Jefe de Exportación                               | 1          | 807,22            | 10.726,60        |
| Asistente de Exportación                          | 1          | 518,93            | 7.017,10         |
| <b>SUBTOTAL</b>                                   | <b>2</b>   | <b>1.326,14</b>   | <b>17.743,70</b> |
| Gastos de Agua, Luz y Teléfono                    |            | 90,00             | 1.080,00         |
| Dep. Vehículos                                    |            | 450,00            | 5.400,00         |
| Dep. Muebles y Enseres                            |            | 8,15              | 97,80            |
| Dep. Equipo de Oficina                            |            | 14,75             | 177,00           |
| Instalación Eléctrica                             |            | 10,00             | 120,00           |
| Dep Equipos de Computación                        |            | 94,19             | 1.130,33         |
| Gastos de promoción y publicidad                  |            | 85,00             | 1.020,00         |
| Gasto de suministro (Grapas, papeles, clips, etc) |            | 50,00             | 600,00           |
| <b>TOTAL</b>                                      |            |                   | <b>27.368,83</b> |

**Elaborado por:** Jonathan Pashma y Yadira Viteri

Con respecto a los honorarios de agentes de aduana se consideró un 1% del valor del FOB equivalente a \$ 4.655,11 dólares, lo que da en total un valor FOB (Free on Board) anual incurrido de \$ 465.511,47 dólares por la distribución de 31250 cajas anuales en el primer año. El flete internacional según la cotización efectuada por Logística Global que corresponde a \$ 6000 dólares por cada contenedor como doce meses da un total de

\$144.000 dólares. El valor de CFR (Costo y flete) anual corresponde a \$ 609.511,47 dólares. El seguro internacional contratado se estima en un 0.8% sobre el 112% el CFR que da como resultado un valor anual de \$ 5.461,22 dólares. El CIF (Costo, seguro y flete) se determina en \$ 614.972,69 dólares.

**Tabla 10 Costo de Exportación**

**TOTAL \$ 3.072,01 7**

|   |                                |                      |
|---|--------------------------------|----------------------|
| <b>Producto:</b>  | Espacato                       |                      |
| <b>Valor Exw:</b>   | Escapato en cajas de 222 tiras |                      |
| <b>Planta de embarque:</b>                                  | Colombia - Buenaventura        |                      |
| <b>Puerto de Destino:</b>                                   | Guayaquil - Guayas Ecuador     |                      |
| <b>Tasa de Cambio</b>                                       | 2,15 pesos colombianos/1 dólar |                      |
| <b>1. Costos en Guayaquil</b>                               |                                |                      |
| Por cada pallet se distribuyen 24 cajas                     |                                | 24                   |
| Mano de obra paletado y carga                               |                                | 6.275,20             |
| Conten. a usar de 20 pies carga máxima de 29 ton. (2xmes)   |                                | 24                   |
| Agente de Aduana de Ecuador 1% del FOB                      |                                |                      |
| Gastos de transporte interno de la fábrica al Puerto        |                                | 100,00               |
| Aranceles de exportación                                    | 0%                             |                      |
| Flete en buques desde Guayaquil a Buenaventura              |                                | 6.000,00             |
| Gastos de administración anual                              | 27.368,83                      |                      |
| <b>2. Valor Exw</b>   |                                |                      |
| Valor en fábrica de una caja                                | \$ 14,00                       |                      |
| Valor de la caja  | \$ 0,05                        |                      |
| Número de tiras de espacato por caja                        | 222 tiras                      | 1 metro cuadrado     |
| Número de cajas mensuales por contenedor                    | 1302                           | 54,25347222          |
| Número de cajas a venderse anualmente                       | 31250                          |                      |
| Valor Exw   | \$ 439.062,50                  |                      |
| <b>Concepto</b>   |                                |                      |
| <b>Dólares</b>  |                                |                      |
| <b>1. Referido al producto</b>                              |                                |                      |
| Exw en divisas  |                                | \$ 439.062,50        |
| Embalaje, etiquetado<br>(31250/24 cajas por pallet)*\$ 6,50 |                                | \$ 8.463,54          |
| <b>Gastos referidos al transporte y puertos</b>             |                                |                      |
| Portes a puertos  |                                | 2.400,00             |
| Recepción, almacenaje                                       |                                | 6.275,20             |
| Acarreos, cargas, estibos, consolidación                    |                                |                      |
| <b>SUBTOTAL</b>   |                                | \$ 456.201,24        |
| Honorarios, Agentes de Aduanas                              |                                | \$ 4.655,11          |
| <b>VALOR FOB</b>  |                                | <b>\$ 465.511,47</b> |
| Flete   |                                | 144.000,00           |
| <b>VALOR CFR</b>  |                                | <b>\$ 609.511,47</b> |
| Seguro Internacional (0,8% sobre el 112% del CFR)           |                                | 5.461,22             |
| <b>VALOR CIF</b>  |                                | <b>614.972,69</b>    |

**Elaborado por:** Jonathan Pashma y Yadira Viteri



#### 4.8.6. Evaluación del proyecto

##### 4.8.6.1. Flujo financiero del proyecto

La evaluación de un proyecto es una herramienta financiera que permite cuantificar el impacto positivo o negativo de un proyecto, mediante un juicio objetivo sobre la conveniencia de llevarlo a cabo para tomar decisiones correctas. En la Tabla **No. 11** se detallan la utilidad operacional obtenida con la ejecución de la propuesta, de acuerdo al Flujo de Caja, el cual se mantiene positivo desde el primer año de la propuesta, hasta llegar al 2018 con un flujo que alcanza \$ 30.160,38 dólares.

**Tabla 11 Flujo del Proyecto**

| Descripción                               | Periodos    |            |            |            |            |            |
|---|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|   | 2013        | 2014       | 2015       | 2016       | 2017       | 2018       |
| Ingresos obtenidos                        |             | 671.875,00 | 705.468,75 | 777.779,30 | 816.668,26 | 900.376,76 |
| Costo de exportación                      |             | 614.972,69 | 645.721,33 | 711.907,76 | 747.503,15 | 824.122,23 |
| Gastos Administrativos                    |             | 20.443,70  | 20.443,70  | 20.443,70  | 20.443,70  | 20.443,70  |
| Depreciación de Activos                   |             | 6.925,13   | 6.925,13   | 6.925,13   | 6.925,13   | 6.925,13   |
| (=) Utilidad Bruta                        |             | 29.533,47  | 32.378,59  | 38.502,70  | 41.796,28  | 48.885,70  |
| (-) Gastos no Operacionales               |             |            |            |            |            |            |
| Gastos Financieros (Int. Sobre préstamos) |             | 4.225,35   | 3.586,12   | 2.857,40   | 2.026,67   | 1.079,63   |
| Utilidad Antes de Part. Trah. E Imp.      |             | 25.308,13  | 28.792,47  | 35.645,29  | 39.769,61  | 47.806,07  |
| Participación de Trabajadores (15%)       |             |            | 3.796,22   | 4.318,87   | 5.346,79   | 5.965,44   |
| Utilidad Antes de Impuestos               |             | 25.308,13  | 24.996,25  | 31.326,42  | 34.422,81  | 41.840,63  |
| 22% Impuesto a la Renta                   |             |            | 5.567,79   | 5.499,17   | 6.891,81   | 7.573,02   |
| Utilidad Neta                             |             | 25.308,13  | 19.428,46  | 25.827,25  | 27.531,00  | 34.267,61  |
| Dep. Activos                              |             | 6.925,13   | 6.925,13   | 6.925,13   | 6.925,13   | 6.925,13   |
| Inversión Inicial                         | - 67.069,00 |            |            |            |            |            |
| Inversión Adicional de Activos            |             |            |            | -3.391,00  |            |            |
| Préstamo                                  | 30.181,05   |            |            |            |            |            |
| Amortización                              |             | -4.565,90  | -5.205,12  | -5.933,84  | -6.764,58  | -7.711,62  |
| Recuperación de Capital de Trabajo        |             |            |            |            |            | 4.698,32   |
| Flujo de Caja                             | - 36.887,95 | 27.667,36  | 21.148,47  | 23.427,54  | 27.691,56  | 38.179,45  |
| TIR                                       | 64%         |            |            |            |            |            |
| VAN                                       | 83.341,97   |            |            |            |            |            |

Elaborado por: Jonathan Pashma y Yadira Viteri

---

#### 4.8.6.2. Tasa Mínima Atractivo de Retorno (TMAR)

##### a) Costo de Oportunidad: Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR)

La tasa mínima atractiva de retorno a utilizarse para descontar los flujos de efectivo futuros del presente proyecto representa la mínima rentabilidad que el inversionista le exige a la inversión, por renunciar al uso alternativo de dichos recursos, considerando un nivel de riesgo específico.

Para lo cual se ha utilizado la tasa pasiva referencial del Banco Central del Ecuador correspondiente a 4.5%.

#### 4.8.6.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR (Tasa Interna de Retorno) es aquella tasa que hace que el valor actual neto sea igual a cero.

Algebraicamente:

$$VAN = 0 = \sum_{i=1...n} BN_i / (1+TIR)^i$$

Dónde:

VAN: Valor Actual Neto

BN<sub>i</sub>: Beneficio Neto del Año i

TIR: Tasa interna de retorno

La regla para realizar una inversión o no utilizando la TIR es la siguiente:

TIR > i => realizar el proyecto

TIR < i => no realizar el proyecto

TIR = i => el inversionista es indiferente entre realizar el

Proyecto o no.

En base al análisis de proyección de los flujos de caja correspondiente al escenario esperado se obtiene una TIR corresponde al 64%; lo que significa que conviene llevar a cabo el proyecto porque este brinda una rentabilidad muy buena.

#### 4.8.6.4. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN compara a todos los ingresos y egresos del proyecto en sólo un momento del tiempo con respecto a la inversión inicial. La metodología consiste en descontar al momento actual (a través de una tasa de descuento) todos los flujos de efectivo futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$\text{VAN} = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

- Vt     representa los flujos de caja en cada periodo t.
- lo     es el desembolso inicial de la inversión.
- k     Tasa de descuento
- n     es el número de períodos considerado.

El Van que obtuvimos es:                   VAN= \$ 83.341,97

---

## CONCLUSIONES

1. El nivel de aceptación del producto, en el mercado de Buenaventura, fue calificado como excelente, en cuanto a calidad y precio, según lo expresaron los potenciales clientes, que operan en la localidad como distribuidores mayoristas de productos de revestimiento de paredes y pisos, quienes señalaron que estarían dispuestos a comprar la totalidad de la producción, por disponer de una red de distribución establecida.
2. Con las muestras del producto proporcionadas, a los clientes potenciales, la investigación permitió conocer que la diversificación de la piedra rústica permitirá a ECUAMARMOL ingresar al mercado de Buenaventura, con una ventaja competitiva, en precio, principalmente, que representa una aceptación mayoritaria, de al menos 60% del mercado que distribuyen, según el sondeo de opiniones, realizadas por los clientes potenciales, a los consumidores de lugar, que hacen compras regulares.
3. La empresa dispone de una capacidad ociosa de producción del 66,67%; esto es, las  $\frac{2}{3}$  parte de la producción, equivalente a 200 m<sup>2</sup> de un total de 300 m<sup>2</sup>, las ventas directas a distribuidores exclusivos en el mercado exterior de Buenaventura, es una oportunidad comercial que le ayudaría a mejorar sus ingresos económicos y reducir los costos unitarios fijos para incrementar el margen de contribución del producto.
4. El importador es responsable del trámite ágil y costos de la desaduanización en el puerto local, cuya legalidad y documentación en la movilización de la mercancía, desde el puerto de origen, sigue siendo de responsabilidad del exportador. De conformidad a la investigación, estos aspectos son comunes en los acuerdos comerciales, según indicaron los clientes potenciales y mostraron su conformidad.

5. La inversión total alcanza las cifras de \$67.069, equivalente a una estructura porcentual de financiamiento del 55% de capital propio, equivalente a \$36.887,95; y un financiamiento equivalente a 45%, que corresponde a un monto de \$30.181,05 para ser cancelados en cinco años. La propuesta no incluye maquinaria, ni rubros relacionados al proceso productivo. Solo considera la parte comercial de la exportación, que cubren los costos y ganancias incrementales derivada de la comercialización del nuevo mercado.

---

## RECOMENDACIONES

1. El abastecimiento debe ser oportuno, conforme al flujo regular definido por la capacidad de planta y el abastecimiento de la piedra de las canteras, que se ubica en el rango de producción de espacato, que oscila entre 125 y 160 m<sup>2</sup> diarios, en el tamaño de planta disponible, se sugiere que los despachos sean mensuales, para aprovechar al máximo, la capacidad de los contenedores y peso máximo permitido.
2. Es recomendable que la empresa, coordine regularmente con sus clientes mayoristas exclusivos, para diversificar los productos conforme las tendencias del mercado, en cuanto a dimensiones, colores y diferentes aplicaciones que los diseñadores de construcción introducen al mercado, de tal manera, de mantener fidelizados al consumidor final, que en definitiva es quien establece el consumo y niveles de demanda del producto. El departamento de Ventas de Exportación deberá mantenerse en contacto con los clientes y hacer sondeos de opinión del producto a los consumidores para captar las tendencias en gustos y preferencias.
3. La empresa está en condiciones de aprovechar la oportunidad comercial que le ofrece el mercado colombiano de Buenaventura para ubicar su capacidad instalada ociosa, y sondear otros potenciales clientes de la región con la finalidad de iniciar la expansión empresarial, que le brinda la globalización de la internacionalización, con lo cual requeriría ampliar su infraestructura, una vez que haya captado el mercado internacional, en su primera propuesta.
4. La empresa deberá disponer de un departamento especializado en exportaciones, con personal capacitado específico, para mantener contacto con las agencias navieras y personal del puerto de Guayaquil, para facilitar los

envíos inmediatos, cuyos costos de acuerdo a una prenegociación son de competencia del exportador.

5. La ruta marítima de los puertos Ecuador – Buenaventura, representa una ruta directa, sin transbordo, apropiada para cargas pesadas, con capacidad para recibir buques, en cualquier marea, equipados con grúas multipropósito que puede levantar hasta 100 toneladas. Los sistemas telemáticos que dispone el puerto de Buenaventura permite que la nacionalización sea ágil, entre dos días y 6 horas, desde la llegada de la carga; de esta manera, los clientes se benefician por la agilización de los procesos de nacionalización de carga, lo que permite reducir los trámites en forma significativa. Aspectos del puerto de destino que es propicio y recomendable para la buena negociación.
  
6. La inversión es factible y conviene llevar a cabo el proyecto, la toma de decisión se apoya en la evaluación financiera de la propuesta que brinda una rentabilidad muy buena, determinado en 57% de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 66.268,50.

---

## BIBLIOGRAFIA

- Agroecuador. (2014). *Ley de facilitación de exportación y transporte acuático*. Obtenido de <http://www.agroecuador.com/HTML/angendaInter/estplantasmedici/Ley%20de%20Facilitacion%20de%20Exportacion%20y%20Transporte%20Acuatico.pdf>
- AN. (2014). *Constitución política de la república del Ecuador*. Obtenido de <http://pdba.georgetown.edu/Parties/Ecuador/Leyes/constitucion.pdf>
- Andes. (2013). *Ecuador trabaja para reducir la tasa de analfabetismo del 6,8% al 4%*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/ecuador-trabaja-reducir-tasa-analfabetismo-68-4.html>
- Andes. (2013). *El Índice de Desarrollo Humano ubica a Ecuador en el tercer lugar de crecimiento en Latinoamérica y el Caribe*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/indice-desarrollo-humano-ubica-ecuador-tercer-lugar-crecimiento-latinoamerica-caribe.html>
- Andes. (2013). *El sistema de salud de Ecuador se ubica entre los 20 mejores del mundo*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/sistema-salud-ecuador-ubica-entre-20-mejores-mundo.html>
- ANDI. (2014). *Colombia: Balance 2013 y perspectivas 2014*. Obtenido de [http://www.andi.com.co/pages/proyectos\\_paginas/contenido.aspx?pro\\_id=1767&IdConsec=8979&clase=8&Id=5&Tipo=3](http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/contenido.aspx?pro_id=1767&IdConsec=8979&clase=8&Id=5&Tipo=3)
- Andi. (2014). *Industria, motor del desarrollo social y económico de Colombia*. Obtenido de [www.andi.com.co/downloadfile.aspx?Id=d9531726-fdef-4a39-a473](http://www.andi.com.co/downloadfile.aspx?Id=d9531726-fdef-4a39-a473).
- APG. (2014). *Ley general de puertos*. Obtenido de [http://www.apg.gob.ec/files/ley\\_puertos.pdf](http://www.apg.gob.ec/files/ley_puertos.pdf)
- Atv. (2010). *¿Cómo está Colombia a nivel tecnológico? El Ministro de las TIC responde*. Obtenido de <http://actualicese.com/actualidad/2010/04/12/como-esta-colombia-a-nivel-tecnologico-el-ministro-de-las-tic-responde/>
- Bajo, O. (1991). *Teorías del comercio internacional*. Barcelona: Antoni Bosch.
- Comercio. (2012). *La historia de Ecuador contada a través del petróleo*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com.ec/negocios/historia-contada-traves->



petroleo\_0\_726527348.html

Comercio. (2012). *Nuevo plan para cambiar el aparato productivo del país*. Obtenido de [http://www.elcomercio.com.ec/negocios/Nuevo-cambiar-aparato-productivo-pais\\_0\\_780522162.html](http://www.elcomercio.com.ec/negocios/Nuevo-cambiar-aparato-productivo-pais_0_780522162.html)

Comercio. (2014). *Avances-Internet-mejoras desarrollo*. Obtenido de [http://www.elcomercio.com.ec/tecnologia/Tecnologia-Ecuador-avances-Internet-mejoras desarrollo\\_0\\_995300525.html](http://www.elcomercio.com.ec/tecnologia/Tecnologia-Ecuador-avances-Internet-mejoras desarrollo_0_995300525.html)

DDC. (2014). *Analizaron en Ecuador crecimiento de comercio exterior e infraestructura en puertos* . Obtenido de <http://diariodigitalcentro.com/index.php/economia-local/331-analizaron-en-ecuadorcrecimiento-de-comercio-exterior-e-infraestructura-en-puertos>

Espinoza, E. (2009). *La competitividad del sistema agroalimentario localizado productor de quesos tradicionales*. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/eea/Competitividad.htm>

Fred, D. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.

García, A. (2014). *Ubicación geográfica de Colombia*. Obtenido de <http://www.todacolombia.com/geografia/ubicacion.html>

García, C. (2009). *Elementos de Comercio Exterior*. México: Trillas.

García, G. (2009). *Estudio de factibilidad de exportación de granadilla al mercado alemán*. Obtenido de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10616/1/37229\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10616/1/37229_1.pdf)

GN. (2013). *Plan nacional del buen vivir*. Obtenido de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

GN. (2013). *Propuesta para el Socialismo del buen vivir*. Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/votebienec/planes/pais.pdf>

H CN. (1999). *La comisión legislativa y codificación*. Obtenido de [http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4\\_ecu\\_comp.pdf](http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf)

Lozano, J., & De la Cierva, J. (2004). *Proteccionismo*. Obtenido de

- 
- <http://www.claseshistoria.com/glosario/proteccionismo.html>
- Mascomex. (2014). *Barreras comerciales*. Obtenido de <http://mascomex.wikidot.com/g6p4>
- MEFP. (2014). *Acuerdos internacionales*. Obtenido de [https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2441&Itemid=101704&lang=es](https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=2441&Itemid=101704&lang=es)
- Molina, A., & Soto, D. (2004). *Diseño de un sistema de planeación y control de la producción en panamericana de mármoles Ltda.* Obtenido de <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis159.pdf>
- Mora, A. (2010). *Análisis de una solución estratégica para una PYME en Ecuador*. Obtenido de <http://www.pmp-projects.org/Analise%20de%20uma%20Solucioa%20Estrategica.pdf>
- Nación. (2001). *Capacidad exportadora en Costa Rica*. Obtenido de [http://www.nacion.com/ln\\_ee/2002/febrero/20/documento.html#\\_Toc1965695](http://www.nacion.com/ln_ee/2002/febrero/20/documento.html#_Toc1965695)
- Pérez, J. (2007). *Historia, geografía y puerto como determinantes de la situación social de Buenaventura. Documento de trabajo sobre economía regional*. Colombia: Banco de la República CEER.
- POT. (2008). *Municipio de Buenaventura. Resumen Ejecutivo*. Obtenido de [http://www.buenaventura.gov.co/images/multimedia/resumen\\_ejecutivo\\_-\\_pot\\_2013.pdf](http://www.buenaventura.gov.co/images/multimedia/resumen_ejecutivo_-_pot_2013.pdf)
- Proecuador. (2014). *¿Qué son barreras no arancelarias?* Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-no-arancelarias/>
- Proecuador. (2014). *Pro Ecuador Y CFN firman convenio para promocionar productos financieros al sector exportador*. Obtenido de [http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/04/PROECUADOR\\_IC\\_03-27.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/04/PROECUADOR_IC_03-27.pdf)
- PROEXPORT. (2014). *Ubicación geográfica de Colombia*. Obtenido de <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/informacion-practica/viajar-a-colombia-informacion-y-consejos/antes-de-venir/geografia-colombiana>
- Rodríguez, J. (2001). *Administración de Pequeñas y Medianas Empresas Exportadoras*.

México: Thompson.

SE. (2012). *Estudio de la cadena productiva del mármol* . Obtenido de [http://www.economia.gob.mx/files/comunidad\\_negocios/industria\\_comercio/cadena\\_productiva\\_marmol.pdf](http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/industria_comercio/cadena_productiva_marmol.pdf)

Telégrafo. (2014). *Ventas no petroleras fueron de \$10.849 millones en 2013* . Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/ventas-no-petroleras-fueron-de-10-849-millones-en-2013.html>










Thompson, I. (2005). *El Proceso de Mercadotecnia*. Obtenido de [http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia\\_proceso.htm](http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia_proceso.htm)

Villareal , R. (2006). *El modelo de competitividad sistémica de los agro negocios en la cadena global de valor*. México: IOSD y CECID .

**Anexo No. 1**

**Proceso de la piedra natural denominada caliza compacta habano Guayas.**

**Lugar de extracciones: cordillera chungón Colonche desde frente a puerto Azul hasta Ayange - Monteverde.**

|   |  |   |
|---|--|---|
|    |     |     |
| <p>CANTERA CORDILLERA CHONGON "1"</p>   | <p>ROCAS DE MARMOL ROJO "2"</p>  | <p>CORTADORA DE ROCAS DISCO 1.600 mm "3"</p>  |
|   |   |   |
| <p>MAQUINA 1.200 CORTE LAMINAS "3"</p>  | <p>MAQUINA MULTIDISCO CORTE EN TIRAS 3X3X15 CMS "4"</p>                              | <p>MAQUINA MULTIDISCO CORTE EN TIRAS 3X3X15 CMS "4"</p>                               |
|  |  |  |
| <p>MAQUINA DISCO 2000 PLANCHAS DE MARMOL.</p>                                       | <p>MAQUINA PRENSA CON CUCHILLA ( ESPACCO) "5"</p>                                    | <p>PRODUCTO TERMINADO ESPACATO. "6"</p>   |

## Anexo No. 2

PAGINA # 1/2

|                  |                      |                |                         |
|------------------|----------------------|----------------|-------------------------|
| COTIZACIÓN:      | 00013                |                |                         |
| CLIENTE:         | INDUSTRIA ECUAMARMOL | MODALIDAD:     | MARITIMO                |
| FEC. SOLICITUD:  | 28/04/2014           | INCOTERM:      | EX WORKS                |
| FEC. COTIZACION: | 17/06/2014           | TIPO DE CARGA: | 40' HIGH CUBE CONTAINER |
| VALIDO HASTA:    | 30/06/2014           | MERCADERIA:    | GENERAL                 |
| VENDEDOR:        | ALEJANDRA MORAN      | ORIGEN:        | GUAYAQUIL               |
| MONEDA:          | LOCAL (USD)          | DESTINO:       | BUENAVENTURA            |
| DÍAS CREDITO:    | 0                    | KILOS BRUTOS:  | 0,000                   |
|                  |                      | VOLUMEN:       | 0,000                   |

| CONCEPTO      | CANT. | TARIFA      | TARIFA DESCRIPCIÓN      | VALOR              | LEAD TIME |
|---------------|-------|-------------|-------------------------|--------------------|-----------|
| FLETE         | 1,000 | \$ 1.100,00 | Cntr                    | \$ 1.100,00        | 6         |
| CSF           | 1,000 | \$ 11,00    | Cntr                    | \$ 11,00           |           |
| THC           | 1,000 | \$ 157,50   | Cntr                    | \$ 157,50          |           |
| BL            | 1,000 | \$ 52,91    | Lumpsum                 | \$ 52,91           |           |
| EECHO         | 1,000 | \$ 33,00    | Cntr                    | \$ 33,00           |           |
| SELLO         | 1,000 | \$ 12,60    | Cntr                    | \$ 12,60           |           |
| AGENCIAMIENTO | 1,000 | \$ 70,00    | Lumpsum                 | \$ 70,00           |           |
| PROCESAMIENTO | 1,000 | \$ 35,00    | Lumpsum                 | \$ 35,00           |           |
| ENTREGA       | 1,000 | \$ 1.600,00 | Cntr (Guayaquil - Coca) | \$ 1.600,00        | 1         |
| <b>TOTAL</b>  |       |             |                         | <b>\$ 3.072,01</b> | <b>7</b>  |

OBSERVACIONES:

- Flete:
- \*Transbordo en Balboa.
- \*Salidas Semanales.
- Sólo FCL/FCL
- Los recargos pueden cambiar; se aplican los vigentes al momento del embarque.
- Sujeto a disponibilidad de espacio y equipo.
- Sujeto a GRI (General Rate Increase) o cualquier otro recargo adicional aplicable al momento del embarque.
- El embarcador es responsable de la correcta estiba y aseguramiento de su carga.
- Embarques de cargas IMO sujetos a aprobación de la Línea.
- VATOS (Se aplicarán los valores vigentes al momento del embarque).
- 5 días libres de demoraje.
- THC: Solo de exportación.
- No aplica Cargo en destino.
- THC Destino: USD 85,00 / Cntr.
- Naviera: MSC.
- Solo aplica cargos prepaid.
- Entrega: Guayaquil - Coca
- \* Aplica solo contenedores livianos.
- \* Descarga de 3 horas.



**Telefonos**

(5934) 6022750  
(5934) 5106307

[www.logisticaglobal.net](http://www.logisticaglobal.net)

**Dirección**

Miguel H. Alcívar y Eugenio Almazán  
Edif. Inrapallo Oficina 2

**Tu Carga,  
Nuestro Compromiso**

**Anexo No. 3**

**Balance de Personal  
(Rubros en Dólares)  
AÑO 2014**

| No.  | Cargo                    | INGRESOS        |                 |               | Prov.de Vacac. | Aporte Patronal 11,15% | TOTAL           |                  |
|--|--------------------------|-----------------|-----------------|---------------|----------------|------------------------|-----------------|------------------|
|  |                          | Sueldo          | 13vo. Sueldo    | 14vo. Sueldo  |                |                        | Mensual         | Año 2014         |
| <b>1. Área Administrativa y Financiera</b> |                          |                 |                 |               |                |                        |                 |                  |
| 1  | Jefe de Exportación      | 700,00          | 700,00          | 340,00        | 29,17          | 78,05                  | 807,22          | 10.726,60        |
| 1  | Asistente de Exportación | 450,00          | 450,00          | 340,00        | 18,75          | 50,18                  | 518,93          | 7.017,10         |
| 1  | Montacarguista           | 400,00          | 400,00          | 340,00        | 16,67          | 44,60                  | 461,27          | 6.275,20         |
| <b>TOTAL</b>                               |                          | <b>1.550,00</b> | <b>1.150,00</b> | <b>680,00</b> | <b>47,92</b>   | <b>128,23</b>          | <b>1.326,14</b> | <b>17.743,70</b> |

**Elaborado por:** Los autores

## Anexo No. 4

### Contenedores



Lo más extendido a nivel mundial son los contenedores de 20 y 40 pies, con un volumen interno aproximado de 32,6 m<sup>3</sup> y 66,7 m<sup>3</sup> respectivamente. Las dimensiones de los contenedores están reguladas por la norma ISO 6346.

La carga máxima puede variar según la naviera y el tipo de contenedor. Los contenedores más normalizados internacionalmente de 20 pies tienen un peso bruto máximo de unas 29 toneladas (es decir, la carga más la tara o peso del contenedor) y los de 40 pies de unas 32 toneladas.

| Contenedor         | 20 Pies   | 40 Pies   |
|--------------------|---|---|
| Tara               | 2-300 Kg. / 5.070 lb.                                   | 3.750 Kg / 8.265 lb.                                    |
| Carga Máxima       | 28.180 Kg. / 62.130 lb.                                 | 28.750 Kg. / 63.385 lb.                                 |
| Peso Bruto         | 30.480 Kg. / 67.200 lb.                                 | 32.500Kg / 71.650 lb.                                   |
| Uso más Frecuentes | Carga seca normal: bolsas, palés, cajas, tambores, etc. | Carga seca normal: bolsas, palés, cajas, tambores, etc. |
| Largo              | 5.898 mm. / 19' 4"                                      | 12.025 mm / 39' 6"                                      |
| Ancho              | 2.352 mm. / 7' 9"                                       | 2.352 mm / 7' 9"  |
| Altura             | 2.393 mm. / 7' 10"                                      | 2.393 mm. / 7' 10"                                      |
| Capacidad          | 32,6 m <sup>3</sup> / 1.172 ft <sup>3</sup>             | 67.7 m <sup>3</sup> / 2.390 ft <sup>3</sup>             |

Anexo No. 5

Ruta Marítima Puerto de Guayaquil a Puerto Buenaventura





**Anexo No. 6**

**Estados Financieros**

**Estado de Resultados Integrales Proyectados**

**Empresa "Ecuamarmol S.A."**

**Estado de Resultados Integrales Proyectados**

(Expresado en miles de dólares estadounidenses)

| DETALLE   | ANOS              |                     |                     |                     |                     |                     |
|---|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|   | Actual            | 2014                | 2015                | 2016                | 2017                | 2018                |
| Ventas  | 425.000,00        | 1.096.875,00        | 1.130.468,75        | 1.202.779,30        | 1.241.668,26        | 1.325.376,76        |
| <b>Total Ingresos Ordinarios</b>  | <b>425.000,00</b> | <b>1.096.875,00</b> | <b>1.130.468,75</b> | <b>1.202.779,30</b> | <b>1.241.668,26</b> | <b>1.325.376,76</b> |
| Costos de Ventas  | 191.250,00        | 834.400,30          | 866.557,82          | 935.776,87          | 973.003,21          | 1.053.132,92        |
| <b>Utilidad Bruta en Ventas</b>   | <b>233.750,00</b> | <b>262.474,70</b>   | <b>263.910,93</b>   | <b>267.002,43</b>   | <b>268.665,05</b>   | <b>272.243,84</b>   |
| <b>Gastos Operativos</b>  | <b>70.125,00</b>  | <b>78.742,41</b>    | <b>79.173,28</b>    | <b>80.100,73</b>    | <b>80.599,51</b>    | <b>81.673,15</b>    |
| Gastos Administrativos  | 46.750,00         | 52.494,94           | 52.782,19           | 53.400,49           | 53.733,01           | 54.448,77           |
| Gastos de Ventas  | 23.375,00         | 26.247,47           | 26.391,09           | 26.700,24           | 26.866,50           | 27.224,38           |
| <b>Utilidad Operacional</b>   | <b>163.625,00</b> | <b>183.732,29</b>   | <b>184.737,65</b>   | <b>186.901,70</b>   | <b>188.065,53</b>   | <b>190.570,69</b>   |
| <b>Gastos no Operativos</b>   | <b>-</b>          | <b>4.225,35</b>     | <b>3.586,12</b>     | <b>2.857,40</b>     | <b>2.026,67</b>     | <b>1.079,63</b>     |
| Gastos Financieros  |                   | 4.225,35            | 3.586,12            | 2.857,40            | 2.026,67            | 1.079,63            |
| <b>Ganancia (Pérdida) antes de 15% a trabajadores e Imp. A la Renta</b> | <b>163.625,00</b> | <b>179.506,94</b>   | <b>181.151,53</b>   | <b>184.044,29</b>   | <b>186.038,87</b>   | <b>189.491,06</b>   |
| (-)15% Participación a Trabajadores                                     | 24.543,75         | 26.926,04           | 27.172,73           | 27.606,64           | 27.905,83           | 28.423,66           |
| <b>Utilidad antes de Impuesto a la Renta</b>                            | <b>139.081,25</b> | <b>152.580,90</b>   | <b>153.978,80</b>   | <b>156.437,65</b>   | <b>158.133,04</b>   | <b>161.067,40</b>   |
| (-)22% Impuesto a la Renta  | 30.597,88         | 33.567,80           | 33.875,34           | 34.416,28           | 34.789,27           | 35.434,83           |
| <b>Utilidad neta y Resultado Integral del Año</b>                       | <b>108.483,38</b> | <b>119.013,10</b>   | <b>120.103,46</b>   | <b>122.021,37</b>   | <b>123.343,77</b>   | <b>125.632,57</b>   |

**Elaborado por:** Los autores

**Anexo No. 7**  
**Estado de Situación Financiera Proyectados**

**Empresa "Ecuamarmol S.A."**

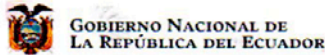
**Estado de Situación Financiera**

(Expresado en miles de dólares estadounidenses)

| DETALLE                                  | 2014              | 2015              | 2016              | 2017              | 2018              |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b><u>ACTIVOS</u></b>                    | <b>193.816,20</b> | <b>189.756,45</b> | <b>185.797,66</b> | <b>180.414,89</b> | <b>175.053,83</b> |
| <b><u>Activo Corriente</u></b>           | <b>135.612,07</b> | <b>144.527,71</b> | <b>152.494,06</b> | <b>155.645,42</b> | <b>162.209,50</b> |
| Caja                                     | 35.000,00         | 43.750,00         | 54.687,50         | 60.156,25         | 66.171,88         |
| Bancos                                   | 60.000,00         | 78.000,00         | 85.800,00         | 85.800,00         | 85.800,00         |
| Documentos y Cuentas por Cobrar          | 40.612,07         | 22.777,71         | 12.006,56         | 9.689,17          | 10.237,63         |
| <b><u>Activo no Corriente</u></b>        | <b>58.204,13</b>  | <b>45.228,73</b>  | <b>33.303,60</b>  | <b>24.769,47</b>  | <b>12.844,33</b>  |
| <b><u>Propiedad, Planta y Equipo</u></b> | <b>51.964,13</b>  | <b>38.988,73</b>  | <b>27.063,60</b>  | <b>18.529,47</b>  | <b>6.604,33</b>   |
| Muebles y Enseres                        | 3.478,00          | 3.478,00          | 3.478,00          | 3.478,00          | 3.478,00          |
| Equipo de Computación                    | 6.391,00          | 6.391,00          | 6.391,00          | 6.391,00          | 6.391,00          |
| Equipos de Oficina                       | 1.770,00          | 1.770,00          | 1.770,00          | 1.770,00          | 1.770,00          |
| Equipos                                  | 28.000,00         | 28.000,00         | 28.000,00         | 28.000,00         | 28.000,00         |
| Vehículos                                | 27.000,00         | 27.000,00         | 27.000,00         | 27.000,00         | 27.000,00         |
| Instalación Eléctrica                    | 1.200,00          | 1.200,00          | 1.200,00          | 1.200,00          | 1.200,00          |
| (-) Depreciación Acum. Activos           | - 15.874,87       | - 28.850,27       | - 40.775,40       | - 49.309,53       | - 61.234,67       |
| <b><u>Activo Intangible</u></b>          | <b>6.240,00</b>   | <b>6.240,00</b>   | <b>6.240,00</b>   | <b>6.240,00</b>   | <b>6.240,00</b>   |
| Gastos preoperacionales                  | 6.500,00          | 6.500,00          | 6.500,00          | 6.500,00          | 6.500,00          |
| Software informático                     | 1.300,00          | 1.300,00          | 1.300,00          | 1.300,00          | 1.300,00          |
| (-) Amort. Ac. de Act. Intangible        | - 1.560,00        | - 1.560,00        | - 1.560,00        | - 1.560,00        | - 1.560,00        |
| <b><u>PASIVO</u></b>                     | <b>27.915,15</b>  | <b>22.765,03</b>  | <b>16.888,34</b>  | <b>10.183,17</b>  | <b>2.533,31</b>   |
| <b><u>Pasivo Corriente</u></b>           | <b>2.300,00</b>   | <b>2.355,00</b>   | <b>2.412,15</b>   | <b>2.471,55</b>   | <b>2.533,31</b>   |
| Cuentas por Pagar                        | 1.500,00          | 1.515,00          | 1.530,15          | 1.545,45          | 1.560,91          |
| Documentos por pagar                     | 800,00            | 840,00            | 882,00            | 926,10            | 972,41            |
| <b><u>Pasivo no Corriente</u></b>        | <b>25.615,15</b>  | <b>20.410,03</b>  | <b>14.476,19</b>  | <b>7.711,62</b>   | <b>-</b>          |
| Préstamo Bancario a Largo Plazo          | 25.615,15         | 20.410,03         | 14.476,19         | 7.711,62          |                   |
| <b><u>Patrimonio Neto</u></b>            | <b>165.901,05</b> | <b>166.991,41</b> | <b>168.909,32</b> | <b>170.231,72</b> | <b>172.520,52</b> |
| Capital Social                           | 46.887,95         | 46.887,95         | 46.887,95         | 46.887,95         | 46.887,95         |
| Resultado del Ejercicio                  | 119.013,10        | 120.103,46        | 122.021,37        | 123.343,77        | 125.632,57        |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>         | <b>193.816,20</b> | <b>189.756,45</b> | <b>185.797,66</b> | <b>180.414,89</b> | <b>175.053,83</b> |

**Elaborado por:** Los autores

## Anexo No. 8 Registro Único De MIPYMES



GOBIERNO NACIONAL DE  
LA REPÚBLICA DEL ECUADOR



Ministerio  
de Industrias  
y Productividad

### REGISTRO ÚNICO DE MIPYMES R.U.M. No. 0990954607001

#### MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO DE MIPYMES Y ARTESANÍAS

##### CONSIDERANDO:

**Que**, el Artículo 56 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones crea el Registro Único de las Mipymes con la finalidad de identificar y categorizar a las empresas MIPYMES de producción de bienes, servicios o manufactura, y generar una base de datos que permita contar con un sistema de información del sector en cuanto a su participación en programas públicos de promoción, apoyo a su desarrollo y acceso a incentivos.

**Que**, los Artículos 106 y 107 del Reglamento a la Estructura e Institucionalidad de Desarrollo Productivo, de la Inversión y de los Mecanismos e Instrumentos de Fomento Productivo, establecidos en el Código de la Producción, Comercio, e Inversiones, determinan los parámetros de categorización de micro, pequeña y mediana empresa.

**Que**, el Capítulo II del citado Reglamento establece los objetivos, propósito, contenido, transparencia y publicación de la información del Registro Único de MIPYMES.

**Que**, el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, emite el Acuerdo Ministerial No. MCPEC-DM-2011-042 de 08 de agosto de 2011, por el cual, dispone que el Ministerio de Industrias y Productividad realice la categorización y emisión de certificados de calificación de las MIPYMES.

##### CERTIFICA:

**Que**, una vez verificado el cumplimiento de todos los requisitos exigidos para la categorización de las MIPYMES, la Unidad Productiva INDUSTRIA ECUAMARMOL S.A., con R.U.C. / R.I.S.E. 0990954607001, domiciliado en la ciudad de GUAYAS, provincia de GUAYAS, en la Actividad de VENTA AL POR MAYOR DE MATERIALES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE CONSTRUCCION, constituye una MIPYME con categoría de:

##### MEDIANA EMPRESA

Este registro tendrá un período de vigencia de UN AÑO, contado a partir de la fecha de emisión del correspondiente certificado.

Quito, D.M., 08 de Mayo de 2014



Dr. Luis Alfredo Muñoz C.  
SUBSECRETARIO DE DESARROLLO DE MIPYMES Y ARTESANÍAS

---

**Anexo No. 9**  
**LEYES DEL ECUADOR.**

**2.2.1. Constitución Política del Ecuador**

**Art. 3.-** Son deberes primordiales del Estado:

1. Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.
2. Defender el patrimonio natural y cultural del país y proteger el medio ambiente.
3. Preservar el crecimiento sustentable de la economía, y el desarrollo equilibrado y equitativo en beneficio colectivo.
4. Erradicar la pobreza y promover el progreso económico, social y cultural de sus habitantes.

**Art. 4.-** El Ecuador en sus relaciones con la comunidad internacional:

Proclama la paz, la cooperación como sistema de convivencia y la igualdad jurídica de los estados.

1. Condena el uso o la amenaza de la fuerza como medio de solución de los conflictos, y desconoce el despojo bélico como fuente de derecho.
2. Declara que el derecho internacional es norma de conducta de los estados en sus relaciones recíprocas y promueve la solución de las controversias por métodos jurídicos y pacíficos.
3. Propicia el desarrollo de la comunidad internacional, la estabilidad y el fortalecimiento de sus organismos.
4. Propugna la integración, de manera especial la andina y latinoamericana.
5. Rechaza toda forma de colonialismo, de neocolonialismo, de discriminación o segregación, reconoce el derecho de los pueblos a su autodeterminación y a liberarse de los sistemas opresivos.

**Art. 5.-** El Ecuador podrá formar asociaciones con uno o más estados para la promoción y defensa de los intereses nacionales y comunitarios.

**Art. 92.-** La ley establecerá los mecanismos de control de calidad, los procedimientos de defensa del consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos no ocasionados por catástrofes, caso fortuito o fuerza mayor, y las sanciones por la violación de estos derechos.

Las personas que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la prestación del servicio, así como por las condiciones del producto que ofrezcan, de acuerdo con la publicidad efectuada y la descripción de su etiqueta. El Estado auspiciará la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, y adoptará medidas para el cumplimiento de sus objetivos.

El Estado y las entidades seccionales autónomas responderán civilmente por los daños y perjuicios causados a los habitantes, por su negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

**Art. 276.-** El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

- a) Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
- b) Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.
- c) Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.

**Art. 284.-** La política económica tendrá los siguientes objetivos:

1. Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional.
2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica,

---

la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.

3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética.
4. Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.
5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural.
6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.
7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.
8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.
9. Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable.

### **2.2.2. Ley de Comercio Exterior**

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

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

Ecuatoriano y que continuarán sujetas al ordenamiento legal que las regula.

**Art. 3.-** Se considera de prioridad nacional al comercio exterior y en especial al fomento de las exportaciones e inversiones.

El Estado diseñará y ejecutará sus políticas en esta materia conforme a los siguientes lineamientos:

- a) Asegurar la libertad para el desenvolvimiento de las actividades de exportación e importación y para facilitar la gestión de los agentes económicos en esta materia;
- b) Impulsar la internacionalización de la economía ecuatoriana para lograr un ritmo creciente y sostenido de desarrollo;
- c) Aprovechar las oportunidades que brinda el comercio mundial de tecnología y servicios para beneficio de la producción exportable del País;
- d) Impulsar la modernización y la eficiencia de la producción local, para satisfacer adecuadamente la demanda interna y externa, para mejorar su competitividad internacional y satisfacer las necesidades del consumidor, tomando en consideración las exigencias del comercio mundial en lo que respecta a la preservación del medio ambiente;
- e) Promover el crecimiento y diversificación de las exportaciones de bienes, servicios y tecnología;
- f) Asegurar que la producción nacional compita en el ámbito internacional conforme a prácticas leales y equitativas de libertad de comercio. Para el efecto, el Gobierno Nacional adoptará acciones concretas que aseguren una efectiva defensa, en concordancia con los convenios y acuerdos internacionales de comercio de los cuales el País es signatario;
- g) Impulsar el fortalecimiento y desarrollo de los mecanismos de fomento de las exportaciones e inversiones;
- h) Promover mediante estímulos e incentivos la inversión directa, nacional y extranjera, los procesos de integración y los acuerdos comerciales bilaterales y

---

multilaterales que amplíen la inversión y faciliten las transacciones externas del País; e,

- i) Prevenir y contrarrestar los efectos negativos que ocasionen a la producción nacional, la aplicación de prácticas desleales de comercio.

**Art. 17.-** Para la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones, en el País y en el extranjero, estructurase el Sistema Ecuatoriano de Promoción Externa, que estará integrado por la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI, y su red externa, el Servicio Comercial mediante su representación en aquellas ciudades que ameriten funciones de negociación en política comercial y la colaboración del Servicio Exterior, por medio de sus Embajadas o Misiones Diplomáticas.

La organización, funcionamiento, instrumentos y mecanismos de coordinación del Sistema Ecuatoriano de Promoción Externa, serán reglamentados por el Presidente de la República, mediante Decreto Ejecutivo, a propuesta del Consejo de Comercio Exterior e inversiones.

### **2.2.3. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones**

**Art. 1.-** 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.

**Art. 2.- Actividad Productiva.-** Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

**Art. 24.- Clasificación de los incentivos.-** Los incentivos fiscales que se establecen en este código son de tres clases:

1. Generales: De aplicación para las inversiones que se ejecuten en cualquier parte del territorio nacional. Consisten en los siguientes:



- a) La reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la renta;
- b) Los que se establecen para las zonas económicas de desarrollo especial, siempre y cuando dichas zonas cumplan con los criterios para su conformación;
- c) Las deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta, como mecanismos para incentivar la mejora de productividad, innovación y para la producción eco-eficiente; Los beneficios para la apertura del capital social de las empresas a favor de sus trabajadores;
- d) Las facilidades de pago en tributos al comercio exterior;
- e) La deducción para el cálculo del impuesto a la renta de la compensación adicional para el pago del salario digno;
- f) La exoneración del impuesto a la salida de divisas para las operaciones de financiamiento externo;
- g) La exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva; e,
- h) La reforma al cálculo del anticipo del impuesto a la renta.

2. Sectoriales y para el desarrollo regional equitativo: Para los sectores que contribuyan al cambio a la matriz energética, a la sustitución estratégica de importaciones, al fomento de las exportaciones, así como para el desarrollo rural de todo el país, y las zonas urbanas según se especifican en la disposición reformativa segunda (2.2), se reconoce la exoneración total del impuesto a la renta por cinco años a las inversiones nuevas que se desarrollen en estos sectores.

3. Para zonas deprimidas: Además de que estas inversiones podrán beneficiarse de los incentivos generales y sectoriales antes descritos, en estas zonas se priorizará la nueva inversión otorgándole un beneficio fiscal mediante la deducción adicional del 100% del costo de contratación de nuevos trabajadores, por cinco años.

**Art. 71.- Institucionalidad.-** El organismo que aprobará las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, será un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia, que se denominará Comité de Comercio Exterior (COMEX)

### **Medidas Arancelarias al Comercio Exterior**

**Art. 76.- Forma de expresión.-** Las tarifas arancelarias se podrán expresar en mecanismos tales como: términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía (ad-valórem), en términos monetarios por unidad de medida (específicos), o como una combinación de ambos (mixtos). Se reconocerán también otras modalidades que se acuerden en los tratados comerciales internacionales, debidamente ratificados por Ecuador.

**Art. 77.- Modalidades de aranceles.-** Los aranceles podrán adoptarse bajo distintas modalidades técnicas, tales como:

- a. Aranceles fijos, cuando se establezca una tarifa única para una subpartida de la nomenclatura aduanera y de comercio exterior; o,
- b. Contingentes arancelarios, cuando se establezca un nivel arancelario para cierta cantidad o valor de mercancías importadas o exportadas, y una tarifa diferente a las importaciones o exportaciones que excedan dicho monto.

Se reconocerán también otras modalidades que se contemplen en los tratados comerciales internacionales, debidamente ratificados por Ecuador. Los aranceles nacionales deberán respetar los compromisos que Ecuador adquiera en los distintos tratados internacionales debidamente ratificados, sin perjuicio del derecho a aplicar medidas de salvaguardia o de defensa comercial a que hubiere lugar, que superen las tarifas arancelarias establecidas.

### **Medidas no Arancelarias del Comercio Exterior**

**Art. 78.- Medidas no arancelarias.-** El Comité de Comercio Exterior podrá establecer medidas de regulación no arancelaria, a la importación y exportación de mercancías, en los siguientes casos:

- a) Cuando sea necesario para garantizar el ejercicio de un derecho fundamental reconocido por la Constitución de la República;
- b) Para dar cumplimiento a lo dispuesto en tratados o convenios internacionales de los que sea parte el Estado ecuatoriano;
- c) Para proteger la vida, salud, seguridad de las personas y la seguridad nacional;
- d) Para garantizar la preservación del medio ambiente, la biodiversidad y la sanidad animal y vegetal;
- e) Cuando se requiera imponer medidas de respuesta a las restricciones a exportaciones ecuatorianas, aplicadas unilateral e injustificadamente por otros países, de conformidad con las normas y procedimientos previstos en los respectivos acuerdos comerciales internacionales y las disposiciones que establezca el órgano rector en materia de comercio exterior;
- f) Cuando se requieran aplicar medidas de modo temporal para corregir desequilibrios en la balanza de pagos;
- g) Para evitar el tráfico ilícito de sustancias estupefacientes y psicotrópicas; y,
- h) Para lograr la observancia de las leyes y reglamentos, compatibles con los compromisos internacionales, en materias tales como controles aduaneros, derechos de propiedad intelectual, defensa de los derechos del consumidor, control de la calidad o la comercialización de productos destinados al comercio internacional, entre otras.

**Art. 88.- Defensa comercial.-** El Estado impulsará la transparencia y eficiencia en los mercados internacionales y fomentará la igualdad de condiciones y oportunidades, para lo cual, de conformidad con lo establecido en esta normativa, así como en los instrumentos internacionales respectivos, adoptará medidas comerciales apropiadas para:

- 
- a) Prevenir o remediar el daño o amenaza de daño a la producción nacional, derivado de prácticas desleales de dumping y subvenciones;
  - b) Restringir o regular las importaciones que aumenten significativamente, y que se realicen en condiciones tales que causen o amenazan causar un daño grave, a los productores nacionales de productos similares o directamente competidores;
  - c) Responder a medidas comerciales, administrativas, monetarias o financieras adoptadas por un tercer país, que afecten los derechos e intereses comerciales del Estado ecuatoriano, siempre que puedan ser consideradas incompatibles o injustificadas a la luz de los acuerdos internacionales, o anulen o menoscaben ventajas derivadas de un acuerdo comercial internacional;
  - d) Restringir las importaciones o exportaciones de productos por necesidades económicas sociales de abastecimiento local, estabilidad de precios internos, o de protección a la producción nacional y a los consumidores nacionales;
  - e) Restringir las importaciones de productos para proteger la balanza de pagos; y,
  - f) Contrarrestar cualquier afectación negativa a la producción nacional conforme a lo previsto en los convenios internacionales debidamente ratificados por Ecuador.

**Art. 93.- Fomento a la exportación.-** El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

- a) Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios.
- b) Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por

---

la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código;

- c) Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código;
- d) Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo;
- e) Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,

**Art. 105.- Territorio Aduanero.-** Territorio aduanero es el territorio nacional en el cual se aplican las disposiciones de este Código y comprende las zonas primaria y secundaria. La frontera aduanera coincide con la frontera nacional, con las excepciones previstas en este Código.

**Art. 106.- Zonas aduaneras.-** Para el ejercicio de las funciones de la administración aduanera, el territorio aduanero se lo divide en las siguientes zonas, correspondientes a cada uno de los distritos de aduana:

- a) **Primaria.-** Constituida por el área interior de los puertos y aeropuertos, recintos aduaneros y locales habilitados en las fronteras terrestres; así como otros lugares que fijare la administración aduanera, en los cuales se efectúen operaciones de carga, descarga y movilización de mercaderías procedentes del exterior o con destino a él; y,
- b) **Secundaria.-** Que comprende la parte restante del territorio ecuatoriano incluidas las aguas territoriales y espacio aéreo.

**Art. 107.- Obligación Tributaria Aduanera.-** La obligación tributaria aduanera es el vínculo jurídico personal entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías, en virtud del cual, aquellas quedan sometidas a la potestad

aduanera, a la prestación de los tributos respectivos al verificarse el hecho generador y al cumplimiento de los demás deberes formales.

**Art. 108.- Tributos al Comercio Exterior.-** Los tributos al comercio exterior son:

- a) Los derechos arancelarios;
- b) Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías; y,
- c) Las tasas por servicios aduaneros.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador mediante resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, fijará sus tarifas y regulará su cobro.

Los recargos arancelarios y demás gravámenes económicos que se apliquen por concepto de medidas de defensa comercial o de similar naturaleza, no podrán ser considerados como tributos en los términos que establece el presente Código, y por lo tanto no se registrarán por los principios del Derecho Tributario.

**Art. 109.- Hecho Generador de la Obligación Tributaria Aduanera.-** El Hecho Generador de la obligación tributaria aduanera es el ingreso de mercancías extranjeras o la salida de mercancías del territorio aduanero bajo el control de la autoridad aduanera competente.

**Art. 110.- Base imponible.-** La base imponible de los derechos arancelarios es el valor en aduana de las mercancías importadas. El valor en aduana de las mercancías será el valor de transacción de las mismas más los costos del transporte y seguro, determinado según lo establezcan las disposiciones que rijan la valoración aduanera. El costo del seguro formará parte del valor en aduana pero la póliza de seguro no será documento obligatorio de soporte exigible a la declaración aduanera.

**Art. 111.- Sujetos de la Obligación Tributaria Aduanera.-** Son sujetos de la obligación tributaria: el sujeto activo y el sujeto pasivo:

- a) Sujeto activo de la obligación tributaria aduanera es el Estado, por intermedio del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

b) Sujeto pasivo de la obligación tributaria aduanera es quien debe satisfacer el respectivo tributo en calidad de contribuyente o responsable.

La persona natural o jurídica que realice exportaciones o importaciones deberá registrarse en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, conforme las disposiciones que expida para el efecto la Directora o el Director General.

En las importaciones, contribuyente es el propietario o consignatario de las mercancías; y, en las exportaciones, contribuyente es el consignante.

**Art. 113.- Exigibilidad de la Obligación Tributaria Aduanera.-** La obligación tributaria aduanera es exigible:

- En la liquidación y en la declaración sustitutiva de importación o exportación, desde el día en que se autoriza el pago.
- En las tasas, desde la petición del servicio.
- En los demás casos desde el día hábil siguiente al de la notificación de la liquidación complementaria, rectificación de tributos o acto administrativo correspondiente.

**Art. 140.- Aforo.-** Es el acto de determinación tributaria a cargo de la Administración Aduanera y se realiza mediante la verificación electrónica, física o documental del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercancía.

**Art. 144.- Control Aduanero.-** El control aduanero se aplicará al ingreso, permanencia, traslado, circulación, almacenamiento y salida de mercancías, unidades de carga y medios de transporte hacia y desde el territorio nacional, inclusive la mercadería que entre y salga de las Zonas Especiales de Desarrollo Económico, por cualquier motivo.

#### **2.2.4. Ley General de Puertos.**

**Art. 1.** Todas las instalaciones portuarias del Ecuador, marítimas y fluviales, así como las actividades relacionadas con sus operaciones que realicen organismos,

---

entidades y personas naturales o jurídicas se registrarán por las disposiciones contenidas en esta Ley

**Art. 2.-** Las funciones de planificación, dirección, coordinación, orientación y control de la política naviera y portuaria nacionales se ejercerán a través de los siguientes Organismos:

- a) Consejo Nacional de la Marina Mercante y Puertos.
- b) Dirección de la Marina Mercante y del Litoral.
- c) Entidades Portuarias.

**Art. 4.-** El Consejo Nacional de la Marina Mercante y Puertos es el más alto Organismo de asesoramiento del Gobierno en materia naviera y portuaria y le corresponde, las siguientes atribuciones:

Aprobar el Reglamento Tarifario de las entidades portuarias y los cambios o modificaciones que se pusieren a su consideración. Decidir sobre la conveniencia del establecimiento de nuevos puertos, de acuerdo con los intereses nacionales, tomando en cuenta las zonas de influencia, la Política Nacional de Transporte y el Plan de Desarrollo

- a) Autorizar el uso con propósitos comerciales, de puertos o instalaciones marítimas o fluviales, por parte de personas naturales o jurídicas privadas o públicas.

**Art. 6.-** La Dirección de la Marina Mercante y del Litoral contará en su Organización con el Departamento Nacional de Puertos que tendrá a su cargo el estudio y análisis de las actividades portuarias en materia administrativa, operativa, de explotación, construcción y mejoramiento de los puertos comerciales\_ ecuatorianos, y, los órganos técnicos administrativos que fueren necesarios para el cumplimiento de su misión.



### **2.2.5. Ley de facilitación de las exportaciones y del transporte Acuático.**

**Artículo 1.** Las disposiciones de la presente Ley se aplicarán a la exportación de todo tipo de productos bienes y servicios. Sin embargo, en lo que se refiere a los hidrocarburos, se estará a lo dispuesto en la legislación especial y a las pertinentes disposiciones del Capítulo II de esta Ley.

**Artículo 3.** Todo trámite documentario de exportación se realizará en el Banco Central del Ecuador, a través del Sistema de Ventanilla Única de Exportaciones.

**Artículo 4.** El Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca y el Banco Central del Ecuador diseñarán el formulario como único documento interno, el cual contemplará:

- a) El compromiso de venta por parte del exportador, de las divisas correspondientes al valor FOB de la exportación; y,
- b) El procedimiento aduanero.

**Artículo 9.** La Administración de Aduanas está obligada a remitir al Banco Central del Ecuador y al Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, el primer día hábil de cada semana, copia de los formularios únicos de Exportación liquidados en la semana inmediata anterior y de los correspondientes documentos del embarque.

**Artículo 10.** Todos los productos son exportables, excepto:

- a) Los que hayan sido declarados parte del patrimonio nacional de valor artístico, cultural, arqueológico o histórico; y,
- b) Flora y Fauna silvestres en proceso de extinción y sus productos, salvo los que se realicen con fines científicos, educativos y de intercambio internacional con instituciones científicas, conforme al Convenio CITES.

**Artículo 12.** Se impulsarán las exportaciones a través de operaciones de financiamiento de corto, mediano y largo plazos que beneficien al exportador. El Ministerio de Finanzas, el Banco Central del Ecuador y la Corporación Financiera Nacional, utilizarán los mecanismos de captación interna y externa de que disponen para financiar las

operaciones de crédito a la exportación.

**Artículo 13.** En el transporte acuático internacional desde y hacia el Ecuador, se cumplirá el principio de reciprocidad efectiva y se atenderá a lo establecido en las convenciones de transporte por agua de las que el Ecuador sea parte.

**Artículo 20.** Las empresas navieras que operen en el transporte de carga de importación o exportación, tienen la obligación de registrar previamente en la Dirección General de la Marina Mercante y del Litoral sus tarifas de fletes e informar sobre los contratos de fletamento, arrendamiento o convenios bajo los cuales operen.

**Artículo 21.** El importador o exportador que no diere cumplimiento a las disposiciones sobre el transporte de carga reservada será sancionada con multa de hasta el 50% del valor del flete, que la aplicará la Dirección General de la Marina Mercante y del Litoral previa notificación al afectado, quien podrá apelar al Consejo Nacional de la Marina Mercante y Puertos.

#### **2.2.6. Ley de Compañías.**

**Art. 1.-** Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

**Art. 4.-** El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Si las compañías tuvieran sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

**Art. 5.-** Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

**Art. 13.-** Designado el administrador que tenga la representación legal y presentada la garantía, si se la exigiere, inscribirá su nombramiento, con la razón de su aceptación, en el Registro Mercantil, dentro de los treinta días posteriores a su designación, sin necesidad de la publicación exigida para los poderes ni de la fijación del extracto. La fecha de la inscripción del nombramiento será la del comienzo de sus funciones.

**Art. 16.-** La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

#### **2.2.7. Plan Nacional para el Buen Vivir.**

El Plan Nacional de Desarrollo, denominado Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013, es el instrumento del Gobierno Nacional para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública. El Plan cuenta con 12 Estrategias Nacionales; 12 Objetivos Nacionales, cuyo cumplimiento permitirá consolidar el cambio que los ciudadanos y ciudadanas ecuatorianos con el país que anhelamos para el Buen Vivir. El Plan fue elaborado por la SENPLADES en su condición de Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, conforme el Decreto Ejecutivo 1577 de febrero de 2009. (Plan Nacional del Buen Vivir 2009 – 2013).

## La planificación nacional

### Planificación descentralizada y participativa

El Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa constituye el conjunto de procesos, entidades e instrumentos que permiten la interacción de los diferentes actores sociales e institucionales para organizar y coordinar la planificación del desarrollo en todos los niveles de gobierno (COPFP, art. 18, 2010).

#### **Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible**

El sistema económico mundial requiere renovar su concepción priorizando a la igualdad en las relaciones de poder – tanto entre países como al interior de ellos – a la redistribución y al ser humano, sobre el crecimiento económico y el capital (**Semplades, 2009**) Esta nueva concepción permitirá la concreción de aspectos con la inclusión económica y social de millones de personas, el fortalecimiento de las finanzas públicas, la regulación del sistema económico y la justicia e igualdad en las condiciones laborales.

Los instrumentos con los que cuenta el Estado para esta transformación son, principalmente los recursos públicos y la regulación económica. El sistema económico social y solidario “además de establecer una serie de principios y pautas de interacción social, busca alternativas de acumulación, redistribución y regulación, y nuevas formas de coordinación democrática de la sociedad (Movimiento Alianza PAIS, 2012: 46). “En esta perspectiva, el régimen económico no tiene primacía en sí mismos, por el contrario, se subordina y sirve a la vida de los seres humanos y de la naturaleza” (Semplades, 2009: 329)

#### **Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva**

##### **Pág. 291**

El Programa de Gobierno 2013 – 2017 (Movimiento Alianza PAIS, 2012) define cambios en la estructura productiva para diversificar la economía, dinamizar la productividad, garantizar la soberanía nacional en la producción y el consumo internos, y salir de la

dependencia primario – exportadora. La conformación de nuevas industrias y el fortalecimiento de sectores productivos con inclusión económica en sus encadenamientos, apoyados desde la inversión pública”, nueva diversidad y su aprovechamiento” (Semplades, 2009), potenciarán la industria nacional, sustituirán las importaciones y disminuirá la vulnerabilidad externa.

La transformación de la matriz productiva supone una interacción con la frontera científico – técnica, en la que se producen cambios estructurales que direccionan las formas tradicionales del proceso y la estructura productiva actual, hacia nuevas formas de producir que promuevan la diversificación productiva en nuevos sectores, con mayor intensidad en conocimientos, bajas consideraciones de asimetrías tecnológicas entre países (CEPAL, 2012b).

#### **Objetivo 11. Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica**

Nuestro Plan de Gobierno 2013 – 2017 (Movimiento Alianza PAIS 2012) señala que el país debe gestionar sus recursos estratégicos en el marco de una inserción internacional, que permita que el ciclo tecnológico actual basado en la automatización, la robótica y la microelectrónica, contribuya al incremento generalizado del bienestar para sus habitantes. Esto se conseguirá mediante un conjunto de políticas para la sustitución de importaciones, la transferencia de tecnología, la generación de valor agregado local, la industrialización para la exportación, la redistribución de la riqueza y la implementación de industrias de producción de bienes intermedios y finales, dentro del territorio nacional.

#### **2.2.8. Matriz Productiva del Ecuador, año 2014.**

Cambiar la matriz productiva significa transformar la estructura económica del país; es decir, transformar aquellas relaciones entre los actores sociales que producen bienes y servicios en los cuales están presentes los recursos tangibles (naturaleza) e intangibles (conocimiento). La Revolución Ciudadana ha recuperado el Estado de las manos de los intereses particulares para cambiar la matriz primario – exportadora monopolista, desigual y dependiente, en una matriz equitativa, emancipadora, soberana, generadora de

productos con valor agregado.

La propuesta de un cambio en la matriz productiva implica una ruptura con el pasado colonial, la dominación terrateniente, el país del gran cacao, la república bananera y el proyecto neoliberal. La transición procura romper la inercia primario – exportadora para valorar nuestras capacidades de trabajo, al crear innovación e ingenio y considerar que nuestros recursos naturales son finitos. Del éxito que tengamos en este proceso de transición depende del Buen Vivir de nuestros pueblos durante ésta y las próximas generaciones.

La planificación de la inversión pública, los incentivos tributarios para la producción, el desarrollo de una economía del conocimiento y el crédito productivo aparecen, entre otros como mecanismos fundamentales para estimular el crecimiento de nuevos sectores de la economía, democratizar el acceso a los medios de producción, crear las condiciones para incrementar productividad y generar empleo de calidad.

De modo más integral se han delineado los componentes básicos de la estrategia de cambio productivo. Un primer punto fundamental es la acumulación para la transición y la profundización de la redistribución. Mediante un proceso de sustitución selectiva de importaciones, del impulso turístico y de inversión pública estratégica, que fomente la productividad sistémica, se deben sentar las bases para construir la industria nacional y producir cambios sustanciales en la matriz energética, que son los motores de la generación de riqueza.

### **2.2.9. Ley de Control de Poder de Mercado**

**Art. 1.- Objeto.-** El objeto de la presente Ley es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de

un sistema económico social, solidario y sostenible.

**Art. 7.- Poder de mercado.-** Es la capacidad de los operadores económicos para influir significativamente en el mercado. Dicha capacidad se puede alcanzar de manera individual o colectiva. Tienen poder de mercado u ostentan posición de dominio los operadores económicos que, por cualquier medio, sean capaces de actuar de modo independiente con prescindencia de sus competidores, compradores, clientes, proveedores, consumidores, usuarios, distribuidores u otros sujetos que participen en el mercado.

**Art. 9.- Abuso de Poder de Mercado.-** Constituye infracción a la presente Ley y está prohibido el abuso de poder de mercado. Se entenderá que se produce abuso de poder de mercado cuando uno o varios operadores económicos, sobre la base de su poder de mercado, por cualquier medio, impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, o afecten negativamente a la eficiencia económica o al bienestar general.

**Art. 11.- Acuerdos y prácticas prohibidas.-** Están prohibidos y serán sancionados de conformidad con las normas de la presente ley todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o práctica concertada o conscientemente paralela, y en general todos los actos o conductas realizados por dos o más operadores económicos, de cualquier forma manifestados, relacionados con la producción e intercambio de bienes o servicios, cuyo objeto o efecto sea o pueda ser impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia, o afecten negativamente a la eficiencia económica o el bienestar general.