

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**Tesis previa a la obtención del Título de:
INGENIERIA COMERCIAL CON MENCIÓN EN MARKETING Y
COMERCIO EXTERIOR.**

TITULO O TEMA

**CREACIÓN DEL CENTRO DE ASESORAMIENTO UPS PARA EL
DESARROLLO DEL PEQUEÑO EXPORTADOR EN LA PROVINCIA DEL
GUAYAS, CASO PRÁCTICO: PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACIÓN EN
EL ECUADOR PARA EL CAFÉ EN GRANO TENIENDO COMO DESTINO
EL PUERTO DE VALPARAISO-CHILE.**

AUTOR/A (s):

**MARISOL NARANJO BENITES
CATALINA NARANJO AGUDO**

DIRECTOR/A:

ECON. FABIAN VILLAGOMEZ

GUAYAQUIL, Marzo 27 DE 2010

DEDICATORIA.

Damos gracias a Dios, por permitirnos estar con vida, ofrecernos cada día nuevas oportunidades de seguir adelante y no claudicar en los reveses que se nos presentan en nuestras actividades diarias.

A nuestros padres, porque ellos han sido un pilar fundamental en nuestra vidas, siempre apoyándonos, nos han enseñado a vencer las dificultades y entender que la mayor satisfacción de alcanzar las metas propuestas con éxito es luchando día a día.

A nuestras Familias, por habernos tenido paciencia durante el proceso de la obtención de nuestros logros.

A los futuros Profesionales de Comercio Exterior esperando que esta tesis les sirva de apoyo durante sus pasantías laborales y sociales.

A nuestros compañeros por el tiempo que compartimos, por su paciencia y la colaboración prestada en el momento oportuno cuando fue requerido.

AGRADECIMIENTOS

A lo largo del desarrollo de este trabajo de tesis, fue necesario el apoyo de muchas personas, a quienes queremos ofrecer nuestro más amplio agradecimiento, ya que han contribuido incondicionalmente en la preparación y documentación de este Trabajo.

Principalmente agradecemos a Dios, por proporcionarnos la sabiduría y fuerza necesaria para realizar nuestro trabajo de tesis, y así de esta manera poder culminar un peldaño más en nuestro ámbito académico.

Agradecemos de manera especial al Econ. Fabián Villagómez, director de esta tesis, por su profesionalismo y valiosas sugerencias, que nos permitieron corregir nuestros errores y valernos de los mismos para reforzar y concluir de manera exitosa el presente trabajo; Al Econ. Jorge Freire, por su apoyo e interés en esta tesis.

También queremos agradecer a todas las personas que estuvieron vinculados en este proyecto ya sea directa o indirectamente, siempre prestos para facilitarnos información necesaria para el desarrollo de nuestra tesis.

A la Universidad Politécnica Salesiana y a todos nuestros Maestros por las enseñanzas impartidas en las aulas de clases, contribuyendo a nuestra formación académica de forma integral y formando de nosotras unas excelentes profesionales.

A nuestros amigos y compañeros por su tiempo y los esfuerzos realizados, prestos siempre para colaborar cuando fue necesario.

Gracias a todos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	ii
Introducción	VI
Antecedentes	VII
Título.....	VIII

Capítulo I

1. Presentación, formulación y justificación del problema	
1.1 Delimitación del Problema.....	1
1.2 Formulación del Problema	2
1.3 Preguntas de Investigación.....	3
1.4 Objetivos de la Investigación.....	3
1.4.1 Objetivo General.....	4
1.4.2 Objetivos Específicos.....	4
1.5 Hipótesis de la Investigación	4
1.6 Justificación del Problema	5

Capítulo II

2. Marco Teórico	
2.1 Teoría Básica del Comercio.....	8
2.2 La nueva Teoría del Comercio Internacional.....	8
2.3 Beneficios del Comercio Exterior.....	9
2.4 Organización Industrial y Comercio Internacional	10
2.5 Normativa Ecuatoriana basada en la Ley Orgánica de Aduanas	10
2.6 Guía del Exportador.....	11
2.6.1 Requisitos Previos.....	11
2.6.2 Requisitos Específicos	12

2.6.3 Declaración Aduanera.....	17
2.6.4 Regímenes Aduaneros de Exportación	18
2.7 Marco Legal.	19
2.7.1 Reglamento Interno del Centro de Asesoría UPS.....	32
2.8 Ideas a Defender	53
2.8.1 Variables	54

Capítulo III

3. Análisis Situacional de los Pequeños Exportadores de Café en Grano	
3.1 Ámbito Social	55
3.2 Aspectos Tecnológicos	58
3.3 Producción	58
3.3.1 Producción Mundial de café Periodo 2003- 2011.....	58
3.3.2 Producción Nacional de Café.....	59
3.4 Problemas de Producción y Comercialización de Café en Grano en Guayas ..	60
3.5 Conclusiones del Análisis situacional de los pequeños exportadores de café en Grano del Guayas.....	61
3.6 Análisis del Macro entorno del Mercado Chileno	62
3.6.1 Variable Económica.....	62
3.6.2 Variables Políticas	62
3.6.3 Variable Tecnológica.....	63
3.6.4 Variables Sociales.....	63
3.7 Análisis del Consumidor de Café en Chile	64
3.7.1 Análisis del Estudio del Consumidor de Café en Chile	64
3.7.2 Análisis de Motivaciones.	65
3.7.3 Estímulos.....	65
3.7.4 Expectativas	65
3.7.5 Interpretación.....	65

3.8 Variables de Mercadotecnia en la satisfacción de los consumidores de café...	66
3.8.1 Producto	66
3.8.2 Precio (Peso Chileno).	67
3.8.3 Plaza o Distribución.....	67
3.8.4 Publicidad o Comunicación.	67
3.9 Conclusiones del Análisis del Consumidor y de las variables.....	68
3.10 Análisis de las habilidades de los productores de café	69

Capítulo IV

4. CASO PRACTICO

4.1 Procedimientos de exportación en el Ecuador para el café en Grano teniendo como destino el puerto de Valparaíso - Chile	70
4.1.2 Ejemplo	72

Capítulo V

5. MARCO METODOLOGICO

5.1 Diseño de la Investigación	80
5.2 Tipo de Investigación	81
5.3 Técnicas para recolección de Información.....	81
5.4 Población y Muestra	82
5.5 Análisis de LA Oferta y Demanda Potencial	84
5.6 Herramientas	85
5.7 Encuestas Realizadas a 10 pequeños exportadores.....	86
5.8 Encuestas Realizadas a 65 Estudiantes de la UPS..	87
5.9 Encuestas Realizadas a 5 Profesionales	88

Capítulo VI

6. LA PROPUESTA: “CREACION DEL CENTRO DE ASESORIA U.P.S. ”	89
6.1 Visión.....	89
6.2 Misión	89
6.3 Políticas de Calidad.....	90

6.4 Valores	90
6.5 Objetivo General.....	90
6.6 Objetivos Específicos.....	90
6.7 Nuestros Servicios	91
6.8 Temas relevantes a tratar en Asesorías.....	92
6.9 Cultura Organizacional	95
6.10 Recursos Humanos.....	97
6.11 Mercado Meta	98
6.12 Análisis FODA.....	98
6.13 Estrategias de Marketing y Canales de Comunicación	100
6.14 Estrategias de posicionamiento en el Mercado	101
6.15 Recursos para implementación del Centro de Asesoría U.P.S.....	101
6.16 Presupuesto	102
6.17 Conclusión	103
Anexos	104
Términos de Negociación.....	105
Validación de Encuestas.....	127
Referencias Bibliográficas.....	136

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1. Variables Dependientes e Independientes.....	54
Tabla 2. Niveles de Producción en el Ecuador.. ..	58
Tabla 3. Escala de Puntuación de Pequeños Exportadores Caficultores.....	61
Tabla 4. Población de Chile Según Censos de 1835 a 2002	63
Tabla 5. Posicionamiento por Producto	64
Tabla 6. Percepción de Consumidores.....	66
Tabla 7. Precios de Café (peso chileno).....	67

INTRODUCCION

La presente investigación es generadora de prácticas sociales y laborales, la cual brinda a los estudiantes y productores proyecciones de crecimiento.

La Universidad Politécnica Salesiana está comprometida con la sociedad no sólo a formar profesionales para el momento actual sino para el futuro con visión humana teniendo como meta el desarrollo integral en lo académico, laboral y social, con conciencia para servir a su país, siempre buscando innovaciones dentro del campo profesional.

La Creación del Centro de Asesoría UPS repercutiría positivamente en la sociedad porque brindaría a los pequeños exportadores pautas y guías para que inicien su incursión en el mercado internacional mediante la innovación.

Con la intención de dar un ejemplo práctico sobre cómo encontrar soluciones para los exportadores en los desafíos de las actividades diarias de comercio internacional estableciendo estrategias dentro del proceso de exportación de café en grano al Puerto de Valparaíso Chile.

El centro de Asesoría UPS servirá para desarrollar habilidades en los estudiantes en el campo práctico de Comercio Exterior y complementando con la función social de la Universidad Politécnica Salesiana.

Para la presente investigación fue necesaria la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en el aula de clases, es decir conocer los fundamentos teóricos nos permitió entender los conceptos básicos de los procesos del comercio exterior, permitiendo a los estudiantes asesorar a los pequeños productores del Guayas y convertirlos en exportadores, enfrentándose al futuro con las herramientas adecuadas en la aplicación de las leyes.

ANTECEDENTES

Uno de los desafíos del Siglo XXI es mejorar la calidad de la educación y complementarla con una función social, que permita el crecimiento integral de los estudiantes.

En el aula, es la búsqueda a la respuesta cómo y cuándo aprender, en el centro de asesoría UPS se quiere ejecutar en forma activa el proceso de aprendizaje mediante la aplicación de los conocimientos adquiridos.

La Universidad Politécnica Salesiana ha demostrado que se encuentra totalmente enfocada en el proceso de enseñanza y aprendizaje de sus estudiantes, cada día está buscando herramientas que faciliten este proceso y que les permita a sus alumnos crear una visión humana y académica óptima para mejorar la calidad de la educación y el crecimiento social.

Existen varias maneras para realizar las pasantías de acción social pero lo que se pretende con este proyecto es fusionarla con las pasantías laborales para acceder a un conocimiento integral, que permita a los estudiantes ser parte activa en el campo práctico del comercio exterior, usando como herramienta práctica la página de la Aduana.

Se realizará un ejemplo práctico de exportación de café en grano al Puerto de Valparaíso- Chile, como demostración principal de la ejecución del proceso de exportación. Para la asesoría del centro UPS lo más apropiado será la aplicación de los conocimientos de los estudiantes partiendo de la identificación de casos concretos.

Debido a la importancia en los últimos años de la práctica del comercio exterior se propicia la creación de este centro de asesoría UPS para pequeños exportadores.

Consecuentemente esta investigación tiene una finalidad social, ya que contribuirá de forma activa al desarrollo de los pequeños productores del Guayas, convirtiéndolos en pequeños exportadores mejorando su nivel de vida y creando futuros empresarios.

1.- TÍTULO

CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO DE ASESORAMIENTO
UPS PARA EL DESARROLLO DEL PEQUEÑO EXPORTADOR EN LA
PROVINCIA DEL GUAYAS, CASO PRÁCTICO: PROCEDIMIENTOS DE
EXPORTACIÓN EN EL ECUADOR PARA EL CAFÉ EN GRANO TENIENDO
COMO DESTINO EL PUERTO DE VALPARAISO-CHILE.

CAPITULO I:

1. PRESENTACIÓN, FORMULACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 Delimitación del Problema.

Delimitación:

La Universidad Politécnica Salesiana y Sector de Pequeños productores de Café del Guayas.

Área:

Agricultores de Café en el Guayas.

Aspecto:

Exportadores de Café en el Guayas.

Zona de Ubicación:

Provincia del Guayas, Universidad Politécnica Salesiana, Sede Guayaquil, Campus Centenario, Robles 107 y Chambers.

Teléfono:

(593) 4 2580447

Foto 1.1 (Campus Centenario)



Fuente 1.1. Portal Web Oficial de la Universidad Politécnica Salesiana

Foto 1.2 (Campus Centenario)



Fuente 1.2. Portal Web Oficial de la Universidad Politécnica Salesiana

Foto 1.3 (Campus Centenario)



Fuente 1.3. Portal Web Oficial de la Universidad Politécnica Salesiana

1.2 Formulación del Problema

La Falta de un centro que proporcione el asesoramiento adecuado para el desarrollo de los pequeños productores ocasiona que la mayoría de ellos vendan sus productos localmente y no incursionen en el mercado internacional, porque no tienen la asesoría necesaria para ser ellos mismos los exportadores.

Además la falta de práctica en el campo laboral de los estudiantes de comercio exterior de la Universidad Politécnica Salesiana incide en el desarrollo profesional de los mismos.

1.3 Preguntas de Investigación.

- 1- ¿De qué manera inciden en el desarrollo profesional de los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana las Pasantías laborales y de acción Social que se realizan en el proceso académico para la obtención del título universitario?
- 2- ¿Cuales son las exigencias del mercado laboral que inciden en el desarrollo de las habilidades profesionales de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Politécnica Salesiana?
- 3- ¿La aplicación de los conocimientos teóricos servirían para el desarrollo integral de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Politécnica Salesiana en el campo laboral sin experiencia previa en el área?
- 4- ¿Con la creación e implementación del Centro de Asesoría UPS se podrá realizar de manera conjunta las pasantías laborales y de Acción Social?
- 5-¿La Universidad Politécnica Salesiana está en capacidad de formar los recursos humanos y materiales para la creación e implementación del Centro de Asesoría UPS?

1.4 Objetivo de la Investigación.

Según Guillermo Briones¹ “Representan la descripción o aspectos generales de una investigación en su fase preliminar, orientadas a “la formulación de uno o más problemas y que constituyen su primer nivel”

En síntesis en “el proceso de establecer el asunto a investigar, el objetivo general y los específicos evitan posibles desviaciones en el proceso de investigación, siendo la guía del estudio y hay que tenerlos presentes durante todo su desarrollo”²

Para nuestro trabajo de investigación el objetivo sería la Creación e Implementación del Centro de Asesoría UPS., siendo nuestro campo de acción las Pasantías Laborales y de Acción Social.

¹ BRIONES, Guillermo. “Métodos y Técnicas de la investigación” Trilla p.25

² Sociocultural Project www.monitorsociocultural.com p. 2

1.4.1 Objetivo General.

El objetivo general para nuestro trabajo de tesis es:

“Analizar la creación de un Centro de Asesoría UPS para el desarrollo de los pequeños productores del Guayas mediante capacitaciones para exportar”.

1.4.2 Objetivos Específicos.

1. Realizar un análisis FODA que permita establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de que los productores.
2. Proporcionar una correcta perspectiva de los pasos a seguir para exportar a Chile.
3. Ofrecer alternativas del transporte internacional tanto para cargas pequeñas y de gran volumen.
4. Optimización de los recursos de los exportadores tanto en tiempo como en dinero.
5. Ofrecer a los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana realizar sus pasantías laborales y sociales de manera unificada y en el mismo centro educativo

1.5 Hipótesis de la investigación

Según Bardín ³Hipótesis, es “una afirmación provisional que se pretende verificar (confirmar o rechazar) recurriendo a procedimientos de análisis. Es una suposición cuyo origen está en la intuición y que queda en suspenso en tanto que no ha sido sometida a la prueba de datos seguros”

Según Sierra⁴ agrega que las “hipótesis son, en general, suposiciones. Desde este punto de vista son enunciados teóricos supuestos, no verificados pero probables, referentes variables o a la relación entre variables”.

³ BARDÍN Laurence. “Análisis de contenido”. Akal Universitaria, Madrid, España, 1986 p.74

⁴ SIERRA Restituto “*Técnicas de investigación social: teoría y ejercicios*” op., cit.,p. 69

Según lo anterior expuesto podemos decir que las hipótesis para este tema de investigación serían las siguientes:

Con la creación del centro de asesoría para que los pequeños productores del Guayas inicien la exportación de sus productos evidencia un crecimiento del producto exportado y aumenta el desarrollo profesional de los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana con mención en comercio exterior al estar dentro de sus instalaciones.

1.6 Justificación del Problema

El Comercio Internacional es una fuente de recursos muy importante para el país, y los estudiantes de Administración de Empresas que se especialicen en Comercio Exterior deben conocer los procedimientos de importación y exportación.

En la actualidad se observa permanentemente que los estudiantes no ejercen en las áreas en las que se especializan, es así que con el centro de asesoramiento para exportar, brindará a los estudiantes pasantías laborales y de acción social que les otorguen la oportunidad de ejercer en el campo profesional pero también a colaborar en el ámbito social, guiando y dando pautas a los pequeños productores del Guayas para que se conviertan en pequeños exportadores y entes activos en el comercio exterior.

La creación e implementación del centro de asesoramiento UPS para el desarrollo del pequeño exportador en la provincia del Guayas, será un aporte de la Universidad Politécnica Salesiana hacia la sociedad Ecuatoriana porque brindará un apoyo al sector productivo del Guayas.

Los estudiantes de la facultad de Administración de empresas de la UPS tendrán la oportunidad de hacer sus pasantías laborales y de acción social al mismo tiempo mediante la aplicación de los conocimientos aprendidos en las aulas de clases.

Con esta premisa y el propósito de dar a los estudiantes de la facultad de Administración de empresas de la UPS herramientas sencillas para la aplicación de su aprendizaje.

Esta investigación surge de la necesidad que tienen los estudiantes para encontrar lugares idóneos para realizar sus pasantías laborales, además que optimizaría el tiempo de estudios de los alumnos.

Por lo expuesto se justifica la creación e implementación del Centro de Asesoría UPS, porque con este proyecto se busca orientar con visión constructivista a los estudiantes de la facultad de administración de la UPS para que se desenvuelvan en el campo laboral con conciencia social, además que se brindaría un vínculo de independencia a los estudiantes para el desempeño de sus funciones, pudiendo participar como entes activos en la asesoría de los pequeños exportadores.

Durante la creación e implementación de este proyecto se deberá ir aumentando paulatinamente el área de aplicación de las asesorías.

Las asesorías durante el proceso de exportación deben ser aplicadas con eficiencia y eficacia, dentro de las políticas internas se deberá especificar que los casos prácticos deben ser debatidos por el trabajo en equipo con calidad e interrelación con su entorno.

La unión del conocimiento individual y el trabajo grupal, dará como resultado que los pequeños exportadores puedan contemplar todas las alternativas que tienen en el proceso de exportación de sus productos, para que posteriormente puedan desenvolverse en la sociedad con éxito y puedan hacer frente a los retos del siglo XXI contribuyendo al desarrollo del país.

La Universidad Politécnica Salesiana se caracteriza por brindar una formación científica y humanista que tenga un alto nivel académico a sus estudiantes, por ello se busca implementar este proyecto teniendo como misión el desarrollo personal y social del futuro profesional.

En el Centro de Asesoría UPS, los estudiantes de comercio exterior van a formar y capacitar a los pequeños exportadores para que puedan desarrollar la logística de manera integral optimizando sus recursos.

Los estudiantes demostrarán en el centro de asesoría su pensamiento crítico y analítico, porque ellos deberán brindar opciones y alternativas a los pequeños

exportadores, de esta manera contribuirán al mejoramiento de la producción y logística.

Este Proyecto busca marcar una relación estrecha entre la sociedad y la Universidad Politécnica Salesiana, ya que sus estudiantes serán entes activos en el asesoramiento para el desarrollo de las exportaciones.

CAPITULO II:

2. MARCO TEORICO

2.1 Teoría Básica del Comercio:

*La teoría del comercio es resultado de la aplicación del paradigma clásico, basado en la división del trabajo y en la noción de productividad, en la determinación de tres cuestiones básicas:*⁵

- Las ganancias del comercio
- Los patrones del comercio
- Los términos de intercambio

2.2 La nueva teoría del Comercio Internacional

Se ha visto cómo la teoría neoclásica del comercio internacional se explica a través de la ventaja comparativa, es decir que cada nación producirá aquellos bienes en los que goce de una ventaja relativa y mediante el intercambio con otros países se complementarán, sacarán provecho de sus diferencias. De este modo las diferencias de recursos, capacidades de la fuerza laboral y características del factor capital de los distintos países determinarán los patrones del comercio internacional.

Los países más desarrollados exportarán manufacturas e importarán productos no elaborados, mientras que los países en vías de desarrollo importarán manufacturas y exportarán productos no elaborados (materias primas y alimentos) debido al diferente precio relativo de sus factores.

Ante los importantes cambios en la competencia que comenzaban a darse en la década de los setenta y, por tanto, ante la irrealidad de algunos de los supuestos de partida de la teoría neoclásica del comercio internacional, comienzan, en esta época, a elaborarse algunas teorías explicativas del comercio internacional que partían de la flexibilización de algunos de los supuestos, anteriormente comentados, de la teoría neoclásica. Dichas teorías se encuadran dentro del grupo denominado genéricamente “nuevas teorías del comercio internacional” (NTCI).

⁵ “Contribuciones de la Economía” revista académica www.eumed.net

No obstante, estas teorías no son más que una continuación de las teorías neoclásicas, pues, aunque parten de los mismos supuestos, sustituyen el de competencia perfecta por el de competencia imperfecta. En tal sentido, siguiendo a Guerrero (1995: 87), sobre estas teorías caben realizar las siguientes afirmaciones:

- No se trata de teorías opuestas sino que son una continuación de las teorías neoclásicas, pues tratan de complementarse y explicar diferentes aspectos de la realidad del comercio internacional.

- *Cuando se realiza un análisis profundo de las mismas, algunos supuestos de partida, en principio diferentes, tienden a desaparecer, por lo que ambas convergen a un mismo enfoque, es decir una misma filosofía de entender la competencia.*⁶

- Ambos grupos de teorías parten de un mismo paradigma y comparten una serie de limitaciones. En este sentido, puede decirse que la existencia de una única función de producción en cada sector productivo es el supuesto común, en el cual se le da mucha importancia a la productividad del trabajo y, por tanto al factor trabajo y, como parte esencial de ésta, a su cualificación.

2.3 Beneficios del comercio exterior

Cuando dos o más naciones intercambian sus bienes y servicios, se producen innumerables ventajas. Algunas de éstas son:

- Impulso del bienestar económico y social
- Estabilidad de los precios
- Disminución de la tasa de desempleo
- Aumento de la productividad y competitividad
- Menor riesgo de pérdidas económicas.

⁶Revista de Economía www.eumed.net

2.4 Organización Industrial y Comercio Internacional

Estas teorías tratan de relacionar la organización industrial de un país con el comercio internacional. En este sentido, analizan aspectos tales como la estructura de la demanda interna como prerequisite para la exportación, la influencia de la estructura de los mercados interiores sobre los flujos del comercio internacional, el incremento del comercio internacional sobre la eficiencia técnica y las economías de escala o la interrelación entre el comercio internacional y diferenciación del producto (Caves, 1980, 1985, Basevi, 1970, Frenkel, 1971, Drèze, 1960, 1961 Jacquemin, 1982, en Bajo, O [1991]). En definitiva, estos modelos pretenden explicar el comercio internacional de los países en función de las estructuras internas de sus mercados e industrias.

2.5 Normativa Ecuatoriana basada en la Ley Orgánica de Aduanas ahora conocida como Código de la Producción:

Los tributos están sujetos a los Convenios Internacionales y cuando las necesidades del país lo requieran, el Presidente de la República, mediante decreto y previo dictamen favorable del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones COMEXI, establecerá, reformará o suprimirá los aranceles, tanto en su nomenclatura como en sus tarifas.

En este proyecto nos dedicaremos a determinar la logística de las Exportaciones, por ello debemos revisar su concepto según la Loa, la cual nos indica que consiste en la salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país.

También se considera exportación la salida de mercancías a una Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios. La Declaración de Exportación debe presentarse el Dau 15 en el distrito aduanero donde se trasmita y tramita la exportación.

2.6 Guía del Exportador.

En el siguiente instructivo damos a conocer los principales trámites y procedimientos realizados dentro de una exportación. Se recomienda como una guía general ya que no contempla particularidades de los diferentes productos. Entre los principales procedimientos y documentación encontramos los siguientes:

- 1.- Requisitos Previos
- 2.- Requisitos Específicos
- 3.- Declaración Aduanera
- 4.- Regímenes Aduaneros de Exportación

2.6.1 Requisitos Previos.

Registro de Exportadores.- Como requisito previo al inicio del trámite de una importación o exportación, todas las personas naturales o jurídicas deberán estar registradas en el Registro Único de Contribuyente (RUC), constar en estado activo con autorizaciones vigentes para emitir comprobantes de ventas y guías de remisión, constar como contribuyente ubicado y estar en la lista blanca determinada en la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI). La lista blanca se puede consultar en la página web: www.sri.gob.ec.

Adicionalmente deben registrarse en el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE) del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE). Para el efecto, los operadores de comercio exterior (OCE's) deben llenar el formulario de registro de datos en la página web de la SENAE: www.aduana.gob.ec, (opción 'OCE's', Registro de datos), enviarlo y obtener la respuesta de envío exitoso.

Posteriormente, las personas naturales deben presentar: carta en hoja membretada del operador de comercio exterior, dirigida al Director General de la SENAE, con atención a la Dirección de Atención al Usuario (Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Esmeralda y Tulcán), solicitando el registro y concesión de clave. Detallando los datos generales del solicitante (nombre completo, número de cedula y de RUC,

dirección domiciliaria y domicilio tributario- en caso de contar con varios establecimientos, se deberá indicar las dirección de todos y señalar cuál es el principal): copia a color de la cedula de ciudadanía o del pasaporte en caso de extranjeros; y, copia del RUC, debiendo constar en el giro de su negocio la actividad de comercio exterior, para lo cual solicita la clave.

Las sociedades nacionales, además de la carta en hoja membretada, debe presentar: copia notariada del estatuto social de la sociedad, en caso de consorcios, patrimonios autónomos o fideicomisos: copia notariada de la escritura de constitución; copia del nombramiento vigente del representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil y en el Ministerio del ramo, en caso de otros tipos de organizaciones sociales que no se constituyan al amparo de la Ley de Compañías; copia a color de la cedula de ciudadanía del representante legal o pasaporte para el caso de extranjeros; y, copia del RUC de la sociedad, debiendo constar en el giro de su negocio la actividad de comercio exterior; para la cual solicita la clave.

2.6.2 Requisitos Específicos.

Autorizaciones Previas.- La exportación de ciertos productos requieren autorización previa de las siguientes entidades:

- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) para la exportación de ganado y productos o subproductos de origen animal.
- Ministerio del Ambiente/ Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) para la exportación de productos forestales (diferentes de la madera) y productos forestales semi-elaborados.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural para la exportación temporal de bienes pertenecientes al Patrimonio Nacional, a ser exhibidos en exposiciones o con otros fines similares.
- Ministerio de Defensa Nacional para la exportación de armas, municiones, explosivos y accesorios de uso militar o policial.
- Comisión de Energía Atómica para la exportación de materiales fértiles, fisionables y radioactivos.

- Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacentes y Psicotrópicas (CONSEP) para la exportación de sustancias sujetas a fiscalización a favor de instituciones científicas de los sectores públicos y privado, que lo soliciten motivadamente con fines exclusivos a la investigación, experimentación o adiestramientos de personal encargado de control, represión o rehabilitación, así como para insumos componentes, precursores u otros productos químicos específicos, preparados o derivados, previa calificación del exportador.
- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD) para la exportación de animales de compañía.

Certificados Sanitarios.- Adicionalmente se requiere la obtención de, entre otros, los siguientes certificados sanitarios o registros:

- Certificado fitosanitario de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD) del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) para la exportación de material vegetal o productos agrícolas en cualquiera de sus formas, excepto industrializados, para fines de propagación.
- Certificado Zoosanitario emitido por Agrocalidad para la exportación de ganado, productos u subproductos de origen animal.
- Certificado ictiosanitario del Instituto Nacional de Pesca (INP) para la exportación de productos acuícolas y pesqueros.
- Registro Sanitario para la exportación de alimentos procesados, aditivos alimentarios, medicamentos en general, productos nutraceuticos, productos biológicos, naturales procesados de uso medicinal, medicamentos homeopáticos u productos dentales; dispositivos médicos, reactivos bioquímicos y de diagnostico, productos higiénicos u plaguicidas para uso domestico e industrial.
- Registro de exportadores de flores y ramas cortadas, plantas, productos vegetales o material vegetal de propagación de especies de plantas ornamentales, en Agrocalidad.
- Marca que garantiza el tratamiento de los embalajes de madera y para los países que lo establezcan como requisito, certificado fitosanitario de Agrocalidad.
- Certificado fitosanitario de Agrocalidad para exportación de maíz duro y soya.
- Certificado fitosanitario de Agrocalidad para exportación de cacao.

Otros Requisitos Previos.- Dependiendo de la clase de producto que se vaya a exportar, se podrá requerir otros requisitos como estos:

- Los animales con fines de exportación, que previamente hayan cumplido con los requisitos sanitarios establecidos por el país importador deberán cumplir con los requisitos que establezca el Sistema Nacional de Identificación y Trazabilidad Animal.
- Para calificarse como exportador de banano, las personas naturales o jurídicas, deberán suscribir contratos de compra venta de la fruta con los productores, estipulando de manera expresa el precio de venta del banano, el cual no podrá ser inferior al precio mínimo de sustentación vigente a la fecha de suscripción del contrato. Copia del o los contratos se adjuntarán a la documentación requerida para su calificación.
- Los exportadores o comercializadores, debidamente inscritos con sus marcas registradas legalmente, no podrán comprar la fruta a aquellos productores que tengan contrato firmado y vigente con otras compañías exportadoras o comercializadoras.
- Los exportadores y/o comercializadores de banano deberán utilizar el Sistema de Pagos Interbancarios (SPI) del Banco Central del Ecuador, a través de las instituciones del sistema financiero, para la liquidación y pago de las cajas de banano adquiridas a los productores de esta fruta.
- Registro de Volumen de compras de producción nacional en la Corporación Bolsa Nacional de productos Agropecuarios, previo a las exportaciones de maíz amarillo duro y soya en grano.
- Registro de exportador de cueros y pieles para los productos clasificados en las subpartidas 4101.20.00.00, 4101.50.00.00, 4101.90.00.00, 4103.90.00.00, 4104.11.00.00 y 4101.9.00.00 del Arancel Nacional de Importaciones, como un requisito de carácter obligatorio para la comercialización de exportación de este tipo de bienes. Las personas naturales o jurídicas dedicadas a exportar cueros y pieles, clasificables en las subpartidas señaladas deberán inscribirse en el registro de exportadores del Sistema de Información Empresarial del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).
- Las personas naturales o jurídicas que se dedican a la producción, comercialización y exportación de cacao, deberán cumplir con los procedimientos que establece el Programa de Certificación Fitosanitaria de Cacao de Exportación (PCFCE).
- Registro de exportadores de plaguicidas, en Agrocalidad.

- Registro de operadores para la exportación de plantas, productos vegetales y artículos reglamentados.

Certificados Exigidos.- Entre los principales certificados se pueden mencionar los siguientes:

- Certificado de Origen: Las exportaciones de los productos que se acogen a preferencias arancelarias concedidas al Ecuador, deberán sujetarse al Reglamento que norma la verificación y certificación del origen preferencial de las mercancías ecuatorianas de exportación. El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) es la autoridad gubernamental competente para verificar y certificar el origen de las mercancías ecuatorianas de exportación, excepto hidrocarburos. Esta facultad, podrá ser delegada a las entidades que el Mipro declare habilitadas.
- Corresponde al Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), emitir y entregar el certificado de origen de la Organización Internacional del Café (OIC), solicitado por un exportador de café.
- Para las exportaciones de productos pesqueros hacia la Unión Europea amparadas en el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), otorgado por la Subsecretaria de Recursos Pesqueros.
- Certificado de calidad, otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) para productos ecuatorianos de exportación que deban tener un certificado de conformidad con norma para ingresar a otros países, debido a exigencias de reglamentos técnicos de esos países.
- Certificado de cumplimiento de las regulaciones del sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control –HACCP, para la exportación de productos pesqueros y acuícolas, otorgados por el Instituto Nacional de Pesca (INP).
- Certificado de calidad, para la exportación de cacao en grano y sus derivados, otorgado por el MAGAP a través de la Agencia Ecuatoriana de Calidad del Agro (AGROCALIDAD).
- Certificado de calidad y variedad del café de exportación, emitido por el Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC).

Productos de Prohibida Exportación.- A continuación nombramos los productos de prohibida exportación:

- La Ley de Facilitación de las Exportaciones y del Transporte Acuático establece que todos los productos son exportables, excepto: los que hayan sido declarados parte del patrimonio nacional de valor artístico, cultural, arqueológico o histórico; y, flora y fauna silvestre en proceso de extinción y sus productos, salvo los que se realicen con fines científicos, educativos y de intercambio internacional con las instituciones científicas, conforme a la Convención sobre Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre (CITES).
- Se prohíbe la exportación de madera rolliza con excepción de la destinada a fines científicos y experimentales, en cantidades limitadas y previas la autorización del Ministerio de Ambiente.
- Se prohíbe la captura, extracción, transporte, procesamiento y comercialización interna y externa de holoturias (pepinos de mar) en el Archipiélago de Galápagos y en la costa continental.
- Se prohíbe la exportación de sangre y sus componentes, salvo casos expresos de donación originados por razones de emergencia y humanitarias.
- Se prohíbe la exportación de aletas de tiburón que sean decomisadas (aletas de tiburón encontradas a bordo de embarcaciones pesqueras, sin sus respectivos cuerpos o separadas de los cuerpos de los tiburones). Se permitirá el almacenamiento, comercialización y transporte de las aletas de tiburón provenientes de la pesca incidental realizadas por embarcaciones registradas en la Subsecretaría de Recursos Pesqueros y en las Capitanías del puerto y que sea desembarcada en los puertos pesqueros de la costa continental.
- Se prohíbe la exportación de las subpartidas 7204.10.00, 7204.21.00, 7204.29.00, 7204.30.00, 7204.41.00, 7204.49.00, 7205.50.00, 7205.10.00, 7205.21.00, 7205.29.00, 7403.22.00, 7404.00.00, 7602.00.00, durante el tiempo que esté vigente el programa de chatarrización de vehículos. No obstante el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) podrá fijar cupos de exportación, siempre y cuando se compruebe el debido abastecimiento a la industria local y que la empresa exportadora haya aportado a dicho abastecimiento.

2.6.3 Declaración Aduanera.

Declaración Aduanera de Exportación.- El propietario, consignatario o consignante, en su caso, personalmente o a través de un agente de aduana presentara en el formulario correspondiente, la declaración de las mercancías con destino al extranjero, en la que solicitara el régimen aduanero al que se someterán.

En las exportaciones, la declaración se presentara en la aduana de salida, desde siete días antes hasta 15 días hábiles siguientes al ingreso de las mercaderías a zona primaria aduanera. En la exportación a consumo, la declaración comprenderá la autoliquidación de los impuestos correspondientes.

Documentos de Acompañamiento.- A la declaración aduanera se acompañaran los siguientes documentos:

- Original o copia negociable del conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte.
- Factura comercial.
- Los demás exigibles por las regulaciones expedidas por el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) y/o por el Directorio del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), en el ámbito de sus competencias.

Así también, el Certificado de Origen (OIC), emitido por el Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), exigibles a las declaraciones aduaneras que amparan exportaciones de café clasificadas en las subpartidas arancelarias: 0901.11.90.00, 0901.12.00.00, 0901.21.10.00, 0901.21.20.00, 0901.22.00.00 y 2101.11.00.00.

Trámite a realizarse.- Presentada la declaración, el distrito aduanero verificara que esta contenga los datos que contempla el formulario respectivo, los cotejara con los documentos de acompañamiento y comprobara el cumplimiento de todos los requisitos exigibles para el régimen. Si no hay observaciones, se aceptara la declaración fechándola y otorgándole un número de validación para continuar su trámite. Una vez aceptada, la declaración es definitiva y no podrá ser enmendada.

En caso de existir observaciones a la declaración, se devolverá al declarante para que la corrija dentro de los tres días hábiles siguientes. Corregida ésta el distrito la aceptara. Si el declarante no acepta las observaciones, la declaración se considerara firme y se sujetara en forma obligatoria al aforo físico. La declaración aduanera no será aceptada por el distrito cuando se presente con borrones, tachones o enmendaduras.

Aforo.- Aforo es el acto administrativo de determinación tributaria a cargo de la administración aduanera que consiste en la verificación física o documental del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercadería.

Participación del Agente de Aduana Obligatorio.- Es obligatoria la intervención del agente de adunas en los despachos de importaciones de mercancías cuyo valor sobrepase los \$ 2000; para los regímenes especiales, salvo los casos que el Directorio del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) exceptúe; y, para importaciones y exportaciones efectuadas por entidades del sector público.

2.6.4 Regímenes Aduaneros de Exportación.

A continuación se describen varios regímenes aduaneros que guardan relación con el proceso de exportación:

*Exportación a Consumo

*Exportación temporal con reimportación en el mismo estado.

*Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo.- *Devolución Condicionada de tributos aduaneros (drawback).

*Zona Franca.

*Maquila.

Las exportaciones deberán ser acompañadas por RUC de exportador, Factura comercial original, Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite), Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite) y Documento de Transporte.

2.7 Marco Legal

La Universidad Politécnica Salesiana es una organización constituida legalmente, la misma que posee personería jurídica que la acredita para llevar a cabo la totalidad del proyecto, en caso de implementarlo.

El marco legal en el que se fundamenta esta investigación sobre el análisis de la creación de un Centro de Asesoría UPS para el desarrollo de los pequeños productores del Guayas serían los parámetros establecidos en las Políticas Institucionales para el desarrollo académico y desarrollo universitario detallados a continuación:



DESARROLLO ACADÉMICO DE LA UPS

PRESENTACIÓN

El desarrollo académico de un centro de estudios de nivel superior supone la progresiva y creciente institucionalización de los procesos que se ejecuten en función del cumplimiento, cada vez más aproximado, de su misión.

La Universidad Politécnica Salesiana, a través de la participación de sus distintas unidades académicas, ha venido desarrollando una serie de procesos orientados hacia la consolidación de un horizonte común de sentido que constituya el referente de su pensar y accionar universitario.

Este horizonte de sentido está expresado en el contenido de las Políticas de Desarrollo Académico de la UPS que hoy nos permitimos presentar.

Evidentemente, conferir sentido proyectivo al quehacer universitario implica, sobre todo, reconocer e incorporar la diversidad como elemento dinamizador de este propósito.

Así, el conjunto de Políticas de nuestra Institución representa el andamiaje por el que las diversas propuestas y proyectos académicos se generan y desarrollan.

Estamos firmemente convencidos de que la canalización de aspiraciones y expectativas de todas y todos que hacemos la UPS, se verá enormemente favorecida con el establecimiento y apropiación de las Políticas de Desarrollo Académico.

P. Luciano Bellini Fedozzi sdb

RECTOR

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

CONSIDERANDO:

1. Que la misión de la Universidad Politécnica Salesiana es: la formación de buenos cristianos y honrados ciudadanos con excelencia académica y humana, integrados a la sociedad como sujetos protagónicos de las transformaciones sociales que garanticen el bien común. El desafío de nuestra propuesta educativa popular y liberadora es formar actores sociales y políticos con una visión crítica de la realidad, socialmente responsables y con voluntad transformadora.
2. Que la UPS es una institución de educación superior que tiene la responsabilidad de desarrollar la ciencia, la tecnología y la cultura a través de la investigación, formando recursos humanos altamente capacitados que propicien la búsqueda de la excelencia humana y profesional.
3. Que en su visión estratégica se contempla entregar a la sociedad, profesionales con el más alto nivel de desarrollo científico, tecnológico y cultural, capaces de identificar, entender y resolver eficiente, eficaz y efectivamente los problemas tanto locales como nacionales, con criterios y acciones orientadas hacia el desarrollo integral del ser humano.
4. Que los procesos de formación superior ejecutados a través de la Docencia, Investigación y vinculación con la colectividad deben ser impulsados mediante un Programa de Desarrollo Académico pertinente y armónico, el mismo que debe constituirse en la base sobre la cual se impulsen todas las iniciativas académicas de cada una de las facultades;

En ejercicio de las atribuciones que le confiere su Estatuto, expide las siguientes:

POLITICAS DE DESARROLLO ACADÉMICO DE LA UPS

Art. 1. El Desarrollo Académico se orientará a la formación del ser humano; se integrará y se interrelacionará de una manera coherente y se implementará de forma progresiva y común en todas las Unidades Académicas y en cada Carrera universitaria. Adoptará un sistema de organización curricular delineado por la Dirección Académica y aprobado por las instancias pertinentes.

Art. 2. El desarrollo Académico de la UPS se ejecutará en forma sistemática a través de las siguientes políticas:

- a. Políticas de Desarrollo Curricular;
- b. Políticas de Desarrollo de la Docencia;
- c. Políticas de Investigación;
- d. Políticas de Evaluación;
- e. Políticas de Planificación;
- f. Políticas de Vinculación con la Colectividad
- g. Políticas de Posgrado

Art. 3. El proceso general de institucionalización de las Políticas de Desarrollo Académico serán implementadas por las respectivas Facultades y que constará de 2 fases:

- a. Elaboración de los distintos Programas Académicos por parte de las respectivas unidades académicas y Carreras:
 - b.1. Programa de desarrollo curricular
 - b.2. Programa de desarrollo de la docencia;
 - b.3. Programa de Investigación;
 - b.4. Programa de Evaluación;
 - b.5. Programa de Planificación;
 - b.6. Programa de Vinculación con la Colectividad
 - b.7. Programa de Posgrado

b. Elaboración de propuestas, Reglamentos e instructivos, y más recursos para su implementación.

Art. 4. La implementación de las Políticas y de los Programas Académicos en toda la Universidad responde al objetivo de generar procesos académicos en las distintas áreas del desarrollo docente, investigación, evaluación, planificación y vinculación con la colectividad cuyo resultado final sea una progresiva institucionalización de dichos procesos académicos, mejorándolos continuamente.

Art. 5. Responsabilizase de la ejecución de estas Políticas a todos los organismos e instancias de gobierno nacional y de sede, a sus directivos y representantes de los sectores estudiantil, docente, y administrativo que forman la universidad, en los ámbitos de sus respectivas competencias.

I POLÍTICAS DE DESARROLLO CURRICULAR.

La UPS, a través de sus diferentes unidades académicas, impulsará un proceso de desarrollo académico sustentado en un Sistema Curricular pertinente que propicie la formación integral de sus estudiantes, capaces de cumplir su misión, competencias y actividades profesionales, en un marco de excelencia y compromiso social.

1. Toda carrera impulsada desde las diferentes unidades académicas, se sustentará en la propuesta concebida y desarrollada a través del sistema

Curricular de la UPS, de conformidad con estos lineamientos y las correspondientes orientaciones de la Dirección Académica de Sede.

2. El Currículo articulará, dinamizará e integrará las áreas básicas del desarrollo académico, la docencia, la investigación, planificación, evaluación y la vinculación con la colectividad.
3. Los cambios e innovaciones curriculares que se propongan en las diversas carreras estarán debidamente analizados y justificados en el contexto global de la programación curricular para lo cual cumplirán con los trámites establecidos para ulterior aprobación del Consejo Superior, antes de su respectiva aplicación.
4. El Consejo Directivo Académico de Facultad asumirá la responsabilidad de administrar efectivamente el Currículo de las respectivas carreras, los programas de Posgrado y educación continua garantizando la oportuna dotación de los recursos necesarios para su correcta aplicación.
5. Cada escuela o programa académico elaborará su Programa de Desarrollo y Mejoramiento Curricular en el que constarán las actividades pertinentes para este efecto, así como evaluaciones regulares.

II POLITICAS DE DESARROLLO DE LA DOCENCIA

La docencia constituye la principal práctica en la formación universitaria y abarca e integra todas las demás actividades académicas.

La docencia universitaria comporta una triple referencia con el profesor y los estudiantes, con la misma ciencia y con la sociedad en la que se inscribe; su desarrollo propiciará el mejoramiento de cada una de estas orientaciones.

En estrecha interacción con las otras políticas académicas de investigación, planificación, evaluación y vinculación con la colectividad, el ejercicio de la docencia, se orientará, por un lado, hacia el desarrollo de las competencias científicas, académicas y profesionales de los docentes, y en otro a la creación y consolidación de una comunidad académica tanto a nivel de cada una de las unidades académicas como de toda la Universidad, que redunde en su prestigio y mayor influencia en la sociedad.

1. La selección, calificación y contratación de profesores se realizará de acuerdo con el reglamento de Escalafón Docente vigente. Su permanente capacitación y el desarrollo académico, como todos los desempeños relacionados con la docencia, serán objeto de una permanente evaluación.
2. Mejorar la relación educativa a partir de: a) La información resultante de procesos internos de evaluación autorizados por los organismos competentes b) las demandas procedentes de la sociedad y de sus diferentes sectores e instituciones que la universidad considere

Oportunas y que cada Facultad sea capaz de procesar sujetándose a las políticas institucionales; c) una constante profundización de la ciencia en sus continuas innovaciones.

3. En virtud de las necesidades y realidades que se presenten, la Dirección Académica de Sede, elaborará y propondrá programas de perfeccionamiento de la docencia universitaria y de la capacitación docente, utilizará para ello los recursos e instrumentos académicos disponibles para responder a esta finalidad.
4. Cada Unidad Académica elaborará e implementará de manera regular su Programa de Desarrollo de la Docencia, de conformidad con estas políticas generales.

III. POLITICAS DE INVESTIGACION

La formación universitaria, por su específico carácter científico, se basa, fundamentalmente, en la producción de conocimientos científicos y tecnológicos, cifrando la específica calidad académica de la Universidad en el desarrollo pertinente de la docencia y en la ampliación y calidad de sus investigaciones.

Por otro lado, es por medio de sus investigaciones que la Universidad puede contribuir mejor al conocimiento y solución de los grandes problemas de la sociedad.

La formación académica de los estudiantes deberá desarrollar en ellos un pensamiento científico crítico específico de cada ciencia y tecnología, capacitándoles para desarrollar dicha ciencia, utilizarla y aplicar sus resultados al logro de una mejor convivencia humana.

El mismo desarrollo docente en la Universidad está muy condicionado a las competencias y prácticas de investigación, que los profesores pueden implementar así como a la conformación de comunidades académicas en torno a procesos y programas de investigación compartidos y colectivizados.

1. La UPS incentivará y fomentará los procesos y programas de investigación, creando las condiciones más propicias posibles.
2. Los procesos de investigación enriquecerán la organización curricular en sus distintas áreas y niveles, y a su vez contribuirán al perfeccionamiento de la dirección y asesoría de las tesis o memorias de los estudiantes.
3. Cada una de las unidades académicas elaborará e implementará su particular Programa de Investigación, que sirva de marco y de orientación tanto para la dirección y realización de las tesis o memorias de grado como para los proyectos y actividades de investigación de los docentes, buscando la mejor articulación entre ambas prácticas.

4. Se elaborarán instrumentos técnicos y se utilizarán diversos recursos académicos (talleres, seminarios, programas de desarrollo de la docencia, estudios de Posgrado u otros) con la finalidad de mejorar las condiciones y capacidades científicas y de investigación de toda la comunidad universitaria, y en particular de aquellos docentes con específicas competencias y responsabilidades en las áreas de investigación.
5. La UPS desarrollará estrategias de cooperación de apoyo y convenios con organismos públicos y privados, nacionales e internacionales con la finalidad de lograr financiamiento para programas y proyectos de recursos, promoverá y apoyará las iniciativas de investigación por medio de convocatorias y concursos.
6. El personal docente que sea requerido por la Universidad para realizar tareas de investigación fuera de sus responsabilidades establecidas en el Reglamento de Escalafón Docente, será reconocido económicamente sujetándose a las disposiciones que para el efecto se establecieren.

IV POLÍTICAS DE PLANIFICACIÓN

La gestión administrativa en lo académico constituye un factor sustancial en el proceso y desarrollo educativo, realidad que está ligada íntimamente con la planificación general universitaria ya sea en la docencia, investigación, evaluación y acreditación institucional, vinculación con el sector externo.

1. La planeación universitaria como parte de la gestión administrativa, velará y permitirá visualizar y prever de manera integrada el futuro universitario que se deriva de la filosofía, orientación, misión, visión, propósitos y objetivos institucionales en estrecha relación con su medio y entorno.
2. Sustancialmente serán objeto de planificación los ámbitos: a) Docente, b) Estudiantil, c) Investigativo, d) Evaluación, e) Administrativo, f) Vinculación con la colectividad.
3. Cada Sede y sus respectivas unidades académicas elaborarán su Plan Operativo respectivo el mismo que tendrá como base el Plan Estratégico de la Universidad, y cuya implementación y los logros serán objeto de informes periódicos a las autoridades correspondientes como también de insumo referencial para la correcta administración académica.

V. POLÍTICAS DE EVALUACIÓN

La evaluación en la UPS, tendrá como base y sustento el sistema preventivo salesiano; es decir, con una visión positiva de promoción y desarrollo humano, que mire con especial atención a la persona; además no constituye un fin en sí mismo, sino tan sólo un medio y un recurso para alcanzar de mejor manera la efectividad institucional, que tendrá como características la aplicación de métodos cuantitativos con enfoque, integral, participativo, que genere resultados confiables y que deriven en decisiones justas y pertinentes para todos los actores y de esta forma incentivar y apoyar al mejoramiento continuo de las personas y del quehacer universitario.

1. Los procesos de evaluación se fundamentarán en los principios del Sistema de Evaluación Institucional, observando los lineamientos del Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior, y serán dirigidos por la Comisión Permanente de Evaluación Interna que estará apoyada por Comisiones de Evaluación en cada Facultad y se realizarán sobre la base de una planificación estratégica de las unidades académicas de la institución aprobada por la instancia correspondiente.
2. La evaluación institucional por carreras y programas académicos constituirá una herramienta de autorregulación válida para el diagnóstico, la planificación, programación y toma de decisiones por parte de las instancias pertinentes.
3. Los componentes a evaluarse de manera regular en la UPS serán:
 - Planes de desarrollo por carrera y o programa
 - Planes Curriculares
 - Docencia
 - Desempeño estudiantil
 - Gestión Administrativa y Financiera
 - Infraestructura y equipamiento
 - Impacto de las carreras
 - Otros según las especificidades y modalidades de las carreras

VI. POLÍTICAS DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD

La vinculación con la colectividad será asumida como una responsabilidad tanto académica como social del quehacer universitario, y el referente más sensible e importante de su inserción en la sociedad. El conjunto de interacciones entre la universidad y sociedad debe entenderse como la posibilidad de intercambio de ofertas y demandas suscitadas por los requerimientos del proceso de formación docente y estudiantil así como también por los requerimientos de diversos sectores e instituciones de la sociedad, con especial énfasis en los sectores sociales menos favorecidos.

Para su propio desarrollo académico e institucional la Universidad requiere incorporar a sus intereses y prácticas, a sus diferentes ámbitos de programación,

El tratamiento de los problemas, principales fenómenos y procesos del medio social en el que se encuentra inscrita.

La vinculación con la colectividad, de manera crítica y constructiva permitirá además elaborar ofertas y propuestas académicas de interés social.

1. La vinculación de la universidad con el medio social contribuirá a la formación integral de académicos y profesionales a través de las relaciones que, en el orden académico, científico, laboral y de servicio, establezca la UPS con instituciones y diversos sectores sociales.
2. Estos principios generales de la vinculación con la colectividad universitaria se plasmarán en los objetivos generales de las carreras y sus currículos, en la programación de actividades académicas y extracurriculares de las Unidades Académicas y carreras, en las iniciativas docentes y en las prácticas de los estudiantes.
3. En la programación particular de cada unidad académica deberá incluirse además un Plan de Educación Continua que ayudará actualizarse y actualizar en las diferentes áreas de interés institucional y social, programa que se desarrollará bajo las orientaciones de la Comisión de Vinculación con la Colectividad y su respectivo reglamento.

VII. POLITICAS DE POSGRADOS

Dos procesos en estrecha correspondencia fundamentan una política de posgrados en la Universidad actual. Por un lado, el desarrollo de las ciencias se vuelve cada vez más especializado y complejo, siendo también más rápida su evolución; por otro lado, la misma sociedad moderna se encuentra sujeta a procesos de cambio continuamente acelerados, y a una complejización de sus diferentes ámbitos y sectores, haciéndolos así mismo más especializados.

La Universidad habrá de responder a ambos fenómenos con una cada vez más compleja y especializada organización curricular de sus facultades y carreras, definiendo nuevas y diversificadas articulaciones entre la formación académica y la formación profesional de los estudiantes. Es necesario para ello definir con creciente precisión los perfiles laborales de los futuros egresados.

Puesto que las demandas sociales se renuevan incesante y apresuradamente, con requerimientos de nuevos campos del saber, con la incorporación de nuevas técnicas y metodologías, y nuevas especializaciones científicas y profesionales, la Universidad habrá de asumir la responsabilidad de asegurar una formación permanente, ofreciendo nuevas especializaciones a aquellos egresados y profesionales, que ya incorporados (de manera más o menos estable y completa) o integrados (de manera plena y definitiva) al mercado laboral, necesitan reciclarse en nuevas especializaciones más o menos afines a su formación original, o en otras diferentes y complementarias, o bien actualizarse en su propio campo académico y profesional. Es ante estas necesidades que la UPS define su política de posgrados.

La implementación de una política de posgrados no sólo estrechará los vínculos de la UPS con la sociedad, haciendo más fluida su relación entre ofertas y demandas, sino que además enriquecerá los desarrollos académicos internos de la misma Universidad creando permanentemente espacios de inter y transdisciplinariedad, impulsando los desarrollos científicos entre Carreras y Facultades.

La gestión del posgrado en la UPS está llamada a dar respuesta pertinentes en las principales problemáticas sociales, la formación de cuadros con alta calidad y capacidad humano- técnica con una competente preparación que les permita dirigir, organizar, conducir y evaluar eficientemente procesos orientados a las diferentes problemáticas enmarcadas en la filosofía institucional.

1. Los objetivos fundamentales de los posgrados desarrollados por las Facultades de la Universidad Politécnica Salesiana son:
 - a) Promover y fomentar la vinculación de la Universidad con la sociedad,
 - b) Desarrollar procesos de investigación de Beneficio social y de aporte a la ciencia y tecnología,
 - c) Contribuir al mejoramiento y potenciación del pregrado,
 - d) Propender a la capacitación del personal docente, estudiantil y administrativo de la Universidad.
2. El pregrado en la Universidad Politécnica Salesiana se desarrollará en base al Plan de Posgrado que cada facultad implemente, éste plan considerará los reglamentos respectivos a nivel nacional e institucional.
3. El currículo de todas las carreras que oferta la Universidad Politécnica Salesiana a través de sus facultades debe incluir considerar la información respectiva al posgrado, en cualquiera de sus niveles pero fundamentalmente de Diplomado o Especialización.

CERTIFICO: Que el presente documento fue aprobado en Sesión de Consejo Superior de junio 25 del 2001, mediante Resolución No. 151-22-01-06-25

Dr. Jaime Abad Calvo
SECRETARIO PROCURADOR

POLITICAS DE BIENESTAR UNIVERSITARIO

OBJETIVO GENERAL.

Contribuir para que la Universidad sea una opción por los jóvenes, preferiblemente los más pobres, no solo como destinatarios privilegiados de su propuesta, sino como una búsqueda permanente por colocar esfuerzos institucionales en la perspectiva del proyecto de construcción de una nueva sociedad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Propender que la educación que ofrece la Universidad Politécnica Salesiana llegue fundamentalmente a sus destinatarios preferenciales; jóvenes empobrecidos por las condiciones estructurales del sistema socioeconómico vigente que genera discriminación social, económica, etaria, de género y de exclusión política.
- Integrar las acciones del Bienestar Universitario en un programa que contemplen todos los componentes del Bienestar de los diferentes estamentos universitarios.
- Promover la orientación vocacional, el manejo de créditos educativos, ayudas económicas, becas y a ofrecer servicios asistenciales que convengan
- Promover en la institución un ambiente de respeto a los valores éticos y a la integridad de los miembros de la Comunidad Universitaria, brindando asistencia a quienes demanden sanciones por violación de sus derechos.
- Establecer mediante consensos un compromiso de solidaridad y de servicio comunitario entre los miembros de la Comunidad Universitaria y reciprocidad en términos de compromiso institucional y dedicación al trabajo.

POLÍTICAS.

1. Fortalecer la Dirección de Bienestar Universitario en cada Sede, a fin de que cumpla con los objetivos planteados mediante la constitución reglamentaria de la estructura y funciones de la misma.

2. Involucrar a los Directivos y en General a la comunidad universitaria en el Bienestar Universitario con el fin de comprometer su participación en el proceso.
3. Estructurar procesos y criterios de ingreso a la Universidad Politécnica Salesiana bajo parámetros académicos, sociales y económicos.
4. Fomentar y promover iniciativas de gestión económica financiera con el objeto de mermar costos transferidos al estudiante.
5. Transferir al estudiante como valor máximo de la colegiatura, en lo posible, solamente el costo de operación, es decir costo de remuneraciones, servicios generales y un porcentaje para becas, igual para todos los estudiantes de una misma carrera.

LINEAS DE ACCIÓN.

1. Elaborar por parte de las Direcciones de Bienestar los reglamentos del departamento y los reglamentos específicos (ingresos, becas, servicios, asistenciales) y someterlos a consideración del Consejo Superior.
2. Colaborar con los propósitos de consecución de fondos para becas y desarrollo con la Fundación universitaria creada para tal propósito.
3. Levantar en cada sede un archivo de información social y económica de nuestros estudiantes y generar proyectos que permitan asumir la problemática determinada.
4. Colaborar con el Departamento de Pastoral en el seguimiento de los estudiantes y en los programas de servicio comunitario y voluntariado que se establezcan en forma conjunta.
5. Consolidar un fondo de crédito educativo y becas en cada sede con aporte interno y externo.
6. Asesorar y fomentar la creación de asociaciones estudiantiles y la Federación Nacional de estudiantes así como organizaciones de profesores y empleados universitarios.
7. Generar con la participación de los estamentos universitarios programas relacionados a apoyo psicopedagógico, salud, residencia, y alimentación, solidarios y autofinanciados que beneficien a todo el personal.

**DADO EN LA CIUDAD DE CUENCA EN LA SESION DEL CONSEJO
SUPERIOR DE FECHA 4 DE FEBRERO DEL 2002 MEDIANTE
RESOLUCION NO. 187-26-02-02-04**

P. Luciano Bellini F.
RECTOR GENERAL

Lcda. Ana Carpio G.
SECRETARIA

El centro de asesoría UPS no poseerá personería jurídica, el mismo se regirá bajo su propio reglamento interno para validar y evaluar las pasantías laborales y de acción Social mediante la regulación de las actividades grupales e individuales de los estudiantes.

2.7.1 Reglamento Interno del Centro de Asesoría UPS.

El Centro de Asesoría UPS se regirá bajo su reglamento interno y las políticas institucionales de bienestar universitario y desarrollo académico de la Universidad Politécnica Salesiana de forma conjunta.

El presente Reglamento interno pretende ser una guía e instructivo para los estudiantes y docentes que formarán parte activa de este proyecto.

Artículo 1. Naturaleza.

La Facultad de Administración de empresas de la Universidad Politécnica Salesiana será encargada de la organización del Centro de Asesoría UPS sobre la aprobación de las enseñanzas y los procesos académicos, administrativos.

Artículo 2. Fines

El Centro de Asesoría UPS tiene como objetivo alcanzar los fines sociales y académicos de la Universidad Politécnica Salesiana mediante el ejercicio de los derechos y obligaciones de sus miembros en el marco establecido por los estatutos vigentes.

Artículo 3. Miembros

Serán miembros del Centro de Asesoría UPS los estudiantes de la Facultad de Administración de empresas de la especialización de Comercio Exterior de la Universidad Politécnica Salesiana y el personal docente encargado de la supervisión del centro.

Artículo 4. Competencias

Son competencias del Centro de Asesoría UPS:

- a) Desarrollar el perfil de los pequeños exportadores.
- b) Diseñar un programa de alternativas para mejorar la logística del pequeño exportador
- c) Desarrollar un estudio minucioso del cada caso presentado por los exportadores.
- d) Debatir las pautas individuales con todos los participantes del Centro de Asesoría UPS
- e) Establecer un plan de acción que ayude a desarrollo del pequeño exportador.
- f) Aprobación o modificación del plan de acción
- g) Aplicación práctica de la enseñanza impartida por el área de Comercio Exterior.
- h) Administrar su presupuesto.
- i) Promueve el desarrollo integral de los estudiantes de la Facultad de Administración de empresas de la Universidad Politécnica Salesiana con mención en Comercio Exterior.
- j) Promover las acciones de la realización de prácticas profesionales y sociales, así como su seguimiento.
- k) Favorecer la inserción laboral de sus miembros y analizar la evolución de su mercado de trabajo.
- l) Cumplimiento de las pasantías profesionales y sociales.

Artículo 5. Órganos

El Centro de Asesoría UPS estará integrado por los siguientes órganos:

- a) Comisión de Docentes
- b) Comisión de Estudiantes

Artículo 6. Principios y deberes de actuación.

1. Los órganos del Centro de Asesoría UPS estarán bajo los principios de unidad de acción institucional, coordinación, cooperación y asistencia mutua.
2. En el marco de sus competencias y en caso de conflicto entre órganos, las decisiones se deberán tomar en base a un acuerdo conjunto.
3. El Centro de Asesoría UPS tiene como deberes fundamentales promover e impulsar el desarrollo de los pequeños exportadores del guayas, mediante la investigación y gestión de calidad de sus estudiantes.
4. El Centro de Asesoría UPS se basa en la prestación de servicios a la sociedad, así como fomentar la participación de sus estudiantes en el ámbito social.

Artículo 7. Régimen jurídico

1. El régimen interno del Centro de Asesoría UPS se regirá por el Reglamento General de la Universidad Politécnica Salesiana detallado a continuación:



REGLAMENTO GENERAL DE FACULTAD

CAPÍTULO PRIMERO

ASPECTOS GENERALES

DE SUS PRINCIPIOS, ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN.

Art. 1

La Facultad es la unidad académica fundamental de la Universidad Politécnica Salesiana, se rige por la Ley de Educación Superior, el Estatuto, por el presente Reglamento y por las disposiciones y resoluciones de las autoridades y organismos de la Universidad.

Art. 2

El Gobierno de la Facultad está integrado por:

- a. El Consejo Directivo Académico de Facultad;
- b. El Decano;
- c. Los Consejos de Carrera.
- d. Los Directores de Carrera.

DEL CONSEJO DIRECTIVO ACADÉMICO DE FACULTAD

Art. 3

El Consejo Directivo Académico de Facultad está integrado por:

- a. El Decano, que lo preside;
- b. Directores de Carrera.
- c. Un Representante Estudiantil, según reglamento.

El Consejo Directivo Académico de Facultad sesionará ordinariamente por lo menos una vez cada dos meses, y extraordinariamente cuando lo convoque el Decano. Podrán participar en calidad de invitados las personas que el Decano considere conveniente.

El secretario del Consejo Directivo Académico de Facultad, será el Secretario General o su delegado.

Art. 4

Las atribuciones del Consejo Directivo Académico de Facultad son:

- a. Impulsar la ejecución de todas aquellas actividades que en el campo académico, de la docencia, investigación, vinculación con la colectividad y gestión, sean convenientes para el desarrollo de la Facultad, en el marco de las políticas de desarrollo de la Universidad Politécnica Salesiana.
- b. Formular los instructivos específicos de la Facultad y sus respectivas reformas y, someterlo a consideración del Consejo Académico.
- c. Conocer la Proforma del Presupuesto Anual de cada una de las Carreras de la Facultad.
- d. Resolver todo lo referente al pénsum, grados y titulaciones de la Facultad y remitir a las instancias correspondientes para su aprobación.
- e. Otorgar los títulos correspondientes, previo el cumplimiento de los requisitos reglamentarios.
- f. Remitir al Vicerrectorado de Sede respectivo los informes para establecer reconocimientos y sanciones a los estudiantes, profesores y administrativos de acuerdo a los Reglamentos.
- g. Conocer, analizar y aprobar los Distributivos Académicos y los respectivos horarios de clase presentados por los Directores de Carrera y someterlos a consideración del Consejo Académico a través del Vicerrectorado de la Sede correspondiente.
- h. Entregar al Vicerrectorado de la Sede correspondiente, un mes antes de terminar el ciclo académico, la programación y necesidades académicas de las carreras, para el próximo período.
- i. Proponer al Vicerrector de la Sede la creación de organismos de coordinación académica de acuerdo a reglamentos específicos.
- j. Ejercer y cumplir las demás atribuciones y obligaciones que le señalen las Leyes, Estatuto y Reglamentos.

DEL DECANO

Art. 5

Son deberes y atribuciones del Decano:

- a. Convocar y presidir el Consejo Directivo Académico de Facultad.
- b. Asegurar y velar por el fiel cumplimiento de las Políticas de Desarrollo Académico.
- c. Cumplir y hacer cumplir las Leyes, Estatuto, Políticas Institucionales, Reglamentos y Resoluciones del Consejo Superior.
- d. Presentar los informes semestrales al Consejo Superior sobre la marcha de la Facultad.
- e. Formular el plan de desarrollo estratégico de la Facultad y presentarlo al Consejo Directivo Académico de Facultad para su aprobación.
- f. Solicitar al Vicerrector de la Sede, a petición del Consejo de Carrera, la convocatoria a concurso de oposición y méritos de profesores de acuerdo al Reglamento de Personal Académico y Escalafón Docente.
- g. Las demás que le concedan el Estatuto y Reglamentos.

DEL CONSEJO DE CARRERA

Art. 6

El Consejo de Carrera estará integrado por el Director de Carrera, quien lo preside, los jefes de las áreas curriculares y un representante estudiantil.

El Consejo de Carrera sesionará ordinariamente cada quince días y en forma extraordinaria, cuando lo convoque el Director de Carrera por iniciativa propia, o a petición de la mayoría simple de sus miembros.

El Secretario de Campus o su delegado será el Secretario del Consejo de Carrera.

Art. 7

Los deberes y atribuciones del Consejo de Carrera son:

- a. Conocer y aprobar la planificación académica semestral y presentar al Decano para su trámite correspondiente.
- b. Someter a consideración del Consejo Directivo Académico de Facultad peticiones sobre reconocimientos y sanciones a profesores, estudiantes y administrativos, de acuerdo al Reglamento correspondiente.
- c. Formular y revisar la propuesta curricular en sus niveles macro, mezzo y micro curricular de la carrera y someterlos a consideración del Consejo Directivo Académico de Facultad.
- d. Coordinar los procesos de evaluación y control que determine el Consejo Directivo Académico de Facultad.
- e. Analizar y presentar la Proforma presupuestaria, los requerimientos administrativos y financieros de la Carrera al Vicerrector de la Sede respectiva, que con su aprobación remitirá al Decano.
- f. Resolver lo concerniente a aprobación de trabajo de grado o tesis, declaratorias de aptitud para sustentación, convalidaciones, homologaciones, terceras matrículas, de acuerdo al Reglamento respectivo.
- g. Gestionar en coordinación con los departamentos pertinentes, lo referente a evaluaciones, calificación y selección de profesores de acuerdo al Reglamento del Personal Académico y Escalafón Docente.
- h. Otros que determine el Estatuto.

DE LOS DIRECTORES DE CARRERA

Art. 8

Son funciones del Director de Carrera:

- a. Ejecutar la planificación académica y administrativa de la Carrera;
- b. Convocar y presidir el Consejo de Carrera.
- c. Colaborar con el Decano en la programación, control y evaluación del proceso académico.

- d. Coordinar el trabajo de los jefes de área curricular, con propósitos de mejorar el proceso académico.
- e. Coordinar la elaboración de los programas académicos.
- f. Elaborar la planificación académica semestral, los distributivos de materias y horarios y someterlos a consideración del Consejo de Carrera.
- g. Elaborar el presupuesto y requerimientos administrativos y financieros de la carrera y someterlos a consideración del Consejo de Carrera.
- h. Presentar al Decano para su resolución asuntos académicos no contemplados en este Reglamento.

DE LOS JEFES DE ÁREA CURRICULAR

Art. 9

Los jefes de área curricular serán designados por el Decano a petición del Director de Carrera y durarán un año en sus funciones, pudiendo ser nombrados nuevamente.

Para ser designado jefe de Área Curricular se requiere:

- a. Ser profesor por lo menos un año de servicio continuo en la Universidad Politécnica Salesiana.
- b. Tener experiencia docente en el área asignada.

Art. 10

Son funciones del jefe de Área Curricular:

- a. Coordinar con los docentes del área respectiva las actividades inherentes a sus funciones.
- b. Organizar por lo menos tres reuniones al semestre con los docentes de su área para la planificación, revisión y mejoramiento del diseño microcurricular de cada asignatura y someterlos a aprobación del Consejo de Carrera.
- c. Garantizar el cumplimiento de los cronogramas establecidos en las diferentes materias de su área.
- d. Cumplir con las funciones inherentes al Reglamento de Convalidación y Homologación de Estudios.
- e. Colaborar en la evaluación sobre el desempeño docente y estudiantil que la Institución implemente.
- f. Cumplir con las tareas designadas por el Director de Carrera dentro del tiempo asignado en el distributivo.

DE LA SECRETARÍA DE CAMPUS

Art. 11

El Secretario de Campus será nombrado por el Rector a petición del Vicerrector de la Sede y durará en sus funciones dos años, pudiendo ser nombrado nuevamente.

Art. 12

El Secretario de Campus tendrá las siguientes obligaciones:

- a. Llevar los archivos que determinen los organismos y autoridades de la Facultad.
- b. Receptar todas las notas remitidas por los profesores y Tribunales de Grado o Tesis, asentarlas en los libros respectivos y mantenerlas en custodia y responsabilizarse de las mismas.
- c. Tramitar la legalización de las actas de grado, calificaciones y matrículas.
- d. Certificar calificaciones, actas de grado de las carreras.
- e. Emitir las certificaciones relacionadas a las actividades académicas y docentes de las carreras que se ofertan en la Sede.
- f. Determinar al personal del nivel auxiliar de secretaría, que actuará como secretario de Consejo de Carrera.
- g. Mantener actualizados los índices de los archivos.
- h. Realizar evaluaciones periódicas de la documentación y del archivo.
- i. Las demás que señalan el Estatuto y Reglamentos de la Universidad Politécnica Salesiana.

CAPÍTULO SEGUNDO

DEL RÉGIMEN ACÁDEMICO DE LA ORGANIZACIÓN Y SISTEMA DE ESTUDIO

Art. 13

La Facultad está organizada académicamente, en períodos lectivos semestrales, cada uno de los cuales tendrá una duración de cien a ciento diez días de labor académica.

Art. 14

Las facultades se regirán por el calendario académico aprobado por el Consejo Académico para cada uno de los períodos lectivos; este calendario será elaborado en base de las propuestas realizadas por los Vicerrectores de las Sedes.

Art. 15

Cada una de las carreras ofrecidas por la Facultad debe disponer de su Plan Curricular completo de acuerdo al Sistema Curricular de la Universidad, y estará debidamente aprobado por el Consejo Superior.

Art. 16

Si un estudiante se retira de la Universidad y reingresa antes de cumplir los dos años se le respetará la malla curricular con la que ingresó. En el caso de que el estudiante se reintegre con posterioridad a los dos años se sujetará a la malla vigente; y obligatoriamente la Universidad asumirá los procesos de homologación de los créditos aprobados con anterioridad, sin que demande erogación por parte del estudiante. La homologación de estudios realizados se aplicará siempre y cuando no tengan más de diez años de haber cursado la materia.

Art. 17

Las facultades podrán tener las siguientes modalidades de estudio:

- a. Presencial, en la que los estudiantes asistirán los días asignados y en el horario establecido.
- b. Semipresencial, en la que los estudiantes asistirán en determinados días y períodos de clases presenciales, independiente de las tutorías respectivas.
- c. A Distancia, de acuerdo a las normas que la Universidad establezca. En las diferentes modalidades el estudiante estará obligado a participar en todos los procesos de evaluación considerados en el micro diseño curricular de cada asignatura. El número de créditos para optar por una misma titulación, será igual en cualquier modalidad.

Art. 18

El sistema de estudios que rige en las facultades de la Universidad Politécnica Salesiana es el sistema de créditos. El crédito es una unidad de valoración de las actividades académicas.

En la modalidad presencial un crédito corresponde a dieciséis horas de sesenta minutos de labor académica al semestre. Para optar por el título de Técnico, se requiere un mínimo de cien créditos, para Tecnólogo o equivalente se requiere un mínimo de ciento cincuenta créditos, para el título de Licenciado o los títulos profesionales que son equivalentes se requieren un mínimo de doscientos cincuenta créditos, incluida la tesis. Los títulos intermedios son optativos y se sujetarán a los requisitos establecidos en el plan curricular de cada carrera.

En las modalidades a distancia y semipresencial, el Consejo de Carrera le dará la valoración de créditos por unidad académica aprobada.

Para los Posgrados y Formación Continua se sujetarán a lo que disponen los Reglamentos respectivos.

Art. 19

Para optar por cada una de las titulaciones que ofrece una Facultad, se deberán completar el número de créditos correspondientes y cumplir con los demás requisitos que se establezcan.

Art. 20

Los cursos de cultura religiosa estarán considerados dentro de las materias de currículum, según el pènsum de cada Carrera y con un mínimo de ocho créditos.

Art. 21

El Consejo Directivo Académico de Facultad establecerá el nivel de conocimientos para idioma extranjero e informática para cada titulación.

Los requisitos de computación e idioma extranjero no forman parte del pensum académico. La Carrera determinará el nivel exigido en informática e idioma extranjero y el estudiante se someterá a las pruebas de suficiencia correspondientes, en los períodos preestablecidos en cada Carrera.

Art. 22

El Consejo Directivo Académico de Facultad, dependiendo de la importancia en la formación específica que se imparte en sus carreras y de las facilidades que

pueda ofrecer la Facultad, debe normar como parte de la formación del estudiante el ejercicio de actividades laborales, empresariales, prácticas, pasantías, durante los años de estudios, así como las actividades correspondientes a la vinculación con la colectividad y de Cultura Física.

Art. 23

Las facultades tendrán la responsabilidad de que los egresados acrediten suficiencia de conocimientos en gestión empresarial, expresión oral y escrita, realidad socioeconómica, cultural y ecológica del país.

Art. 24

El Director de Carrera veinte días antes del inicio del semestre de estudios, entregará a los profesores el plan microcurricular de la materia. El profesor someterá el cronograma de actividades y el plan de evaluación al Director de Carrera, indicándose la forma, frecuencia y puntajes de las diferentes actividades que se realizarán en el semestre siguiente.

Art. 25

Para matricularse en la Facultad por primera vez, los aspirantes deberán cumplir los siguientes requisitos:

- a. Entregar el título de bachiller refrendado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, en original o copia certificada. Se podrá aceptar el acta de grado transitoriamente por un semestre.
- b. Entregar copias de los documentos exigidos por ley o por los reglamentos pertinentes.
- c. Cumplir con los requisitos de admisión establecidos en el Sistema de Admisión.
- d. Cancelar los derechos de colegiatura establecidos por la Universidad Politécnica Salesiana.

Para la matriculación de estudiantes antiguos se mantendrá, en las correspondientes carpetas los documentos exigidos al ingreso. La matriculación de estudiantes de posgrado se sujetará a lo que establecen los programas respectivos.

Art. 26

La matrícula extraordinaria podrá realizarse dentro de los diez primeros días hábiles de clase, y excepcionalmente el Vicerrector de Sede podrá autorizar matrícula fuera de este período. En cualquiera de los casos el estudiante cancelará la matrícula con los recargos establecidos para el efecto.

Art. 27

Los estudiantes extranjeros, en la modalidad presencial antes de su admisión en la Facultad, deberán cumplir con las exigencias que determina el Estado para su permanencia legal en el país como estudiante, además presentar el equivalente del título de bachiller ecuatoriano, reconocido legalmente por el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes del Ecuador.

Los estudiantes extranjeros, en la modalidad a distancia se sujetarán a los respectivos reglamentos.

Art. 28

Los estudiantes provenientes de países que tengan convenios con el Ecuador o de universidades que tengan convenio con la Universidad Politécnica Salesiana, su admisión se registrará por lo estipulado en los convenios respectivos.

Art. 29

La calidad de estudiante se pierde o termina en los siguientes casos:

- a. Cuando haya completado el plan de estudios correspondiente.
- b. Cuando el estudiante haya anulado voluntariamente su matrícula o no haya legalizado oportunamente, hasta que termine el período extraordinario de matrículas.
- c. Cuando el Consejo Superior encuentre culpable al estudiante de haber cometido faltas graves y que luego del proceso respectivo de acuerdo al Estatuto, se determine su expulsión.
- d. Cuando le sea negada la inscripción en el nivel de estudios inmediato siguiente, por no aprobación de tercera matrícula en una misma materia, o haya superado las cinco materias con tercera matrícula.

Art. 30

Podrán existir también estudiantes, huéspedes y oyentes; en una o varias materias, cumpliendo los requisitos establecidos por el Consejo de Carrera; y deberán cancelar el valor total de las tasas autorizadas, más el derecho de matrícula:

- a. Huéspedes: son estudiantes amparados en convenios con otras universidades.
- b. Oyentes: son los estudiantes que asisten a actividades académicas sin necesidad de cumplir con los requisitos de aprobación, ni acumularán ningún tipo de derecho.

Art. 31

En todo lo demás, relacionado con los estudiantes de la Facultad, se regirá a lo establecido en el Estatuto, Reglamento de los Estudiantes de la Universidad, y las resoluciones de los organismos universitarios.

DE LA EVALUACIÓN Y APROBACIÓN

Art. 32

La evaluación en la modalidad presencial se realizará en forma sistemática y continua sobre un total de cien puntos, divididos en dos partes de cincuenta puntos cada una. En casos especiales el Consejo de Carrera establecerá el procedimiento adecuado.

En la modalidad semipresencial y a distancia la evaluación se realizará de acuerdo a su propio reglamento.

Art. 33

La evaluación de cada materia constará de dos partes: aprovechamiento y examen. La aprobación de las asignaturas será igual o mayor a setenta puntos.

Art. 34

El aprovechamiento será evaluado y calificado con el mínimo de treinta puntos, en cada prueba, su obtención será obligatoriamente el resultado de por lo menos tres de las siguientes actividades:

- a. Participación en clase.
- b. Trabajos de investigación.
- c. Trabajos en clase.
- d. Desarrollo e informes de prácticas.
- e. Pruebas orales o escritas.
- f. Trabajos extra clase.
- g. Sustentaciones.
- h. Resolución de guías didácticas.
- i. Otros.

Art. 35

Las calificaciones de los trabajos y/o actividades desarrollados para el aprovechamiento serán acumulativos y entregados en Secretaría con el examen de mitad de ciclo, hasta ocho días calendario posteriores de haber receptado el examen. El incumplimiento por parte del profesor en la entrega de notas, se considerará como falta, establecida en el Reglamento del Personal Académico y Escalafón Docente y se le descontará el 5% del salario mensual.

Art. 36

Los exámenes de mitad de ciclo y final, serán evaluados con un máximo de veinte puntos cada uno. En caso de fraude o copia, el profesor a su criterio podrá disminuir puntos o calificar con cero puntos el examen, sin perjuicio de las sanciones disciplinarias que la Facultad pueda tomar de conformidad con la Ley y el Estatuto, quedando constancia expresa de la falta en el registro del estudiante.

Art. 37

En la clase posterior al período de exámenes, los profesores tienen la obligación de revisar con los alumnos los exámenes calificados para su conocimiento y revisión antes de asentar las notas en Secretaría. Las notas y exámenes el profesor entregará en Secretaría.

Art. 38

Al inicio de cada semestre de estudios el profesor de la materia presentará a los estudiantes el plan microcurricular con: datos informativos, descripción de la asignatura, objetivos, contenidos, metodología, recursos, plan de evaluación, bibliografía y otros que el docente considere oportunos.

Art. 39

En caso de inasistencia del estudiante a los exámenes de mitad de ciclo o final, dentro de los dos días hábiles posteriores a la fecha del examen, podrá solicitar por escrito al Director de Carrera se autorice la recepción del mismo previa justificación, que deberá ser exclusivamente por calamidad doméstica demostrada. Con la autorización respectiva se rendirá el examen en horario determinado por el profesor en cinco días hábiles posteriores. El estudiante que no rinda el examen de mitad de ciclo o final tendrá calificación cero, salvo en casos de fuerza mayor que resolverá el Director de Carrera.

Art. 40

Los exámenes de mitad de ciclo y final se receptorán según fecha determinada por el calendario académico.

Art. 41

Los profesores deberán entregar las calificaciones de aprovechamiento y exámenes en la Secretaría de Campus, en números enteros, en fecha prevista en el calendario académico.

Art. 42

La nota asentada en la respectiva secretaría no podrá ser modificada, excepto mediante solicitud debidamente justificada por el profesor, dirigida al Director de Carrera en un plazo no mayor a treinta días calendario.

Art. 43

Los estudiantes podrán solicitar recalificación de los exámenes dentro de dos días laborables a la fecha de publicación de calificaciones, previa solicitud planteada al Director de Carrera y pago de los derechos de recalificación. Para el efecto se conformará un tribunal compuesto por dos profesores de preferencia del área al que pertenece la materia. Este tribunal no estará integrado por el profesor de la materia cuya recalificación se solicita.

Art. 44

Por solicitud del Director de Carrera, el tribunal de recalificación se reunirá dentro de los dos días hábiles posteriores a la notificación, emitirá un pronunciamiento conjunto, el cual será inapelable.

Art. 45

El Consejo Directivo de Facultad establecerá los criterios de evaluación de los exámenes de validación global de materias en función de los objetivos académicos.

Art. 46

Examen de validación global de materias:

- a. Los estudiantes matriculados pueden solicitar se les recepte un examen de validación global sobre cien puntos para aprobar la o las materias sin necesidad de cursarlas, cumpliendo los requisitos arancelarios y académicos:
- b. El estudiante debe solicitar autorización por escrito al Director de Carrera solicitando la recepción del examen de validación global hasta los quince primeros días calendario de iniciado el período de clases.
- c. El estudiante debe inscribirse en la o las materias para rendir estos exámenes globales.
- d. El Director de Carrera designará un tribunal, integrado por dos profesores de preferencia del área al que pertenece la materia y fijará la fecha del examen.
- e. El tribunal en un plazo de dos días hábiles de haber receptado el examen informará por escrito los resultados al Director de Carrera.
- f. De no obtener el mínimo establecido, el estudiante reprobará la materia y deberá cursarla como una nueva inscripción en otro semestre.

Art. 47

Los créditos del examen de validación global quedan excluidos del total de créditos que debe inscribir el estudiante.

REGISTRO Y RETIRO DE CRÉDITOS

Art. 48

Los estudiantes podrán inscribirse en las materias, de acuerdo a los requisitos y concatenaciones de cada una de ellas. La inscripción se la hará en un formulario de Registro de Créditos que será un documento requerido para obtener su matrícula. El número de materias en que debe registrarse el estudiante por carrera deberá totalizar un máximo de treinta créditos.

Art. 49

Un estudiante podrá inscribir más créditos con autorización del Director de Carrera, considerando parámetros de rendimiento académico y disponibilidad de oferta o cupos.

Art. 50

Un estudiante podrá inscribir una materia por tercera vez, solo con resolución favorable del Consejo de Carrera y por petición fundamentada de acuerdo al Reglamento.

Art. 51

Los estudiantes podrán cursar un máximo de cinco materias con tercera inscripción durante toda su carrera.

Cuando sean aceptados para cursar con tercera inscripción en una materia, podrán tomar dos adicionales. Los que sean aceptados para tomar dos materias en tercera inscripción, podrán optar por una materia adicional, y los que sean aceptados para tomar tres materias en tercera inscripción, no podrán tomar ninguna adicional.

Art. 52

A los estudiantes que se les haya negado tercera inscripción o hayan reprobado por tercera ocasión en la misma materia, no podrán continuar con sus estudios en esa carrera, ni homologar o convalidar en esa carrera materias que hayan cursado con posterioridad en la Universidad u otro centro de estudios superiores.

Art. 53

Dentro de los quince primeros días calendario de iniciado el período de clases, los estudiantes que así lo desearan, podrán solicitar la anulación o incremento de los registros de créditos de materias. En el período indicado se aceptará solamente un formulario por estudiante.

En casos especiales el Consejo de Carrera con informe del Director de Carrera, podrá autorizar la anulación o incremento de los registros de créditos de materias sobre el período establecido.

En ninguno de los casos, existirá devolución de los valores cobrados por concepto de inscripciones, matrícula u otros.

CAPÍTULO TERCERO

DE LA GRADUACIÓN

Art. 54

El Trabajo de Grado podrá tener varias modalidades que serán establecidas por el Consejo Directivo Académico de Facultad.

Art. 55

Todo estudiante para su graduación debe haber aprobado la totalidad de créditos correspondientes a las materias de la carrera, los créditos del Trabajo de Grado o Tesis y demás requisitos exigidos por el Consejo Directivo Académico de Facultad. La titulación intermedia es optativa salvo que el Consejo Superior autorice la obligatoriedad de acuerdo a planteamientos específicos de los Consejos Directivos Académicos de Facultad.

Art. 56

Los estudiantes que hayan aprobado el 80% del total de materias correspondientes a cada titulación, podrán presentar la denuncia del Trabajo de Grado o Tesis con la recomendación de un profesor de la Facultad al Director de Carrera, quien enviará al Consejo de Carrera, para que en un plazo no mayor a diez días laborables, emita el informe correspondiente, caso contrario se dará por aprobado.

Art. 57

La estructura de la denuncia del Proyecto de Grado o Tesis se sujetará a las disposiciones de cada una de las Facultades, considerando las particularidades propias de cada una de sus especialidades. La denuncia del Trabajo de Grado o Tesis podrá ser individual o colectiva e interdisciplinaria, según el tema a desarrollarse.

Art. 58

La denuncia del Trabajo de Grado o Tesis aprobada podrá ser sustituida por otra, por motivos debidamente justificados, trámite que será aprobado por el Consejo de Carrera, quien determinará los requisitos a cumplirse, a más de cancelar la tasa correspondiente.

Art. 59

El Consejo de Carrera designará un Director de Trabajo de Grado o Tesis quien remitirá, dentro de los diez días laborables, el informe correspondiente al Consejo de Carrera para la aprobación del diseño del Trabajo de Grado o Tesis, así como su aceptación para la ejecución de la misma.

DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO O TESIS

Art. 60

El Consejo de Carrera luego de aprobar la denuncia del Trabajo de Grado o Tesis, ratificará al Director, que será un profesor preferentemente titular, pudiendo ser sustituido por el Consejo de Carrera por causas debidamente justificadas.

Art. 61

El Director del Trabajo de Grado o Tesis, tendrá las siguientes funciones y responsabilidades:

- a. Controlar en forma permanente el desarrollo de la Tesis.
- b. Reunirse periódicamente para absolver consultas relacionadas con la ejecución del trabajo.
- c. Solicitar al Consejo de Carrera se deje sin efecto una tesis cuando se presenten problemas que atenten al desarrollo de la misma.
- d. Mantener informado al Consejo de Carrera, mensualmente y por escrito sobre el desarrollo y avance del trabajo.
- e. Entregar al director de Carrera el Trabajo de Grado o Tesis con el informe, una vez concluido para el trámite respectivo.

DE LOS PLAZOS PARA LA EJECUCIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Art. 62

El Trabajo de Grado o Tesis, tendrá como fecha máxima de entrega, la que determine el Consejo de Carrera. En caso de prórroga el director formulará la petición justificada correspondiente.

Art. 63

En caso de que el Consejo de Carrera no conceda la prórroga el aspirante podrá realizar una nueva denuncia, por una sola vez, sujetándose al procedimiento establecido.

Art. 64

Concluido el Trabajo escrito de Grado o Tesis, el director comunicará al Director de Carrera para la respectiva recepción.

Art. 65

El estudiante que en el plazo de diez años a partir de su egresamiento no se ha graduado, la Universidad no reconocerá sus estudios.

DE LA EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO O TESIS

Art. 66

La evaluación del Trabajo de Grado o Tesis constará de la calificación del trabajo escrito y la sustentación.

Art. 67

El Director calificará el Trabajo de Grado o Tesis sobre cien puntos.

Art. 68

La Secretaría de Campus remitirá en un plazo de diez días laborables a partir de la fecha de entrega del informe sobre la conclusión del trabajo respectivo por parte del Director de Trabajo de Grado o Tesis, la documentación al Consejo de Carrera para que se declare la aptitud, adjuntando los siguientes documentos:

- a. Certificado de aprobación de los créditos por materias obligatorias optativas, extensión universitaria, pasantías y otros requisitos vigentes en el pénsum de estudios cursado.
- b. Certificado de Secretaría de Campus con la calificación total del trabajo escrito de Tesis.

Art. 69

El Consejo de Carrera, previo informe favorable de Director de Carrera, declarará la aptitud del estudiante y determinará la fecha de sustentación para optar por la titulación respectiva.

Art. 70

El Tribunal conformado por el Director de Carrera quien preside, el Director de Trabajo de Grado o Tesis y un docente designado por el Consejo de Carrera, calificará la sustentación de la Tesis sobre cien puntos. La nota de sustentación final que el estudiante obtenga será el promedio de las tres notas. Si el estudiante no obtuviere como mínimo setenta puntos sobre cien en la nota de sustentación, se presentará a una nueva sustentación en un plazo no menor a treinta días laborables, y de no aprobar en esta oportunidad el Trabajo de Grado o Tesis, se anulará y podrá denunciar otro tema por una sola vez.

La nota final de graduación será el resultado de las notas parciales correspondientes en los siguientes porcentajes:

- a. Promedio académico 50%
- b. Nota del trabajo escrito 30%
- c. Nota de sustentación 20%

Art. 71

El director del Trabajo de Grado o Tesis, sugerirá al Director de Carrera, la difusión a través de una conferencia y/o publicación del citado trabajo si el caso amerita.

Art. 72

Para optar por las titulaciones que otorgan las diferentes facultades de la Universidad los estudiantes deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a. Aprobar la totalidad de créditos y requerimientos paracadémicos correspondientes a su respectivo plan de estudios.
- b. No adeudar a la UPS.
- c. No adeudar reposición de libros en la biblioteca y/o insumos en los diferentes laboratorios y talleres.
- d. Cumplir con las disposiciones que cada Consejo Directivo Académico de Facultad determine en su respectivo instructivo de graduación.

Art. 73

Una vez cumplido con todos los requisitos legales el Director de Carrera solicitará al Consejo Directivo Académico de Facultad conceder la titulación, para lo cual acompañará la documentación correspondiente.

Art. 74

El Vicerrector de Sede, en coordinación con los Directores de Carrera, determinará la fecha de investidura.

P. Luciano Bellini F., sdb.
RECTOR

Dra. Ana Carpio G.
SECRETARIA GENERAL

CERTIFICO: QUE EL PRESENTE REGLAMENTO GENERAL DE FACULTAD FUE APROBADO MEDIANTE RESOLUCION NO. 437-47-05-01-12, EN SESION DE CONSEJO SUPERIOR DE FECHA 12 DE ENERO DE 2005.

**Dra. Ana Carpio G.
SECRETARIA GENERAL**

Artículo 8. Composición de los Órganos

Los Órganos del Centro de Asesoría UPS estarán compuestos de la siguiente manera:

- Director del Centro de Asesoría UPS
- Tutor de Proyectos
- Representante de los estudiantes

Artículo 9. Elección y mandato

1. La elección de los miembros de la Comisión de Docentes será dispuesta por el director de carrera de la Facultad de Administración de empresas de la Universidad Politécnica Salesiana.
2. La elección del representante estudiantil será escogido de acuerdo a su participación activa en clases y a su desempeño académico.
3. El mandato de los miembros de la comisión docente y estudiantil será realizado en cada periodo lectivo.
4. Los miembros de la Comisión de Docentes o de estudiantes cesarán por renuncia, por pérdida de la condición por la que fueron elegidos y por finalización legal de su mandato.

Artículo 11. Competencias

Director del Centro de Asesoría UPS:

- a) Aprobar las directrices generales del Centro de Asesoría UPS la programación general de la planificación de las actividades.
- b) Aprobar los proyectos a implementarse por los estudiantes.
- c) Modificar, de ser necesario, Reglamento de Régimen Interno del Centro de Asesoría UPS.

- d) Definir los criterios y orientaciones docentes de orden general e impulsar la renovación científica.
- e) Proponer el plan de ordenación docente del Centro y supervisar su cumplimiento.
- f) Proponer límites de admisión y criterios para la calificación de las pasantías.
- g) Realizar Informes mensuales sobre las actividades del Centro de Asesoría UPS a los directivos de la Universidad Politécnica Salesiana.
- h) Establecer el presupuesto y la asignación de los recursos.
- i) Formular propuestas referentes a las necesidades de provisión de plazas de personal de administración y servicios correspondientes al Centro.
- j) Rendición de cuentas a los directivos de la Universidad politécnica Salesiana.
- k) Proponer convenios con otras entidades e instituciones.
- l) Ejercer cualquier otra competencia que le atribuyan los Estatutos de la Universidad o sus normas de desarrollo.

Artículo 12. Funcionamiento

Las comisiones actuarán en Pleno y bajo las políticas Institucionales, Reglamento General de la Facultad de la Universidad Politécnica Salesiana y este reglamento.

2.8 Ideas a Defender

En este estudio de investigación las ideas a defender están dentro de los siguientes aspectos.

- Que los alumnos se relacionen en el ámbito laboral y tengan experiencia en los procesos de comercio exterior y logística.
- Crear un centro de asesoría UPS que sirva de apoyo para que los estudiantes mejoren su aprendizaje académico y reafirmen su conciencia social.
- El Centro de Asesoría UPS centrará sus actividades en participativas grupales, cooperativas e individuales, que involucren el desarrollo activo de los estudiantes.
- Explicar los beneficios de exportar a los pequeños productores.
- La realización conjunta de las pasantías laborales y sociales en el centro de asesorías UPS optimizaría el tiempo académico de los estudiantes en la obtención del título universitario.

2.8.1 Variables

Tabla Nro. 1 Variables Dependientes e Independientes

Variable Dependiente	Indicadores	Instrumentos
Proceso de Pasantías Conjuntas	Interes Social y Laboral La Optimización del tiempo académico	Participación grupal Individual Programas de asesorías
Variable Independiente	Indicadores	Instrumentos
Creación del Centro de Asesoría UPS	Desempeño en el área Laboral de los estudiantes Mayor Participación de la Universidad Politécnica Salesiana Estudiantes más críticos y analíticos	Material Didáctico Seminarios Trabajos de Investigación

CAPITULO III:

3. ANALISIS SITUACIONAL DE LOS PEQUEÑOS EXPORTADORES DE CAFÉ EN GRANO

En base a la información del Cofenac hemos analizado el entorno del sector cafetalero, el mismo que es de gran importancia en los ámbitos económicos, sociales y ecológicos de nuestro País.

Dicha importancia económica del cultivo de café se refleja en su aporte de divisas al Estado y en la generación de ingresos para las familias cafetaleras y otros actores que forman parte de la cadena productiva como: transportistas, comerciantes, exportadores, industriales, obreros vinculados a los procesos productivos y de procesamiento, entre otros, que se relacionan en el área de producción y precios del café.

La importancia de la caficultura en el ámbito social radica en la generación de empleo tanto directo como indirecto, para 105.000 familias de productores a nivel nacional; así como, para varios miles de familias relacionadas en la cadena de comercialización, industrialización, transporte y exportación.

En el ámbito ecológico, la importancia de la actividad cafetalera se caracteriza por la amplia adaptabilidad de los cafetales en los distintos agro ecosistemas de las cuatro regiones del Ecuador: Costa, Sierra, Amazonía e Islas Galápagos. Las hectáreas de café, en su mayoría, son cultivadas bajo árboles de alto valor ecológico y económico, en diversos arreglos agroforestales, que constituyen un hábitat apropiado para muchas especies de la fauna y flora nativas. Además, las tecnologías de producción cafetalera, no involucran una alta dependencia de agroquímicos.

En la actualidad el sector cafetalero se ve en la necesidad de fortalecer las asociaciones de productores, con la finalidad de construir alternativas de desarrollo sustentable que generen bienestar y equidad para los actores de la cadena cafetalera.⁷

⁷ Cofenac, <http://www.cofenac.org/sector-cafetalero>

Por lo expuesto en el párrafo anterior el Gobierno Ecuatoriano a través del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, MAGAP, la rectoría del sector cafetalero propone un Programa de Reactivación de la Caficultura, que es administrado por la Coordinación de Café y Cacao, de la Subsecretaría de Agricultura.

La creación de esta Unidad, parte de una iniciativa del Comité Técnico Permanente del Cacao, integrado por el MAGAP; Ministerio de Relaciones Exteriores - Comercio e Integración, MRECI; la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, AGROCALIDAD; y el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, INIAP.

Mediante Acuerdo Ministerial se establecen las competencias de esta Coordinación:

- Coordinar la Política Nacional del Sector Café y Cacao
- Organizar y apoyar programas y proyectos
- Promover la asociatividad de los actores de café y cacao, especialmente de pequeños productores.
- Asegurar que el mercado cafetalero y cacaotero se desarrolle en un marco de eficiencia y sustentabilidad
- Elaborar políticas de crédito
- Acceder a la inversión e investigación, a fin de desarrollar los dos cultivos en las zonas seleccionadas.

En este marco, la Coordinación realizó un estudio de la actual situación del sector cafetalero y pone en marcha el Proyecto de Reactivación de la Caficultura, que determina a nivel nacional 842.882 Unidades de Producción Agropecuarias – UPAs, de las cuales aproximadamente 105 mil se dedican a la producción cafetalera, de esta cifra el 80% tienen menos de 5 hectáreas, 13% entre 5 y 10 has. y 7% más de 10 has.

Entre los beneficios sociales se considera: generación de empleo directo para 12.500 familias de productores de café y ocupación de mano de obra dedicada a la provisión de bienes y servicios vinculados al sector.

El estudio advierte que el cultivo de café tiene una importancia ecológica, que se manifiesta en la amplia adaptabilidad de los cafetales a los distintos agro ecosistemas de la Costa, Sierra, Amazonía, e islas Galápagos, en una superficie aproximada de 220 mil hectáreas. Además el café como arbusto contribuye a la conservación de los suelos, especialmente como aporte de materia orgánica y protector de procesos erosivos.

Asimismo, el cultivo de café contribuye a la captura de carbono de manera similar a los bosques secundarios, regula el balance hídrico de los ecosistemas; y en el manejo tecnificado no requiere de una alta dependencia de agroquímicos.

En este aspecto, las zonas cafetaleras del Ecuador se localizan desde alturas cercanas al nivel del mar hasta aproximadamente la cota de los 2000 msnm. El café es cultivado principalmente en la provincia de Manabí, que registra el 32,20% del área total; siguiéndole Loja con 13.5%; Orellana 8,9%; Sucumbíos 8,2%; Guayas 6,4%; Los Ríos 6%; y el 24% restante, lo ocupan: Esmeraldas, Pichincha, El Oro, Cotopaxi, Azuay, Imbabura, Carchi, Chimborazo, Cañar, Morona Santiago y Zamora Chinchipe. Los cafetales viejos, con edades entre 25 y 50 años son poco productivos, por lo que serán renovadas con semilla de variedades de alto rendimiento acompañadas de sistemas tecnológicos apropiados

Se considera que aproximadamente un 10% de los caficultores del país se encuentran agremiados, especialmente son pequeños productores, quienes integran Federaciones o Corporaciones regionales de comercialización, que bajo el esquema de mercado justo, colocan el café ecuatoriano en mercados de nicho a nivel mundial.

*De otro lado, el sector industrial cafetalero modernizó e incrementó su capacidad de procesamiento en un 15%, similar a los países desarrollados como Estados Unidos e Inglaterra, con una capacidad instalada superior a 1 millón de sacos al año. Frente a la escasa producción de materia prima del país, su desarrollo obedece a la política de importación de café robusta asiático, en condición de régimen especial, sin aranceles.*⁸

⁸BOLETÍN DE PRENSA MAGAP/SA, Quito, 23 de septiembre de 2011, <http://www.magap.gob.ec>⁸

3.1 Aspectos Tecnológicos

El sector Cafetalero de nuestro país lamentablemente no ha utilizado la tecnología adecuada para la producción de sus cultivos.

El 80% de las plantaciones en el Ecuador se manejan en forma tradicional, es decir de manera empírica no tecnificada, lo que afecta al rendimiento que se obtiene en el cultivo de este producto, estimándose según el MAGAP que un 15% se lo hace en forma semitecnificada y tan sólo el 5% se lo realiza de manera tecnificada.⁹

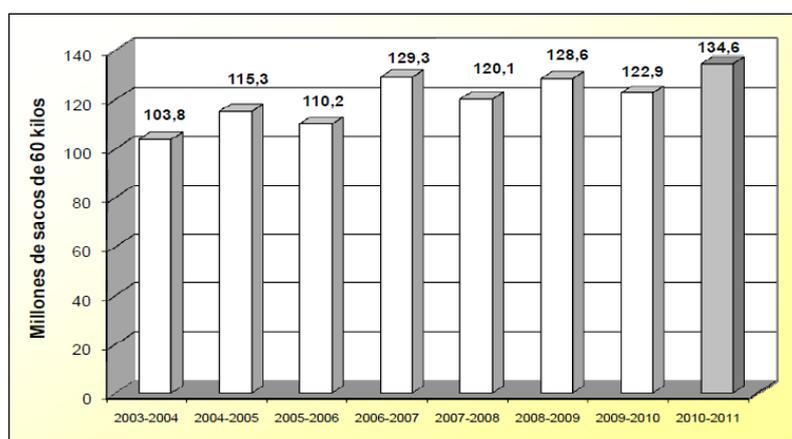
En algunos lugares se continúa utilizando técnicas de cosecha por sobado y beneficiado seco que generan granos de baja calidad, lo cual perjudica la venta internacional del café.

3.2 Producción

3.2.1 Producción mundial de café. Período 2003 – 2011.

La Producción de Café a nivel mundial va aumentando según información del Cofenac en su informe técnico del 2010 y como lo demuestra la siguiente tabla:

Tabla 2. Producción Mundial de Café



Fuente: ICO, diciembre/2010.

⁹ Unidad Sectorial de Estudios de Café, CORPEI- Ecuador, www.corpei.org

3.2.2 Producción Nacional de Café.

En nuestro país existen cultivos de café de las especies arábigo y robusta. Las más destacadas zonas de producción de café arábigo se ubican en Manabí-Guayas, el Sur del país (El Oro y Loja) y las estribaciones occidentales y orientales de la cordillera de los Andes.

En la zona Manabí-Guayas se cultiva desde los 250 msnm hasta los 700 de altitud; en la zona sur desde los 500 msnm hasta los 2000 de altura y en las estribaciones de la cordillera andina de los 500 a 1600 metros sobre el nivel del mar.

Las principales variedades arábigas cultivadas en el Ecuador son la Típica también llamada arábigo, pajarito, Caturra, Bourbon, Pacas, Catuaí.

El café robusta se cultiva en las zonas tropicales húmedas de la Costa y del Oriente, hasta los 600 metros de altitud. Las provincias de mayor importancia en la producción de café robusta son: Los Ríos, Pichincha, Esmeraldas, Orellana, Sucumbíos y Napo.

La mayor parte de cafetales robustas se han establecido a partir de “lechuguines” (plantas que emergen bajo los cafetos en producción) y que, debido a la naturaleza alogámica de la especie, muestran una elevada variabilidad fenotípica y baja productividad. La opción tecnológica apropiada para renovar las plantaciones de robusta es el empleo de clones de alta producción.

En la Figura 3.3.2, se observan las principales zonas productoras de café del Ecuador.



Fuente: ICO, diciembre/2010.

3.4 Problemas en la Producción y Comercialización del Café en Grano en el Guayas

El Cofenac realizó una encuesta a los pequeños exportadores y caficultores para determinar los principales problemas por los que se ven afectados, se procederá a realizar una escala de puntuación para demostrar que tanto influyen en su producción dichas situaciones:

Escala de Puntuación

TOTALMENTE	3
PARCIALMENTE	2
INDIFERENTEMENTE	1

Fuente: ICO, diciembre/2010.

TABLA N° 3: ESCALA DE PUNTUACION DE PEQUEÑOS EXPORTADORES Y CAFICULTORES

PROBLEMA	PUNTOS
Falta de Organización Comunitaria	3
Baja Productividad	3
Comercialización	3
Logística	2
Plagas	1
Falta de Asesoría	3

Fuente: ICO, diciembre/2010.

3.5 CONCLUSIONES DEL ANALISIS SITUACIONAL DE LOS PEQUEÑOS EXPORTADORES DE CAFÉ EN GRANO

La falta de conocimiento de los caficultores es un factor muy influyente en el momento de producción del mercado de café, ya que al momento de producir no tienen la tecnología adecuada y por dicho motivo el café no puede competir con los niveles de producción que requieren determinados mercados internacionales.

Los pequeños exportadores deben buscar la manera de consolidar los gremios y darles un mayor impacto a nivel internacional para dar a conocer la calidad del café ecuatoriano, participar en ferias cafeteras a nivel mundial.

El gobierno ecuatoriano debe trabajar arduamente para consolidar la imagen del café del Ecuador mediante la creación de alianzas estratégicas para fomentar las exportaciones de este producto en nuestro país

Además se deberá enviar a los clientes internacionales muestras de café, como instrumento de impulsación del producto, para ir poco a poco ingresando a nuevos mercados. Los pequeños exportadores deberán mejorar la tecnología de producción así aumentarán los volúmenes actuales lo que permitiría también mejorar la calidad del café.

El Pequeño exportador está en una etapa de educación y mejorar los procesos logísticos.

3.6 ANALISIS DEL MACRO ENTORNO DEL MERCADO CHILENO

3.6.1 Variable Económica

La Economía de Chile muestra un ambiente de estabilidad, desde los años 90 se ha venido consolidando y formando parte de un proceso de crecimiento que se ha fortalecido mediante la integración mundial, llegando a un porcentaje del 5,4% de crecimiento desde el 2000, en los siguientes años los índices han demostrado las siguientes fluctuaciones desde 4,3 al 8.95% desde 2003 al 2010.

El 2011 refleja en el primer trimestre una tendencia similar a la de los años anteriores de acuerdo al índice de proyección de la actividad económica de la cámara de comercio inclusive se prevee que esta tendencia continúe.

El gobierno chileno debe hacer un mayor énfasis al sector industrial, ya que este es un sector primario de vital importancia para la economía del país, además debe considerar medidas para fomentar que las divisas se mantengan dentro del país ya que existe un gran volumen de inversión extranjera.

3.6.2 VARIABLES POLÍTICAS

La situación política de Chile ha mejorado mucho en los últimos años inclusive llego a ascender a categoría A, por la ausencia de graves desequilibrios económicos y la solidez financiera que mantiene, lo cual beneficia al estado y a las empresas.

Se mantiene en el país un entorno político de estabilidad, existe la misma tendencia para mantener el equilibrio macroeconómico, con un sistema financiero solido aunque la base de las exportaciones en un 40% sea el cobre, el gobierno también desarrolla las exportaciones de otros sectores como: frutas, pescado, madera, pasta de papel.

Las iniciativas de una política fiscal más regulada hacen que se desarrolle el presupuesto fiscal de manera más transparente, aumentando la credibilidad de las políticas fiscales y monetarias.

3.6.3 Variable Tecnológica

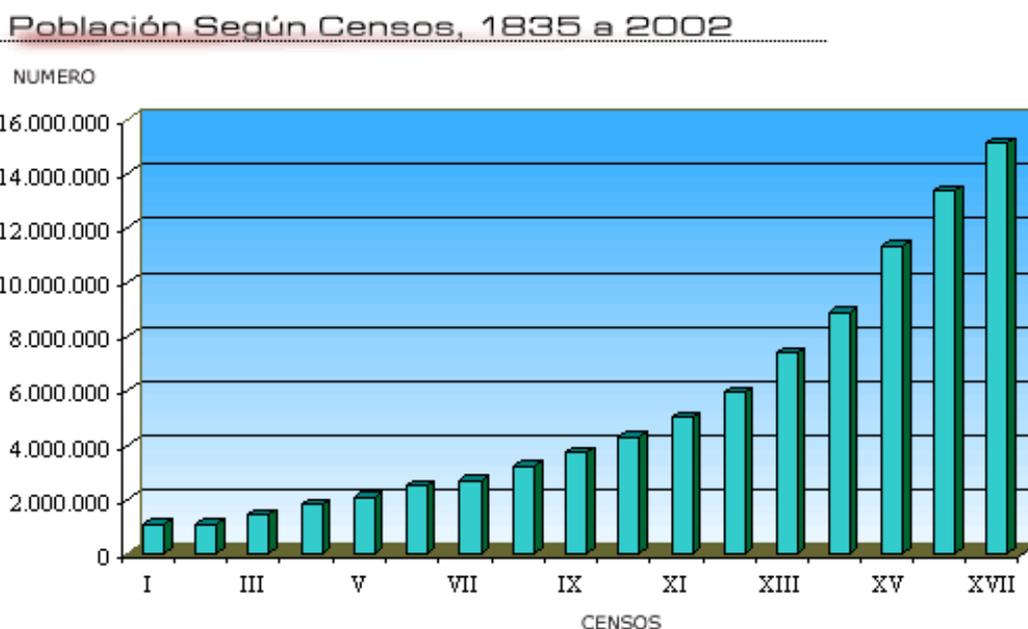
Los recursos tecnológicos son de fácil acceso en Chile a causa de los tratados y convenios con otros países, además que muchos de estos artículos también son de fabricación Chilena lo que hace más accesible la compra de los mismos.

3.6.4 Variables Sociales

En los últimos años Chile ha experimentado una creciente baja de natalidad, en cambio la tasa de mortalidad ha aumentado lo que lo convierte en uno de los países con un crecimiento de la población más lento de América Latina junto con Argentina y Uruguay.

Santiago de Chile es la ciudad más poblada del país se encuentra concentrada el 40% de la población total de Chile y sin embargo la cantidad de habitantes apenas ha variado respecto a una década.

TABLA N° 4: POBLACION DE CHILE SEGÚN CENSOS 1835 A 2002



Fuente: Macroentorno del mercado Chileno (www.buenastareas.com)

3.7 Análisis del Consumidor de Café en Chile.

La presente investigación fue realizada por una empresa de Café en Chile llamada Rain Comercio Internacional Ltda., la misma que es de tipo concluyente, descriptiva y de campo, ya que describe la forma como se manifiesta la problemática que busca solventar a través del conocimiento el comportamiento de compra de los consumidores de café en grano de Chile.

Es del tipo concluyente y de campo, pues está diseñada para suministrar información que permita la evaluación de los cursos de acción y por estar basada en datos primarios obtenidos directamente de la realidad.

3.7.1. Análisis del Estudio del consumidor de Café en Chile

Se debe considerar que se realiza este estudio para determinar las tendencias de consumo del mercado chileno en cuanto a un producto masivo como el café. Lo que dio como resultado lo siguiente

Las marcas más recordadas:

- Nescafé con un 25%
- Café León con un 17.5%
- Cafetalito con un 15%
- Otras 42.5%.

TABLA N° 5: POSICIONAMIENTO DE PRODUCTOS



Fuente: Estudio de Mercado, www.infocafes.com

3.7.2 Análisis de Motivaciones.

Las motivaciones de los consumidores dependen mucho de los estados emocionales y percepciones que posean sobre determinado productos, ya que estos serán los móviles para realizar la compra.

Se deben generar estímulos, expectativas para crear la necesidad a las personas a adquirir el producto en el supermercado.

3.7.3 Estímulos.

Los factores que afectan principalmente la decisión de comprar café por parte de los consumidores son: el olor que transmite el café para el 40%, en segundo lugar el precio del paquete para el 25% y en tercer orden de importancia el sabor para un 25%. La opción consistencia del producto es considerada por un 10%.

3.7.4 Expectativas

El 40% de los consumidores está satisfecho, ya que encuentra el producto en las condiciones de olor, tamaño y precio según lo esperado, un 35% medianamente satisfecho, es decir, les parece que el café esta caro en razón a la calidad que ofrecen, un 25% insatisfecho ya que no lo encuentra en las condiciones según lo esperado, esto debido a que el café que se ofrece tiene un sabor regular, poco aromático y de baja calidad en sí, prefieren los cafés solubles en algunos casos por lo práctico.

3.7.5 Interpretación

El 35% de las personas opina que luego de probar el café de la marca Café León les parece que el producto es de deficiente y el resto 65%, respondió que le parecía regular nadie manifestó agrado total por el café. En cuanto al tamaño que las mismas presentan en el mercado, el 95% considera que es muy adecuado y de presentación muy práctica, el 5% considera que el tamaño es inadecuado. En cuanto al sabor, el 70% de los consumidores lo califica de poco aromático y con acidez media, el resto 30% consideran que es aromático y de sabor balanceado, le falta cuerpo.

TABLA N° 6: PERCEPCION DE CONSUMIDORES

Percepción			
Estímulos	Expectativas	Interpretación	Motivaciones
Olor 40%	Satisfecho 40%	Regular: 35% Deficiente: 65%	Hábito o costumbre: 55%
Precio 25%	Medianamente satisfecho 35%	Buen tamaño: 95%	Impulsación o promoción: 20%
Sabor 25%	Insatisfecho 25%	Calidad Alta: 30%	Gusto por el producto: 15%
Consistencia 10%		Calidad Baja: 70%	Recomendación o precio: 10%

Fuente: Estudio de Mercado, www.infocafes.com

3.8 Variables de mercadotecnia en la satisfacción de los consumidores de café.

El mercado les brinda a los consumidores un sin número de opciones para satisfacer sus necesidades, entonces se debe determinar las causas por las cuales ellos deciden adquirir un producto.

3.8.1 Producto

El punto de comercialización más fuerte para el café son los supermercados, por ello se consultó a los consumidores sobre sus preferencias, el empaque con sello de frescura, un 20% empaque al vacío y 5% en bolsa metálica.

El 65% de los consumidores proponen que los empaques vengan impresos con recetarios para la preparación de otras bebidas, otro 25% considera incluir información nutricional, 10% propone colocar información que identifique procedencia de producción de los granos de café. En relación a que elemento se debe mejorar el 45% consideró el sabor y consistencia del grano.

3.8.2 Precio (Peso Chileno)

En cuanto al precio del Café León con respecto a otras marcas, los resultados muestran que el 60% de los consumidores opinan que son muy altos, 40% dicen que el precio esta bien en razón al tamaño y calidad. El precio puede llegar a ser un factor limitante en el mercado del café. El precio actual es:

TABLA N° 7: PRECIOS DE CAFÉ (PESO CHILENO)

Marca	Presentación en venta	Precio de venta	Precio por libra
Café León	460 gramos	Q40.00	Q40.00
Cafetalito	460 gramos	Q35.00	Q35.00
Capeuleu	320 gramos	Q25.00	Q36.00

Fuente: Estudio de Mercado, www.infocafes.com

3.8.3 Plaza o Distribución

Se debe considerar que el principal punto de distribución son los supermercados ya que el 80% de los consumidores lo compra ahí, un 15% en tiendas especializadas y cafés y el resto 5% en comercios. Por esto es muy importante que se estudie la ubicación del producto dentro de las estanterías ya que en base a la posición que ocupen los clientes tendrán mayor visualización del producto.

3.8.4 Publicidad o Comunicación

Según el análisis de las variables de mercadotecnia del producto se observa que la satisfacción del consumidor está determinada en mayor proporción por la variable producto, sobre todo lo relacionado con la calidad y presentación del empaçado.

La publicidad del producto se debe enfocar mucho a realzar las características del producto y a hacer campañas de recordación.

3.9 Conclusiones del Análisis del Consumidor y de las variables que intervienen.

Uno de los factores determinantes en la preferencia de los consumidores es el precio del café, porque este factor puede llegar a ser un factor limitante que evite la compra del producto.

Al momento de realizar la compra el consumidor percibe el precio en función a la calidad del café, si no están acorde ambos esto ocasionará que el consumidor considere caro el producto y no lo consume por la sensación de pagar por un producto que no lo vale.

La marca tendría mayor impacto si el empaque tuviera el sello de fresca, esto le daría un valor agregado al producto, pues esto preserva el producto contra la humedad y es un elemento que garantiza calidad y una mejor exposición ante el cliente que puede percibir el olor del café a través del empaque. El diseño del empaque no es un factor incidente de compra.

El papel de la degustación, como instrumento de impulsación del producto en el punto de venta es vital para la marca, si se mejorara el servicio de impulsación en cuanto al trato del personal hacia los consumidores, la información proporcionada y tener definida una metodología de promoción y cierre de venta.

El consumidor está en una etapa de educación de la cultura del café, entre los consumidores, los que no está informados correctamente sobre las diferentes regiones que existen de los cafés, usualmente compra el mismo café por hábito mientras que las personas que conocen las regiones consumen más el producto porque saben que café se adecua a su gusto particular.

La publicidad del producto de regiones no es una estrategia rentable en medios de comunicación masivo, ya que la mayoría de las otras marcas centran sus esfuerzos en los puntos de ventas y en publicidad alternativa con mucha creatividad, la comunicación debe estar enfocada al punto de venta y a presencia en eventos especiales.

3.10 Análisis de las Habilidades de los Productores de Café

Los Productores han venido desarrollando y mejorando desde las prácticas básicas de producción del café y las extensas e intrincadas cadenas de comercialización. Aun se encuentran desarmonizados los recursos y existen desequilibrios involuntarios en la mayoría de los casos, entre productores y consumidores.

Se debe considerar que la globalización y la apertura de mercados también han conllevado una mayor preocupación de los productores por conocer las cadenas agroalimentarias. Los Productores están desarrollando habilidades que les permitirán mejorar su producción y proceso de comercialización por ello se ven en la necesidad de querer incursionar en mercados internacionales.

En la actualidad existen muchos programas que buscan implementar un manejo integrado de los procesos cafeteros, estos proyectos han venido siendo impulsados por la Organización Mundial del Café. La Asociación Nacional de Exportadores de Café, ANECAFE, estima que en la región costa se siembra 112,000 hectáreas (ha), en la sierra 62,000 ha, en la región amazónica 55.000 ha y en Galápagos 1.000 ha de cafetales. Esta amplia distribución se presenta porque el Ecuador es uno de los 14 países, entre cerca de 70, que tiene producción mixta.

Ecuador exporta café según la especie (arábigo ó robusta) y según su procesamiento (lavado, natural, soluble, liofilizado tostado y molido). Durante los últimos 20 años. Las Habilidades de producción, comercialización e incursión a nuevos mercados se han incrementado notablemente, lo que implica un crecimiento del sector.

CAPITULO IV:

4. CASO PRÁCTICO:

4.1 PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACIÓN EN EL ECUADOR PARA EL CAFÉ EN GRANO TENIENDO COMO DESTINO EL PUERTO DE VALPARAISO-CHILE.

El presente capítulo refleja los procedimientos que deben desarrollarse para realizar la exportación de un producto, en este caso se expondrá ejemplo práctico como la exportación de café en grano al Puerto de Valparaíso - Chile

REQUISITOS PREVIOS

El Exportador sea esta persona natural o jurídica debe estar registrado en el Registro Único de Contribuyente (RUC), constar en estado activo y estar en la lista blanca del SRI.

El Exportador debe registrarse como exportador ante la SENA, ver en los anexos el formulario de registro para operador de comercio exterior.

En caso de ser persona natural deben presentar una carta en hoja membretada del operador de comercio exterior, dirigida al Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENA), con atención a la Dirección de Atención al Usuario, solicitando el registro y concesión de clave. (Ver formato de la carta en los anexos).

Las Personas Jurídicas además de la carta en hoja membretada, debe presentar: copia notariada del estatuto social de la sociedad, en caso de consorcios, patrimonios autónomos o fideicomisos: copia notariada de la escritura de constitución; copia del nombramiento vigente del representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil y en el Ministerio del ramo, en caso de otros tipos de organizaciones sociales que no se constituyan al amparo de la Ley de Compañías; copia a color de la cedula de ciudadanía del representante legal o pasaporte para el caso de extranjeros;

y, copia del RUC de la sociedad, debiendo constar en el giro de su negocio la actividad de comercio exterior; para la cual solicita la clave.

REQUISITOS ESPECIFICOS

Autorizaciones Previas.- Para el café cuando no es procesado como es este el caso se debe tramitar un Certificado Fitosanitario (Agro calidad), de Origen (depende del lugar de destino), certificado de fumigación cuando los pallets o cajas del embalaje son de madera, Certificado de calidad y variedad del café de exportación (COFENAC).

DECLARACION ADUANERA – ORDEN DE EMBARQUE –DAU 40

El propietario, consignatario o consignante, en su caso, a través de un agente de aduana presentara en el formulario correspondiente, la declaración de las mercancías con destino al extranjero, en la que solicitara el régimen aduanero al que se someterán, en este caso el pequeño exportador deberá solicitar a su Agente de Aduana que generé la orden de embarque donde se especifica la carga que se va a enviar, número de factura, forma de envío, datos del embarcador y consignatario, ver ejemplo en los anexos.

Se debe presentar la orden de embarque antes del envío de la carga, una vez ya se haya exportado los agentes de Aduanas deben presentar hasta 15 días hábiles posteriores la dau, con la cual se liquidan impuestos, pero como en este caso no aplica no se cancelan impuestos.

Documentos de Acompañamiento:

- Original o copia negociable del conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte.

- Factura comercial.

- Los demás exigibles por las regulaciones expedidas por el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) y/o por el Directorio del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), en el ámbito de sus competencias.

Así también, el Certificado de Origen (OIC), emitido por el Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), exigibles a las declaraciones aduaneras que amparan exportaciones de café clasificadas en las subpartidas arancelarias:

- 0901.11.90.00
- 0901.12.00.00
- 0901.21.10.00
- 0901.21.20.00
- 0901.22.00.00
- 2101.11.00.00.

4.1.2 EJEMPLO

DATOS DEL EXPORTADOR:



CAFECOM S.A.

Ruc:

Dirección:

Lot. Ind. Expogranos Km 10 1//2 Via a Daule

Teléfono: 6005730- 35

Ctc: Ec. Julio Ospina

MISIÓN:

Estar comprometidos en lograr y mantener el mayor cumplimiento y satisfacción de nuestros clientes en cuanto a calidad y tiempo, mejorar la calidad de vida de nuestros productores asociados en las zonas de cultivo (origen) a través de la capacitación en buenas prácticas agrícolas, propiciando el buen manejo y conservación del medio ambiente y consecuentemente un trato justo con nuestros caficultores

VISIÓN:

Posicionarnos con nuestro café de alta calidad tanto en el mercado nacional como en el internacional conquistando nichos de mercado alrededor del mundo con nuestros productos con valor agregado. Ser competitivos en calidad y precio utilizando tecnología de punta que nos permita cumplir con las exigencias del mercado.

Caso:

Exportación de 50 sacos de café en grano a Chile

- 1) Elaboración de la Nota de Pedido (Ver anexos)
- 2) Se conviene el término de Negociación: FOB y los términos de la compra
- 3) Elaboración de la factura Comercial



LOT. IND. EXPOGRANOS KM. 10 1/2 VIA A DAULE
TEL/FAX: 211888 - 211834 - 211834
E-mail: cafecom@guayaquil.net
GUAYAQUIL - ECUADOR

R.U.C. 0991342060001
FACTURA

Serie 001-001- N° 0001369
Aut. S.R.I.: 1109262005
Fecha de Elaboración: 14/Febrero/2011
ABRIL 21/2011

Cliente: **RAIN COMERCIO INTERNACIONAL LTDA.** Fecha: **7/8/2011**
 Dirección: **Carrera Cral. San Martín 9400 y Quilicura** R.U.C./C.I.: **77837783-0**
 Ciudad: **SANTIAGO-CHILE** Teléfono: **8228400**
 Forma de Pago: _____

CODIGO	CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
	5,450.00	KILOS DE CAFÉ SIN DESCAFEINAR NETOTAR ARABICO NATURAL (50 sacos de 69 kilos)	5,7244	19,789.63
FORMA DE PAGO: ALA VENTA DESTINO: SANTIAGO-CHILE KILOS NETOS: 3450 KG KILOS BRUTOS: 3480 KG MONEDA: 0981.11.00 LOTE: 000-107-002 TERMINO DE NEGOCIACION F.O.B				



Forma Autorizada

Total Gravado con IVA Tarifa 0% 19,789.63

Total Gravado con IVA Tarifa 12%

Importe del IVA 19,789.63

TOTAL DE ESTA FACTURA US\$

ORIGINAL: ALCOMINTE. VESA. COPIA: EMISOR
SEA. COPIA: SIN VALOR PARA EFECTO TRIBUTARIO

- 4) Aprobación de la Factura Comercial.
- 5) Se cotiza con diferentes compañías de Transporte Internacional, en este caso será 01x20 desde Guayaquil al Puerto de Valparaíso Chile. (Ver anexos)

COSTOS ASUMIDOS POR CAFECOM

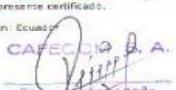
- Costos Locales en Origen \$ 200.00 +Iva
- Costos Portuarios \$ 190.00 + Iva aproximados depende del terminal
- Despacho de Aduana \$ 225.00 +Iva
- Transporte Interno \$ 150.00 +IVA
- THC Origen

COSTOS ASUMIDOS POR RAIN COMERCIO INTERNACIONAL

- Flete Marítimo \$ 600.00
 - THC destino \$ 50.00
 - Costos Locales destino \$ 150.00
- 6) Se procede a tramitar los certificados Fitosanitarios y de Origen (ver Anexos)

CERTIFICADO DE ORIGEN
ACUERDO DE ASOCIACIÓN CHILE - ECUADOR

Número de Certificado: 2551

PAÍS EXPORTADOR ECUADOR		PAÍS IMPORTADOR CHILE				
1. Nombre, dirección y número de registro fiscal del Exportador CAFECOM S.A. ECUADOR, Guayaquil - Lot. Indust. Exportados 11-12Km 101/2 Via Dejeu RUC: 099134256001						
2. Nombre, dirección y número de registro fiscal del Importador RAIN COMERCIO INTERNACIONAL LTDA. CHILE, Santiago - CHILE, SANTIAGO - CARRETERA GRAL. SAN MARTIN 0400 Y QUEJULERA RUT: 77992780-0						
3. Descripción de las mercancías		4. Naladies	5. Criterio de Origen	6. Número y Fecha Factura Comercial	7. Peso bruto (kg.) u otra medida	
LOS DEMAS CAFE EN GRANO SIN DESCAFEINAR NI TOSTAR TIPO ARABIGO NATURAL 30 SACOS DE 60 KILOS 345C KN 345C KB		09011180	A	001-001-0004369 21/04/2011	345C kg.	
8. Observaciones						
9. Declaración del Exportador El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la emisión del presente certificado. País de origen: Ecuador  Firma: <i>[Firma]</i>			10. Firma de la autoridad competente o entidad habilitada Certifico la veracidad de la presente declaración Nombre: <i>Ing. Richard Macías O.</i> Se ite: CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL Lugar y fecha: Guayaquil, 25 ABR. 2011 Firma: <i>[Firma]</i>			

7) Se

coordina el día que se procederá a realizar el cargue del contenedor.

8) Se procede a gestionar con el Agente de Aduana, Estevan Quevedo Código 3719, la orden de embarque utilizando la factura comercial.(ver anexos)

9) Se procede con la orden de retiro del contenedor, se contrata al Transportista interno, se solicitan los siguientes datos:

Nombre del Chofer:

Placa del vehículo:

CI:

10) Se elabora el AISV de acuerdo al terminal que ingrese la carga.

Autorización de Ingreso y Salida de Vehículo CONTECON GUAYAQUIL S.A.	
	
# Servicio: 320110118456	Exportación: (X) Acopio Contenedor Lleno: () Banano: () Consolidación: () Acopio: ()
Número de Registro Portuario: HSD-2011-018 Número de Booking: QNAAFZL00 Nombre de la Agencia Naviera: HAMBURG SUDAMERIKANISCHE. Nombre de Buque: CAP BRETON Nombre del Exportador: CAFECOM S.A. Puerto de Descarga Inicial: SAN ANTONIO, CHILE Puerto de Descarga Final: SAN ANTONIO, CHILE	
Datos de Aduana	
Nombre del Agente Afianzado: QUEVEDO CORDERO ESTEBAN AMADOR Número de Orden de Embarque: 0281115025700301	
Datos de carga	
Producto Transportado: COFFEE, NOT ROASTED, DECAFFEINATED Código IMC: NO PELIGROSO Peso de Carga (Ton.): 3480 Tipo de Carga: Contenerizada	
Datos de carga en contenedor	
Número de Contenedor: TCLU2727532 Tara Contenedor (Ton.): 2200 Max. Payload(Ton.): 2200 Tamaño Contenedor: 20 Tipo Contenedor: DRY CARGO Tipo Carga en el Contenedor: DRY CARGO (DC) Número de Sellos: P1833523 -	
Datos de Transporte	
Fecha y Hora Salida de Planta: 4/25/2011 15:00 Nombre del Conductor: JEREMIAS MALDONADO Documento Identidad: 0910967975 Placa Camión: GHA020	
Datos de Pago	
Banco: N/D Comprobante de Pago: N/D Proforma: N/D	
Fecha de Impresión: 4/25/2011 2:12:00 PM	Fecha de Generación: 4/25/2011 2:11:32 PM
Los datos proporcionados son de entera responsabilidad de quien los consigna, por lo que CONTECON GUAYAQUIL S.A. no se responsabiliza por cualquier error o falsedad que los mismos pudieren tener, siendo de cuenta del cliente todos los gastos y perjuicios que por dicho error se ocasionen a la carga.	

11) Se realiza el cargue del contenedor

12) Se realiza la guía de Remisión

transvas
CARGO LOGISTICS

R.U.C. 0992539178001
GUIA DE REMISION
001-001 N° 0000006

TRANSPORTES Y SERVICIOS VASCONES S. A. TRANSVAS
Aguirre 116 entre Malecón y Pichincha Edificio Castilla. Piso 1 Oficina 2
Teléfs. (04) 6007558 - (04) 6007559 Cel: 09-975816 - Fax: (04) 6007559
E-mail: lvascones@transvascuador.com

AUT. SRI. 1108492277

Tipo y No. de Comprobante de Venta: _____
Fecha de Iniciación del Traslado: 25 4 2011 Autorización No.: _____
Fecha de Terminación del Traslado: 25 4 2011 Fecha de Emisión: 25 4 2011

MOTIVO DEL TRASLADO:

<input type="checkbox"/> VENTA	<input type="checkbox"/> TRASLADO ENTRE ESTABLECIMIENTOS DE UNA MISMA EMPRESA	<input type="checkbox"/> DEVOLUCIÓN
<input type="checkbox"/> COMPRA	<input type="checkbox"/> TRASLADO POR EMISOR ITINERANTE DE COMPROBANTES DE VENTAS	<input type="checkbox"/> IMPORTACIÓN
<input type="checkbox"/> TRANSFORMACIÓN		<input checked="" type="checkbox"/> EXPORTACIÓN
<input type="checkbox"/> CONSIGNACIÓN		<input type="checkbox"/> OTROS

Punto de partida: COTECON

DESTINATARIO

Nombre o Razón Social: COTECON

R.U.C./C.I.: _____

Punto de llegada: COTECON

IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA ENCARGADA DEL TRANSPORTE

Nombre o Razón Social: GERMIAS MALDONADO

R.U.C./C.I.: 091096797-5 PLACA-GHA-020

Dirección: CRISTO DEL CONZUELO

BIENES TRANSPORTADOS

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN
50	1/Don de 20	TELU-272753-2
5		50 SACOS CAFE
1		SELLO P-1833523
1		ENTREGADO SIN MOVIEDAD
0		
5		

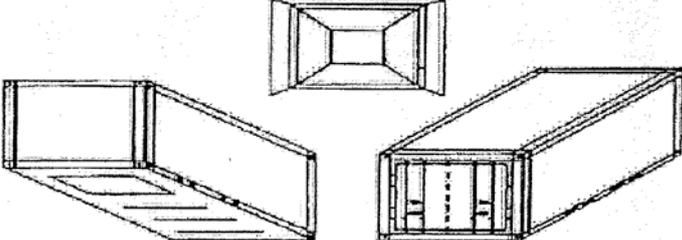
[Firma] 0900578659

TRANS S.A. R.U.C. 0992243880001, Aut. SRI 2804 * 2B 50x2 N° 000001 / 000100 * Exp. Julio 2011

ADQUIRENTE

FIRMA

13) Se ingresa la Unidad al Terminal Portuario

RECIBO DE INTERCAMBIO		EQUIPMENT INTERCHANGE RECEIPT		CONTAINER	
N° E IR : 1843997		20110000208148		DAU :	
CLIENTE client		CAFECOM S.A.			
ARMADOR owners		COMPANIA SUDAMERICANA DE VAPORES			
TIPO type	SITUACIÓN status	BAT Number	Full / Empty	OPERACIÓN operation	A/SV
20 DC	CNTR	005	FULL	GATE IN	320110118456
NAVIO vessel		BOOKING		PUERTO port	FECHA HORA
CAP BRETON		QNAAFZL00		SAI	25/04/2011 17:02
AGENTE shipping agent					Peso tare 2.2
PASE DE PUERTA	POSICIÓN DE PATIO	ENTRADA TRANSPORTE	SALIDA TRANSPORTE	GROSS WEIGHT	MAX PAYLOAD
0	3C-09C1	25/04/2011 17:01		13.62	28.28
DIFERENCE 16.86					
DESCRIPCIÓN DE CONTAINER container description					
<input type="checkbox"/>	HIERRO steel	<input type="checkbox"/>	ALUMINIO aluminium	<input type="checkbox"/>	FIBRA DE VIDRIO fiber glass
					CÓDIGO ISO iso code
					22G1
ENTREGA CGSA			RECEPCIÓN CGSA		
N° Documento			Compañía INDEPENDIENTES		
Firma			Placa GHA020		
RECEPCIÓN / ENTREGA					
N° Documento			SPF 0910957975		
Firma			Conductor JEREMIAS MALDONADO MUÑOZ		
Consignatario			Firma <i>Jeremias Maldonado</i>		
Propietario					
Sellos de Aforo / Origen P1833523					
GATE IN CGSA : CARLOS MANUEL MOLESTINA PENAFIEL				Sellos CGSA CA214283	
					
CÓDIGO DE AVERIAS damage codes					
8,12					

14) Se solicita inspección antinarcoáticos (ver anexos)

15) Se posiciona el contenedor

16) Se inspecciona la carga

17) Policía Antinarcoáticos procede a sellar el contenedor

18) Se embarca la unidad

19) Se Elaboran los BLS.

		BILL OF LADING FOR COMBINED TRANSPORT AND PORT TO PORT SHIPMENT	
SHIPPER CAFECOM S.A RUC: 0991342060001 DIRECCION: LOT. IND. EXPOGRANOS KM. 10 1/2 VIA DAULE TEL: 2110666 - 2110634 - 2110638 GUAYAQUIL - ECUADOR		BIL. NO. GYESAI11147	
CONSIGNEE RAIN COMERCIO INTERNACIONAL LTDA. CARRETERA GENERAL SAN MARTIN 9400 Y QUILICURA TEL: 005626239400 SANTIAGO - CHILE		EXPORT REFERENCES	
NOTIFY RAIN COMERCIO INTERNACIONAL LTDA. CARRETERA GENERAL SAN MARTIN 9400 Y QUILICURA TEL: 005626239400 SANTIAGO - CHILE		FORWARDING AGENT - REFERENCES POINT AND COUNTRY OF ORIGIN	
PLACE OF RECEIPT (*)		DOMESTIC ROUTING / EXPORT INSTRUCTIONS / FOR DELIVERY CONTACT FORWARDING AGENT: TRANSVAS CARGO LOGISTICS AGUIJERE 116 ENTRE PICHINCHA Y MALECON, EDIFICIO CASTILLA, PISO 1 OFICINA 02. Tel: 593 4 6007558/59. E-mail: lvascones@transvascuador.com	
Vessel CAP BRETON V.00023 N		PORT OF LOADING GUAYAQUIL - ECUADOR	
PORT OF DISCHARGE SAN ANTONIO		FINAL DESTINATION (*)	
MARKS AND NUMBERS		Description of goods as per shipper's declaration	
NO. OF PKGS. 01X20' ST		GROSS WEIGHT 3.480,00 KG	
TCLU2727532 20' ST SN: P1833523 QTY: 50 CY/PORT FCL-FCL		01X20' STANDAR SAID TO CONTAIN 50 SACOS DE 69 KILOS DE CAFÉ SIN DESCAFEINAR NI TOSTAR ARABIGO NATURAL KILOS NETOS: 3450KN KILOS BRUTOS: 3480KB LOTE: 008-197-002 FREIGHT PREPAID	
Particulars furnished by merchant			
SHIPPER'S LOAD STOW AND COUNT		(*) If the column Place of Receipt and/or Final Destination are filed in this shipment will be treated as combined transport.	
OCEANFREIGHT AND CHARGES Rates, weight and/or measurement subject to correction		RECEIVED THE GOODS OR THE CONTAINERS, VANS, TRAILERS, PALLETS UNITS OR OTHER PACKAGES SAID TO CONTAIN GOODS HEREIN MENTIONED, IN APPARENT GOOD ORDER AND CONDITION, EXCEPT AS OTHERWISE INDICATED, TO BE TRANSPORTED, DELIVERED OR TRANSSHIPPED AS PROVIDED HEREIN. ALL OF THE PROVISIONS WRITTEN, PRINTED OR STAMPED ON EITHER SIDE HEREOF ARE PART OF THIS BILL OF LADING CONTRACT.	
OCEAN FREIGHT THCO		IN WITNESS WHEREOF, the carrier or agent of said vessel has signed <u>03 (THREE)</u> bills of lading all of the same tenor and date, one of which being accomplished, the others to stand void.	
RATE USD 600.00 USD 145.00		Dated at <u>GUAYAQUIL, 27/ABR/2011</u>	
PREPAID		COLLECT	

20) El Proveedor o el Cliente aprueba los BLS.

21) Cafecom arma un juego de documentación que contiene lo siguiente:

- Factura Comercial
- Packing List
- Certificado de Origen

- Certificado Fitosanitario
 - BL Original
- 22) El cliente recibe la documentación
- 23) La carga llega a Chile en un lapso de 7 días
- 24) Cafecom debe cancelar el 2% al Cofenac para que el mismo le otorgue el Certificado de Origen (OIC).
- 25) Se presenta la DAU 40 y la documentación de Acompañamiento que es:
- Factura Comercial
 - Packing List
 - Certificado de Origen OIC
 - BL Original
- 26) Se regulariza y se da por terminada la exportación (Ver anexos)

CAPITULO V:

5. Marco Metodológico

La investigación que se realizará corresponde a la investigación de campo y de aplicación.

Consideramos la investigación de campo porque durante la fase de recolección de datos visitaremos a entidades que promueven el desarrollo de los exportadores como el CORPEI y Cofenac, y luego un exportador de café para preguntarle sobre su experiencia. También tomamos en cuenta la investigación de aplicación porque del análisis de este proyecto se establecerán pautas para seguir el procedimiento de exportación de la manera que se optimicen los recursos.

Al momento de la elaboración de esta herramienta se establecerá la demanda del producto en Chile, con la cual se podrá estimar nuestros ingresos esperados y costos estimados, para que el caso práctico sea basado en la información más real posible.

Con el objetivo de demostrar lo viable que se puede volver que los productores se conviertan en exportadores se esquematizará los procesos de exportación desde la perspectiva de un pequeño productor, creando una pequeña empresa para darle un enfoque más visual al proyecto.

5.1 Diseño de la Investigación

De acuerdo con las características y objetivos propuestos en el problema del proyecto está enmarcado en modalidad de investigación descriptiva y como factible o de desarrollo, apoyándose por una investigación de campo.

La formulación de la propuesta se realizó con apoyo de una investigación de campo, porque se realizó en el mismo lugar donde se produce los acontecimientos. La misma abordará aspectos cuantitativos y cualitativos.

Andino. P. (2000) expresa que la investigación de campo consiste en la obtención de datos en relación directa investigador – realidad, sin controlar o manipular variables alguna (p.29)

Andino, Yépez (2002) define como investigación de campo el estudio sistemático de problemas, en el lugar en que se producen los acontecimientos con el propósito de descubrir , explicar las causas y efectos , entender su naturaleza e implicaciones, establece los factores que lo motivan y permiten predecir su ocurrencia. (p.2).

YEPEZ A. (2002) dice que “el proyecto es factible comprende la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable.

UPEL (1998) indica que la investigación es factible porque “consiste en la elaboración y desarrollo de una alternativa viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organización o grupos sociales” (p.7).

Según la definición descrita en los anteriores párrafos este trabajo de investigación es un proyecto factible porque según la formulación del problema, primero se hará un diagnóstico de la situación actual sobre la falta de un centro que proporcione el asesoramiento adecuado para el desarrollo de los pequeños productores en exportadores.

5.2 Tipo de Investigación.

El proyecto que se va a realizar en este estudio es de carácter descriptivo, factible y de desarrollo.

De acuerdo a la definición dada por Yépez A. (2002) para tipos de investigación descriptivas “están dirigidas a determinar ¿Cómo es? ¿Cómo esta? La situación de las variables que se deberá estudiar en una población, la frecuencia con la que ocurre un fenómeno, y en quienes se presenta. Es decir, describe un hecho tal cual aparece en la realidad”

En este proyecto investigativo se va a describir, analizar, y a interpretar la falta de un centro asesorías que desarrolle el potencial de los pequeños exportadores mediante soluciones eficaces.

5.3 Técnicas para la recolección de información

Según Roberto Hernández¹⁰ “La recolección de datos está dada por el proceso de vincular conceptos abstractos con indicadores empíricos. Este proceso, además, implica seleccionar un instrumento de medición válido y confiable, que pueda ser aplicado para obtener datos de interés para el estudio y que éstos se puedan analizar”

Esta tesis corresponde a un estudio de naturaleza por encuesta, ya que tiene como objetivo directo la observación de fuentes directas y los datos manejados proceden de las manifestaciones verbales o escritas de los pequeños productores, por ello el método principal para la recolección de información que se utilizó en este estudio fue

¹⁰ HERNÁNDEZ, Roberto. “Metodología de la Investigación” op., cit., p. 234

la encuesta, que Según Guillermo Briones¹¹ “puede ser definida como un conjunto de técnicas destinadas a recoger, procesar y analizar información ya que se dan en unidades o en personas”.

Según Jose Cornejo ¹²“Es importante señalar que el uso de esta técnica fue motivado por el hecho que un cuestionario pueda aplicarse en gran escala sobre una gran muestra de sujetos, lo que hace de la encuesta por cuestionario un método suficientemente general, móvil e idóneo para este trabajo de tesis”

“Además, porque este método es útil cuando se necesita información sobre una gran variedad de comportamientos de un mismo sujeto cuya observación directa, si fuera posible, llevaría demasiado tiempo y/o supondría entrar en la intimidad de la persona”.¹³

“La encuesta se caracteriza por ser una observación indirecta a través de lo manifestado por las personas encuestadas y además porque la información es recogida usando procedimientos estandarizados de manera que a cada individuo se le hace las mismas preguntas de la misma manera”.¹⁴

Según Herbert¹⁵ “Existen diferentes tipos de encuestas, pero para este estudio en particular se utilizó una encuesta descriptiva que es la que tiene como objetivo central la medición precisa de una o más variables en alguna población definida o en una muestra de dicha población”.

La recopilación de información se la realizará durante la segunda fase para en base a ello realizar un análisis FODA de la capacidad de exportación de los productores.

5.4 Población y Muestra

La población o el universo se refieren a la totalidad de los individuos involucrados en la investigación .En el caso de este proyecto existe un universo de 70 estudiantes.

¹¹ BRIONES, Guillermo “Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales” op., cit. p. 51

¹² Cornejo, José. “Técnicas de investigación social: el análisis de correspondencias”. Promociones y Publicaciones

¹³ Ibid., p. 181

¹⁴ Ibid., p. 182

¹⁵ Herbert, Hyman. “Diseño y análisis de encuestas sociales” Amorrortu Editores, Buenos Aires, Argentina, 1984 p. 102

Los Instrumentos que se utilizarán para obtener información serán las entrevistas y encuestas, las mismas que servirán para determinar las necesidades y sugerencias de los alumnos referente a las pasantías laborales y sociales y a su opinión referente al centro de Asesoría UPS.

Los métodos teóricos que se utilizaran en este trabajo de investigación serán los siguientes.

- Inductivo
- Deductivo
- Analítico

Muestra

La muestra es un subconjunto representativo de la población o del conjunto universo. Los estudios que se realizan en una muestra pueden generalizar a la población por procedimientos estadísticos, es decir, hacer extensivos sus resultados al universo, por lo que la muestra debe tener dos características básicas: tamaño y representatividad.

Según *D'ONOFRE*¹⁶ "Define a la población como "el conjunto agregado del número de elementos, con caracteres comunes, en un espacio y tiempo determinados sobre los cuales se pueden realizar observaciones".

Para determinar el tamaño de la muestra de la investigación de los estudiantes y profesionales usaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{E^2(N-1)+1}$$

$$n = \frac{85}{0.05^2(85-1)+1} = 70$$

99):

n= tamaño de la muestra

N= población

E= error del muestreo

El Tamaño de la muestra poblacional para nuestra investigación fue determinado en 70 estudiantes con un margen de error del 5% lo cual nos da una fiabilidad del 95%.

La encuesta a los estudiantes y a profesionales estará por número de pregunta cerrada con el mismo enfoque anterior y será aplicado por las investigadoras directamente a los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana.

5.5 Análisis de Oferta y Demanda Potencial

Con el objetivo de tener una proyección de la oferta y la demanda se han realizado encuestas para conocer la predisposición de los pequeños exportadores hacia nuestro Centro de Asesoría UPS y sus diferentes expectativas.

Para determinar el número de encuestas a los pequeños exportadores se recurrió a la siguiente fórmula:

Datos:

$$N = \frac{4 * p * q}{E} = \frac{4 * 0.5 * 0.5}{0.1} = 10$$

Siendo:

N= tamaño de la muestra

P= probabilidad de que el evento ocurra 0.5

Q= probabilidad de que el evento no ocurra 0.5

E= Margen de error = 0.1

Total encuestas que se realizaran a 10 productores del Guayas y Loja

5.6 Herramientas

Las encuestas estaban compuestas por cuestionarios que son el instrumento básico de la observación mediante encuesta y no son otra cosa que un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir, preparadas cuidadosamente para su contestación por la población o la muestra de un estudio.

Se elaborará un formato tentativo de las encuestas a realizar para obtener información de los pequeños exportadores, estudiantes y profesionales.

Fuentes de información primarias.- personas y entidades relacionadas con el sector.

Fuentes de información secundaria.- internet y libros relacionados con el tema.

5.7 Encuestas Realizadas a 10 Pequeños Exportadores

CUESTIONARIO PARA PEQUEÑOS EXPORTADORES
--

Nombre:

Dirección:

Ciudad:

Teléfono:

Actividad:

1.- ¿Cuántas hectáreas de tierra posee?

- Menos de 5
- Más de 5
- Más de 10
- Más de 20
- Otros

2.- ¿Ha pensado en exportar?

Si

No

3.- ¿Conoce los procedimientos para exportar?

Si

No

4.- ¿Conoce a que instituciones debe recurrir para recibir asesoría de exportación?

Si

No

5.- ¿Conoce como debe transportar su producto?

Si

No

6.- ¿Conoce los mercados de destino que puede tener el café?

Si

No

7.-¿ Ha participado en ferias internacionales de café?

Si

No

5.8 Encuesta realizada a 65 Estudiantes de la UPS.

CUESTIONARIO PARA ESTUDIANTES

Nombre:

Dirección:

Ciudad:

Teléfono:

Actividad:

1.- **¿Considera usted que las pasantías sociales deben hacerse en escuelas pobres?**

Si

No

2.- **¿Usted está satisfecho con la manera que se evalúan las pasantías?**

Si

No

3.- **¿Usted está de acuerdo que las pasantías de acción social y laboral deben ser independientes?**

Si

No

4.- **¿Sí las pasantías de acción social y laborales se realizarían en un centro de asesorías de la Universidad Politécnica Salesiana servirían para lograr el aprendizaje social y funcional de los estudiantes?**

Si

No

5.- **¿El centro de Asesoría UPS serviría como una herramienta práctica para que los estudiantes puedan poner en práctica sus conocimientos?**

Si

No

5.9 Encuesta Realizada a 5 Profesionales

CUESTIONARIO PARA PROFESIONALES
--

Nombre:

Dirección:

Ciudad:

Teléfono:

Actividad:

1.- ¿Es importante que se cree un Centro de Asesoría para pequeños exportadores que permita a los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana poner en práctica sus conocimientos?

Si

No

2.- ¿Se deben realizar las pasantías laborales y de acción social de forma conjunta ?

Si

No

3.- ¿Usted está de acuerdo con que se busque fomentar un liderazgo en Equipo en el Centro de Asesoría UPS?

Si

No

CAPITULO VI:

6. LA PROPUESTA: “CRACION DEL CENTRO DE ASESORIA U.P.S



6.1 VISION.

Contribuir al desarrollo de los pequeños exportadores del Guayas para mejorar sus procesos logísticos y que puedan incursionar en nuevos mercados utilizando como herramienta práctica el centro de asesoría UPS, lo cual permitirá que en un lapso de 3 años se pueda implementar el mismo en otras regiones del país.

6.2 MISION

Crear un centro de Asesoría UPS que desarrolle a los pequeños exportadores y los incentive a aumentar sus exportaciones, a su vez servirá como una herramienta práctica que les permita a los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana aportar con sus conocimientos y mejorar en el campo profesional, de esta manera aumentarán su experiencia laboral, pues estarán trabajando directamente con los exportadores y podrán brindar soluciones logísticas óptimas.

6.3 Políticas de Calidad

El Centro de Asesoría U.P.S. se caracterizaría por ser un centro serio que se preocupa por las necesidades de sus clientes y que a través de brindar la mejor calidad en servicios de asesoría y atención a nuestros futuros clientes (pequeños productores) nos comprometemos y garantizamos su satisfacción.

6.4 Valores

Honradez, Responsabilidad, Integridad, Confianza, Orden.

6.5 Objetivo General:

Crear el Centro de Asesoría UPS que permita brindar asesoramiento de comercio exterior a los pequeños productores, indicando la importancia de todos los procesos aduaneros en una exportación.

6.6 Objetivos Específicos:

- Se deberá difundir el Centro de Asesoría UPS en el internet mediante el uso de páginas sociales.
- Establecer grupos por áreas de trabajo.
- Crear encuestas de Satisfacción del Cliente para evaluar las actividades de los pasantes.
- Establecer encuentros periódicos entre los diferentes grupos de trabajo del centro de Asesoría y los pequeños exportadores para conocer sus necesidades.
- Establecer un sistema de evaluación del desempeño que fomente el trabajo en equipo y logre enfocar a todos los miembros del Centro de Asesoría hacia un fin común que es el desarrollo de los pequeños exportadores.

- Establecer un programa de identificación de las necesidades de los pequeños exportadores.
- Establecer normas y procedimientos para la atención de los pequeños exportadores.

6.7 Nuestros Servicios:

- Asesorías en los procesos de exportación.
- Optimización Logística en los Procesos de Exportación.
- Estadísticas de los principales destinos de exportación de los productos Ecuatorianos.
- Áreas de diagnóstico e investigaciones.
- Capacitaciones mensuales o talleres.
- Estudios y Análisis de Mercados.
- Análisis de estrategias de incursión en nuevos mercados.
- Estudios de Nichos de Mercados.
- Estudios sobre Coordinación de logística.
- Análisis sobre la balanza comercial.
- Estudios y Análisis de nuevos productos.

6.8 Temas relevantes que los alumnos deben tratar en las asesorías

Determinación del Medio de Transporte

Para elegir la mejor opción del medio transporte, se deben seguir las siguientes pautas, ya que se busca que los estudiantes de comercio exterior de la Facultad de Administración de la Universidad Politécnica salesiana puedan identificar y asesorar a los pequeños exportadores sobre logística:

1. Conocer el tipo de Carga a exportar.
2. Conocer las dimensiones y Pesos exactos.
3. Solicitar cotizaciones de Transporte Aéreo si son cargas pequeñas, livianas, urgentes o perecibles.
4. Solicitar cotizaciones de Transporte Marítimo si son cargas pesadas, voluminosas.
5. Se debe considerar las frecuencias.
6. Se debe considerar el tiempo de tránsito.
7. Se debe considerar la ruta.
8. Se debe verificar el Servicio.
9. Elegir un Forward que maneje la carga y le de seguimiento.
10. Se debe confirmar fechas de zarpes y arribos.

Rutas y tiempos de tránsitos

Para las exportaciones siempre se debe considerar el tiempo de tránsito del transporte y si el servicio es directo o con conexión, porque esto puede ocasionar retrasos de una semana, incluso más tiempo, lo que puede tener graves consecuencias hasta incluso perder un cliente o una venta futura.

Los tiempos de tránsito son estimados varían si es un contenedor, carga suelta, si el servicio tiene trasbordo, o si el mismo es directo, antes de contratar un servicio de transporte se debe consultar lo siguiente:

1. Tiempo de tránsito estimado
2. Frecuencia
3. Servicio
4. Ruta
5. Tiempo de Conexión

Opciones de embarque

Se deben conocer las diferentes opciones de envío por ello si las cargas son aéreas se debe cotizar con las aerolíneas, por ejemplo:

- Lan
- Taca
- Copa
- Martinair
- American Airlines
- Avianca
- Tampa

Si las cargas son marítimas se debe verificar el destino de las navieras y cotizar, ejemplo,

- Hapag Lloyd
- CSAV
- NYK
- MOL
- CMA CGM
- Maersk Ecuador
- Mediterranean Shipping Company
- Hamburgsud del Ecuador
- China Shipping
- Broom
- West Coast Industrial Express
- BBC
- Dole
- Interocean
- Trinity

- Citikold
- Evergreen
- Seaboard Marine

COSTOS ESTIMADOS DE LAS EXPORTACIONES

A continuación se detallaran los costos aproximados que intervienen en las exportaciones en la parte logística:

CONTENEDOR // FCL / FCL // GYE - VALPARAISO

COSTOS EN ORIGEN

- DESPACHO DE ADUANA \$ 225.00+ IVA
- TRANSPORTE INTERNO \$ 200.00 (DEPENDE DEL PESO Y LUGAR DE RECOGIDA)
- ESTIBA \$ 20.00 POR PERSONA
- SEGURO \$ 0.3% DEL VALOR A ASEGURAR(DEPENDE DE LA CIA DE SEGUROS)

COSTOS LOCALES (DEPENDEN DE LA NAVIERA)

- EMISION DE BL \$ 60.00 + IVA
- ADMINISTRACIÓN \$ 60.00 + IVA
- MANIPULEO \$ 60.00+ IVA
- EECHO \$ 40.00 + IVA
- SELLO \$ 30.00 + IVA
- PROCESAMIENTO Y TRANSMISION SICE\$ 45.00 + IVA

FLETE MARÍTIMO 01X20´ \$ 600.00

THCO \$ 145.00 + IVA

GASTOS PORTUARIOS (DEPENDEN DEL TERMINAL)

- POSICIONAMIENTO Y MANIPULEO \$ 90.00 + IVA
- ESTIBA \$ 50.00 + IVA
- HANDLING \$ 60.00 + IVA

CONTENEDOR // LCL / LCL // GYE - VALPARAISO

COSTOS EN ORIGEN

- DESPACHO DE ADUANA \$ 225.00+ IVA
- TRANSPORTE INTERNO \$ 150.00 (DEPENDE DEL PESO Y LUGAR DE RECOGIDA)
- ESTIBA \$ 15.00 POR PERSONA
- SEGURO \$ 0.3% DEL VALOR A ASEGURAR(DEPENDE DE LA CIA DE SEGUROS)

COSTOS LOCALES (DEPENDEN DE LA NAVIERA)

- EMISION DE BL \$ 60.00 + IVA
- ADMINISTRACIÓN \$ 60.00 + IVA
- CONSOLIDACION \$ 12.00 TN/CBM MIN \$ 60.00+ IVA
- GASTOS PORTUARIOS 12.00 TN/CBM MIN \$ 60.00+ IVA
- BODEGAJE \$ 40.00 + IVA
- INSPECCIÓN ANTINARCOTICOS \$ 60.00 + IVA
- PROCESAMIENTO Y TRANSMISION SICES \$ 45.00 + IVA

FLETE MARÍTIMO \$60.00 * TN O CBM

6.9 Cultura Organizacional

La cultura es propia de cada organización, y siempre hay una cultura. Es un proceso evolutivo donde sus elementos varían con el cursar del tiempo, y unos se extinguen y otros se solidifican, pero la cultura como tal no desaparece sino que sufre procesos continuos de transformación.

En el Centro de asesoría UPS será necesario que se diseñen procesos y estructuras flexibles al cambio, no como un proceso forzado de imposición de normas y procedimientos, sino como consecuencia del aprendizaje de sus integrantes.

Esto implica generar condiciones para promover equipos de alto desempeño, entendiendo que el Aprendizaje en Equipo implica generar valor al trabajo y más adaptabilidad al cambio con una amplia visión hacia la innovación.

Los responsables del Centro de Asesoría UPS deben ejercer un compromiso gerencial que realmente incentive al cambio y a la creatividad. En este sentido, se pudiera hablar de dos esferas complementarias de acción. La primera se asocia con el ejercicio de un estilo en donde, además de “dirigir el trabajo”, también se “dirige” el “cerebro y el corazón”; y dirigir es la palabra justa, aunque la mayoría de las veces se hable de gerencia.

Por otra parte, la segunda esfera se relaciona con el establecimiento de condiciones organizativas favorables. Mediante los procesos de transformación organizacional, algunos directivos han eludido o han considerado superfluo aspectos tan importantes como la Cultura Organizacional.

Se ha interpretado muchas veces muy superficialmente el rol del "Líder", visto como la persona única-imprescindible capaz de llevar a cabo como el único gestor dentro de un proceso los cambios, al que se carga toda la responsabilidad del proceso de transformaciones, como si fuera "del más allá". La realidad es que por la complejidad de los procesos de cambio, esta gestión debe ser concebida a partir de un liderazgo colectivo, o un liderazgo compartido entre varias personas.

También es necesario tener en cuenta lo importante y estratégico que constituye el hecho primario que, si no hay un cuerpo de políticas coherentes, parte de las cuales es el diseño y la gestión de una Visión y Misión compartidas, nunca se generará suficiente energía y significado que movilice a la Organización toda, en cada uno de los niveles y a las personas-los "recursos de los humanos" en el proceso de cambio.

El aspecto central de las organizaciones con miras al éxito global de su gestión, es la calidad de sus trabajadores todos, no sólo de sus directivos, o líderes, con plena

libertad en el sentido de su emancipación, creación, y poseedores de un alto nivel de capacidades, motivaciones y valores, lo cual le permite dirigir el cambio con visión más que proactiva, con una visión integrativa y estratégica.

En los procesos de cambio, de las personas, de los grupos o de las organizaciones, ciertamente sería bueno y necesario disponer de personas que fueran líderes, y que además tengan en cuenta los aspectos Cognoscitivos, Emocionales y Conductuales, y no sólo los aspectos o elementos técnicos.

Es decir, por encima de todo, es necesario un liderazgo que tenga en cuenta a las personas; pero muchas veces, hoy día, entre nosotros, se piden requisitos y se evalúan los aspectos técnicos, sin tener en cuenta los antes mencionados, de tal manera que los directivos no tienen nociones elementales de cómo relacionarse con los demás, porque esto es algo recargado, que en el mejor de los casos se aprende por el camino.

6.10 Recursos Humanos.

El Recurso Humano del Centro de Asesoría UPS es la imagen y presentación del Centro ante la sociedad, pues se están creando futuros profesionales con perfiles sobresalientes en el ámbito de aplicación de acuerdo con los valores de la organización.

La nueva concepción sobre el desarrollo del Enfoque Sistémico e integrado de los Recursos Humanos potencia acciones que permiten no solo definir o transmitir nuevos valores, sino también reforzar los valores ya existentes que se adecuen con la introducción y desarrollo de las Nuevas Formas Organizativas y las Nuevas Formas de Organización del Trabajo, desarrollar procesos de formación que trasmitan nuevas formas de percibir y analizar las cosas, establecer sistemas de estimulación donde se establezcan recompensas por concebir y desarrollar:

- La autonomía, y la responsabilidad colectiva,
- La asunción de riesgos que permiten potenciar o reforzar actitudes y valores deseados,

- Formación de campo e incremento de las habilidades profesionales
- La retroalimentación continua e información compartida con el objetivo de reforzar comportamientos que hagan posible un desempeño exitoso.

6.11 Mercado Meta

El Centro de Asesoría UPS tiene como mercado meta a los pequeños exportadores de la provincia del Guayas, para brindarles la asesoría en los procesos de exportación para que optimicen sus recursos.

Se escogió únicamente la provincia del guayas como mercado meta, ya que en esta provincia se encuentra el puerto principal y la ciudad mas comercial del Ecuador, sin embargo se tiene proyectado en tres años la expansión del Centro de Asesoría para los demás regiones del país.

6.12 Análisis FODA

Mediante el presente análisis se determinará la situación del Centro Asesoría tanto en sus fortalezas, Oportunidades Debilidades y Amenazas:

Fortalezas:

- Será el primer centro de Asesoría de Comercio Exterior a nivel Universitario.
- Cuenta con el Aval de la Universidad Politécnica Salesiana
- El Personal Docente se encargará de la Administración del Centro.
- El Personal Estudiantil brindará su aporte social mediante la asesoría a los pequeños exportadores.
- Los estudiantes podrán aplicar los conocimientos adquiridos.
- Se optimizarán los recursos de los pequeños exportadores.

- La cultura Organizacional va enfocada al trabajo en Equipo.
- Se brindará un beneficio Social contribuyendo al crecimiento económico del País.
- Los estudiantes adquirirán experiencia laboral.
- Los estudiantes se volverán más innovadores y creativos, ya que deben brindar soluciones logísticas a los pequeños exportadores.
- Se optimizará el tiempo de pasantías de los estudiantes de la UPS.
- Se realizarán de manera conjunta las pasantías laborales y de acción social, lo cual será beneficioso para los estudiantes ya que en su mayoría trabajan en diferentes áreas que no tienen nada que ver con comercio exterior.

Oportunidades:

- La Universidad Politécnica Salesiana brindaría el apoyo para la creación del Centro.
- Se puede asistir a instituciones gubernamentales para recibir charlas y cursos para los estudiantes que brindarían la asesoría.
- El financiamiento futuro del centro puede surgir mediante el cobro de alguna tasa por exportación.
- El Centro de Asesoría UPS se puede expandir en las otras sedes.

Debilidades:

- El Centro de Asesoría UPS no cuenta con una personería jurídica individual.

- Que no se aplique al 1100% el reglamento interno del Centro de Asesoría UPS.
- La falta de un sistema para la clasificación de Partidas Arancelarias.
- Se deberá contratar a un Agente de Aduanas.

Amenazas:

- Que no se renueven las preferencias arancelarias de la ATPDA.
- Que se creen restricciones o trabas en los países importadores.
- Que no se obtenga tarifas preferenciales con los transportistas de Cargas.
- Que el gobierno no beneficie al sector exportador.

6.13 Estrategia de Marketing y Canales de Comercialización

Como principal estrategia para darnos a conocer al mercado utilizaremos el marketing directo ya que tenemos muy bien especificado nuestro público objetivo, y lo realizaremos por medio del internet, asimismo publicaciones de anuncios en revistas especializadas, visitas a clientes y correos personalizados.

Los principales canales de comercialización con los que contaremos son:

- Creación de una página web que le permita a cualquier interesado en conocer el Centro de Asesoría UPS, nuestra visión, misión y servicios.
- Utilizaremos un programa de correo electrónico para que los pequeños exportadores hagan sus peticiones de una manera rápida y segura. Este medio será aprovechado para mantener a los clientes siempre informados.
- Crearemos una base de datos que contenga nombre de pequeños exportadores, análisis de mercados locales y extranjeros, y más datos similares con el objetivo de poder brindar asesoramiento a los clientes cuando estos lo requieran.

Dicha información será obtenida a través de instituciones tales como: CORPEI, SENA, Ministerio de Agricultura y Acuicultura, Cámara de Comercio entre otros.

6.14 Estrategia de Posicionamiento en el Mercado

El Centro de Asesoría busca posicionarse en el mercado por medio de la estrategia genérica de enfoque o alta segmentación que consiste en enfocarse sobre un grupo de clientes en particular, en un mercado geográfico específico.

A diferencia de las estrategias de bajo costo y diferenciación que están orientadas a lograr sus objetivos ampliamente dentro del sector, la de enfoque está construida para servir muy bien a un objetivo en particular.

6.15 Recursos para implementación del Centro de Asesoría U.P.S.

Para la implementación del Centro de Asesoría la Universidad Politécnica Salesiana deberá contribuir con los siguientes recursos, tanto materiales como humanos:

- 1) Espacio Físico para desempeñar las Funciones del Centro de Asesoría, puede ser un laboratorio o un Aula de clases dentro de la Universidad Politécnica Salesiana.
- 2) Dominio de Correo seguro.
- 3) Muebles de oficina (depende de la proyección que determine la Universidad Politécnica Salesiana, inicialmente se consideraría 3 escritorios, 2 anaqueles, 6 sillas)
- 4) Equipos de Computación (3 computadoras, 2 impresoras blanco y negro, a color, wi fi, software)
- 5) Útiles de oficina (hojas, plumas, carpetas, folders, liquid paper, cinta Scott, tijeras, goma, etc)

- 6) Pagina WEB para el centro de Asesoría UPS
- 7) Recurso Humano: los docentes y estudiantes.

6.16 PRESUPUESTO

Para el inicio de actividades del Centro de Asesoría U.P.S. debemos realizar los gastos que se detallan a continuación:

**PRESUPUESTO
CENTRO DE ASESORIA U.P.S.**

DETALLE	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
MUEBLES DE OFICINA			
ESCRITORIOS	3	\$ 70,00	\$ 210,00
ANAQUELES	2	\$ 60,00	\$ 120,00
SILLAS	6	\$ 20,00	\$ 120,00
EQUIPOS DE COMPUTACION			\$
COMPUTADORAS	3	\$ 600,00	1.800,00
IMPRESORAS	2	\$ 150,00	\$ 300,00
FAX	1	\$ 50,00	\$ 50,00
			\$
SOFTWARE	1	\$ 1.500,00	1.500,00
PAGINA WEB – PUBLICIDAD	1	\$ 800,00	\$ 800,00
UTILES DE OFICINA			0
HOJAS, LAPICES, PLUMAS ETC.	-	-	20,00
BORRADORES	-	-	5,00
CORRECTORES	-	-	7,00
GOMA	-	-	5,00
GRAPODORA	-	-	5,00
PERFORADORA	-	-	5,00
CARPETAS	-	-	15,00
UTILES DE LIMPIEZA			
ARTICULOS DE LIMPIEZA EN GENERAL	-	-	25,00
RECURSOS HUMANOS			
DOCENTES	3	300,00	900,00
TOTAL			5.887,00

6.17 CONCLUSION

Durante este trabajo de tesis hemos tenido la posibilidad de valorar el importante papel que desempeñan los pequeños productores en el mundo de la exportación, muchos de ellos aspirarían exportar sus productos a nuevos mercados, pero la falta de información y conocimiento les impide el poder capacitarse y conocer cada uno de los pasos necesarios al momento de exportar.

Entre los puntos que consideramos que tienen más importancia dentro de un trabajo de esta naturaleza nos permite llegar a las siguientes conclusiones:

- Los diferentes problemas que tienen los pequeños productores a nivel de la provincia del guayas al vender sus productos de forma local y no poder incursionar en mercados internacionales, ya que no cuentan con la capacitación y asesoría necesaria para exportar ellos mismos.
- Con el presente trabajo de tesis podemos indicar que al proponer el Centro de Asesoría U.P.S., podemos contribuir con el desarrollo del pequeño productor convirtiéndolos en pequeños exportadores, facilitando el aprendizaje de los procesos de exportación.
- Uno de los factores importante en la creación del Centro de Asesoría U.P.S. es que al pertenecer a la Universidad Politécnica Salesiana, tendremos un respaldo importante y una buena reputación de tan prestigiosa institución.
- Además podemos asegurar que el Centro de Asesoría U.P.S servirá no solo en la capacitación de los pequeños productores, si no que a su vez aportará al desarrollo de habilidades profesionales de los estudiantes de Comercio Exterior.
- Incluso los estudiantes pondrán en práctica los conocimientos y aprendizajes universitarios adquiridos mediante las asesorías impartidas.
- Es importante recalcar el papel importante que juega el comercio internacional dentro de la producción, al volver a los pequeños productores en pequeños exportadores los ayudará a desarrollarse en nuevos mercados y crearemos futuros y exitosos empresarios los cuales serán de gran aporte para el desarrollo de nuestro país.

ANEXOS

Términos internacionales del comercio (Incoterms 2010)

La Comisión de Prácticas Comerciales de la Cámara de Comercio Internacional desarrolló lo que se ha dado en llamar Incoterms, acrónimo procedente de la expresión inglesa International Commercial Terms. Se pretendía con ello que, con independencia de la nacionalidad de las partes o del lugar geográfico de su uso, los implicados pudiesen en todo momento saber cuáles eran los derechos y obligaciones de cada uno de ellos en un contrato determinado.

Los Incoterms carecen de toda fuerza normativa o legal, y obtienen su reconocimiento de su cotidiano y constante uso a nivel mundial, por lo que, para que sean de aplicación a un contrato determinado, éste deberá especificarlo así.

La CCI (Cámara de Comercio Internacional o ICC: International Chamber of Commerce) se ha encargado desde 1936 (con revisiones en 1953, 1980, 1990, 2000 y 2010) de la elaboración y actualización de estos términos, de acuerdo con los cambios que va experimentando el comercio internacional. Actualmente están en vigor los Incoterms 2010 (Desde el 1 de enero de 2011)

Categorización de los incoterms 2010

Los incoterms se agrupan en cuatro categorías: E, F, C, D.

Término en E: EXW

El vendedor pone las mercancías a disposición del comprador en los propios locales del vendedor; esto es, una entrega directa a la salida.

Términos en F: FCA, FAS y FOB

Al vendedor se le encarga que entregue la mercancía a un medio de transporte elegido por el comprador; esto es, una entrega indirecta sin pago del transporte principal.

Términos en C: CFR, CIF, CPT y CIP

El vendedor contrata el transporte, pero sin asumir el riesgo de pérdida o daño de la mercancía o de costes adicionales por los hechos acaecidos después de la carga y despacho; esto es, una entrega indirecta con pago del transporte principal.

Términos en D: DAT, DAP y DDP

El vendedor soporta todos los gastos y riesgos necesarios para llevar la mercancía al país de destino; esto es una entrega directa a la llegada. Los costes y los riesgos se transmiten en el mismo punto, como los términos en E y los términos en F.

Los términos en D no se proponen cuando el pago de la transacción se realiza a través de un crédito documentario, básicamente porque las entidades financieras no lo aceptan.

EXW (en fábrica): Ex Works

El vendedor cumple su obligación una vez que pone la mercancía en su establecimiento (fábrica, taller, almacén, etc.) a disposición del comprador. No siendo por tanto responsable, ni teniendo obligación sobre la carga de la mercancía en el vehículo proporcionado por el comprador, ni ninguna otra correspondiente a seguros, transporte o despachos y trámites aduaneros de la mercancía.

El comprador corre con todos los gastos desde que la mercancía es puesta a su disposición en la fábrica. Es importante aclarar al comprador los horarios de carga del almacén, fecha a partir de la que podrán realizar la carga, e incluso si la mercancía, o el embalaje utilizado, necesitarán de alguna medida o condición de transporte especial. Es el único Incoterm en el que el vendedor no despacha la aduana de exportación, sin embargo si debe proveer la ayuda y los documentos necesarios para ello.

El incoterm EXW se puede utilizar con cualquier tipo de transporte o con una combinación de ellos.

FAS: Free Alongside Ship (named loading port): ‘franco al costado del buque (puerto de carga convenido)’.

El vendedor entrega la mercancía en el muelle pactado del puerto de carga convenido; esto es, al lado del barco. El incoterm FAS es propio de mercancías de carga a granel o de carga voluminosa porque se depositan en terminales del puerto especializadas, que están situadas en el muelle.

El vendedor es responsable de las gestiones y costes de la aduana de exportación (en las versiones anteriores a Incoterms 2000, el comprador organizaba el despacho aduanero de exportación).

El incoterm FAS sólo se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

FOB: Free On Board (named loading port) → ‘franco a bordo (puerto de carga convenido)’

El vendedor entrega la mercancía sobre el buque. El vendedor contrata el transporte a través de un transitorio o un consignatario, pero el coste del transporte lo asume el comprador.

El incoterm FOB es uno de los más usados en el comercio internacional. Se debe utilizar para carga general (bidones, bobinas, contenedores, etc.) de mercancías, no utilizable para granel.

El incoterm FOB se utiliza exclusivamente para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

FCA: Free Carrier (named place) → ‘franco transportista (lugar convenido)’.

El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen, que pueden ser los locales de un transitorio, una estación ferroviaria... (Este lugar convenido para entregar la mercancía suele estar relacionado con los espacios del transportista). Se hace cargo de los costes hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido; entre otros, la aduana en el país de origen.

El incoterm FCA se puede utilizar con cualquier tipo de transporte: transporte aéreo, ferroviario, por carretera y en contenedores/transporte multimodal. Sin embargo, es un incoterm poco usado.

CFR (coste y flete): Cost And Freight

El vendedor ha de pagar los costes y el flete necesarios para hacer llegar la mercancía al puerto de destino convenido, lo que incluye todos los gastos de exportación, despacho aduanero incluido. No obstante el riesgo de pérdida o daño de la mercancía, así como cualquier otro gasto adicional ocurrido después de que la mercancía haya traspasado la borda del buque corren por cuenta del comprador. Igualmente corren por cuenta de éste los gastos de descarga en el puerto de destino, (aunque hay algunas excepciones a esta regla).

Suele ir acompañado del puerto de destino elegido, por ejemplo CFR CARTAGENA (SPAIN). Esta posición de INCOTERM sólo puede ser usada en transporte marítimo, fluvial o lacustre.

CIF: Cost, Insurance and Freight (named destination port) → ‘coste, seguro y flete (puerto de destino convenido)’.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

Como en el incoterm anterior, CFR, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se encuentra cargada en el buque, en el país de origen. El incoterm CIF es uno de los más usados en el comercio internacional porque las condiciones de un precio CIF son las que marcan el valor en aduana de un producto que se importa. Se debe utilizar para carga general o convencional, pero no se debe utilizar cuando se transporta en contenedores.

El incoterm CIF se utiliza para cualquier transporte, pero sobretodo barco, ya sea marítimo o fluvial.

CPT: Carriage Paid To (named place of destination) → ‘transporte pagado hasta (lugar de destino convenido)’.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen.

El incoterm CPT se puede utilizar con cualquier modo de transporte incluido el transporte multimodal (combinación de diferentes tipos de transporte para llegar a destino).

CIP: Carriage and Insurance Paid (To) (named place of destination) → ‘transporte y seguro pagados hasta (lugar de destino convenido)’.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. El riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

El incoterm CIP se puede utilizar con cualquier modo de transporte o con una combinación de ellos (transporte multimodal).

DAT: Delivered At Terminal (named port): ‘entregado en terminal (puerto de destino convenido)’.

El incoterm DAT se utiliza para todos los tipos de transporte. Es uno de los dos nuevos Incoterms 2010 con DAP. Reemplaza el incoterm DEQ.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio), hasta que la mercancía se coloca en a la terminal definida. También asume los riesgos hasta ese momento.

El Incoterm DEQ se utilizaba notamente en el comercio internacional de graneles porque el punto de entrega coincide con las terminales de graneles de los puertos. (En las versiones anteriores a Incoterms 2000, con el Incoterm DEQ, el pago de la aduana de importación era a cargo del vendedor; en la versión actual, es por cuenta del comprador).

DAP: Delivered At Place (named destination place) → ‘entregado en un punto (lugar de destino convenido)’.

El Incoterm DAP se utiliza para todos los tipos de transporte. Es uno de los dos nuevos Incoterms 2010 con DAT. Reemplaza los Incoterms DAF, DDU y DES.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio), hasta que la mercancía se ponga a disposición del comprador en un vehículo listo para ser descargado. También asume los riesgos hasta ese momento.

DDP: Delivered Duty Paid (named destination place): ‘entregada derechos pagados (lugar de destino convenido)’.

El vendedor paga todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto convenido en el país de destino. El comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los gastos de aduana de importación son asumidos por el vendedor.

El incoterm DDP se puede utilizar con cualquier modo de transporte, sobre todo en transporte combinado y multimodal.

TÍTULO I

De la Institucionalidad en Materia de Comercio Exterior

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), y que estará compuesto por titulares o delegados de las siguientes instituciones:

- a.** El Ministerio rector de la política de comercio exterior;
- b.** El Ministerio rector de la política agrícola;
- c.** El Ministerio rector de la política industrial;
- d.** El Ministerio a cargo de coordinar el desarrollo productivo;
- e.** El Ministerio a cargo de coordinar la política económica;
- f.** El Ministerio a cargo de las finanzas públicas;
- g.** El Organismo Nacional de Planificación;
- h.** El Ministerio a cargo de coordinar los sectores estratégicos;
- i.** El Servicio de Rentas Internas;
- j.** La autoridad aduanera nacional; y,
- k.** Las demás instituciones que determine el Presidente de la República mediante decreto ejecutivo.

Los delegados deberán tener por lo menos el rango de subsecretario.

El Comité funcionará conforme a las normas establecidas para los órganos colegiados de la Función Ejecutiva, además de las siguientes disposiciones:

- 1.** El Comité de Comercio Exterior será presidido por el Ministerio integrante que el Presidente de la República determine, y éste ejercerá también como Secretaría Técnica del mismo

2. La Secretaría Técnica del Comité de Comercio Exterior contará con las áreas técnicas necesarias para: diseñar políticas públicas y programas de política comercial, así como su monitoreo y evaluación.

Art. 72.- Competencias.- Son deberes y atribuciones del organismo rector en materia de política comercial, las siguientes:

- a. Formular y aprobar las políticas y estrategias, generales y sectoriales, en materia de comercio exterior, fomento y promoción de las exportaciones, así como designar a los organismos ejecutores;
- b. Emitir dictamen previo para el inicio de negociaciones de acuerdos y tratados internacionales en materia de comercio e integración económica; así como los lineamientos y estrategias para la negociación. Dentro del marco de las negociaciones comerciales, el Estado podrá brindar preferencias arancelarias o tributarias para la entrada de productos que sean de su interés comercial, con especial énfasis en los bienes ambientalmente responsables;
- c. Crear, modificar o suprimir las tarifas arancelarias;
- d. Revisar las tasas no arancelarias, distintas a las aduaneras, vinculadas a los procesos de comercio exterior;
- e. Regular, facilitar o restringir la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías no nacionales ni nacionalizadas, en los casos previstos en este Código y en los acuerdos internacionales debidamente ratificados por el Estado ecuatoriano;
- f. Expedir las normas sobre registros, autorizaciones, documentos de control previo, licencias y procedimientos de importación y exportación, distintos a los aduaneros, general y sectorial, con inclusión de los requisitos que se deben cumplir, distintos a los trámites aduaneros;
- g. Aprobar y publicar la nomenclatura para la clasificación y descripción de las mercancías de importación y exportación;
- h. Establecer los parámetros de negociación comercial internacional en materia de origen;
- i. Adoptar las medidas que sean necesarias para la simplificación y eficiencia administrativa en materia de comercio exterior, distinta de los procesos aduaneros;

- j. Adoptar las normas y medidas necesarias para contrarrestar las prácticas comerciales internacionales desleales, que afecten la producción nacional, exportaciones o, en general, los intereses comerciales del país;
- k. Conocer los informes de la Autoridad Investigadora y adoptar medidas de defensa comercial acorde con la normativa nacional e internacional vigente, frente a prácticas internacionales desleales o de incremento de las importaciones, que causen o amenacen causar daño a la producción nacional;
- l. Aprobar contingentes de importación o medidas restrictivas a las operaciones de comercio exterior, cuando las condiciones comerciales, la afectación a la industria local, o las circunstancias económicas del país lo requieran;
- m. Resolver los conflictos de competencia que pudieran presentarse entre los distintos organismos del sector público en materia de comercio exterior;
- n. Promover programas de asistencia financiera de la banca pública para los productores nacionales, con créditos flexibles que faciliten la implementación de técnicas ambientales adecuadas para una producción más limpia y competitiva, para el fomento de las exportaciones de bienes ambientalmente responsables;
- o. Promover la creación de un sistema de certificaciones ambientales de productos agrícolas e industriales, para efectos de acceso a mercados internacionales, en coordinación con la autoridad ambiental nacional;
- p. Aprobar la normativa que, en materia de política comercial, se requiera para fomentar el comercio de productos con estándares de responsabilidad ambiental;
- q. Diferir, de manera temporal, la aplicación de las tarifas arancelarias generales, o por sectores específicos de la economía, según convenga a la producción nacional o las necesidades económicas del Estado;
- r. Aplicar las tarifas arancelarias externas comunes, de conformidad con los tratados de integración económica;
- s. Promover exportaciones e importaciones ambientalmente responsables; y,
- t. Las demás que se establezcan en este Código.

Art. 73.- Resoluciones.- Las normas de carácter general y de cumplimiento obligatorio que apruebe el organismo rector en materia de política comercial, se adoptarán mediante Resoluciones que serán publicadas en el Registro Oficial. La forma y efectos de los demás actos que apruebe el Comité serán regulados en el Reglamento y se sujetarán a las disposiciones de este Código y a los acuerdos internacionales debidamente ratificados por Ecuador.

La ejecución de las decisiones adoptadas por el organismo rector en materia de política comercial, así como su control, corresponderá a los Ministerios y organismos públicos competentes, de conformidad con las funciones y deberes establecidos en el Reglamento, así como en las resoluciones que expida este mismo organismo. La Secretaría Técnica del COMEX supervisará el cumplimiento de sus disposiciones.

Art. 74.- Coordinación.- Los Ministerios e instituciones públicas responsables de la administración de autorizaciones o procedimientos previos a la importación o exportación de mercancías, en materia de salud pública, ambiental, sanidad animal y vegetal, reglamentación técnica y calidad, patrimonio cultural, control de estupefacientes y sustancias psicotrópicas, y otras medidas relacionadas con el comercio, ejecutarán dichas funciones de conformidad con las políticas y normas que adopte el organismo rector en materia de política comercial. Estos organismos no podrán aplicar medidas administrativas o técnicas relacionadas con el comercio, que no hayan sido previamente coordinadas con el organismo rector en materia de política comercial.

Art. 75.- Autoridad investigadora.- Para los efectos del presente libro se entenderá por Autoridad Investigadora, el organismo determinado en el Reglamento de este Código, que administrará los procedimientos investigativos en materia de defensa comercial en materia de comercio exterior.

TÍTULO II

De las Medidas Arancelarias y no Arancelarias para regular el Comercio Exterior

Capítulo I

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 (advalórem), 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.

Capítulo II

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. 79.- Además de los casos previstos, se podrán establecer medidas de regulación y restricción no arancelarias a la exportación en los siguientes casos:

- a. Para evitar escasez de productos alimenticios o de otros productos esenciales para el país, así como para controlar el ajuste de precios de este tipo de productos;

- b. Para asegurar el abastecimiento de materias primas a los productores nacionales, en ejecución de un plan gubernamental de desarrollo industrial;
- c. Para proteger recursos naturales no renovables del país; para proteger el patrimonio nacional de valor cultural, artístico, histórico o arqueológico; y,
- d. En los demás casos que establezca el organismo competente en esta materia, por ser conveniente a las políticas comercial y económica de Ecuador, según lo establecido en los acuerdos internacionales debidamente ratificados.

Art. 80.- Tasas.- Las tasas que se exijan para el otorgamiento de permisos, registros, autorizaciones, licencias, análisis, inspecciones y otros trámites aplicables a la importación y exportación de mercancías, o en conexión con ellas, distintos a los procedimientos y servicios aduaneros regulares, se fijarán en proporción al costo de los servicios efectivamente prestados, sea a nivel local o nacional.

De esta manera, sólo se exigirán las tasas mencionadas en el párrafo anterior, así como las formalidades y requisitos aplicables a los procedimientos relacionados con la importación y exportación de mercancías, a partir de su aprobación por el Órgano rector en materia de comercio exterior, mediante el correspondiente instrumento jurídico publicado en el Registro Oficial. Las formalidades y requisitos exigibles en estos procedimientos serán estrictamente los necesarios para alcanzar el objetivo perseguido.

Art. 81.- Procedimientos.- Se reconocerán como válidos los procedimientos electrónicos para la aprobación de solicitudes, notificaciones y trámites relacionados con el comercio exterior y la facilitación aduanera.

El Estado promoverá el sistema electrónico de interconexión entre todas las instituciones del sector público y privado, que tengan relación con el comercio exterior, para facilitar y agilizar las operaciones de importación y exportación de mercancías, el que se ejecutará por parte de la autoridad aduanera nacional.

La autoridad aduanera estará a cargo de la implementación y desarrollo de este sistema.

Art. 82.- Mecanismos.- Entre las medidas no arancelarias que prevé esta normativa se encuentran los contingentes no arancelarios, las licencias de importación, las

medidas sanitarias y fitosanitarias, las reglamentaciones técnicas; y cualquier otro mecanismo que se reconozca en los tratados internacionales debidamente ratificados por Ecuador.

Los requisitos y procedimientos para la aplicación de estas medidas se establecerán en el reglamento a este Código.

Art. 83.- Nomenclatura.- Para la aplicación de medidas arancelarias y no arancelarias a la importación y exportación de mercancías, así como para las estadísticas de comercio exterior, se utilizará la nomenclatura que defina el órgano rector en materia de comercio exterior, de conformidad con el Convenio sobre el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (Sistema Armonizado), así como de cualquier otro sistema reconocido en los tratados internacionales debidamente ratificados por Ecuador. El órgano rector en materia de comercio exterior podrá crear códigos adicionales o suplementarios para la aplicación de medidas comerciales específicas, respecto de productos que no puedan ser clasificados, total o parcialmente, en las nomenclaturas vigentes

Art. 103.- Ámbito de aplicación.- El presente título regula las relaciones jurídicas entre el Estado y las personas naturales o jurídicas que realizan actividades directa o indirectamente relacionadas con el tráfico internacional de mercancías. Para efectos aduaneros, se entiende por mercancía a todos los bienes muebles de naturaleza corporal.

En todo lo que no se halle expresamente previsto en este título, se aplicarán las normas del Código Tributario y otras normas jurídicas sustantivas o adjetivas.

Art. 104.- Principios Fundamentales.- A más de los establecidos en la Constitución de la República, serán principios fundamentales de esta normativa los siguientes:

- a. Facilitación al Comercio Exterior.- Los procesos aduaneros serán rápidos, simplificados, expeditos y electrónicos, procurando el aseguramiento de la cadena logística a fin de incentivar la productividad y la competitividad nacional.
- b. Control Aduanero.- En todas las operaciones de comercio exterior se aplicarán controles precisos por medio de la gestión de riesgo, velando por el respeto al ordenamiento jurídico y por el interés fiscal.

c. Cooperación e intercambio de información.- Se procurará el intercambio de información

e integración a nivel nacional e internacional tanto con entes públicos como privados.

d. Buena fe.- Se presumirá la buena fe en todo trámite o procedimiento aduanero.

De la Obligación Tributaria Aduanera

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 regirán por los principios del Derecho Tributario.

De la Declaración Aduanera

Art. 138.- De la declaración aduanera.- La declaración aduanera será presentada conforme los procedimientos establecidos por la Directora o el Director General.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá autorizar el desaduana miento directo de las mercancías en los casos previstos en el reglamento a este Código, previo cumplimiento de los requisitos en él establecidos, y de acuerdo a las

disposiciones emitidas por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En estos casos la declaración aduanera se podrá presentar luego del levante de las mercancías en la forma que establezca el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Se exceptúa de la presentación de la declaración aduanera a las importaciones y exportaciones calificadas como material bélico realizadas exclusivamente por las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá establecer, reglamentar y eliminar, las declaraciones aduaneras simplificadas, cuando así lo requieran las condiciones del comercio, para cuya aplicación se podrán reducir o modificar formalidades, para dar una mayor agilidad.

Regímenes de Exportación

Art. 154.- Exportación definitiva.- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables.

Art. 155.- Exportación temporal para reimportación en el mismo estado.- Es el régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal por el uso que de ellas se haga.

Art. 156.- Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo.- Es el régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación en el territorio aduanero pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro de dicho territorio para su transformación, elaboración o reparación y luego reimportarlas como productos compensadores con la exención de los tributos correspondientes conforme las condiciones previstas en el reglamento al presente Código.

INDICADORES ECONOMICOS EN EL ECUADOR 2010 - 2011

Balanzas Comerciales Petroleras y No Petroleras del Ecuador con sus Principales Socios Comerciales (1)
- Toneladas métricas y valor FOB en miles de USD -

	Ene - Feb 2011												Balanza Comercial			
	Exportaciones (2)						Importaciones (3)						Petrolera		No petrolera	
	Petroleras			No Petroleras			Petroleras			No petroleras			TM	FOB	TM	FOB
Totales	TM	FOB	Part.	TM	FOB	Part.	TM	FOB	Part.	TM	FOB	Part.	TM	FOB	TM	FOB
1 Rusia	0	0	0.00%	256,288	152,652	10.78%	232	253	0.04%	6,264	4,168	0.17%	-232	-253	250,024	148,484
2 Italia	0	0	0.00%	150,903	99,405	7.02%	1	3	0.00%	7,780	46,453	1.85%	-1	-3	143,123	52,952
3 Holanda	0	0	0.00%	57,722	64,886	4.58%	236	271	0.04%	3,498	19,020	0.76%	-236	-271	54,224	45,867
4 Venezuela (2)	210,704	127,377	7.24%	26,500	70,420	4.97%	42	72	0.01%	55,299	30,213	1.20%	210,662	127,305	-28,799	40,207
5 España	0	0	0.00%	25,300	63,590	4.49%	180	331	0.05%	10,955	46,085	1.84%	-180	-331	14,345	17,505
6 Francia	0	0	0.00%	7,201	28,736	2.03%	0	0	0.00%	1,588	12,414	0.50%	0	0	5,613	16,321
7 Reino Unido	0	0	0.00%	18,820	19,611	1.38%	2	11	0.00%	1,826	11,543	0.46%	-2	-11	16,995	8,068
8 Bélgica	0	0	0.00%	70,957	55,259	3.90%	50	221	0.04%	39,343	52,464	2.09%	-50	-221	31,614	2,795
9 Nicaragua	0	0	0.00%	325	2,437	0.17%	0	0	0.00%	293	528	0.02%	0	0	32	1,909
10 Alemania	0	0	0.00%	110,052	75,357	5.32%	19	87	0.01%	22,616	73,459	2.93%	-19	-87	87,436	1,898
11 Bolivia	0	0	0.00%	814	3,035	0.21%	0	0	0.00%	248	1,274	0.05%	0	0	566	1,761
12 Honduras	27,616	16,531	0.94%	3,075	2,394	0.17%	0	0	0.00%	996	769	0.03%	27,616	16,531	2,079	1,625
13 El Salvador	50,314	29,728	1.69%	1,207	2,019	0.14%	0	0	0.00%	970	787	0.03%	50,314	29,728	237	1,232
14 Cuba	0	0	0.00%	580	1,089	0.08%	0	0	0.00%	0	23	0.00%	0	0	580	1,066
15 Angola	0	0	0.00%	0	0	0.00%	0	0	0.00%	0	35	0.00%	0	0	0	-35
16 Guatemala	60,686	34,399	1.96%	787	2,550	0.18%	0	1	0.00%	4,936	2,585	0.10%	60,686	34,399	-4,150	-35
17 Paraguay	0	0	0.00%	31	297	0.02%	0	0	0.00%	7	1,358	0.05%	0	0	24	-1,061
18 Uruguay	0	0	0.00%	1,257	1,018	0.07%	0	0	0.00%	1,258	8,328	0.33%	0	0	-1	-7,310
19 India	0	0	0.00%	11,234	3,170	0.22%	70	94	0.01%	7,574	18,264	0.73%	-70	-94	3,660	-15,093
20 Canada	0	0	0.00%	2,516	12,140	0.86%	220	172	0.03%	57,156	27,322	1.09%	-220	-172	-54,639	-15,182
21 Hong Kong	0	0	0.00%	748	1,680	0.12%	3	42	0.01%	3,492	22,297	0.89%	-3	-42	-2,744	-20,617
22 Taiwan	0	0	0.00%	1,508	2,223	0.16%	0	0	0.00%	7,694	24,854	0.99%	0	0	-6,186	-22,630
23 Chile	55,893	31,857	1.81%	43,635	39,425	2.78%	0	0	0.00%	52,092	79,385	3.17%	55,893	31,857	-8,457	-39,960
24 Tailandia	50,231	31,515	1.79%	4	56	0.00%	0	0	0.00%	6,078	43,332	1.73%	50,231	31,515	-6,074	-43,277
25 Argentina	13	9	0.00%	35,192	23,198	1.64%	801	1,535	0.25%	138,310	79,731	3.18%	-787	-1,526	-103,118	-56,533
26 Perú	425,051	252,901	14.38%	32,410	45,562	3.22%	66,106	48,846	7.83%	124,403	110,755	4.42%	358,945	204,056	-91,993	-65,193
27 Panamá (2)	562,557	323,900	18.42%	2,813	4,983	0.35%	373,305	299,231	47.98%	10,448	73,454	2.93%	189,253	24,669	-7,636	-68,471
28 Japón	0	0	0.00%	17,689	25,865	1.83%	0	1	0.00%	26,933	102,337	4.08%	0	-1	-9,245	-76,472
29 México	0	0	0.00%	3,325	8,471	0.60%	150	316	0.05%	106,640	99,239	3.96%	-150	-316	-103,314	-90,768
30 Brasil	0	0	0.00%	3,654	12,735	0.90%	23	53	0.01%	56,940	129,518	5.16%	-23	-53	-53,286	-116,783
31 Corea del Sur	0	0	0.00%	1,390	1,557	0.11%	1	3	0.00%	26,874	131,610	5.25%	-1	-3	-25,484	-130,053
32 Colombia	138	310	0.02%	76,153	146,097	10.32%	2,052	2,460	0.39%	110,928	303,575	12.11%	-1,914	-2,150	-34,775	-157,479
33 Estados Unidos (2)	1,389,565	818,716	46.55%	258,440	302,104	21.33%	322,121	269,506	43.22%	264,473	523,646	20.88%	1,067,444	549,210	-6,033	-221,542
34 China	0	0	0.00%	13,190	30,462	2.15%	13	19	0.00%	110,480	258,639	10.31%	-13	-19	-97,290	-228,177
35 Otros países	157,683	91,525	5.20%	153,445	111,754	7.89%	225	67	0.01%	117,712	168,191	6.71%	157,458	91,458	35,733	-56,437

TABLA N° 10: INDICADORES ECONOMICOS DEL ECUADOR 2010 – 2011

3.10.1 Exportaciones Petroleras y No Petroleras

Durante el primer bimestre del año 2011, en valores FOB, los países a los que más se destinaron los productos petroleros fueron:

- EEUU (46.55%);
- Panamá (18.42%);
- Perú (14.38%);
- Venezuela (7.24%);
- Guatemala (1.96%);
- Chile (1.81%);
- Tailandia (1.79%);
- El Salvador (1.69%);
- Honduras (0.94%);
- Y, Colombia (0.02%);

Mientras que las exportaciones no petroleras principalmente se dirigieron en mayor porcentaje a:

- EEUU (21.33%);
- Rusia (10.78%);
- Colombia (10.32%);

- Italia (7.02%);
- Alemania (5.32%);
- Venezuela (4.97%);
- Holanda (4.58%);
- España (4.49%);
- Bélgica (3.90%);
- Perú (3.22%);
- Chile (2.78%);
- China (2.15%);
- Francia (2.03%);
- Japón (1.83%);
- Argentina (1.64%).

3.10.2 Importaciones Petroleras y No Petroleras

Asimismo, en valores FOB, durante los meses de enero y febrero de 2011, las importaciones petroleras procedieron principalmente de los siguientes países:

- Panamá (47.98%);
- EEUU (43.22%);
- Perú (7.83%);
- Colombia (0.39%);
- Argentina (0.25%);
- España (0.053%);
- México (0.051%);
- Holanda (0.044%);
- Rusia (0.041%);
- Bélgica (0.035%);
- Canadá (0.028%);
- India (0.015%),
- Alemania (0.014%),
- Venezuela (0.012%);
- Brasil (0.009%).

Por su parte, las compras externas no petroleras procedieron de:

- EEUU (20.88%);
- Colombia (12.11%);
- China (10.31%);
- Corea del Sur (5.25%);
- Brasil (5.16%);
- Perú (4.42%);
- Japón (4.08%);
- México (3.96%);
- Argentina (3.18%);
- Chile (3.17%);
- Alemania (2.93%);
- Panamá (2.92%);
- Bélgica (2.09%);

- Italia (1.83%);
- España (1.84%).

Las balanzas comerciales petroleras y no petroleras del Ecuador a febrero del presente año, con los principales socios comerciales tuvieron los siguientes resultados:

Balanzas Comerciales Petroleras (1)/ Enero - Febrero 2011
 -Principales socios -
 -Valor FOB en miles de USD-

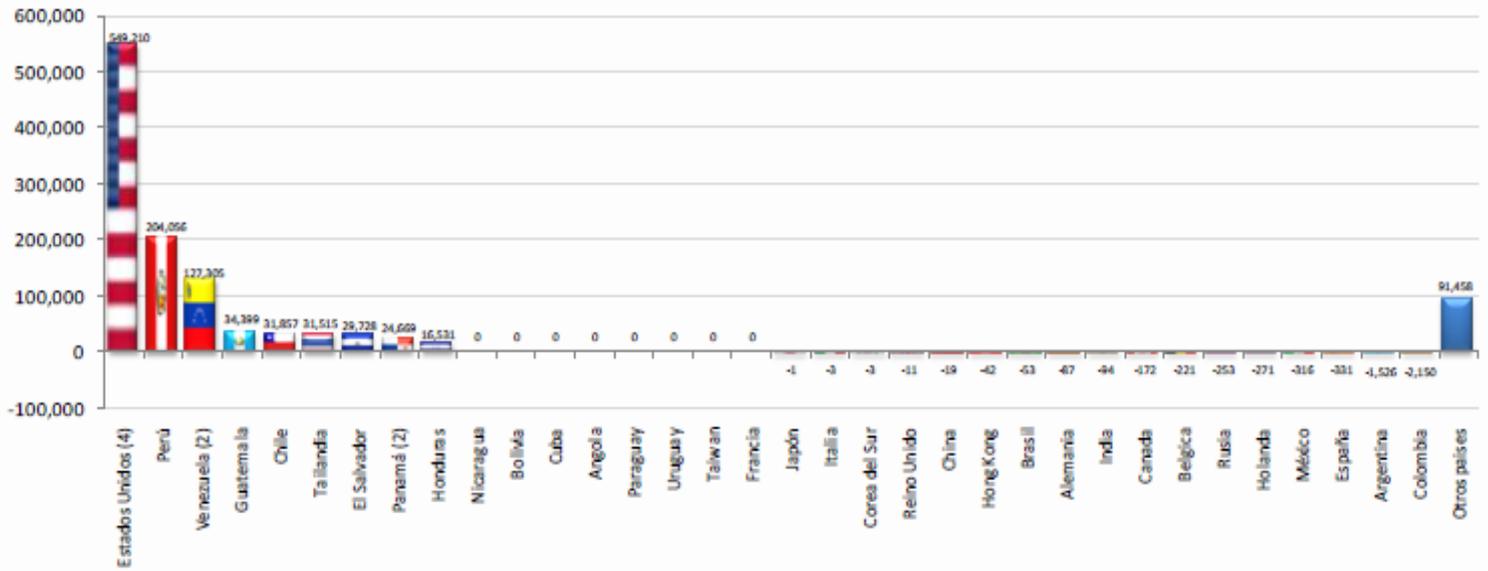
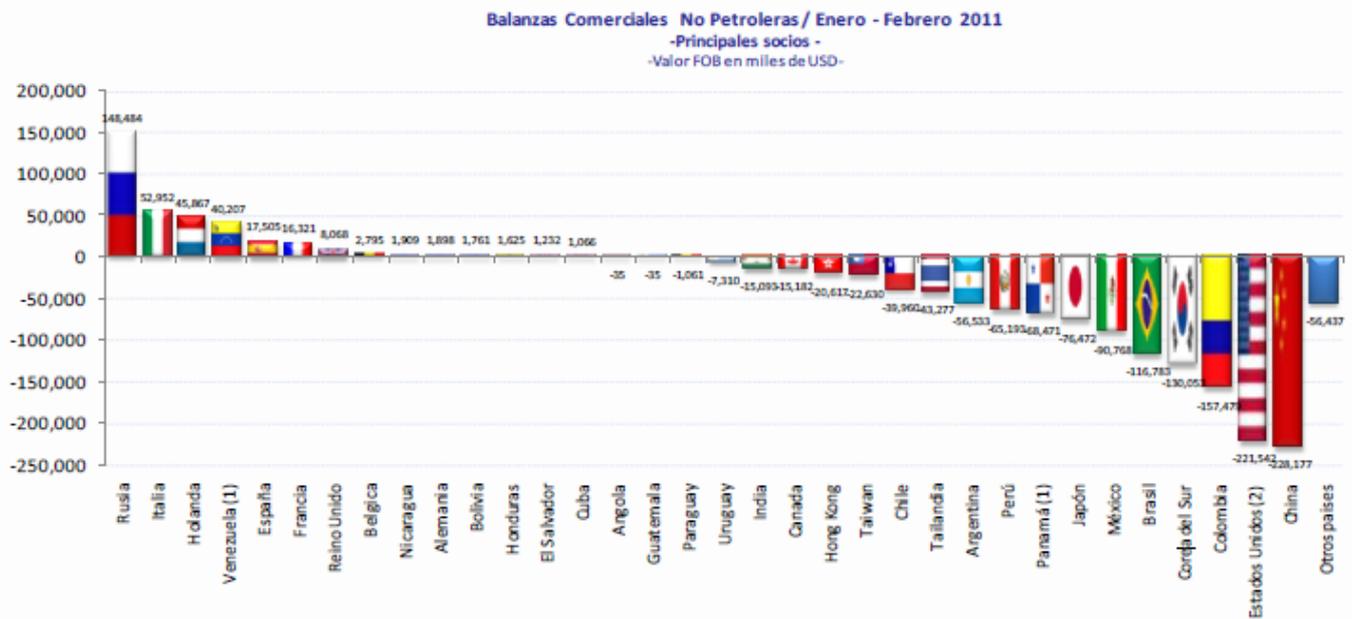


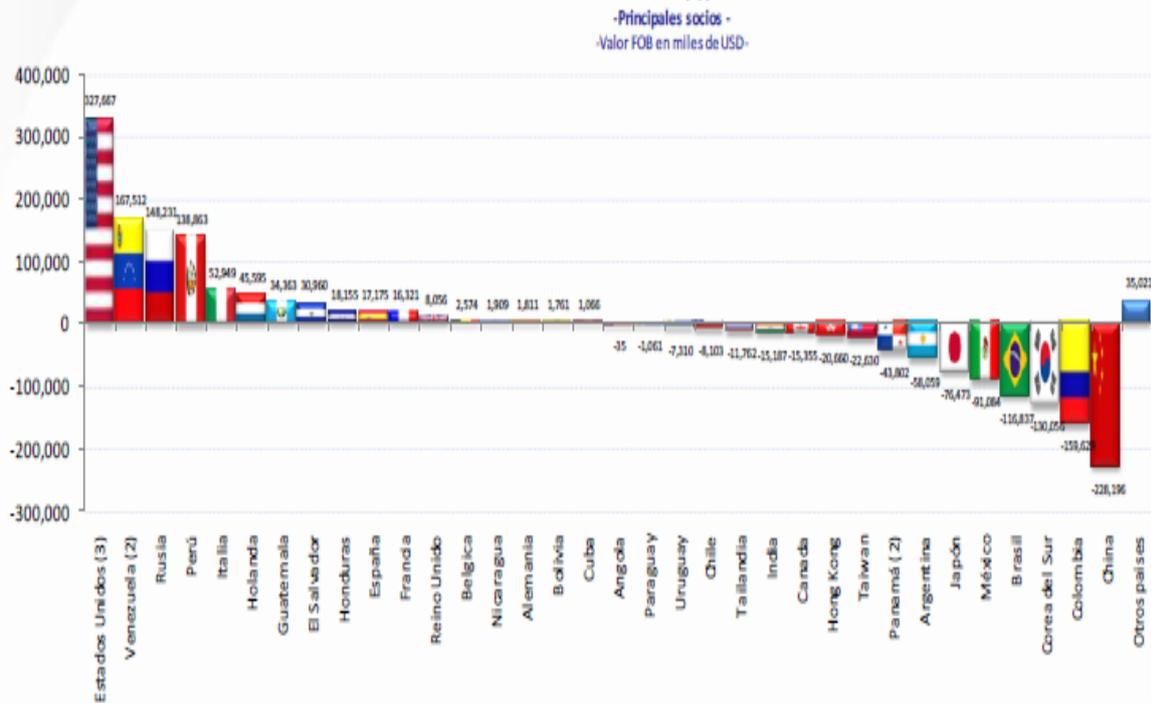
TABLA N° 11: BALANZAS COMERCIALES PETROLERAS Y NO PETROLERAS DEL ECUADOR

Las Balanzas comerciales no petroleras en millones de dólares fueron favorables con: Rusia (USD 148.48); Italia (USD 52.95); Holanda (USD 45.86); Venezuela (USD 40.20); España (USD 17.50); Francia (USD 16.32); Reino Unido (USD 8.06); Bélgica (USD 2.79); Nicaragua (USD 1.90); y, Alemania (USD 1.89). Deficitarias con: China (USD -228.17); EEUU (USD -221.54); Colombia (USD -157.47); Corea del Sur (USD -130.05); Brasil (USD -116.78); México (USD -90.76); Japón (USD -76.47); Panamá (USD -68.47); Perú (USD -65.19); y, Argentina (USD -56.53).



Balanzas Comerciales Totales

Balanzas Comerciales Totales (1) / Enero - Febrero 2011



Balanza Comercial																			
Crecimiento 2011-2010																			
	FOB																		
9%	3852.33%																		
7%	-484.60%																		
9%	1307.54%																		
2%	34.11%																		
9%	9.04%																		
4%	-36.07%																		
9%	-23.31%																		
4%	-247.24%																		
3%	-2711157.36%																		
6%	833.23%																		
0%	-25.14%																		
9%	-3.05%																		
1%	32.64%																		
4%	-87.70%																		
8%	-86.69%																		
3%	-126.70%																		
8%	435.78%																		
6%	-44.78%																		
1%	51.43%																		
9%	-11310.03%																		
0%	-135.48%																		
1%	-116.02%																		
0%	-62.16%																		
3%	-3.73%																		
3%	-22.07%																		
3%	30.13%																		
6%	36.53%																		
2%	-115.48%																		
28	Argentina	38,968	21,196	0.81%	207,218	90,071	3.44%	-168,250	-68,875	35,205	23,207	1.39%	139,111	81,266	3.60%	-103,906	-58,059	-38.24%	-15.70%
29	Japón	17,920	19,347	0.74%	13,838	97,059	3.71%	4,082	-77,712	17,689	25,865	1.54%	26,934	102,338	4.54%	-9,245	-76,473	-326.51%	-1.59%
30	México	11,579	13,922	0.53%	58,858	103,424	3.95%	-47,279	-89,502	3,325	8,471	0.51%	106,790	99,555	4.41%	-103,465	-91,084	118.84%	1.77%
31	Brasil	3,742	8,685	0.33%	76,762	116,298	4.44%	-73,020	-107,612	3,654	12,735	0.76%	56,963	129,571	5.74%	-53,309	-116,837	-26.99%	8.57%
32	Corea del Sur	637	837	0.03%	19,404	85,837	3.28%	-18,767	-85,001	1,390	1,557	0.09%	26,875	131,613	5.83%	-25,485	-130,056	35.80%	53.01%
33	Colombia	68,505	119,230	4.55%	98,646	240,400	9.18%	-30,141	-121,169	76,291	146,407	8.74%	112,980	306,036	13.57%	-36,689	-159,629	21.73%	31.74%
34	China	89,560	56,269	2.15%	95,778	182,861	6.98%	-6,218	-126,593	13,190	30,462	1.62%	110,494	258,658	11.47%	-97,303	-228,196	1464.97%	80.26%
35	Otros países	341,498	197,441	7.53%	146,163	137,092	5.23%	195,336	60,349	311,128	203,279	12.14%	117,938	168,258	7.46%	193,191	35,021	-1.10%	-41.97%

TABLA N° 12 BALANZAS COMERCIALES NO PETROLERAS EN MILLONES DE DOLARES

3.10.3 Exportaciones totales del Ecuador

En el período enero – febrero de 2011, el 76.46% del total de las ventas externas del país en valor FOB se destinaron a América; EEUU fue el primer mercado para las exportaciones ecuatorianas con el 35.30% de participación, seguido por el grupo de países que conforman la ALADI con el 24.06%; y dentro de este la CAN con el 14.11%; mientras que al resto de países de América se vendió el 17.10%. A Europa se destinó el 19.56% de las exportaciones, ocupando el tercer lugar de importancia como mercado; porcentaje dentro del cual la Unión Europea tiene el 13.62% de participación, el resto de países de Europa contabilizaron el 5.94%; Asia participó con el 3.53%; África, Oceanía y Otros sumaron 0.45%.

En términos de valor FOB, los mercados que incrementaron su participación en las exportaciones ecuatorianas al comparar con el primer bimestre del año 2010 fueron: Los Estados Unidos de Norteamérica en 6.41%, los países que en este análisis se denominan el Resto de Europa y el Resto de América el 0.49% y 0.25%, respectivamente; y, los estados que conforman África el 0.14%. Se redujo en los períodos analizados la participación de las exportaciones de la Unión Europea en - 2.85%, de los países que conforman la ALADI en - 2.57%; y, de las naciones del continente Asiático (- 1.75%).

3.10.4 Importaciones del Ecuador

Las compras del exterior registradas durante los dos primeros meses del año 2011, muestran que el mercado común de la ALADI es el principal proveedor del Ecuador, aportando con el 28.643% del valor total FOB, de este porcentaje la CAN participa con el 14.91%. El segundo proveedor de las importaciones del país son los EE.UU. con el 25.33%, ocupa el tercer lugar Asia con el 21.24%, y finalmente Europa con el 10.44%.

Los saldos registrados de las balanzas comerciales en millones de USD del Ecuador por continente a febrero de 2011, fueron: América (USD 306.04); Europa (USD 294.16); Asia (USD -553.00); África (USD 7.04); y, Oceanía (USD 2.68).

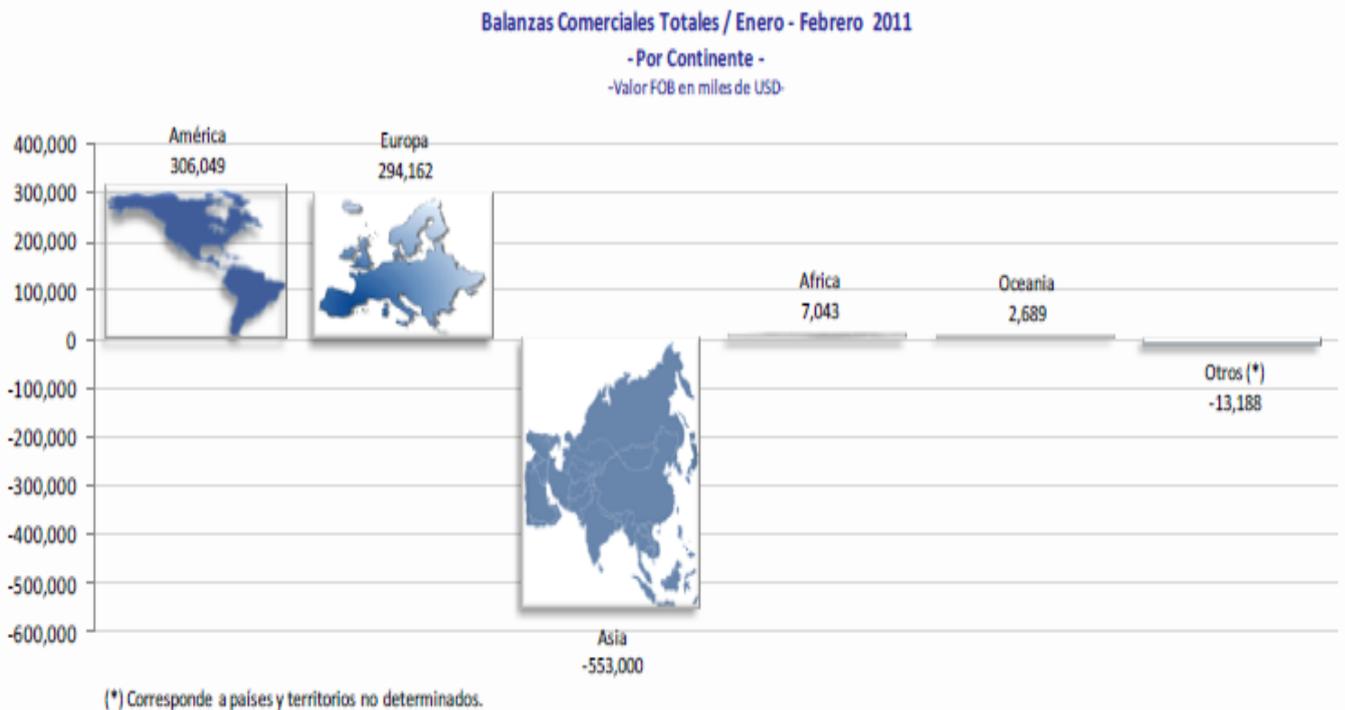


TABLA N° 14: BALANZA COMERCIAL TOTAL POR CONTINENTE

Tasas de Interés

COMPARACION TASAS ACTIVAS PROMEDIO - REFERENCIALES BCE

ABRIL 2011

1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES

Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.34	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.63	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.28	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.88	Consumo	16.30
Vivienda	10.56	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	23.08	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.50	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.97	Microcrédito Minorista	30.50

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO

Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.60	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.87	Depósitos de Tarjetahabientes	0.66
Operaciones de Reporto	0.23		

3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO

Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.23
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.91
Plazo 91-120	4.91	Plazo 361 y más	6.58

4. [TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO](#) (según regulación No. 009-2010)

5. [TASA BÁSICA](#) DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

6. OTRAS TASAS REFERENCIALES

Tasa Pasiva Referencial	4.60	Tasa Legal	8.34
Tasa Activa Referencial	8.34	Tasa Máxima Convencional	9.33

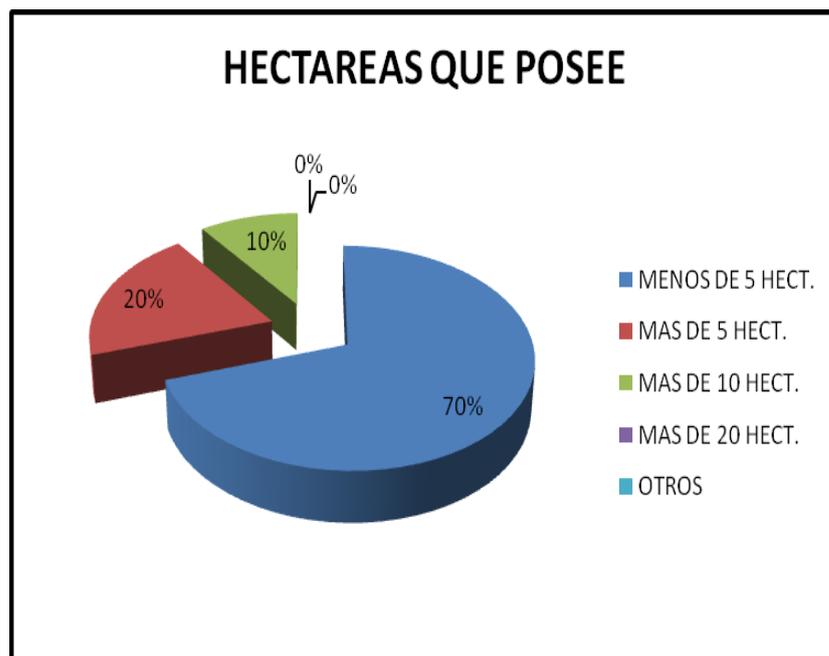
TABLA N° 15: TASA DE INTERES ACTIVA EFECTIVAS VIGENTES

RESULTADOS OBTENIDOS DE ENCUESTAS

PEQUEÑOS PRODUCTORES (TOTAL ENCUESTAS 10)

1.- ¿Cuántas hectáreas de tierra posee?

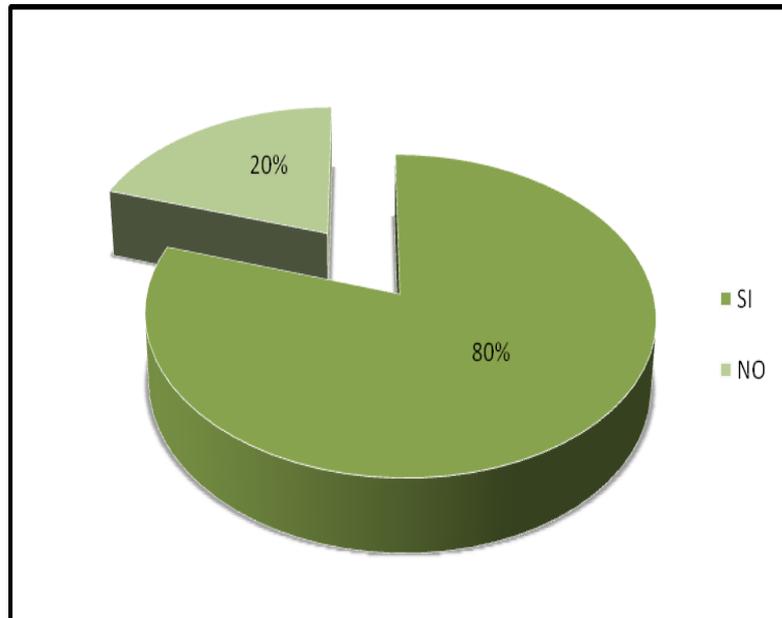
- Menos de 5 = 7
- Más de 5 = 2
- Más de 10 = 1
- Más de 20
- Otros



2.- ¿Ha pensado en exportar?

Si 8

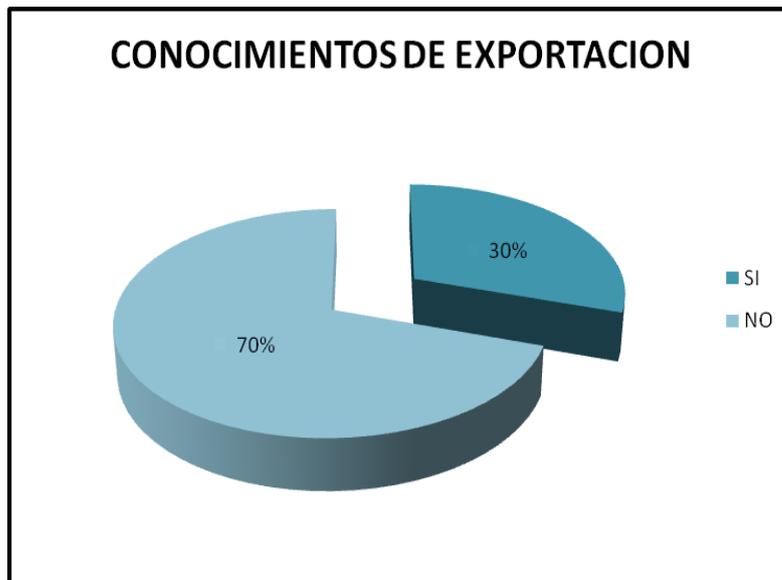
No 2



3.- ¿Conoce los procedimientos para exportar?

Si 3

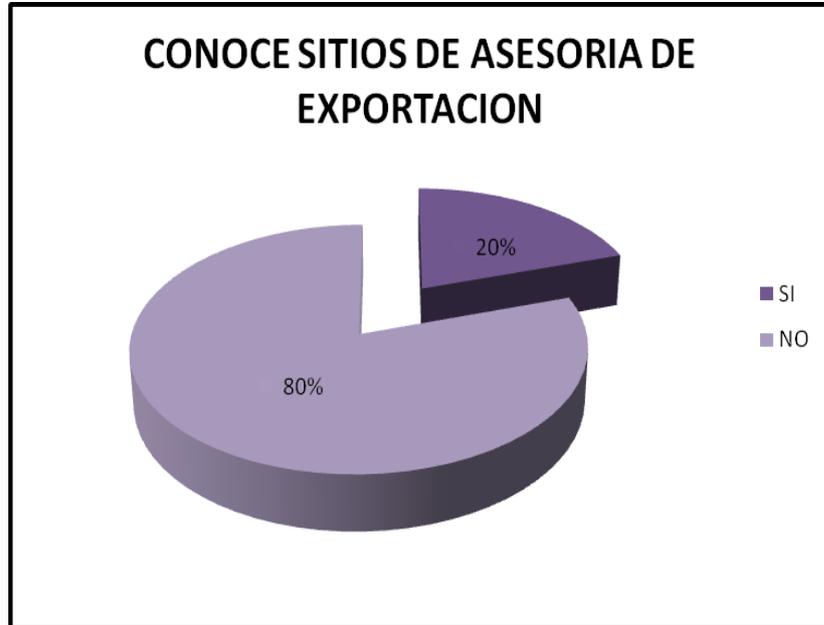
No 7



4.- ¿Conoce a que instituciones debe recurrir para recibir asesoría de exportación?

Si 2

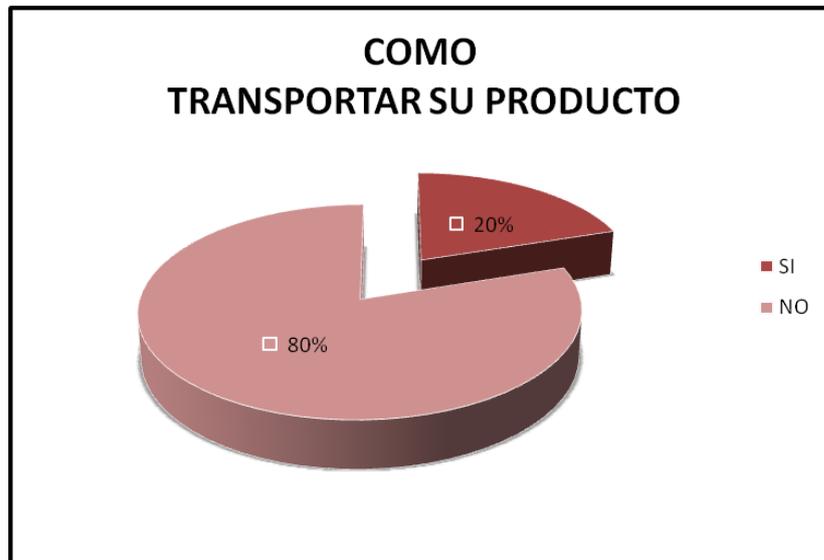
No 8



5.- ¿Conoce como debe transportar su producto?

Si 2

No 8



6.- ¿Conoce los mercados de destino que puede tener el café?

Si 3

No 7



7.- ¿Ha participado en ferias internacionales de café?

Si 1

No 9



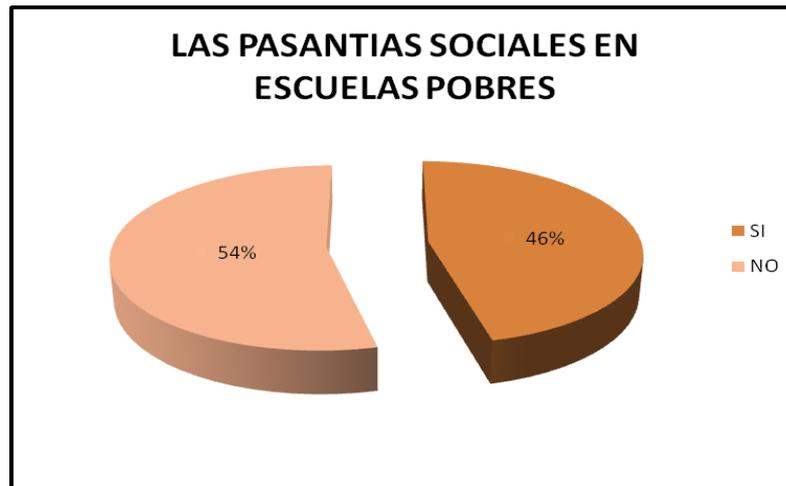
ESTUDIANTES (TOTAL ENCUESTAS 65)

GRAFICOS 1

¿Considera usted que las pasantías sociales deben hacerse en escuelas pobres?

Los estudiantes de la Facultad de Administración de la UPS responden:

30 si y 35 no.



GRAFICOS 2

¿Usted está satisfecho con la manera que se evalúan las pasantías?

Los estudiantes de la Facultad de Administración de la UPS responden 28 que están satisfechos como se evalúan las pasantías, pero 37 estudiantes no lo están



GRAFICOS 3

¿Usted está de acuerdo que las pasantías de acción social y laboral deben ser independientes?

En la Facultad de Administración UPS los estudiantes respondieron 25 que las pasantías laborales y sociales deberían ser independientes 40 de ellos dicen que no están de acuerdo.



GRAFICO 4

¿Cree usted que si las pasantías de acción social y laboral se realizaran en un centro de asesorías de la Universidad Politécnica Salesiana servirían para lograr el aprendizaje social y funcional de los estudiantes?

En la Facultad de Administración de la UPS se encuestó a 65 estudiantes, 60 de los estudiantes piensan que si sería un gran aporte la fusión de estas dos pasantías, ya que de esta manera podrán desarrollarse y prepararse para su futuro laboral y profesional, por otro lado 5 estudiantes no están de acuerdo con esta pregunta.

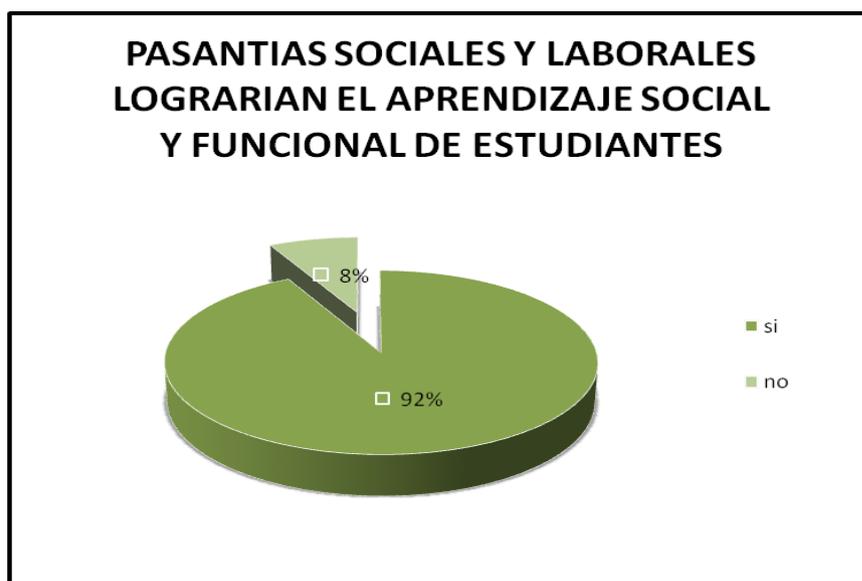
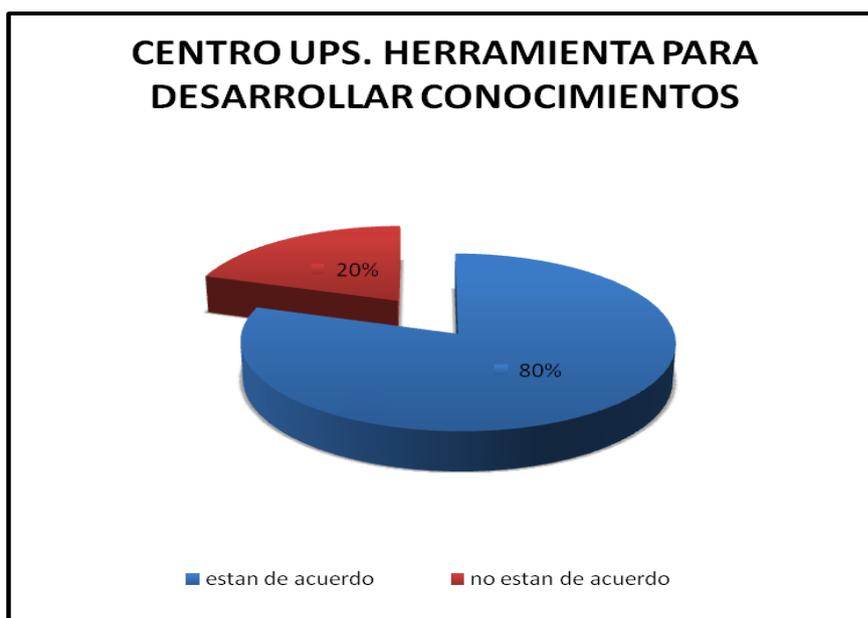


GRAFICO 5

¿El centro de Asesoría UPS serviría como una herramienta práctica para que los estudiantes puedan poner en práctica sus conocimientos?

En la Facultad de Administración de la UPS se encuestó a 65 estudiantes, 52 de los estudiantes dicen que el centro de asesoría sería una herramienta para poner en práctica sus conocimientos y 13 de ellos dicen que no están de acuerdo.

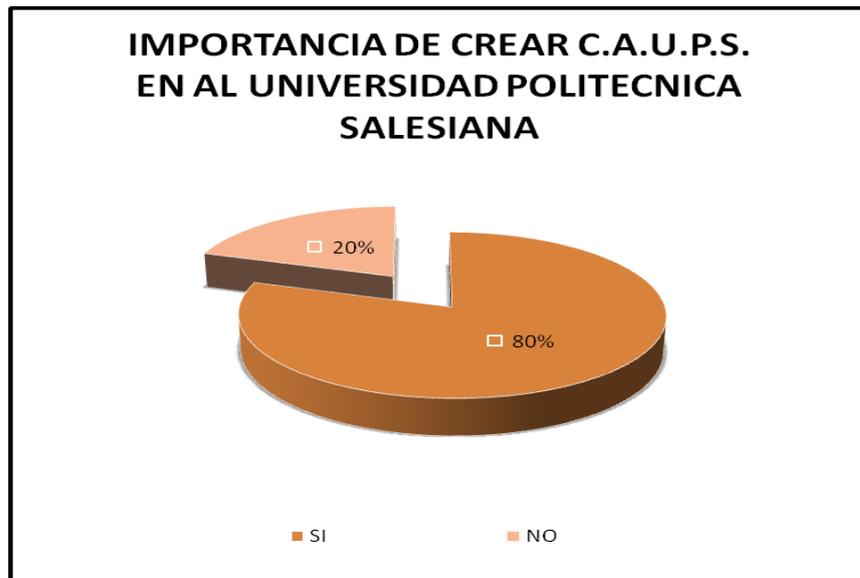


PROFESIONALES (TOTAL ENCUESTAS 5)

1.- ¿Es importante que se cree un Centro de Asesoría para pequeños exportadores que permita a los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana poner en práctica sus conocimientos?

Si 4

No 1



2.- ¿Se deben realizar las pasantías laborales y de acción social de forma conjunta?

Si 4

No



3.- ¿Usted está de acuerdo con que se busque fomentar un liderazgo en Equipo en el Centro de Asesoría UPS?

Si 5

No 0



BIBLIOGRAFÍA

TEXTOS ELECTRÓNICOS

(MICIP, 2004) Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad (MICIP). (2004). Programas. Febrero 16, 2004, de <http://www.micip.gov.ec>

MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA DEL ECUADOR <http://www.sica.gov.ec/>

(Argaez, 2001) Argaez, E. (2001). Una publicación dedicada al Marketing por Internet. Abril 19, 2004, de <http://www.exitoexportador.com/bol.htm>

(Caravantes, 1998) Caravantes, A. (1998). Comercio electrónico. Octubre 13, 2003, de <http://www.caravantes.com/cv/comercio.htm>

(Aduana, 2009) Aduana del Ecuador, de <http://www.aduana.gov.ec>

LIBROS Y REVISTAS

(Cámara de Industrias de Guayaquil, 2003) Cámara de Industrias de Guayaquil (2003). INDUSTRIAS. Techniprint. Guayaquil, Ecuador.

Código de la Producción, Registro Oficial, 29 de Diciembre del 2010

INVESTIGACIONES

Investigación del Mercado Chileno, Rain Comercio Internacional

Investigación de los Pequeños exportadores de café, Cofenac, 2010