



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

TEMA

**“ANÁLISIS DE LA CADENA LOGÍSTICA PARA LA OPTIMIZACIÓN
DE COSTOS EN LOS PROCESOS DE EXPORTACIÓN DE MUEBLES DE
MADERA HACIA FLORIDA DE LA EMPRESA CUMANDA DESIGN,
GUAYAQUIL”**

Tutor

Msc. MONICA MARGOT VILLAMAR MENDOZA

Autores

DAYSE ESTEFANÍA JÁCOME VÁSQUEZ

ANDREA MARISOL MEDINA OLAYA

Guayaquil, 2016



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TITULO Y SUBTITULO: Análisis de la cadena logística para la optimización de costos en los procesos de exportación de muebles de madera hacia Florida de la empresa Cumanda Design, Guayaquil.	
AUTORES: Dayse Estefanía Jácome Vásquez Andrea Marisol Medina Olaya	REVISORES: Msc. Mónica Margot Villamar Mendoza
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	FACULTAD: ADMINISTRACIÓN
CARRERA: Comercio Exterior	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	N. DE PAGS: 152 PÁGINAS
ÁREAS TEMÁTICAS: La logística en proceso de exportación	
PALABRAS CLAVE: UP Comercio exterior, TE2 Exportación/importación, TE3 Estudio de mercado, UP Disminución de costes, UP Barrera aduanera.	
RESUMEN: <p>Tesis relacionada directamente a la productividad, exportación y logística de la empresa Cumanda, la cual enfoca la aplicación de 2 estrategias competitivas de comercialización, y los términos de negociación adecuados para cada una de ellas, encontrando la mejor forma de optimizar los gastos logísticos, pero a su vez brindando seguridad y eficacia en cada proceso de exportación.</p> <p>Basándose en las diferentes investigaciones observacionales y de campo que se realizó; se pudo analizar las diferentes áreas y procedimientos logísticos que se efectúan actualmente en el país, y que son en muchos casos deficientes, ya que por falta de información y conocimiento acuden a entidades equivocadas, que brindan una información errónea o con altos costos lo cual</p>	

genera un aumento en toda la cadena comercial, y de esta manera el producto ecuatoriano pierde ciertos tipos de oportunidades de ingreso al mercado extranjero.

En este estudio se incluyó análisis de los mejores costos incurridos en la cadena logística de los 2 procesos comerciales estudiados, y se reafirma dicha información con documentos reales y actualizados que han sido anexados al trabajo. Y por último se presenta una recomendación basada en las experiencias obtenidas por las autoras en la investigación realizada, con la finalidad de que la empresa Cumanda pueda tomar la mejor decisión al momento de exportar su producto.

N. DE REGISTRO:		N. DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web): http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/cumanda.html		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:		<input checked="" type="checkbox"/> SI NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORAS: Dayse Estefanía Jácome Vásquez Andrea Marisol Medina Olaya	Teléfono: 0996848633 0997897939	E-mail: niadeadonay@hotmail.com andreamarisol_8@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Msc. ROSA HINOJOSA DE LEIMBERG, DECANA Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: rhinojosal@ulvr.edu.ec Mba. JESSICA AROCA CLAVIJO Teléfono: 2596500 EXT. 264 E-mail: jarocac@ulvr.edu.ec	

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Las estudiantes/egresadas Dayse Estefanía Jácome Vásquez y Andrea Marisol Medina Olaya, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar “Análisis de la cadena logística para la optimización de costos en los procesos de exportación de muebles de madera hacia Florida de la Empresa Cumanda Design, Guayaquil”.

Autoras:

Dayse Estefanía Jácome Vásquez
C.I. 0705052959

Andrea Marisol Medina Olaya
C.I. 0922427448

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación “Análisis de la cadena logística para la optimización de costos en los procesos de exportación de muebles de madera hacia Florida de la Empresa Cumanda Design, Guayaquil”, nombrada por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: Investigación “Análisis de la cadena logística para la optimización de costos en los procesos de exportación de muebles de madera hacia Florida de la Empresa Cumanda Design, Guayaquil”, presentado por los estudiantes Andrea Marisol Medina Olaya y Dayse Estefanía Jácome Vásquez como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR encontrándose apto para su sustentación.

Msc. Mónica Margot Villamar Mendoza
C.I. 0916123029

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS JACOME Y MEDINA.docx (D20823072)
Submitted: 2016-06-10 15:04:00
Submitted By: mvillamam@ulvr.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

ENSAYO-2GRUPO.docx (D15012581)
5 SIMBAÑA Y PINEDA AVANCE 28-01-2016 TRABAJO FINAL.doc (D17539261)
1431028254_TESIS-PRE-FINAL.docx (D14247509)
Trabajo Armas Claudia.docx (D12403534)

Instances where selected sources appear:

11

AGRADECIMIENTO

Al único dador de sueños y herramientas para hacerlos realidad, Dios. Y sin duda la fuente de inspiración y ejemplo de esfuerzo, lucha y trabajo constante, mis padres. A mis hermanos y familiares que con su paciencia, amor y apoyo continuo me demostraron que todo lo puedo lograr. A todos los profesionales que hicieron posible la enseñanza y me brindaron la orientación necesaria para mi continuo crecimiento estudiantil y laboral que poco a poco superaron mis expectativas.

Y a ti mi amado Daniel Vásquez Ayala, gracias por creer en mí, desde el primer día que me sostuviste en tus brazos, tus palabras y tu recuerdo son mi motivación y mis deseos de superarme cada día más para decirte un día cuando nos volvamos a ver, “Papi Daniel lo logramos soy tu profesional”.

Dayse Jácome V.

Agradezco en primer lugar a Dios, porque gracias a sus bendiciones e inspiración me permitió terminar exitosamente una etapa más de mi vida.

Así mismo, agradezco inmensamente a mis padres y hermana ya que ellos han sido mis pilares fundamentales a lo largo de mi vida estudiantil cuya paciencia y apoyo ha sido incondicional. A la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, a la Facultad de Administración, a la Escuela de Comercio Exterior, y a mis maestros que aportaron con sus conocimientos, consejos y experiencias a lo largo de mi carrera.

Andrea Medina O.

DEDICATORÍA

Con el pasar de los años te das cuenta, que una profesión, dinero, poder y fama, solo es el valor agregado que puedes llegar a darle a tu vida; lo que realmente cuenta es el sentido que le das a tu caminar diario, el amor, el servicio y la entrega que puedas dar a los que te rodean, a los que creen en ti y más aún a los que no creen... Por esa razón el presente trabajo está dedicado a todas aquellas personas que creyeron que sucedería, que están junto a mí y a las que ya no están, pero puedo sentir su apoyo en cada paso que doy; y también a cada persona que nunca creyó que lo lograría, que dejaron gestar en su corazón energías negativas sin razón o con razón, pero que al final de cuentas lograron dar un impulso más....Porque no es lo que nos llevamos de este mundo, sino lo que dejamos...

Dayse Jácome V.

El presente trabajo va dedicado para toda mi familia que me apoyó en todos los momentos de mi vida, en especial a mis padres que depositaron su confianza en mí y que han sido el pilar fundamental de mi formación personal y profesional, y a mi hermana para que este trabajo sea un estímulo de superación para ella.

¡No me queda más que la satisfacción de dar las gracias y alzar las manos al cielo y decir que lo logré!

Andrea Medina O.

ÍNDICE GENERAL

REPOSITORIO.....	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.....	III
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	IV
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORÍA	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XV
ÍNDICE DE FIGURAS	1
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I.....	5
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.1 Planteamiento del problema	5
1.2 Formulación del problema.....	6
1.3 Sistematización del problema.....	6
1.4 Identificación de las variables.....	7
1.4.1 Dependiente:	7
1.4.2 Independiente:.....	7
1.5 Operacionalidad de las variables	7
1.6 Objetivos:	9
1.6.1 Objetivo General:.....	9
1.6.2 Objetivos Específicos:	9
1.7 Justificación.....	9
1.8 Delimitación	11

1.8.1 Teórica	11
1.8.2 Espacial	11
1.8.3 Temporal.....	11
1.9 Límites de la investigación	11
1.10 Hipótesis de la investigación.....	12
1.10.1 Hipótesis general	12
CAPÍTULO II.....	13
MARCO TEÓRICO.....	13
2.1 Antecedentes referenciales y de investigación	13
2.2 Marco Teórico Referencial.....	14
2.3 Estado actual de la empresa Cumanda Design.....	15
2.3.1 Estudio interno de la empresa:.....	15
2.3.2 La producción:.....	15
2.3.3 Detalle de los principales pasos en la producción:	15
2.4 Marketing de la empresa:	16
2.5 Financiación de la empresa.....	17
2.6 Estructura organizacional	17
<i>Figura 1 . Organización de la empresa.....</i>	<i>18</i>
<i>Fuente: Empresa Cumanda Design, Elaborador por: Jácome D, Medina A</i>	<i>18</i>
2.7 Investigación del mercado	19
2.7.1 Antecedente histórico de Florida – Estados Unidos	19
2.7.2 Dimensión del mercado en Estados Unidos	20
2.7.3 Inflación	21
2.7.4 Principales países proveedores de muebles de madera	22
2.7.5 Relación Bilateral Ecuador – EEUU	23
2.8 Comercio exterior	23
2.8.1 Origen	23

2.9 Exportación	27
2.9.1 Tipos de exportación.....	27
2.9.2 Riesgos del comercio exterior.....	28
2.9.3 Riesgo país	28
2.9.4 Importancia de la exportación para el Ecuador.....	29
2.9.5 Relaciones comerciales Ecuador- EEUU.....	30
2.10 Cumanda Design rumbo a la exportación.....	30
2.10.1 Requisitos para ser exportador.....	30
2.10.2 Certificado de Origen y Contenido mínimo	31
2.10.3 Certificado de fumigación de la madera como materia prima.....	32
2.11 Negociación	33
2.11.1 Acceso al mercado de Florida – EEUU	33
2.11.2 Incoterm.....	33
2.11.3 División de costos	37
2.11.4 Transmisión de riesgos	38
2.11.5 Término de negociación para el análisis de liderazgo en costos.....	39
2.11.6 Término de negociación para el análisis de diferenciación.....	39
2.12 Contrato de compraventa internacional	40
2.13 Etiquetado y presentación para exportar a EE.UU.....	42
2.14 Proceso de exportación	43
2.14.1 Transmisión de la declaración de exportación	44
2.14.2 Ingreso de la mercadería de exportación	45
2.14.3 Proceso Aforo automático.....	46
2.14.4 Proceso de aforo documental.....	47
2.14.5 Manifiesto de exportación.....	48
2.14.6 Control posterior	49
2.14.7 Requisitos para la regulación de la DAE.....	50

2.15 Marco Legal.....	50
2.15.1 Acuerdos comerciales de Ecuador con Estados Unidos	50
2.15.2 Barreras arancelarias	52
2.15.3 Partida arancelaria.....	52
2.15.4 Barreras no arancelarias	53
2.15.5 Barreras jurídicas	55
2.15.6 País de Origen	55
2.16 Nacionalización país de destino (EE.UU. Miami-Florida).....	56
2.16.1 Puerto de entrada.....	56
2.16.2 Aduana	56
2.16.3 El valor en aduana.....	57
2.16.4 IVA en las Exportaciones.....	57
2.16.5 Derecho de Importación	57
2.16.6 Deuda aduanera.....	57
2.16.7 Inspección aduanera.....	58
2.16.8 Agentes de Aduanas	58
2.17 Requisitos de ingreso al país.....	59
2.17.1 Proceso de Entrada.....	59
2.17.2 Documentación.....	59
2.18 Honorarios de procesamiento de mercancías (MPF)	60
2.19 Honorario de mantenimiento de puertos (HMF)	60
2.20 Gestión de calidad	60
2.20.1 ISO 9001: 2015.....	61
2.20.2 Programa de Certificación GREENGUARD	61
2.21 Logística	62
2.21.1 Tipos de logística.....	65
2.21.2 Preparación de pedidos	66

2.21.3 Embalaje	67
2.21.4 Etiquetado.....	67
2.22 Modos de transportación	68
2.22.1 Modo de Transporte marítimo	69
2.23 Operadores de transporte internacional.....	70
2.24 Transporte interno.....	70
2.25 Logística de exportación de muebles de roble	71
2.25.1 Proceso logístico	71
2.26 Canales de distribución.....	74
2.26.1 Longitud de los canales de distribución.....	74
2.26.2 Canales de distribución en Estados Unidos	75
2.26.3 Comerciante/Broker:	76
2.26.4 Importador:.....	76
2.26.5 Retailer.....	77
2.26.6 Agente de carga	77
2.26.7 Alianza comercial exportador y agente de carga en destino.....	78
2.27 Medios de pago	78
2.27.1 Crédito documentario.....	79
2.27.2 Flujo de operación de cartas de crédito	82
2.27.3 Modalidad de carta de crédito irrevocable	82
2.27.4 Modalidad de carta de crédito con cláusula roja	82
2.28 Marco Conceptual.....	83
CAPÍTULO III.....	88
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	88
3.1 Análisis de la metodología de la investigación	88
3.2 Esquema de la metodología de la investigación.....	88
3.3 Métodos de investigación.....	88

3.4 Tipos de Investigación.....	89
3.4.1 Investigación Bibliográfica	89
3.4.2 Investigación Documental	89
3.4.3 Investigación Observacional De Campo.....	89
3.5 Estrategias competitivas de Porter.....	90
3.5.1 Liderazgo en costos.....	90
3.5.2 La diferenciación.....	90
3.6 Aplicación de las estrategias competitivas de Porter en la investigación	91
3.7 Población y Muestra	91
3.8 Instrumentos de investigación de obtención de datos	93
3.8.1 Observación directa.....	93
3.8.2 Entrevistas.....	94
CAPÍTULO IV	96
INFORME FINAL.....	96
4.1 Análisis e interpretación de resultados obtenidos en la investigación con la aplicación de la estrategia de liderazgo en costos aplicados por la empresa Cumanda Design.	96
4.2 Análisis e interpretación de resultados obtenidos en la investigación con la aplicación de la estrategia de diferenciación en costos aplicados por la empresa Cumanda Design.	98
4.3 Estrategia 1: Liderazgo en costos.....	105
4.4 Estrategia 2: Exclusividad o diferenciación.....	105
4.6 Análisis comparativo de los resultados obtenidos en el estudio de mercado local y mercado destino.	114
CONCLUSIONES	115
RECOMENDACIONES.....	117
BIBLIOGRAFÍA.....	118
ANEXOS.....	124

Anexo #1.- Certificación artesanal.....	124
Anexo #2.- La empresa en redes sociales.....	125
Anexo #3.- Estado de situación inicial	126
Anexo #4.- Documentación empresa	127
Anexo #5.- Formato de Declaración Juramentada de Origen (DJO).....	128
Anexo #6.- Confirmación Compra-Venta.....	131
Anexo #7.- Etiqueta	132
Anexo #8.- Declaración para productos provenientes de plantas.....	133
Anexo #9.- Cotización Transporte interno.....	134
Anexo #10.- Cotización con Naviera	135
Anexo #11.- Cotización Agente de Carga país de origen	137
Anexo #12.- Cotización Agente de Carga en el país de destino.....	138
Anexo #13.- Póliza de Seguro	139
Anexo #14.- Formato de carta de crédito.....	141
Anexo #15.- Ficha técnica de observación.....	143
Anexo #16.- Entrevistas	144
Anexo # 17 Cotizaciones de los muebles que son vendidos en el mercado de destino (análisis comparativo Liderazgo en Costos).....	147
Anexo # 18 Facturas de validación para el análisis comparativo solo con las ventas locales.	149
Anexo #19 Cotizaciones de los muebles que son vendidos en el mercado de destino (análisis comparativo Exclusividad)	151

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalidad de las variables	9
<i>Tabla 2. Inflación.....</i>	<i>21</i>
<i>Tabla 3. Tipos de Exportación.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 4. División de costos I.....</i>	<i>37</i>
Tabla 5 Partida Arancelaria	53
<i>Tabla 6. Logística.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 7 Medios de pago.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 8. Unidad de análisis.....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 9 Detalle de distribución de bultos, 1era estrategia.....</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 10. Detalle de distribución de bultos, 1era estrategia.....</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 11 Detalle de distribución de bultos, 2da estrategia.....</i>	<i>100</i>
Tabla 12 Costo Exportación, 1era estrategia	103
Tabla 13 Costo Exportación, 2da estrategia	104

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1 . Organización de la empresa</i>	18
<i>Figura 2. Florida.....</i>	19
<i>Figura 3. Países Proveedores de muebles de madera</i>	22
<i>Figura 4. Balanza Comercial.....</i>	23
<i>Figura 5 Exportaciones del Ecuador.....</i>	29
<i>Figura 6. Destinos de Exportación</i>	30
<i>Figura 7. Riesgos.....</i>	38
<i>Figura 8. Término de negociación FOB.....</i>	39
<i>Figura 9. Término de Negociación DDP.....</i>	40
<i>Figura 10. Proceso de exportación.</i>	43
<i>Figura 11. Transmisión de la declaración de exportación</i>	44
<i>Figura 12. Proceso de Ingreso de Mercancía.</i>	45
<i>Figura 13. Modalidad de despacho con canal de aforo automático (exportaciones).....</i>	46
<i>Figura 14</i> Canal de aforo documental o electrónico (exportaciones).	47
<i>Figura 15. El Manifiesto de exportación.....</i>	48
<i>Figura 16. Regularización de declaraciones aduaneras de exportación</i>	49
<i>Figura 17. Requisitos para regularización automática de DAE con tipo de carga “Contenerizada”</i>	50
<i>Figura 18. Puerto de Miami</i>	56
<i>Figura 19. Sello Calidad I</i>	61
<i>Figura 20. Sello calidad II.....</i>	62
<i>Figura 21. Embalaje</i>	67
<i>Figura 22 Proceso de exportación.....</i>	71
<i>Figura 23. Canal indirecto corto: Un nivel.....</i>	75

<i>Figura 24</i> Cadena de distribución de madera y manufacturas de madera en Estados Unidos.....	75
<i>Figura 25.</i> Operación carta de crédito.....	82

INTRODUCCIÓN

La empresa “Cumanda Design”, se dedica a la elaboración de muebles finos de confección artesanal, con estándares de alta calidad de madera tratada (roble) y con mano de obra calificada, fortalezas que garantizan una vida duradera al producto terminado, así como también se encarga de la comercialización y distribución de los muebles que se venden localmente en los diferentes almacenes, que se encuentran ubicados en la ciudad de Guayaquil provincia del Guayas, ciudad considerada la segunda más importante y comercial del país según datos obtenidos por el INEC 2012.

Los muebles fabricados por la empresa, en la actualidad están destinados a satisfacer la demanda del sector inmobiliario a nivel nacional, por el incremento en la construcción de múltiples comunidades habitacionales de estatus social media y alta, convirtiendo a este sector comercial en un mercado de mayor competencia.

La empresa “Cumanda Design” maneja un nivel de trabajo muy estricto, ya que como fabricantes se procede según la necesidad del usuario final, implementando además como parte del servicio ofrecido al consumidor: el asesoramiento en el tipo de mueble adecuado según el espacio y lugar en donde va a ser ubicado y la instalación del mobiliario adquirido en el tiempo convenido, haciendo que la empresa sea reconocida por la calidad del producto, su eficiencia y responsabilidad.

La cadena logística de la empresa “Cumanda Design” utilizada localmente es de forma directa con el cliente, entregando los muebles en las casas de los mismos y realizando las instalaciones correspondientes de ser necesario, considerándola un pilar fundamental para la comercialización.

Sin embargo debido a que el país se encuentra atravesando una situación

económica bastante severa, se han visto reducidos los ingresos para el Estado y a consecuencia de ello se han implementado nuevos impuestos, adoptando nuevas medidas arancelarias y de restricción a las importaciones, transformando el mercado en una economía poco rentable para la inversión nacional y extranjera lo que ha venido generando desempleo, baja de venta en los muebles, el alza en los precios tanto de materia prima, como en los servicios logísticos, valores que en algunos casos para los clientes o consumidores no es factible en la actualidad, generándose así la competencia desleal en el mercado artesanal, ofreciendo productos de similares características a menor precio, pero carentes de garantías como las que ofrece la empresa, tanto en la calidad de la materia prima utilizada, como en el acabado del mueble. Es por ello que la empresa Cumanda Design se ha visto en la necesidad de plantearse a sí misma la internacionalización de su producto para de esta manera incrementar los ingresos en sus ventas además de hacer que el país sea reconocido no sólo por exportar materia prima sino también productos terminados y de buena calidad, mediante la exportación de su producto con precios competitivos dentro de un nuevo mercado.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

El éxito de todo proceso de exportación depende entre otros factores de una buena recopilación de información, que proporcione las herramientas precisas y datos actualizados para la correcta ejecución de las actividades previas, mediante y después de la negociación y exportación también, conociendo la forma en que se debe mercadear el producto en el país de destino, ya que se debe cumplir parámetros de ingresos a dicho mercado.

Siendo uno de los objetivos prioritarios del actual Gobierno Nacional la inversión en infraestructuras que cooperen con el transporte y logística por medio de la ejecución del eje multimodal de Manaos, ayudando así también a la transformación de la matriz productiva con la fabricación de productos procesados y con valor agregado (Zák, 2014) es así que para fomentar este cambio los servicios logísticos juegan un papel fundamental, ya que influyen directamente en el sector económico del país, teniendo como fin mejorar la competitividad siendo ésta una herramienta transversal para lograrlo.

Se observa que en toda empresa comercial sea esta pública o privada, el transporte y logística tienen espacios significativos en la estructura organizacional, porque juega un rol importante en la cadena comercial que es la de satisfacer al cliente final con la entrega del producto en el lugar y tiempo estimado, es decir que por este último enfoque del proceso comercial, se busca trabajar en el método logístico más eficiente usando los medios de negociación que existen para así normalizar la interrelación entre la empresa, país de origen, cliente (importador), país de destino, y logística seleccionada cumpliendo así con cada paso de la exportación.

El tema logístico tiene una relación directa con la política comercial del gobierno de turno, porque al implementar mejoras logísticas se da un desarrollo integral y razonable, mejorando el acceso a los mercados y las conexiones con los demás socios, en otro aspecto la inversión que se realice, generarán nuevos puestos de trabajo. Y a su vez con esta distribución de riquezas se obtendría un desarrollo económico sostenible. “Hablar de la logística es tratar una actividad que liga todos los sectores.” (Maldonado, 2012)

En varias ocasiones se exporta sin tener el conocimiento necesario de todas las operaciones que se llevan a cabo, lo que representa atraso y pérdida por lo que es imprescindible que la empresa “Cumanda Design” desarrolle un estudio pertinente y obtenga toda la información precisa para este proceso, llámese gasto, costo y tiempo del proceso logístico. Si bien es cierto en el medio existe la necesidad de implementar mejores fuentes que estén constantemente actualizadas, debido a eso se sufre problemas operacionales como documentos demorados, retrasos en la embarcación, descargue y eso causa estragos en la correcta logística. Para realizar el proceso de transportación de muebles de madera hacia mercados internacionales es preciso tener una logística de exportación estructurada con requisitos y factores solicitados previamente para su comercialización.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo incide la cadena logística para la optimización de costos en los procesos de exportación de muebles de madera de la Empresa Cumanda Design hacia la Florida?

1.3 Sistematización del problema

- ¿Qué componentes son indispensables considerar en la logística de exportación para optimizar sus costos?
- ¿Qué mecanismo se usará para la elaboración de la investigación?
- ¿Cuáles son los factores internos y externos con más impacto en la exportación de muebles hacia el mercado de Florida?

1.4 Identificación de las variables

1.4.1 Dependiente:

- Optimización de costos en los procesos de exportación de muebles.
- Crecimiento económico del país.
- Amplía la oferta exportable.

1.4.2 Independiente:

Cadena logística.

1.5 Operacionalidad de las variables

Variables	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnicas
V. Independiente Cadena Logística	Proceso de exportación.	Requisitos para ser exportador y proceso de exportación.	¿Cuáles son los requisitos para las exportaciones?	Análisis descriptivo.
	Requisitos del mercado.	Normativas del producto.	Exigencias de etiquetado y embalaje.	Análisis descriptivo.
	Agentes inmersos.	Conocimiento sobre término de negociación. Análisis del orden de los agentes.	Disponibilidad de tiempo y lugar.	Análisis descriptivo.
	Convenios	Organizaciones locales.	Documentos oficiales.	Análisis descriptivo.
V. Dependiente Optimización de costos en los procesos de	Costos directos e indirectos.	Análisis de precios según cotizaciones.	¿Qué costos podría encarecer en mayor porcentaje el	Análisis comparativo.

exportación de muebles.			producto para su exportación?	
	Seguridad de embarque.	Contactar al detallista según el tipo de mueble que requerirá.	¿Qué tipos de muebles son los que tienen más demanda en Florida según su experiencia?	Análisis comparativo.
	Calidad y seguridad Vs. Costos y procesos.	Ingresos Tipo de producto.	¿Qué tipo de muebles le gustaría comercializar teniendo en cuenta que puede decidir sobre diseños o tallados?	Análisis comparativo.

Variables	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnicas
V. Dependiente Crecimiento económico de la empresa.	Desarrollar las exportaciones.	Solicitud de pedidos y seguridad de calidad. Cuadros de proyección en ventas.	Balanza Comercial Presupuesto de ingresos en ventas.	Análisis comparativo.
	Incrementar los ingresos.	Variación de ingresos. Desarrollo de nuevos productos.	Aumentar el posicionamiento de la empresa.	Análisis comparativo.
V. Dependiente	Desarrollar nuevos productos.	Desarrollar diseños exclusivos y	¿Podrían crearse diseños según	Análisis comparativo.

Ampliar la oferta exportable.		estándar para clientes.	para exigencias del cliente/detallista?	
-------------------------------	--	-------------------------	---	--

Tabla 1 Operacionalidad de las variables

Fuente: Estudio de investigación, Elaborador por: Jácome D, Medina A

1.6 Objetivos:

1.6.1 Objetivo General:

Analizar la cadena logística de la empresa “Cumanda Design” optimizando de esta manera los costos incurridos en el proceso de exportación.

1.6.2 Objetivos Específicos:

- Recopilar información de los costos y gastos de corretajes, analizando la cadena logística de exportación de muebles a Florida.
- Interpretar la información verídica en base a los factores internos y externos convenientes para que se dé la optimización del proceso de exportación de muebles hacia el mercado de Florida.
- Determinar la estrategia competitiva en el proceso de exportación de muebles de la empresa Cumanda, describiendo los requisitos de los entes reguladores para dar cumplimiento a las condiciones de comercialización.

1.7 Justificación

Ecuador se encuentra beneficiado estratégicamente con la logística debido a su ubicación, ya que como factor principal cuenta con el puerto en la ciudad de Guayaquil teniendo también poca distancia hacia el canal de Panamá; en la actualidad se han desarrollado proyectos en el medio como el eje multimodal a Manaos. Gracias a los diferentes aspectos positivos que existen en el país se podría lograr el desarrollo exponencial logístico, a pesar de ser un país pequeño, y no pensar en este factor como un

limitante para su crecimiento, ya que se puede observar que países como El Salvador y Panamá han logrado mucho.

El correcto proceso para organizar y administrar los costos de una forma más eficiente dentro de la exportación de muebles lograría crear instrumentos diversos y de real importancia, en base a la demanda existente de muebles de madera de roble con una calidad superior y costos accesibles en el país de destino, los cuales son factores clave para la correcta elección de decisiones y el buen asentamiento del producto.

A pesar de que no se cuenta con un acuerdo arancelario libre con Estados Unidos, dicho país brinda muchas alternativas para los exportadores y empresarios que deseen expandir y enviar sus productos con el fin de satisfacer los diferentes intereses de las dos partes, debido a que poseen una mentalidad abierta a todo tipo de proyecto de pequeña o gran escala económica, y así cubrir la demanda existente de clientes con un exquisito deseo de decorar o diseñar muebles fabricados con madera real y de calidad, para dar un contraste clásico contemporáneo y/o moderno a los hogares norteamericanos, permitiendo incursionar en el mercado mobiliario y llegar a tener la posibilidad de ser grandes exportadores de producto terminado y no solo ser considerados como país generador y productor de materias primas.

La cadena logística como tal forma parte fundamental del proceso exitoso de la exportación de productos, ya que por medio del correcto análisis de la misma podremos saber cual será el real costo de exportación y a su vez definir el precio al distribuidor o consumidor final. Los altos costes que contrastan la diferencia en la misión de las empresas son los logísticos/operacionales. (Barberis, 2012)

Se pretende mediante un estudio analizar los métodos e instrumentos a utilizar para que con la crisis económica actual no se vea gravemente afectada la empresa ya que en relación a los factores positivos, que se desea tener de forma directa, está el incremento de las ventas y un esperado crecimiento económico mediante la internacionalización de los muebles ecuatorianos.

Por lo tanto es de suma importancia el buen manejo de los costos en todo del proceso que corresponda a hacer efectiva la exportación del producto ya que cada inclusión de materia prima, mano de obra, certificaciones, documentación que compongan la cadena logística serán parte fundamental del proceso exitoso para la reducción de costos innecesarios dentro de la exportación con visión a expresar el buen costeo y posicionamiento del producto en el mercado Florida - EEUU.

1.8 Delimitación

1.8.1 Teórica

La investigación está direccionada inicialmente a identificar las oportunidades de progresos en la empresa Cumanda Design por medio de la optimización de costos en el proceso de exportación de muebles de madera hacia el mercado Florida - EEUU.

1.8.2 Espacial

La investigación se realizará en la ciudad de Guayaquil sede de la empresa y en la ciudad de Miami- Florida de los Estados Unidos siendo este, el destino del producto.

1.8.3 Temporal

La investigación se realizará en el segundo semestre del periodo 2015 y 2016.

1.9 Límites de la investigación

Uno de los principales limitantes es que el país es reconocido mundialmente por ser exportador solamente de materia prima: petróleo, cacao, aceites y la madera, por lo tanto lo que se busca a lo largo de todo el proceso es que se dé a conocer en un mercado extranjero el producto terminado fabricado con materia prima y mano de obra nacional.

Debido a que el presente proyecto es de alcance internacional se tendrá otro tipo de dificultad para obtener información y recursos, porque los índices de exportación de Ecuador con respectos a muebles de madera son muy bajos y no existen muchos estudios

previos, además no se puede certificar la existencia de un estudio realizado anteriormente porque las leyes y los parámetros tanto de logística, exportación e importación de los países cambia constantemente.

1.10 Hipótesis de la investigación

1.10.1 Hipótesis general

- a) Si se analiza la estrategia competitiva de comercialización por diferenciación, se podrá observar si los costos en comparación a los de la competencia en destino son factibles para la exportación.

- b) Si se analiza la estrategia competitiva de comercialización por volumen, se podrá optimizar los costos que se generan en la cadena logística de exportación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes referenciales y de investigación

En el Ecuador a lo largo de los años, la industria forestal ha sufrido algunos cambios positivos, gracias a las políticas gubernamentales que ha implementado el actual gobierno que fomentan las exportaciones y permiten el desarrollo de la producción interna del país, ya que la mayor concentración de productores de muebles de madera se encuentra localizada en la ciudad de Cuenca, los estudios realizados por el Instituto de Promoción y Exportaciones e Inversión (ProEcuador, 2016) por lo general se enfocan en ese sector y se observa que la industria del mueble ecuatoriano frente a otros países tiene cierta desventaja.

Ecuador no cuenta con moneda propia, esa es una de las principales desventajas y a la vez el mercado internacional se vuelve más exigente con relación a normas de calidad, lo cual conlleva mayor inversión para los productores, debido a la adquisición de maquinaria nueva y contratación de personal creativo para la innovación de diseños, con la finalidad de ingresar al mercado extranjero.

Según lo antes mencionado los pequeños productores y artesanos se ven afectados, ya que sufren problemas competitivos referentes a la calidad del producto y sus precios. En la actualidad gracias a estudios realizados por el ministerio de Comercio Exterior de la mano con Pro Ecuador, han creado estrategias de integración y asociación para la industria mobiliaria, estos cambios que están sufriendo son recientes pero están logrando hechos importantes debido a que se busca mejorar la competitividad del producto nacional en el mercado extranjero.

Empresas locales se enfocan directamente en la producción para poder competir en la oferta y demanda internacional que existe, pero si bien es cierto un factor relevante

para el Ecuador frente a sus socios comerciales es al manejo de la logística, ya que con un correcto uso e integración de estrategias se podría mejorar significativamente el desarrollo comercial.

La eficacia en el ámbito de exportación yace en responder la demanda comercial con la puntualidad debida, causando un efecto positivo de responsabilidad y buen servicio, y con respecto a los productos lograr mínimos costos y buena calidad, corroborando que los servicios mediante la cadena logística no empiezan en los puertos, sino desde el lugar de elección de la materia prima, hasta el consumidor, logrando así ingresar a una competencia justa con los productos hechos en Ecuador con mano de obra artesanal.

2.2 Marco Teórico Referencial

Según datos obtenidos por (MAGAP, 2016), el Ecuador presenta un sin número de especies madereras, tanto en cultivos forestales nativos como exóticos, gracias a factores como la ubicación geográfica del país con áreas que disponen de hasta 12 horas de luz al día en todo el año, la presencia de la Cordillera de los Andes y la influencia de corrientes marinas, que determinan tener un clima variable y exuberante vegetación; estos factores influyen en mayor velocidad de crecimiento de especies forestales que lo sitúan entre los 10 países de mayor diversidad del mundo.

La industria del mueble ha demostrado en los últimos años un alto dinamismo de sus ventas en el mercado internacional, al contar con una alta cultura artesanal de la madera y disposición de excelente materia prima, la misma que es empleada para la fabricación de productos que satisfacen la demanda de los mercados nacionales e internacionales, evidenciando el desarrollo de dicha industria en cuanto a las exportaciones.

El progreso de la economía mundial basada en la globalización, la evolución continua del desarrollo de la tecnología son factores principales que obligan a los países a buscar alternativas en sus relaciones comerciales internacionales. En los momentos actuales el Ecuador tiene la necesidad de diversificar su oferta exportable por ser ésta una fuente de ingreso importante para la economía del país.

2.3 Estado actual de la empresa Cumanda Design

Para conocer la situación en la que se encuentra la empresa actualmente y su potencial de exportación, se usarán las siguientes herramientas:

2.3.1 Estudio interno de la empresa:

Lo que se debe observar, en un estudio interno de la empresa son los siguientes factores: Producción, marketing, financiación y la estructura de la organización general.

2.3.2 La producción:

Los muebles elaborados en la empresa Cumanda Design son a base de roble y con mano de obra artesanal, lo que conlleva un minucioso proceso de producción, desde el diseño hasta el correcto embalaje, inspeccionando y cuidando cada detalle para que cumpla todos los estándares de calidad y la satisfacción del consumidor. *(Véase anexo #1)*

2.3.3 Detalle de los principales pasos en la producción:

- **Diseño.-** Se dibuja un boceto en base a los gustos y necesidades solicitadas por el cliente y se da dimensiones en base a espacios o medidas estandarizadas a nivel mundial partiendo de esto se realiza el presupuesto para poder negociar con el cliente, una vez aceptado el presupuesto y el diseño, se pasa a la segunda fase.
- **Patrón.-** Una vez realizado el diseño y las medidas, empieza la realización de las plantillas para poder elaborar el correcto patrón de elaboración.
- **Sierra y tupid.-** Una vez realizadas las plantillas se pasa el área de maquinaria, en donde se corta la madera y empieza la obtención de las piezas principales del mueble, ya con las molduras correctamente realizadas se concluye la armazón principal cuadrando todas las piezas.

- **Lijadora y cinta.-** Se eliminará las impurezas e imperfecciones que tengan las piezas de madera, cuando se las comience a lijar de forma integral.
- **Costados y entrepaños.-** Se procede la eliminación de todos los costados y entrepaños con la máquina circular y se abren los orificios de ensamble, luego se pegan los tableros y maderas.
- **Ensamblado.-** Luego del ensamblaje del mueble se inicia la elaboración de las puertas, cajones, repisas y demás accesorios que lleve el diseño seleccionado.
- **Tallado.-** Esta fase de la producción dependerá mucho del diseño elegido, ya que en la actualidad existe un sin número de tendencias y tipo de muebles para escoger tales como rústicos, clásicos, contemporáneos, modernos y minimalistas; por lo tanto si el mueble es moderno no necesita pasar por este proceso.
- **Torneado.-** Al igual que la fase anterior, esta es opcional y relacionada directamente al tipo de mueble que se está realizando, por lo general en los muebles clásicos se tiende a tornear las patas del mueble. Terminado el proceso de elaboración del mobiliario sigue la etapa del acabado en general, en el medio existen diferentes tipos como son: Poro abierto, poro cerrado, brillante y semi brillante.

Después de la etapa del color y barniz del mueble se lo dirige al área de tapicería es ahí donde se escogen las esponjas, la tela y la técnica de tapicería a realizar, si no es un mueble que solicita tapizado se procede a la instalación de los herrajes tales como: bisagras, tiradores, cristales, es decir cualquier accesorio que le haga falta al mueble. Y como etapa final está el embalaje para la correcta transportación y mantenimiento de los muebles hasta su lugar de destino.

2.4 Marketing de la empresa:

Cumanda Design a pesar de ser una empresa de pequeña escala, cuenta con página web y redes sociales activas, y listas para atender a cada uno de los solicitantes, y en el

establecimiento tiene personas destinadas a la atención de clientes y ventas a nivel nacional, sin embargo se busca estimular el crecimiento de las ventas aplicando una estrategia de marketing para la exportación y se ha previsto participar en ferias internacionales con la ayuda de las diferentes instituciones, organismos nacionales y trabajando en conjunto con el ministerio de Comercio Exterior del Ecuador, para así iniciar la incursión en el mercado extranjero. (*Véase anexo #2*)

2.5 Financiación de la empresa

El estatus de la empresa financieramente se ve óptimo, ya que cuenta con instalaciones, vehículos, maquinaria y materia prima propia, y a la vez con liquidez considerable, es decir se considera que esta es un buen estado para iniciar un proyecto de exportación. Cabe mencionar que gracias al buen historial crediticio, Cumanda Design si es necesario, está apta para solicitar un préstamo bancario para poder culminar cualquier tipo de responsabilidad económica tanto de producción como de exportación. (LORENZO, 2016) (*Véase anexo #3*)

2.6 Estructura organizacional

En la actualidad Cumanda Design cuenta con la siguiente estructura organizacional: (*Véase anexo #4*)

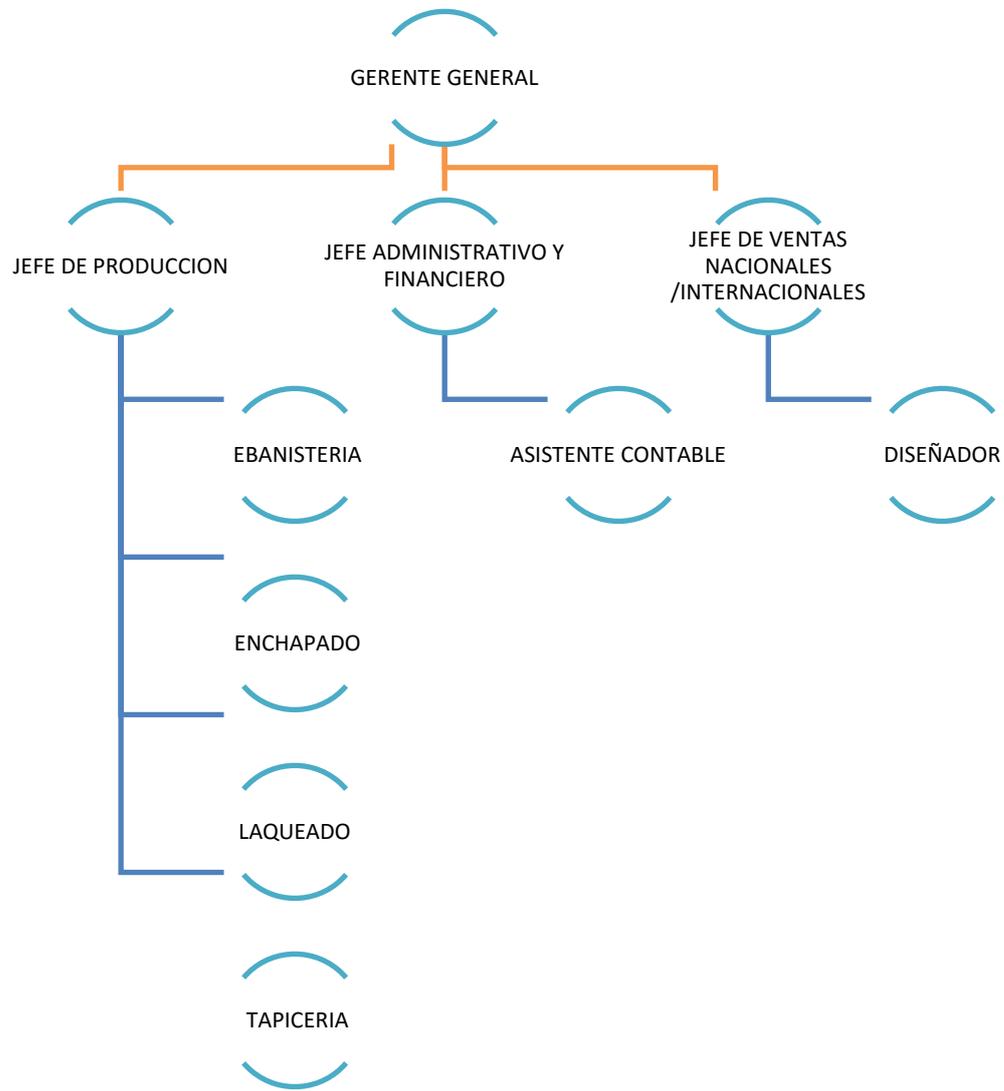


Figura 1 . Organización de la empresa

Fuente: Empresa Cumanda Design, Elaborador por: Jácome D, Medina A

2.7 Investigación del mercado

2.7.1 Antecedente histórico de Florida – Estados Unidos



Figura 2. Florida

Adaptado por (**Miami Diario**), Elaborador por: Jácome D, Medina A

Con el transcurrir del tiempo, Miami se establece como una de las principales ciudades para realizar negocios con Latinoamérica entre tantos factores influyentes está la privilegiada ubicación y la sofisticada infraestructura logística de la ciudad que logran ubicar a Miami como cabeza entre las 50 mejores ciudades para realizar negocios con América latina y el Caribe.

Miami se encuentra ubicada geográficamente en el sur del estado de Florida, ciudad que combina, playas cálidas y arena blanca con grandes urbes, multiculturalidad y rascacielos de última generación, que brindan una experiencia paradisiaca no solo a los turistas, sino también a los empresarios que llegan, lo cual los hace sentir como en su casa y les resulta en extremo atractiva para el desarrollo de los negocios.

Otro de los tantos factores que influyen, es el tamaño de su población, ya que cuenta con más de cinco millones de habitantes, y a la vez sus leyes son claras al momento de referirse a negocios, por eso empresas globales, multinacionales y multilatinas se hacen presente cada vez más en su mercado, por lo que en el análisis de las cuentas de inversión reflejan que el desarrollo de la transportación tanto marítima terrestres y aérea, el acceso de la educación por las innumerables universidades que existen no solo a nivel nacional sino también las que son de origen extranjero, y el desarrollo de la infraestructura hotelera es una fuente mayor para el crecimiento económico y su avance gradual.

A pesar de que la crisis hipotecaria en el 2008 golpeó fuertemente esta ciudad durante algunos años, resurgió la oportunidad de abrirse hacia la inversión en este sector y son los extranjeros en especial latinoamericanos quienes más se han visto beneficiados y no solo las grandes empresas sino también aquellas empresas que aún están en una posición mediana pero que buscan expandirse.

Por otra parte, Miami es considerada la capital mundial de los cruceros, ciudad donde hacen base grandes líneas de cruceros como Carnival, Royal Caribbean, Celebrity Cruises, Disney Cruise Line, entre otros, representando una gran oportunidad para las empresas latinoamericanas que exportan sus productos hacia el sur de los Estados Unidos. (Diaz, 2015)

2.7.2 Dimensión del mercado en Estados Unidos

Esta industria se ha caracterizado en los últimos treinta años, por tener un comportamiento inestable en cuanto a sus ventas, ya que mientras en la mayor parte de los 70's, 80's y 90's existieron años difíciles, bastó con años como 1976, 1983 y 1992 lo suficientemente fuertes, para recobrase de las caídas anteriores.

Otra característica importante es que, históricamente, a un año bajo en producción y ventas le sigue un buen año para la industria, debido principalmente a que los consumidores no posponen por largo tiempo la compra de muebles, lo que permite

visualizar, en opinión de los especialistas, que el año 2016 será de gran oportunidad económica para la industria.

El mercado en el 2015 fue una prueba más de que la recuperación económica ha beneficiado finalmente el sector de muebles para el hogar. Cifras mensuales de la Cámara de Comercio muestran un progreso constante en muebles y colchones de ventas al por menor durante los últimos quince meses.

2.7.3 Inflación

La tasa de variación anual del 2014 fue del 0,8 % y la del 2015 0,7% por lo tanto en el año 2015 se observa un decrecimiento en el índice de precio del consumidor (IPC) en Estados Unidos del 12.5%.

$$\frac{(0.7)}{0.8} * 100 = 87.5 - 100 = -12.5\%$$

Estados Unidos: IPC	2014	2015
Anual		
IPC General	0,8%	0,7%

Tabla 2. Inflación

Adaptado por (Macro), Elaborado por: Jácome D, Medina A

2.7.4 Principales países proveedores de muebles de madera

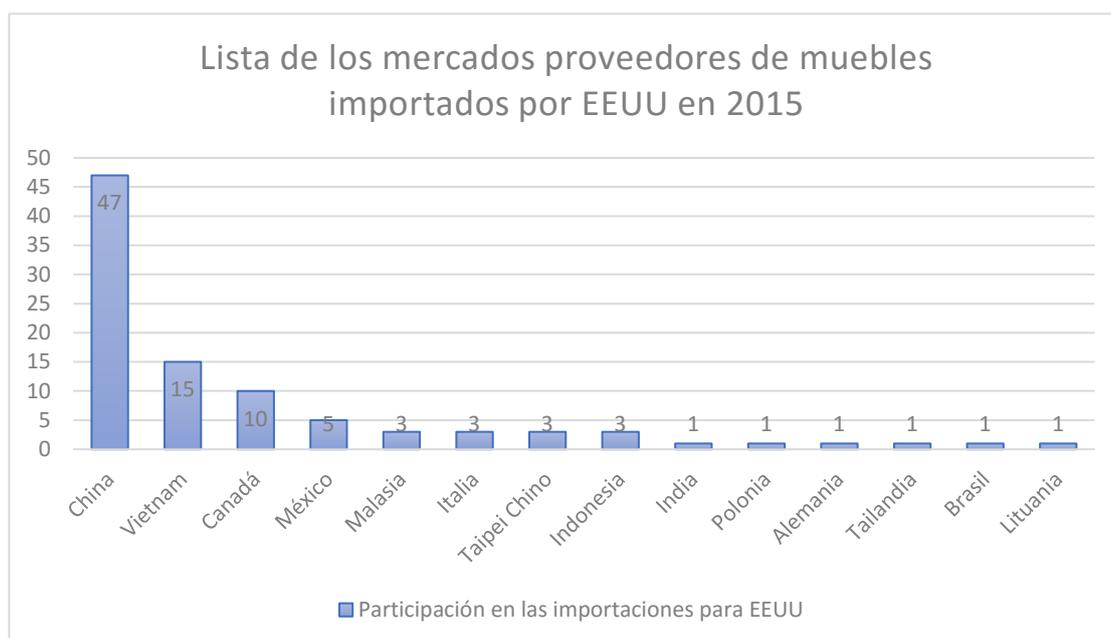


Figura 3. Países Proveedores de muebles de madera

Fuente: (Centre, 2016), Elaborador por: Jácome D, Medina A

Se observa en el gráfico que el porcentaje de las importaciones de los Estados Unidos provenientes de países como: Lituania, Brasil, Tailandia, Alemania, Polonia e India en el 2015 tuvieron una participación del 1%, mientras que Indonesia, Taipéi Chino, Italia y Malasia tuvo un porcentaje de 3%; México con un 5%; Canadá un 10%; Vietnam un 15% y por último posicionando un mayor porcentaje de participación lo tiene China con un 47%, para los productos clasificados en la partida arancelaria 9403.60.80 los demás muebles y sus partes.

2.7.5 Relación Bilateral Ecuador – EEUU

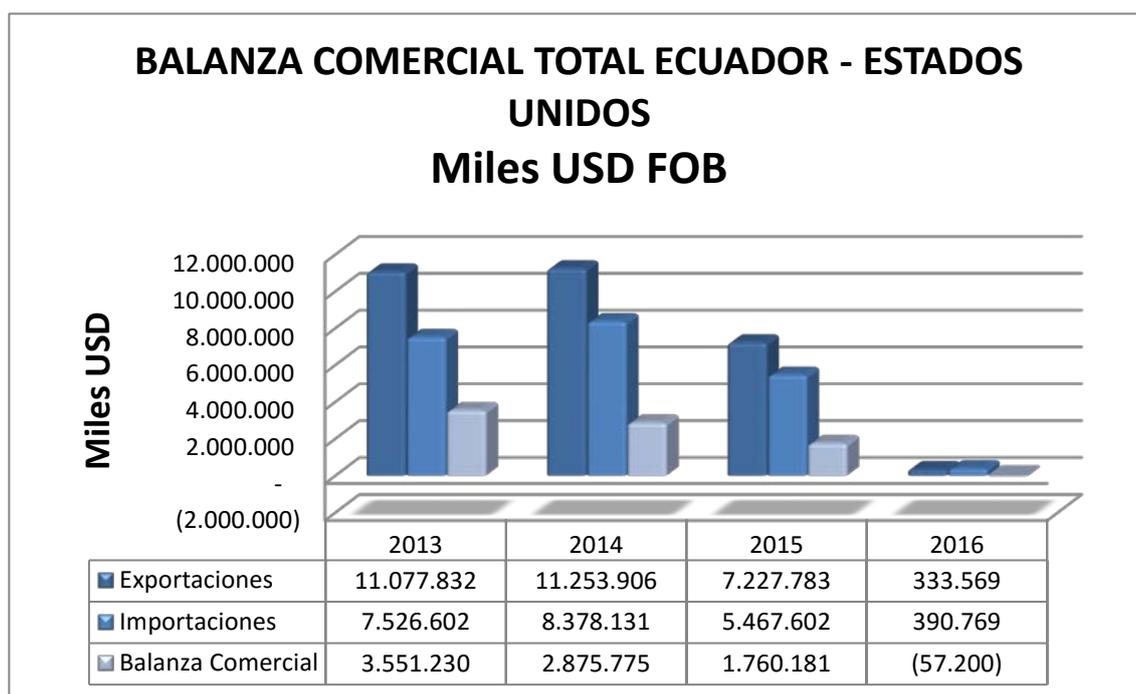


Figura 4. Balanza Comercial

Fuente: (ProEcuador, 2016), Elaborador por: Jácome D, Medina A

En el comportamiento de los saldos de la balanza comercial del año 2013 fue de 3.551 millones FOB; del 2014 \$ 2.875 millones FOB y para el 2015 \$ 1,76 millones FOB, en los cuales se puede observar un decrecimiento en todos sus saldos, los valores que están detallados para el año 2016 son acumulables para los meses de enero a abril, por lo tanto no forman parte del análisis comparativo anual.

2.8 Comercio exterior

2.8.1 Origen

A lo largo de la historia se han desarrollado muchas teorías sobre el comercio exterior, cabe decir que el comercio existe desde el inicio de la humanidad por tal motivo se da la creación de estudios, filosofías y directrices con las cuales se pretende responder a una pregunta específica ¿Cómo influye el comercio exterior en la producción y el consumo interno de cada país?

La teoría tradicional del comercio internacional en la que intervienen Adam Smith con la teoría de Ventaja Absoluta y David Ricardo con la ventaja comparativa son los pioneros en demostrar los beneficios del libre comercio; Smith indicaba que con el libre comercio, cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta (o que pudiera producir de manera más eficiente que otros países) e importar aquellos otros en los que tuviera una desventaja absoluta (o que produjera de manera menos eficiente) (Blanco, 2011)

Se dice que con este modelo de comercio internacional todos los países generarían mejores ingresos pero entonces ¿qué pasaba con los países que no tenían ninguna ventaja absoluta en sus productos?

Como no se logró establecer ninguna solución en base a esa teoría se optó por conocer la teoría de David Ricardo con la ventaja comparativa, que estableció que aun cuando un país tuviera una desventaja absoluta en la producción de ambos bienes con respecto al otro, si los costos relativos (o costos de un bien medido en términos del otro bien) son diferentes el intercambio es posible y mutuamente beneficioso.

La nación menos eficiente debería especializarse en la producción y exportación del bien en el cual su desventaja absoluta es inferior, este es el bien en el que el país tiene ventaja comparativa. Por otro lado, el país debería importar el bien en el que su desventaja absoluta es superior, es decir, el bien en el que tiene desventaja comparativa. Como indica David Ricardo: «dos hombres pueden hacer zapatos, sombreros y ser uno superior al otro en ambas ocupaciones; pero el primero haciendo sombreros puede superar al segundo en un 20 por 100, y haciendo zapatos en un 33 por 100, en este caso ¿no sería interesante para ambos que el primero hiciera zapatos únicamente y el segundo sombreros?»

Se realizaron sin fin de comprobaciones para darle validez a la teoría pero en muchos de los casos se llegó a la conclusión que no habían pruebas valederas a favor de la hipótesis de ventaja comparativa, pero gracias a un estudio reciente sobre la economía de Japón del siglo XIX se comprobó que es uno de los casos más significativos de

comprobación de la teoría ,puesto que antes de 1859 Japón tenía una economía autárquica pero dio un giro muy peculiar a finales de los sesenta ya que tenían un comercio bastante liberalizado tras aplicar la teoría neoclásica del comercio de ventajas comparativas, después de este estudio se establecen argumentos sólidos favoreciendo la teoría.

Después de ello surgieron sinnúmero de sucesos cambiando y reformando poco a poco la teoría para hacerla más aplicable, hasta llegar al punto de ser rechazada totalmente porque se apartaba mucho de la realidad y así surgieron más teorías y modelos económicos pero, después de la segunda guerra mundial el crecimiento del comercio exterior es causado mayormente entre países industriales con factorías parecidas, y una gran cantidad de este comercio entre países desarrollados es el comercio intraindustrial y es ahí donde empieza a surgir la nueva teoría sobre el comercio internacional, porque la teoría tradicional no logra explicar los nuevos crecientes del comercio internacional por lo cual surgieron lo que se llamó teorías alternativas.

Grubell definió el comercio intraindustrial como: «Los bienes comercializados son sustitutos en su consumo, en su producción o en ambos». (Blanco, 2011). El comercio intraindustrial se da cuando un país importa y exporta en la misma etapa, productos del mismo sector o industria como por ejemplo Ecuador exporta e importa chocolate.

Al contrario de las teorías tradicionales en las cuales primero se estudia los modelos teóricos y luego se realizan las comprobaciones empíricas sobre los mismos en la nueva primero se dan los estudios empíricos que dan la importancia al comercio intraindustrial y luego se empieza a crear las bases teóricas y por último se examinan las comprobaciones empíricas de los nuevos modelos.

Para poder explicar el comercio intraindustrial, su importancia y su actuación en el comercio internacional se desarrollaron dos tipos de modelos fundamentales. **Competencia monopolista:** producción de mayor cantidad por las empresas y aprovechar la economía a escala, el consumidor tiene amplia variedad y paga un precio más bajo porque aumenta la competencia.

P. Krugman (1980) presenta un modelo en el que incluye los costes de transporte. Si el comercio resulta costoso, la producción podrá concentrarse en el mercado interno de mayor tamaño, aunque exista cierta demanda en el extranjero («efecto mercado interno»). (Blanco, 2011). Por ejemplo si un consumidor compra un tipo de sofá que lleva la utilidad de convertirlo en sofá cama, no comprará un sofá que no tenga esa función, por lo que cuanto más variedades existan en el mercado, más bajo será el precio que se puede cobrar.

Dumping recíproco: Esto sucede cuando las empresas colocan un precio diferente al producto, cuando es vendido en el extranjero y otro precio cuando es vendido internamente, a esto se le conoce como discriminación internacional de precios, en otras palabras dumping. De modo que la empresa para volver su producto más atractivo para el consumidor extranjero, reduce los costos, porque existen costos de transporte; por lo tanto el dumping hace posible el comercio. El dumping recíproco incentiva la producción y la venta de nuevos productos a bajo costos, tanto de las empresas nacionales como las extranjeras determinando la diferencia de elasticidad en la demanda de los mercados.

El último enfoque que se mencionará es la etapa de los modelos teóricos novísimos que se iniciaron a mediados de los años noventa, estudios empíricos revelaron que las empresas, incluso las que pertenecen al mismo sector industrial son muy diferentes y estas diferencias juegan un papel muy importante en esta era de globalización.

La exportación es muy concentrada, ya que de un país 20 de 100 empresas son las que abarcan en gran expansión las exportaciones y cabe decir que las empresas exportadoras son muy diferentes a las empresas que no exportan así pertenezcan al mismo sector industrial, ya que los exportadores son más grandes, otorgan salarios más altos, cuentan con mejores tecnologías y contratan mano de obra mejor preparada. Por lo tanto se observa que con la heterogeneidad de las empresas se expanden las ventajas comparativas de los países, lo cual crea ganancia de bienestar con el comercio.

2.9 Exportación

“La exportación es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas” (Sullivan, 2014)

La exportación es la herramienta mercantil utilizada para el desarrollo de las empresas internacionalmente, pero gracias a esta actividad no solo causa un crecimiento a nivel empresarial sino del país en su efecto, ya que las empresas buscan llegar con sus productos a mercados extranjeros aprovechando las oportunidades de acceder a otros países.

2.9.1 Tipos de exportación

Directa	Indirecta
El exportador vende directamente a una empresa o agencia en un país extranjero.	El exportador vende y entrega sus productos a un intermediario en el país al que está exportando.
Factible para empresas grandes o que tienen el tiempo y recursos disponibles para dedicarlos al proceso de exportación. La empresa construye sus propias relaciones en la exportación.	Factible para pequeñas y medianas empresas; tienen un menor nivel de riesgo financiero. El intermediario asume la responsabilidad de encontrar compradores en el extranjero, transportar los productos y recibir el pago.
Requiere de total dedicación de tiempo, recursos y compromisos financiero, para identificar el negocio en el mercado extranjero.	No requiere comprometer valioso tiempo y dinero en el proceso de venta.
La empresa y su equipo de ejecutivos son responsables de la investigación de mercado, planificación y distribución de su producto.	La gerencia mantiene el control sobre el proceso de exportación mientras se beneficia del conocimiento y la experiencia de un intermediario.

Tabla 3. Tipos de Exportación

Fuente: (Sawyer, 2011), Elaborador por: Jácome D, Medina A

2.9.2 Riesgos del comercio exterior

Los riesgos, dentro del comercio internacional se basan directamente en las diferentes culturas, el acceso a información directa del comprador además de las figuras legales que pueden suscitarse lo que podría aumentar de forma especial los riesgos para una operación de negociación.

Existen fases dentro de la negociación en las cuales se puede detectar riesgos, tales como:

- Anulación unilateral del pacto: uno de los riesgos que más predominan para el exportador es que el comprador antes de la entrega de la carga decida no aceptarla.
- No pago: riesgo que incurre el exportador cuando el importador no realiza el pago así haya sido entregada la carga.
- Entrega: este riesgo lo corre el importador, ya que la carga que solicitó no sea la que en realidad necesita y no satisfaga totalmente sus necesidades por calidad, tiempo o forma en la que fue receptada.

2.9.3 Riesgo país

En el riesgo país se enfocan todos los problemas externos que puedan surgir al momento de cumplir la transacción comercial internacional tales: como catástrofes naturales, situaciones políticas del gobierno de turno o situaciones financieras que vayan más allá de las causales cotidianas y no por la operación directamente del negocio las cuales pueden ocasionar el no pago de los productos exportados.

Entre los factores que establecen el riesgo país están los siguientes:

- El riesgo político se refiere a la inestabilidad que pueda presentarse en el país, ya sea financiera o socialmente en la que las partes vea comprometida la operación porque genera una situación de impago.

- El riesgo de transferencia significa la complicación del exportador para realizar el pago de divisas por distintas situaciones.

2.9.4 Importancia de la exportación para el Ecuador

Para el Ecuador las exportaciones cumplen un rol de gran importancia, ya que gracias al crecimiento de ellas se generan más plazas de trabajo, genera ingresos positivos en la balanza de pagos y aunque en la actualidad se ve mejorías en los porcentajes de exportaciones no petroleras se puede observar que gracias a los ministerios y organismos internos se van creando guías y herramientas necesarias para que surjan nuevas exportaciones y así no ser un país dependiente del petróleo.

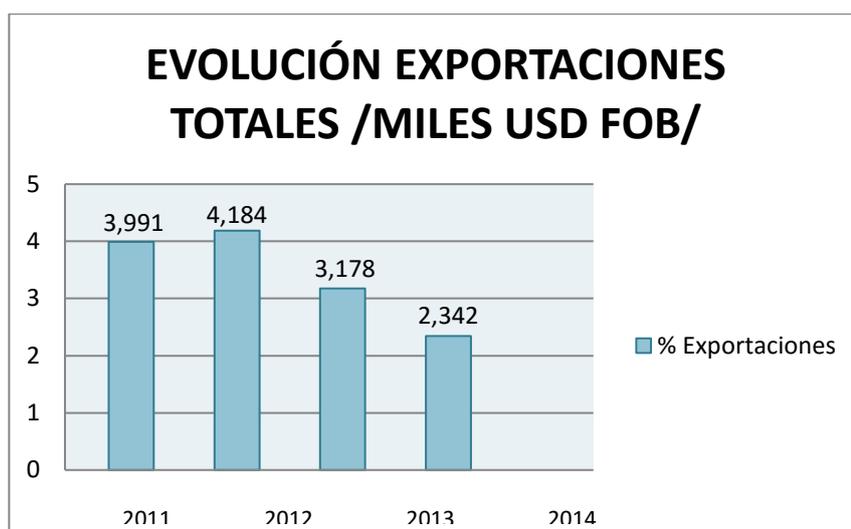


Figura 5 Exportaciones del Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE), Elaborador por: Jácome D, Medina A

En base al gráfico de las estadísticas correspondientes a los ingresos causados por las exportaciones se denota que se trabaja arduamente por parte de las pequeñas y grandes empresas y de las mano con el Ministerio de Comercio Exterior y demás entidades nacionales para generar un alza en la producción interna y por consiguiente la exportación del mismo.

2.9.5 Relaciones comerciales Ecuador- EEUU



Figura 6. Destinos de Exportación

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE), Elaborador por: Jácome D, Medina A

La ilustración muestra que las relaciones comerciales de Ecuador con Estados Unidos se mantienen fuertes, debido a que el destino principal de las exportaciones a pesar de que no exista un Tratado de Libre Comercio (TLC) no se han actualizado otro tipo de acuerdos y han existido muchos roces políticos que generaron grandes tensiones, y tanto Ecuador como Estados Unidos han tomado las respectivas medidas que son respetadas, pero que no influyen demasiado en la relación comercial bilateral, en este caso estos dos gobiernos tienen mucho más en común que diferencias, Estados Unidos es y seguirá siendo el principal socio económico de Ecuador.

2.10 Cumanda Design rumbo a la exportación

Para que la empresa Cumanda, pueda realizar cualquier tipo de comercialización en el mercado extranjero debe iniciar con una etapa de registro en los sistemas estatales y aduaneros del país.

2.10.1 Requisitos para ser exportador

La empresa Cumanda Design en la actualidad cuenta con un RUC de productor y vendedor de muebles a nivel nacional, deberá actualizar el RUC y registrarse como exportador. Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1

- Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por el Registro Civil de Guayaquil

- **Paso 2**

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

2.10.2 Certificado de Origen y Contenido mínimo

El principal propósito del documento conocido como certificado de origen es acreditar el origen de producción de un bien considerado nacional. Este documento es un requisito previo a la exportación, que sirve para que la mercadería pueda acogerse a las preferencias arancelarias que otorga el país de destino (Estados Unidos) por medio del acuerdo unilateral de Sistema de Preferencia Arancelaria (SGP).

El Ministerio de comercio exterior del Ecuador, para el caso específico de muebles terminados, delegó al Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) la emisión de certificados de origen, cabe resaltar que en cada transacción de exportación se debe solicitar un certificado de origen diferente. Los pasos para la obtención de certificado de origen son los siguientes:

- **Registro en el Ecuapass:**

El primer paso que debe realizar el exportador para poder obtener un certificado de origen es registrarse en ECUAPASS como exportador a través del sitio web: <https://portal.aduana.gob.ec/>, en la opción “Solicitud de Uso”.

(Para registrarse en Ecuapass deberá contar previamente con la firma digital o TOKEN). El TOKEN se lo tramita actualmente en el registro civil de Guayaquil y tiene un valor de \$70 y la duración es de 2 años.

- **Generación de la declaración juramentada de origen DJO:**

Dentro de ECUAPASS, debe ingresar al menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de DJO”. El usuario deberá generar la respectiva Declaración Juramentada de Origen (DJO) del producto a exportar, (requisito mínimo para la obtención de TODO Certificado de Origen). La DJO tiene como objetivo determinar de forma sistematizada, si el producto cumple con las normas de origen establecidas en cada uno de los Acuerdos, para beneficiarse de las preferencias arancelarias correspondientes. La DJO tiene una duración de 2 años. (*Véase anexo #5*)

- **Generación del certificado de origen:**

- Si va a exportar a Estados Unidos de América, Unión Europea, Terceros Países, SGP o SGP+, la única entidad emisora es el MIPRO.
- El exportador debe ingresar en ECUAPASS, menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de CO”, completar el formulario en línea, para luego retirarlo físicamente en el MIPRO.

2.10.3 Certificado de fumigación de la madera como materia prima

Estados Unidos exige que la madera que vaya a ser importada desde cualquier país de origen, sea tratada mediante el procedimiento de fumigación con Bromuro de Metilo. Siendo las condiciones de desinfección las siguientes:

1. Madera totalmente descortezada.
2. De cualquier especie vegetal que forme parte de un envase o embalaje
3. Excepto el caso de piezas hechas de aglomerado, dm,....
 - tratamiento con BM: dosis de 48g/m³, 24h, 21°C o más o
 - 56g/m³, 24h, 16°C o más o

- 64g/m³, 24h, 11°C o más o
- 80g/m³, 24h, 5°C o más (AMERICAN PEST CONTROL COMPANY)

2.11 Negociación

2.11.1 Acceso al mercado de Florida – EEUU

En la actualidad, el estado metropolitano de Miami cuenta, con un porcentaje de hispanos muy creciente, esto significa que hay un vínculo económico muy fuerte que ha ido surgiendo a lo largo de estos años, por lo tanto se considera como uno de los distritos financieros más importantes de todo el país, puesto que ahí funcionan un sinnúmero de multinacionales latinoamericanas. Los constantes cambios de políticas como la reducción de barreras arancelarias y no arancelarias para el mejoramiento de las relaciones comerciales a nivel mundial, han ido acelerando el crecimiento continuo en el mercado de las importaciones y exportaciones, ya que su economía ha cogido un camino sólido.

2.11.2 Incoterm

Por medio de un contrato de compra-venta entre un exportador y un importador es que comienza una relación comercial internacional o llamado también como comercio exterior, en dicho contrato se estipulan los derechos y obligaciones de cada una de las partes para ser seguidas dentro de la negociación.

International Commercial Terms mayormente conocidos como Incoterms son aquellos que son considerados como reglas estandarizadas de la Cámara de Comercio Internacional que definen clara y sencillamente los puntos máximos de responsabilidad del vendedor y del comprador respecto a gastos y entrega de la carga, los mismos que funcionan para cualquier tipo de transporte. La última actualización de los Incoterms fue en el año 2010, aquellos que siguen rigiendo hasta el momento.

Los cuales se dividen en cuatro grupos E, F, C y D:

Grupo E: Entrega directa

Grupo F: Entrega indirecta, sin pago del principal transporte

Grupo C: Entrega indirecta, con pago del principal transporte

Grupo D: Entrega directa a la llegada

- **EXW – EX WORKS.- En Fábrica**

La obligación y responsabilidad del vendedor es entregar la carga al comprador en sus propios locales, sin ningún tipo de movilización adicional ni de despacho en el transporte, debido que esto es considerado por el comprador. Es uno de los Incoterms en que el vendedor actúa ya que simboliza la mínima obligación para él en cuanto solo ponga a disposición la carga.

- **FCA – FREE CARRIER.- Franco Porteador**

La obligación del vendedor es la de entregar la carga efectuando el despacho de exportación y el transportista asignado por el comprador en el lugar pactado, a menos que éste no sea indicado previamente por el comprador con un punto de entrega concreto, el vendedor puede elegir donde puede realizarse la entrega.

- **CPT – CARRIAGE PAID TO. - Transporte pagado hasta**

El vendedor se encarga de la contratación del flete principal de la carga hasta el lugar pactado. En caso de daños o riesgos de la carga, así como también el costo de algún valor adicional por sucesos que se produzcan después a la fecha de entrega al transportista, se transfieren del vendedor al comprador en el instante que haya sido entregada en custodia al transportista. El término CPT demanda que el vendedor despache la carga para su exportación.

- **CIP – CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO. - TRANSPORTE Y SEGURO PAGADOS HASTA**

Este término es muy parecido al CPT (Transporte pagado hasta) ya que el vendedor tiene las mismas obligaciones respecto a la entrega, adicionando la contratación del seguro de la carga haciéndose responsable de ambas cosas de la contratación y del pago

del mismo sobre el riesgo que pueda someterse el comprador de la carga durante el transporte.

- **DAT – DELIVERED AT TERMINAL.- Entregado en terminal**

La obligación del vendedor culmina cuando pone en disposición del comprador la carga en el puerto pactado por ambas partes, descargada pero sin el despacho de la importación.

- **DAP – DELIVERED AT PLACE.- Entregado en lugar**

Quien es responsable por los costos de riesgos o particulares al sitiar la carga en el punto pactado es la del vendedor. Los costos adicionales en que se incurran y quienes asumen los riesgos por retraso o falta de despacho de la carga en el país de importación, es el comprador.

- **DDP – DELIVERED DUTY PAID.- Entregada con derechos pagados**

Es uno de los términos de negociación que representa la máxima responsabilidad que recae en el vendedor quien se hace cargo de todos los costos y riesgos que puedan suscitarse hasta realizar la entre en el punto pactado, lo que incluye transporte principal, impuestos, derechos aduaneros, gastos de entrega e inclusive el despacho de importación.

Esto incluye la obtención de licencias de importación y demás requisitos en destino, es decir que si el vendedor cree no poder hacerse cargo de los derechos de importación se debería utilizar el término DAP.

- **FAS – FREE ALONGSIDE SHIP.- Franco al costado del buque**

La obligación del vendedor finaliza cuando hace la entrega situando la carga al costado del buque en el punto pactado de embarque. En este término de negociación el comprador debe soportar todos los costos y riesgos por daños o pérdida de la carga a partir

de ese momento, los costos por despacho de exportación también son parte de las responsabilidades del vendedor.

- **FOB – FREE ON BOARD. - Franco a bordo**

La responsabilidad del vendedor finaliza cuando hace la entrega de la carga en la borda del buque designado, es decir que asume gastos de exportación y transporte interno. El comprador debe hacerse cargo de todos los costos y riesgos que se incurran a partir del momento de la entrega en la borda del buque.

- **CFR – COST AND FREIGHT. - Costo y flete**

El vendedor es el responsable de situar la carga en el puerto de destino así como del pago del flete y costos de despacho de exportación para colocar la carga en el puerto de destino a disposición del importador, los costos adicionales que se susciten posteriores al dejar la carga en el embarque será responsabilidad del importador.

- **CIF – COST, INSURANCE AND FREIGHT. - Costo, seguro y flete**

Las obligaciones del exportador son las mismas que las del término CFR, pero adicional a esas responsabilidades debe contratar y pagar un seguro para la carga contra el riesgo de daños o pérdidas que pueda suscitarse durante la movilización de la misma en el transporte internacional, incluyendo el despacho de la mercancía para su exportación.

2.11.3 División de costos

	 EXW	 FCA	 CPT	 CIP	 DAT	 DAP	 DDP	 FAS	 FQB	 CFR	 CIF
Embalaje y verificación	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Carga	C	V/C	V	V	V	V	V
Transporte	C	C	V	V	V	V	V	(V)	(V)	(V)	(V)
Trámites de exportación	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Carga a bordo	(C)	(C)	(V)	(V)	(V)	(V)	(V)	C	V	V	V
Flete marítimo	(C)	(C)	(V)	(V)	(V)	(V)	(V)	C	C	V	V
Seguro de transporte	C	C	C	V	V	V	V	C	C	C	V
Descarga de buque	(C)	(C)	(V/C)	(V/C)	(V)	(C/V)	(C/V)	C	C	V/C	V/C
Trámites de importación	C	C	C	C	C	C	V	C	C	C	C
Transporte hasta destino	C	C	V/C	V/C	V/(C)	V/(C)	V/(C)	(C)	(C)	(C)	(C)
Descarga en destino	C	C	C	C	V/(C)	C/(V)	C/(V)

C/N= en general, el comprador
V/C= en general, el vendedor
C= no hay obligación del comprador aunque el riesgo es suyo
V= no hay obligación del vendedor aunque el riesgo es suyo

Tabla 4. División de costos I

Fuente: ProChile, Modificaciones efectuadas a las reglas Incoterm 2010, Elaborador por: Jácome D, Medina A

Dentro de los Incoterm está estipulado la división de costos, es decir las responsabilidades y obligaciones del comprador y vendedor dentro de una negociación internacional, dando a conocer quien debe cubrir valores según las cláusulas de los términos, esto puede ser al momento del cargue, en el transcurso de la transportación, seguro, trámites y descargas.

2.11.4 Transmisión de riesgos

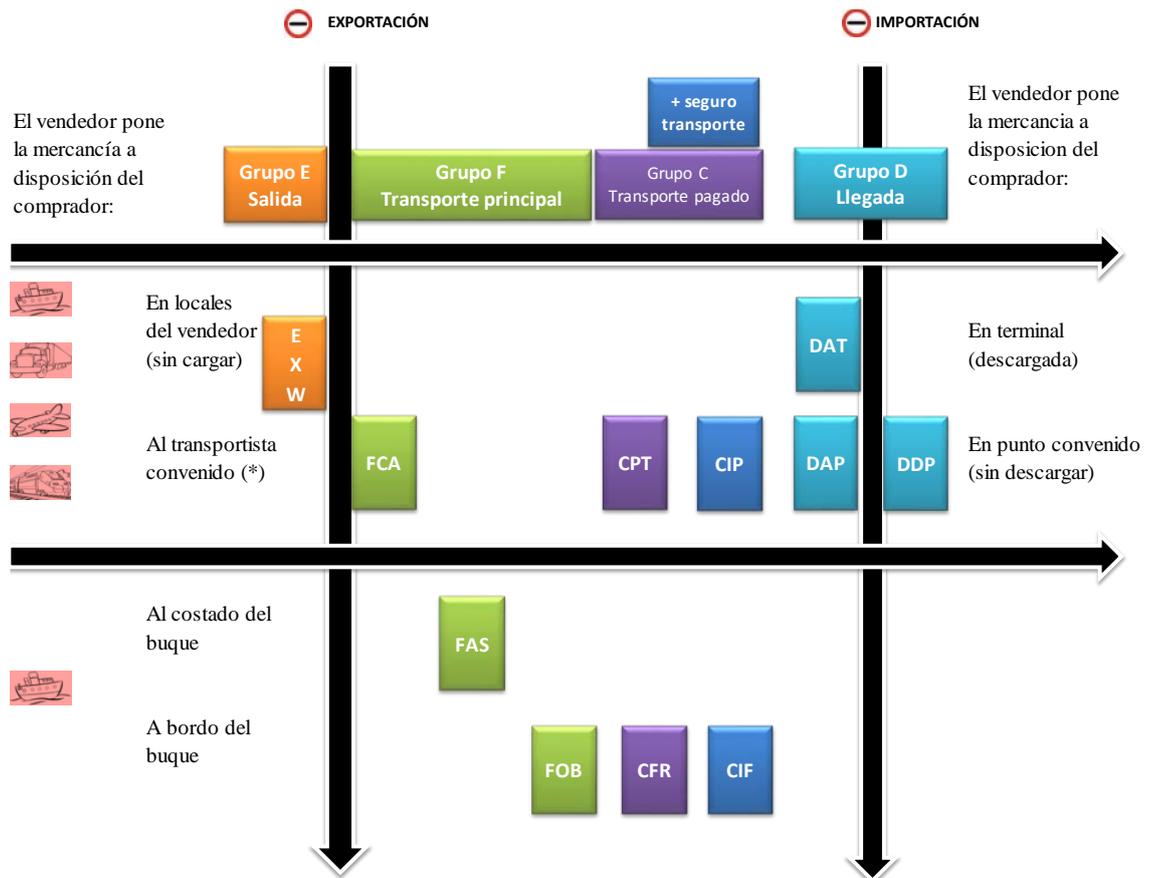


Figura 7. Riesgos

Fuente: ProChile, Modificaciones efectuadas a las reglas Incoterm 2010, Elaborador por: Jácome D, Medina A

Los Incoterms, al ser términos de negociación establecen los riesgos que son responsabilidad dentro de las partes contractuales, es decir quien se hace cargo según el proceso de la operación.

2.11.5 Término de negociación para el análisis de liderazgo en costos

El término de negociación escogido para realizar la exportación de muebles hacia Florida es FOB (Franco a bordo) ya que la obligación del exportador Cumanda Design será hacerse cargo de la producción, armado, embalaje y la transportación de la mercancía en el contenedor hasta que llegue a la borda del buque en el puerto de origen, pagando y asumiendo todos los riesgos que incurren tanto en el transporte interno, verificación y despacho de exportación.

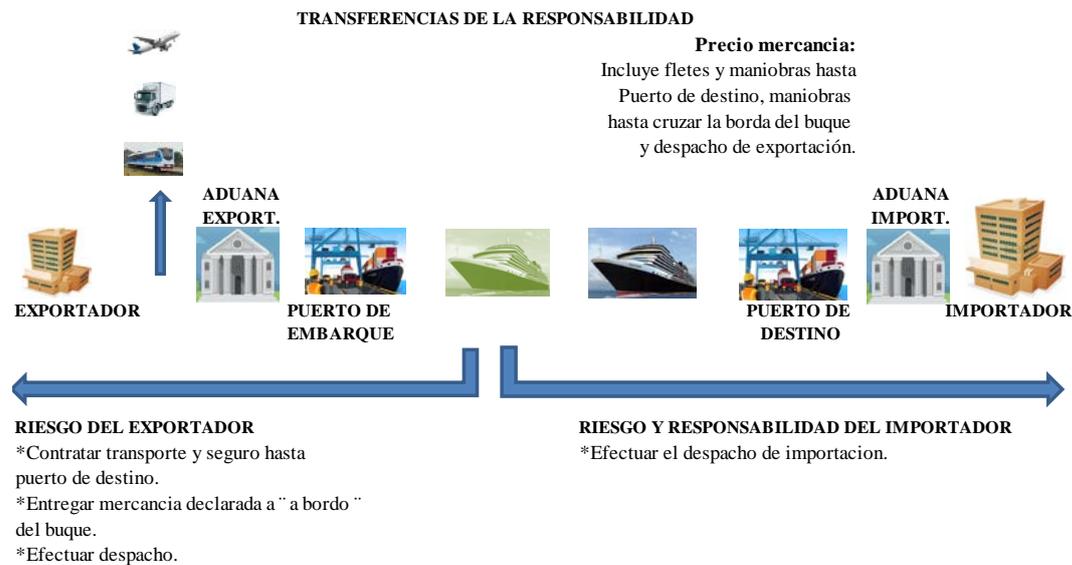


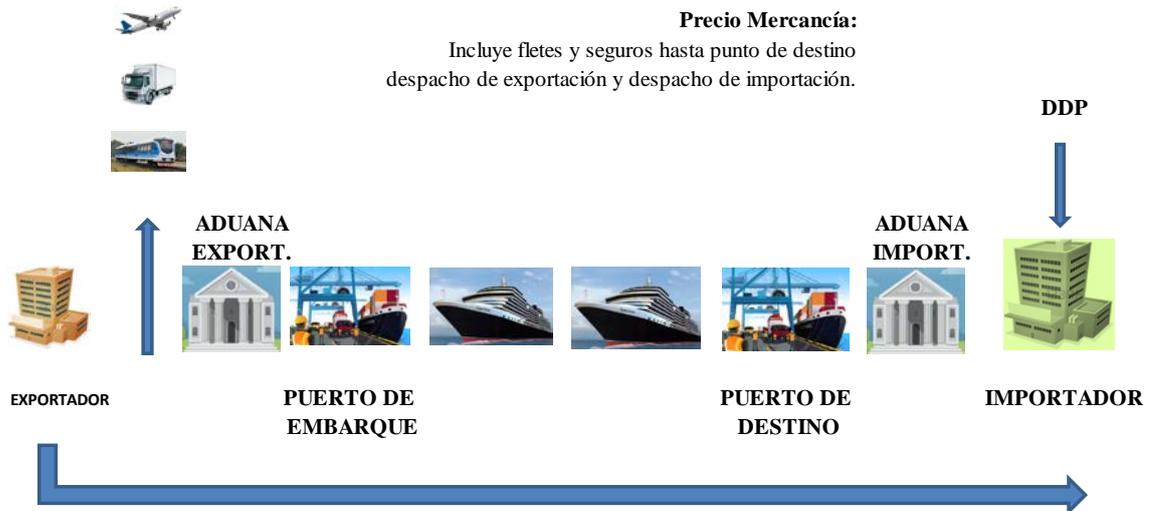
Figura 8. Término de negociación FOB

Fuente: ProChile, Modificaciones efectuadas a las reglas Incoterm 2010, Elaborador por: Jácome D, Medina A

2.11.6 Término de negociación para el análisis de diferenciación

El término de negociación seleccionado para realizar la exportación de muebles de la empresa Cumanda Design hacia Florida es DDP entregada con derechos pagados (Delivered Duty Paid) puesto que la obligación como exportador será hasta que el contenedor llegue al puerto de destino pagando también todos los costes que se incurran en rubros como flete y quien haciéndose cargo de los riesgos que puedan suscitarse por pérdida o daños de la carga durante el transcurso de la exportación, hasta que sea entregado directamente al importador en el lugar pactado.

TRANSFERENCIA DE LA RESPONSABILIDAD



RIESGO DEL EXPORTADOR.

Contratar transporte y seguro hasta punto de destino.

Entregar en punto convenido en país de destino.

Efectuar despacho de exportación y despacho de importación en país de destino.

Figura 9. Término de Negociación DDP

Fuente: ProChile, Modificaciones efectuadas a las reglas Incoterm 2010, Elaborador por: Jácome D, Medina A

2.12 Contrato de compraventa internacional

Para el desarrollo del comercio internacional la compra venta internacional tiene una función especial dentro de la operación. Por medio del contrato de compra-venta internacional se da la oferta y aceptación de un producto, el contrato se perfecciona cuando la oferta es aceptada y surge efecto.

El exportador está obligado a entregar la carga y transmitir la propiedad y entregar documentos para hacerlo efectivo, es decir que debe entregar la mercancía en la fecha y tiempos fijados.

El comprador tiene como obligación realizar el pago de lo estipulado en el contrato y a la recepción de la carga, esto significa acoger las cláusulas estipuladas pertinentes.

Los medios de pago más utilizados en la compraventa internacional son:

- a) El cheque.

- b) La letra de cambio.
- c) La transferencia bancaria.
- d) La remesa documentaria.
- e) El crédito documentario.

Los términos y condiciones que debería tener un contrato de compra-venta:

- Identificación de las partes: comprador y vendedor.
- Definición del objeto de la compraventa.
- Obligaciones de las partes: Del comprador
 - Pagar las mercancías adquiridas del vendedor en los términos y de acuerdo con los medios de pago pactados.
 - Recepción de las mercancías.
- Obligaciones de las partes: Del vendedor
 - Entregar las mercancías en las condiciones y plazos pactados
 - Saneamiento por evicción y por defectos ocultos
- Precio de las mercancías.
- Entrega de las mercancías y transmisión del riesgo.
- Forma de pago.
 - Medio de pago.
 - Gestión de impagos.
 - Eventuales garantías.
- Mecanismos por potencial incumplimiento.
- Ley aplicable. (*Véase anexo #6*)

2.13 Etiquetado y presentación para exportar a EE.UU

El cliente previo a la importación de la mercancía a su país Estados Unidos debe asegurarse de otorgar al proveedor todas las indicaciones necesarias referentes al adecuado marcado de la misma.

El marcado desde el país de origen debe ser legible y permanente, de tal forma que el comprador final del producto esté consciente de su origen. El comprador final es la última persona que va a comprar o recibir el artículo en el estado en que se importó. Podría ser un consumidor (que compra), el procesador o el destinatario (receptor de un regalo). Hay excepciones al requisito del marcado de origen por ejemplo, para las mercancías que debido a su textura no pueden ser marcadas, como las frutas, se debe marcar el recipiente exterior con el país de origen.

El marcado debe ser visible, tangible, imborrable y permanente como lo permita la naturaleza del mismo, con el nombre en inglés del lugar de origen (Made in...) con objeto de informar claramente al último comprador en este país, de su origen. En el caso de que el marcado sea defectuoso en el momento de pasar el control de Aduanas, se le impondrán a las manufacturas importadas, una tasa adicional sobre el valor de aduana, salvo que sean destruidos, reexportados o corregidos sus respectivos marcajes bajo la supervisión de los servicios aduaneros. El marcado de “Made in Ec” en lugar de “Made in Ecuador”, no es aceptable. (*Véase anexo #7*)

2.14 Proceso de exportación

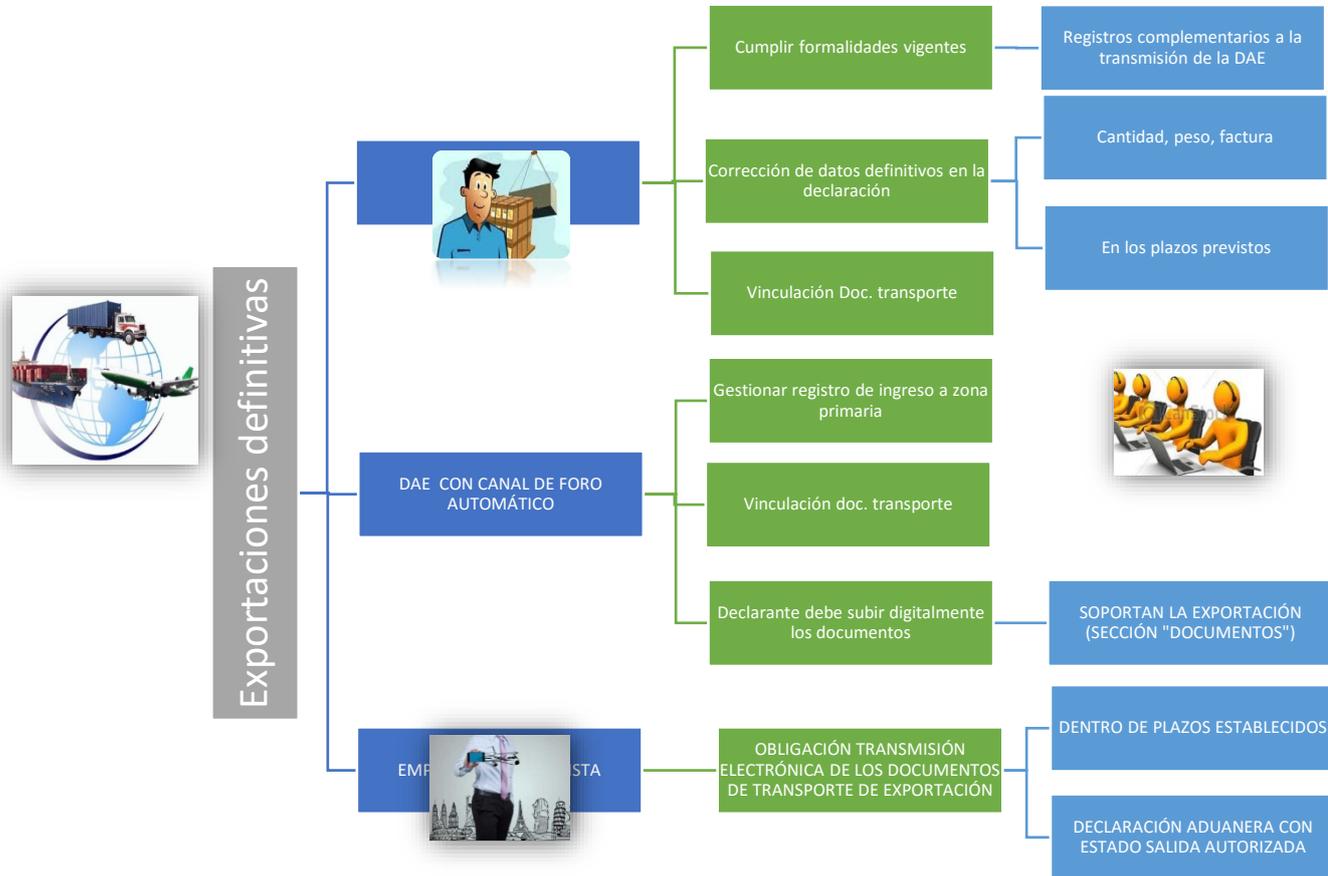


Figura 10. Proceso de exportación.

El proceso de exportación es una actividad que la puede realizar directamente el exportador, sin necesidad de un agente aduanero. Fuente: (Senae, 2016), Elaborador por: Jácome D, Medina A

2.14.1 Transmisión de la declaración de exportación

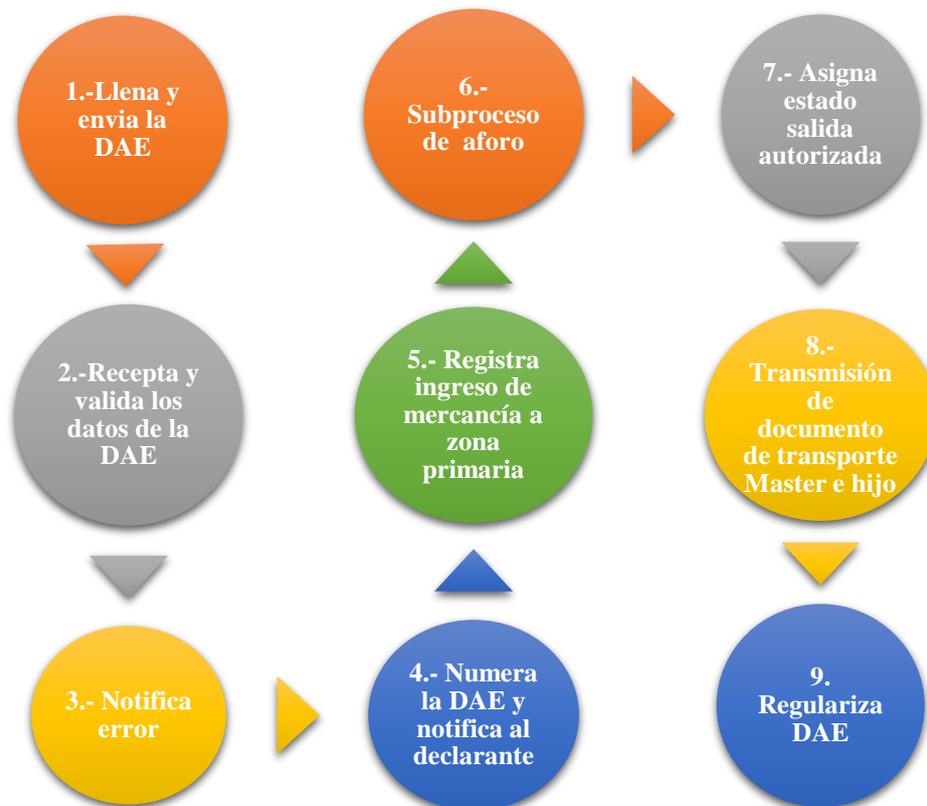


Figura 11. Transmisión de la declaración de exportación

Fuente: (Senae, 2016), Elaborador por: Jácome D, Medina A

2.14.2 Ingreso de la mercadería de exportación

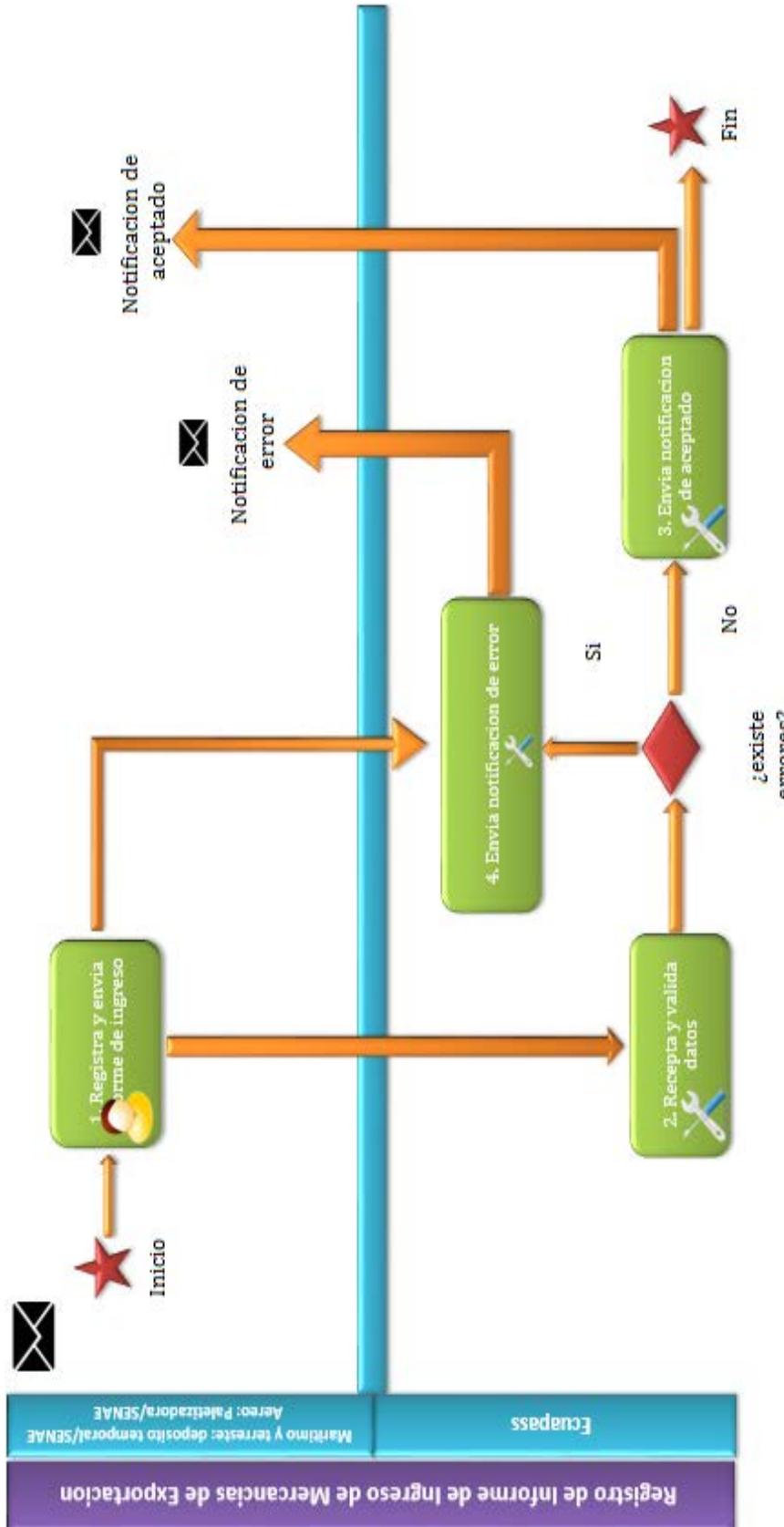


Figura 12. Proceso de Ingreso de Mercadería. Detalle de las etapas necesarias, para el ingreso de la mercancía a zona primaria, Fuente: (Senae, 2016), Elaborador por: Jácome D, Medina

A

2.14.3 Proceso Aforo automático

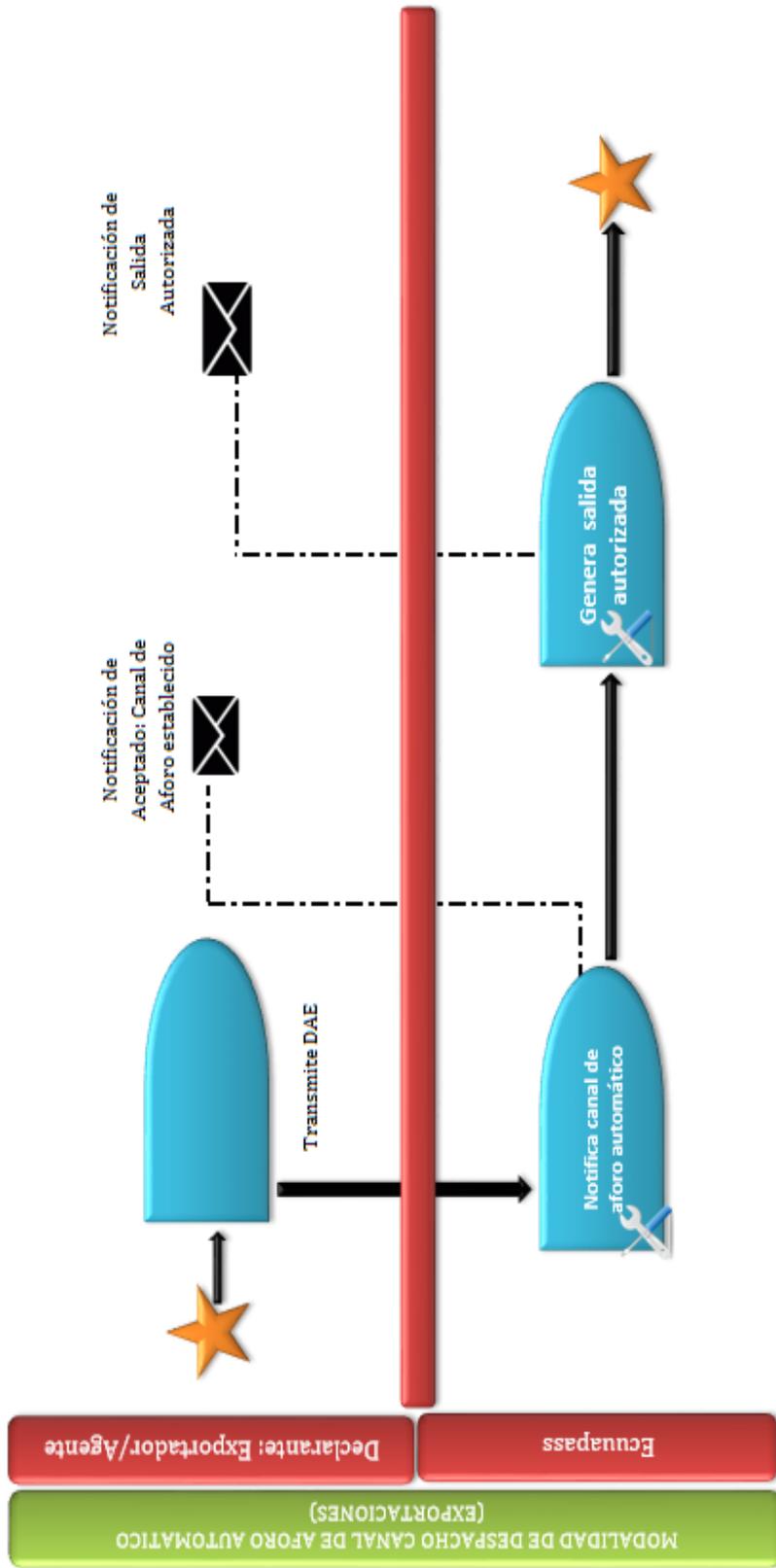


Figura 13. Modalidad de despacho con canal de aforo automático (exportaciones)

Fuente: (Senae, 2016), Elaborador por: Jácome D, Medina A

2.14.4 Proceso de aforo documental

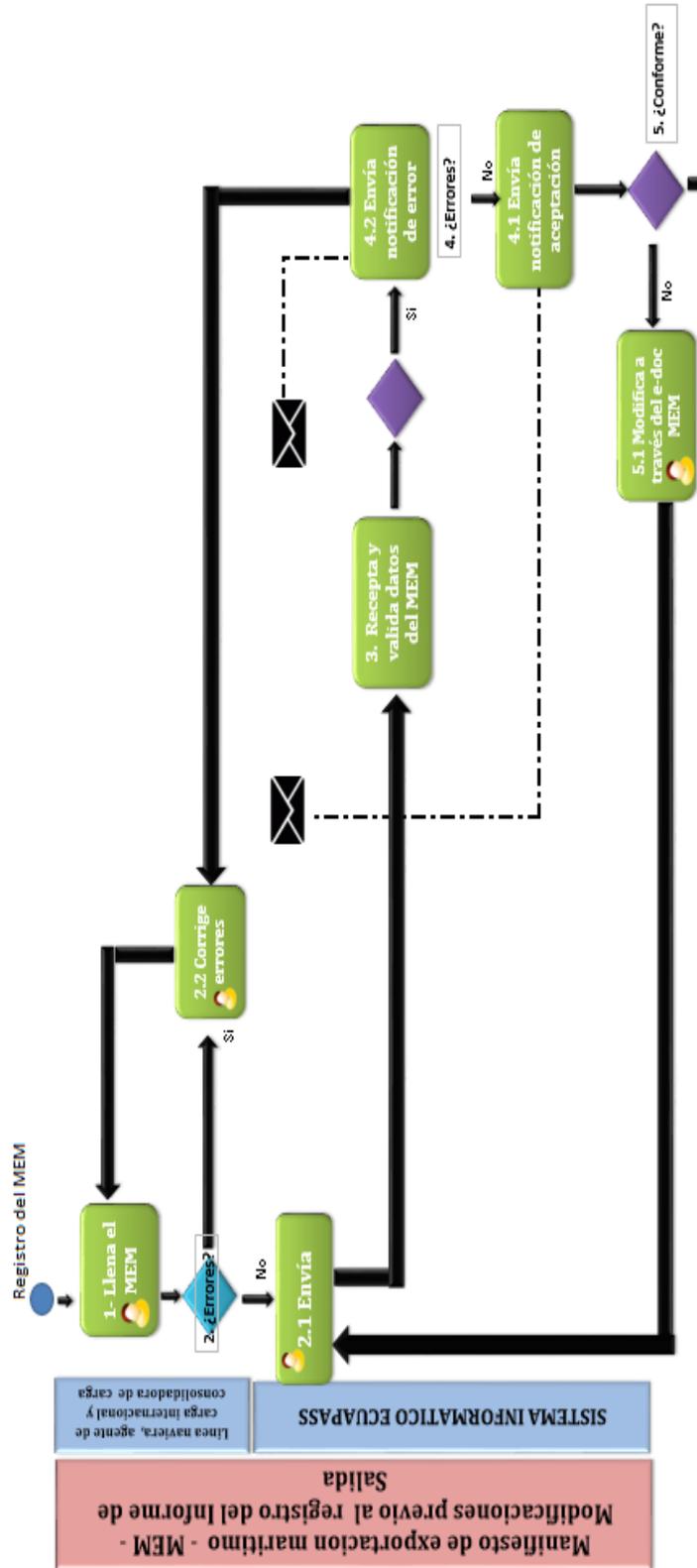


Figura 14 Canal de aforo documental o electrónico (exportaciones).

El aforo documental se lo realiza justificando la información emitida con la presentación física o electrónica de todos los documentos respaldando dicha información otorgada., Fuente: (Senae, 2016), Elaborador por: Jácome D, Medina A

2.14.5 Manifiesto de exportación

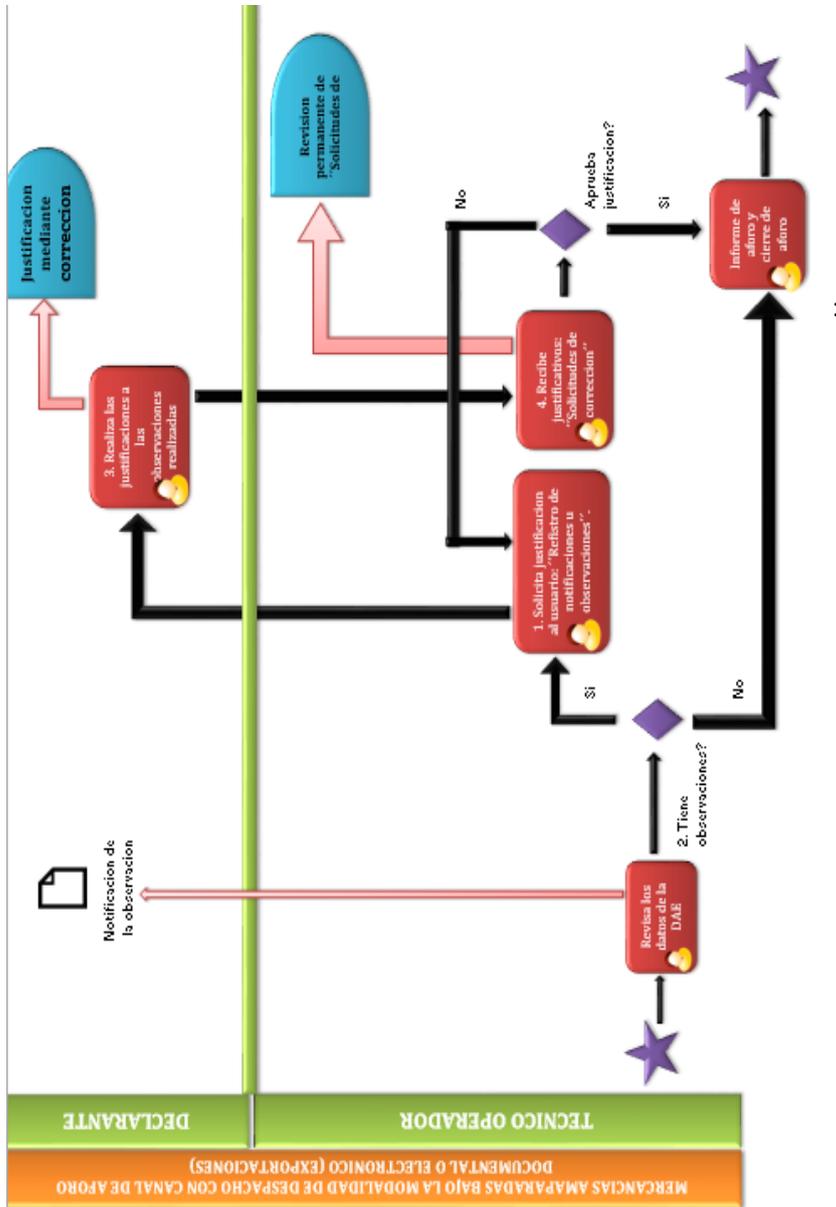


Figura 15. El Manifiesto de exportación.

Debe ser transmitido previo al registro del informe de salida que se hace vía electrónica. Fuente: (Senae, 2016), Elaborador por: Jácome D, Medina A

2.14.6 Control posterior

La regularización de la declaración aduanera de exportación no suele ser considerada con la importancia que realmente tiene, dado que este problema general se determinó mediante la resolución Nro. SENAE-DGN-2014-0846-RE que mientras el exportador o agente aduanero no realice la regulación de sus declaraciones de exportación (DAE) vigentes, en el plazo previsto 30 días después de la emisión del último documento de transporte, no podrá emitir una nueva declaración.

Estado Regularizada: "Es el estado de la declaración aduanera de exportación mediante el cual se da por culminado el proceso de exportación de las mercancías cumpliendo con las formalidades aduaneras correspondiente".



Figura 16. Regularización de declaraciones aduaneras de exportación

Fuente: (Senae, 2016), Elaborado por: Jácome D, Medina A.

2.14.7 Requisitos para la regulación de la DAE

Los documentos que deben estar en el sistema para poder regularizar la declaración aduanera de exportación (DAE).

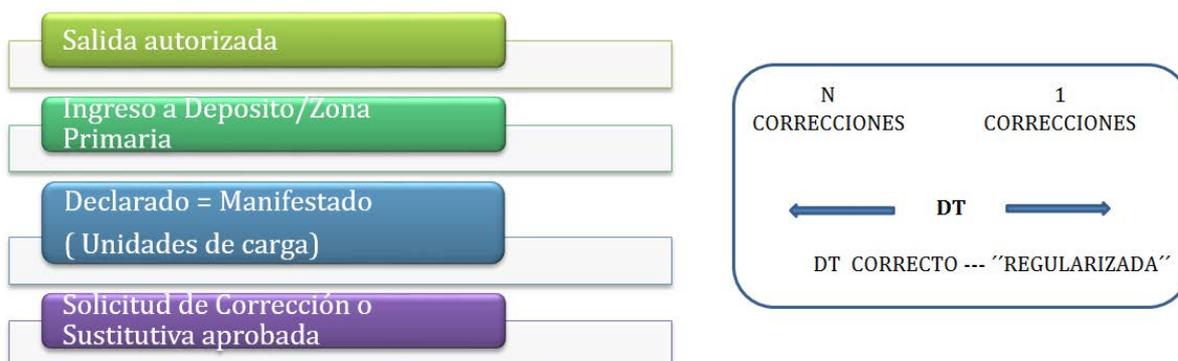


Figura 17. Requisitos para regularización automática de DAE con tipo de carga "Contenerizada"

Fuente: (Senae, 2016), Elaborado por: Jácome D, Medina A.

2.15 Marco Legal

El marco legal otorga los fundamentos sobre los cuales las organizaciones realizan y establecen el alcance de la participación política.

2.15.1 Acuerdos comerciales de Ecuador con Estados Unidos

Un acuerdo comercial internacional se considera lo que podría denominarse "un contrato plenamente eficiente". Es un contrato perfecto que prevé todos los beneficios que es posible derivar del comercio y, por lo tanto, nunca será necesario modificarlo, revisarlo, enmendarlo o renegociarlo. El acuerdo representa un equilibrio estable en el proceso de negociación que nunca es necesario volver a negociar. (OMC, 2007)

Estados Unidos es el principal socio comercial del Ecuador, pero en la actualidad no existen acuerdos comerciales vigentes ya que no se renovó el acuerdo del ATPDEA debido a problemas políticos que han ido surgiendo a lo largo de los años.

A su vez Estados Unidos está categorizado por tener una economía adelantada, por lo tanto pertenece al grupo de los países con acuerdos comerciales preferenciales, es decir que otorga preferencias comerciales unilaterales en otras palabras Estados Unidos (país desarrollado) aplica aranceles especiales a las importaciones que se realizan de países subdesarrollados que se encuentran en vía de desarrollo.

2.15.1.1 Acuerdo de Promoción Comercial Andino y Erradicación de Drogas (ATPDEA)

Este acuerdo fue creado en el año 1991 teniendo como propósito motivar a los países andinos a reducir y si es posible eliminar la elaboración de drogas, para lo cual ofrece un sistema de tarifas preferenciales de ingresos al mercado de los Estados Unidos promoviendo así la exportación de productos no tradicionales, los principales países beneficiarios de este acuerdo eran Ecuador, Colombia y Perú y alrededor de 5524 productos fueron liberados con un tratamiento de arancel cero.

En el año 2002 se renovó el acuerdo, incluyendo criterios adicionales para convertirse en país beneficiario y a su vez introdujo 700 productos más adicionales a los existentes.

2.15.1.2 Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)

El SGP fue establecido en el año 1976 aquel que tiene como vigencia un periodo de 10 años el cual debe ser renovado periódicamente.

El SGP es un programa especialmente para incitar el crecimiento económico de las naciones en vías de desarrollo, otorgando preferencias a ciertos productos que estén libres de impuestos para aproximadamente 125 países calificados como beneficiarios.

2.15.1.3 Nación Más Favorecida (NMF)

Cuando se habla de acuerdos preferenciales no se refiere a un comercio con discriminación, la organización mundial del comercio (OMC) habla sobre un trato

igualitario para todos, porque los países no pueden crear discriminaciones entre sí mismos, puesto que si conceden una ventaja preferencial con respecto a la disminución total o parcial de un arancel hacia determinado producto, debe hacer lo mismo con los demás países, en base a ese principio se creó el acuerdo de nación más favorecida (NMF) tiene tanta importancia como los demás acuerdos, como es normal hay ciertas excepciones que pueden realizarse en ocasiones específicas. Este es un principio de eficacia que permite el ingreso de productos a un bajo costo como también hace que los productores tengan mejores posibilidades para vender en países extranjeros con una competencia legal contra otros proveedores, ya que no tendrá una desventaja política.

En el caso específico Estados Unidos brinda un trato preferencial arancelario favorecido (NMF) a todos los países miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) a excepción de Cuba.

Por lo tanto como Ecuador es parte de los países miembros de la OMC, y en el caso del presente estudio se ha visto beneficiada la partida arancelaria del producto con el cual se trabaja.

2.15.2 Barreras arancelarias

En la actualidad existen las denominadas barreras arancelarias que son porcentajes que se establecen a los productos comercializados y que son cobrados a los importadores o exportadores por el ingreso o salida del país, en el caso de Ecuador no existe ninguna barrera arancelaria por salida de cualquier producto del país.

2.15.3 Partida arancelaria

Las partidas arancelarias de importación las encontramos en el caso de Ecuador en la Nomenclatura Andina (NANDINA) y se aplican para todos los productos que estén incluidos. En el caso de Estados Unidos la partida arancelaria para el producto que se está exportando y que el importador en el país de destino tendrá que usar, aparece en el Arancel

Armonizado (Harmonized Tariff Schedule 2016 HTSA Basic Edition) gracias a las regulaciones que existen a nivel mundial se manejan los mismos dígitos de clasificación.

Partida arancelaria: 9403 60

9403	Los demás muebles y sus partes:		
9403 60	- Los demás muebles de madera		
9403 60 40	-- Muebles de madera curvada	Libre	42.5%
9403 60 80	-- Los demás	Libre	40%

Tabla 5 Partida Arancelaria

Fuente: Arancel Integrado, Elaborador por: Jácome D, Medina A

2.15.4 Barreras no arancelarias

Las barreras no arancelarias, siguen siendo un impedimento del libre ingreso de un producto en un país determinado, es decir son requisitos impuestos por la gobernación de cada país y estado. Por lo tanto el exportador como el importador debe informarse legalmente de estas disposiciones, para que al momento de la correspondiente desaduanización de la mercancía tanto el producto como los documentos enviados cumplan con tales requisitos y puedan ser liberados.

La aduana y la Protección Fronteriza (CBP) de los Estados Unidos es el organismo encargado de hacer cumplir todas las leyes en nombre de más de 45 organismos federales del país, es decir que la aduana prohíbe o restringe las importaciones que no cumplan con alguna de las barreras tanto arancelarias como no arancelarias. Por lo tanto existen 2 tipos de barreras no arancelarias:

- **Barreras técnicas:** Que significa todos los requisitos que deben cumplir determinado productos como por ejemplo etiquetado, embalaje etc.
- **Barreras sanitarias:** Su propósito principal es evitar la propagación de plagas, enfermedades o virus, que vengan por medio de la mercadería que ingresa al país.

Por otro lado todo importador debe pagar una Cuota de Procesamiento de Mantenimiento (Maintenance Processing Fee MPF) al momento que presenta los documentos de nacionalización este trámite se lo conoce como entrada. Y también existe una tasa que debe ser pagada denominada Cuota de Mantenimiento Harbor (Harbor Maintenance Fee HMF3) cuando la mercadería entra por vía marítima el porcentaje correspondiente a esta tasa es del 0,125% Ad- valorem de la carga comercial enviada.

Estados Unidos tiene leyes para productos de prohibida importación, de presentación de un requisito fitosanitario para mercaderías específicas, también requisitos de certificados de calidad y seguridad otorgados por entidades del país de origen o a nivel internacional, y también requisitos para los empaques, embalajes y etiquetado de los productos.

En el presente caso la empresa Cumanda Design, debe tener solo un registro fitosanitario porque la madera ha pasado por algunos procesos de producción, por lo tanto no es necesario. Con respecto a los pallets que se usarán, se cuenta con un proveedor autorizado y certificado por Agrocalidad para cumplir el respectivo requisito de exportación hacia los Estados Unidos de América.

En el caso del embalaje no existe una restricción o requisito específico para el producto de exportación usado, pero se trabajará con cartón endurecido industrializado, zunchos, lonas de prolipoleno laminado, y plástico novo stretch.

Para el etiquetado e identificación se aplicaran las normas y requerimientos generales y las cintas adhesivas las requeridas para el correcto trato de la mercadería al momento del traslado nacional e internacional y desembalaje.

2.15.5 Barreras jurídicas

En esta categoría relaciona las barreras jurídicas a los requisitos previos que debe cumplir el importador en el país de destino. Uno de los requisitos previos que maneja Estados Unidos son las licencias de importación las cuales pueden ser automáticas o no automáticas y que se debe tramitar para la importación de ciertos productos. En el caso de la importación de muebles de madera de roble el importador no necesitará ninguna licencia con requisito específico sino la general.

2.15.6 País de Origen

Cuando se habla de origen se hace referencia al lugar donde se producen u obtiene el producto que se va a exportar. Para que el importador pueda acogerse a los tratamientos arancelarios especiales que gracias al Sistema de Preferencias Arancelarias (SGP) otorgado por Estados Unidos a países en vía de desarrollo, debe demostrar por medio de un certificado de origen, el lugar donde fueron fabricados u elaborados los productos y además cada pieza debe ir marcada con el país de origen para que el cliente final sepa de donde proviene dicha mercadería.

2.15.6.1 Normas de origen

Las normas de origen son aquellas regulaciones impuestas por los países mediante los acuerdos y tratados comerciales, o las que son definidas por países en forma unilateral, su único objetivo es crear beneficios arancelarios en el comercio internacional para los países que se encuentran en vía de desarrollo. Las normas de origen están formadas por elementos principales como son los criterios de origen y el certificado de origen.

2.16 Nacionalización país de destino (EE.UU. Miami-Florida)

2.16.1 Puerto de entrada

El puerto de entrada utilizado es el Puerto de Miami que se encuentra ubicado en la 1015 América del Norte Camino Miami FL 33132, su horario de funcionamiento es de 8 am a 4 pm (este) de lunes a viernes, el código de este puerto es el 5201 y su director es el funcionario Juan Kuryla, puerto de Miami en el condado Dade reconocido como el punto de carga y descarga de mercancía desde y hacia américa latina y el caribe, su ranking de carga es más de 9 millones de toneladas anualmente y está considerado como el segundo motor económico de la ciudad alcanzando ingresos de \$ 28 millones de dólares anuales y generando más de 207.000 puestos de trabajo, se autodenomina como la puerta de carga de las Américas.



Figura 18. Puerto de Miami

Fuente: (Miami, 2016)Elaborador por: Jácome D, Medina A

2.16.2 Aduana

Al escuchar el término aduana, se asocia directamente a la entrada y salidas de mercancía al país, pero aduana abarca mucho más que eso, su función principal como ente regulador, es ejercer el control y orden con el cumplimiento de las leyes y recaudación de las tasas, derechos e impuestos, es decir todo lo relacionado al comercio exterior, pero a la vez como ente fiscal cumple con diversas gestiones de inspección ya que trabaja de la mano con los distintos ministerios del gobierno y demás organismos, como por ejemplo revisa la presentación del certificado de origen, realiza el control de envío o recepción de drogas, obras de arte o bienes considerados patrimonio cultural. Si bien es cierto aduana es

una entidad pública y su misión es la facilitación del comercio, pero siempre exigiendo y haciendo cumplir la normativa vigente en el país.

2.16.3 El valor en aduana

Haciendo referencia al acuerdo de valoración, en la decisión 571 se detalla que el valor en aduana de las mercancías determinada por los métodos de valoración, es la base imponible para la aplicación del arancel ad-valorem y se convierte en uno más de los integrantes de la base imponible para realizar el cálculo del IVA.

2.16.4 IVA en las Exportaciones

Están exentas del impuesto al valor agregado las mercancías destinadas a la exportación. En el caso del importador deberá liquidar el IVA unido a los demás derechos arancelarios al momento de que la mercadería llega a su país.

2.16.5 Derecho de Importación

Son los derechos que el importador debe cancelar al Gobierno de los Estados Unidos para poder nacionalizar los productos, estos derechos arancelarios varían y dependen del producto, el país de origen, el valor declarado y otras leyes que estén vigentes. Los valores a pagar para la nacionalización pueden ser tan bajos hasta llegar a cero y tan altos como el 100% o más del valor de la mercancía declarada.

2.16.6 Deuda aduanera

Al momento de hablar de deudas se establece que es una obligación, es decir la persona y/o empresa está obligada a pagar el montante que debe ingresar a la aduana y que surge a efecto de una transacción como la importación o exportación. La deuda aduanera es un costo fundamental que se debe considerar al momento de la negociación entre el cliente y el proveedor.

2.16.7 Inspección aduanera

La inspección aduanera, depende del tipo de mercancía con la cual se está realizando la transacción de importación o exportación, como se menciona anteriormente la aduana con otros organismos son los encargados de realizar dicho control. (*Véase anexo #8*)

La inspección es realizada por peritos especializados en cada una de las áreas los cuales son los encargados de revisar los diferentes certificados emitidos en el país de origen en los cuales se garantice las óptimas condiciones del producto antes de salir de su país. En el examen de mercancías y los documentos es necesario determinar, entre otras cosas:

- El valor de la mercancía en aduana y su estado sujeta a derechos,
- Si las mercancías deben estar marcadas con su país de origen o requieren especial de marcado y etiquetado.
- Si el envío contiene artículos prohibidos,
- Si las mercancías están facturadas correctamente
- Si las mercancías están en exceso de las cantidades facturadas.
- Si el envío contiene narcóticos ilegales. (Customs and Border Protection, 2016)

2.16.8 Agentes de Aduanas

En el país de destino, para realizar la nacionalización de la mercadería es obligación la contratación de un agente aduanero ya que son las personas naturales o jurídicas autorizadas y reguladas por la Aduana de los Estados Unidos para ayudar a los importadores y exportadores en el cumplimiento de los requisitos federales que regulan las importaciones y exportaciones. Los Agentes de Aduana deben presentar la información necesaria y los pagos correspondientes de sus clientes a la Aduana en nombre de sus clientes y cobrarán una cuota por este servicio. Deberán además contar con experiencia en los procedimientos de ingreso, requisitos de admisibilidad, clasificación, valoración, y las tasas de los impuestos de aranceles y tarifas para las mercancías importadas. (Customs and Border Protection, 2016)

2.17 Requisitos de ingreso al país

2.17.1 Proceso de Entrada

Toda mercancía que se importe a territorio de los EE.UU. Debe someterse a un proceso legal llamado “entrada”. Legalmente, la importación no ocurrirá hasta que la mercancía haya llegado al puerto, la Aduana haya autorizado su entrada, y los aranceles aduaneros adeudados hayan sido pagados.

Cuando las mercancías importadas, físicamente llegan al territorio de los EE.UU., el despacho aduanero o documentación de entrada debe ser presentado electrónicamente o no, a la Aduanas para revisión y determinación. Siempre y cuando no exista violación jurídica relativa a la importación de la mercancía y los documentos fueron presentados en concordancia a las regulaciones vigentes, la mercancía será autorizada a entrar. La Aduana, además dará a conocer si la mercancía será examinada o no, previo su ingreso. Teniendo en cuenta que, incluso después de la liberación de las mercancías importadas por la Aduana, esta tiene jurisdicción sobre estos bienes importados hasta que la entrada de la mercancía no haya sido liquidada. (Customs and Border Protection, 2016)

2.17.2 Documentación

Se requiere lo siguiente, como mínimo, a fin de preparar una entrada:

-Poder de representación (POA)

-Factura comercial

- Guía aérea o marítima - Este es el documento de transporte que cubre el movimiento desde el origen hasta el puerto de entrada.

-Marcado del país de origen - Uno de los problemas más comunes que tiene una entrada es cuando el producto o mercancía no tiene ninguna marca que indica su origen.

-Algunos productos también están sujetos a la aprobación de otras Agencias Federales de los Estados Unidos (OGA).

-Suministro de la información necesaria y pago a tiempo de los aranceles de importación incurridos. (Border, 2016)

2.18 Honorarios de procesamiento de mercancías (MPF)

“Las entradas formales e informales están sujetas a una tarifa de procesamiento de mercancías (MPF) por parte de la Aduana, que requiere que el importador sea quien pague este honorario en el momento de presentación del despacho aduanero o entrada. Comenzando el 1 de octubre del 2011, el MPF para las entradas formales, tiene una tarifa ad valorem de 0.3464 por ciento basada en el valor de la mercancía que se importa, no incluidos los gastos de impuestos, fletes y seguros. El importe máximo de la tasa no podrá exceder de \$ 485 y no deberá ser inferior a \$ 25. Por ejemplo, si el 0.3464 por ciento de la cantidad de su mercancía es mayor que el monto máximo de \$ 485, sólo estaría obligado a pagar el importe máximo de \$ 485”. (Customs and Border Protection, 2016)

2.19 Honorario de mantenimiento de puertos (HMF)

“La cuota está destinada a exigir a los que se benefician de los puertos en Estados Unidos a compartir el costo del mantenimiento de los mismos. Actualmente el honorario es 0.125% del valor de la carga comercial enviada a través de los puertos identificados por la Aduana. Puede obtener una lista de los puertos sujetos a HMF en el sitio web de la CBP”. (Customs and Border Protection, 2016)

2.20 Gestión de calidad

“La alta calidad de un producto se mide con la satisfacción plena y por ende demanda del consumidor” (Pavón, 1996)

Si bien es cierto en la actualidad no es una obligación (en este caso puntual de muebles de madera), contar con sellos de calidad al momento de exportar, pero en esta nueva era de globalización y tecnología, la competitividad y diferenciación juegan un papel fundamental, por lo tanto las certificaciones de calidad otorgan un plus en cuanto la mejora de la productividad y generando confianza al momento de atraer los futuros clientes, posicionándose así en uno de los factores principales para la empresa, la adquisición de certificaciones de calidad a nivel internacional.

2.20.1 ISO 9001: 2015



Figura 19. Sello Calidad I

Fuente: (ISO, 2015), Elaborador por: Jácome D, Medina A

Sistemas de gestión de la calidad

- Necesita demostrar su capacidad para proporcionar de forma coherente productos y servicios que satisfagan al cliente y leyes aplicables a los requisitos reglamentarios.

- Aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y las leyes y reglamentos aplicables.

- “Todos los requisitos de la norma ISO 9001: 2015 son genéricos y se pretende que sean aplicables a cualquier organización, independientemente de su tipo o tamaño, o los productos y servicios que ofrece”. (ISO, 2015)

2.20.2 Programa de Certificación GREENGUARD

El Programa de Certificación GREENGUARD (anteriormente conocida como Certificación GREENGUARD Indoor Air Quality) da la seguridad de que los productos diseñados para su uso en espacios interiores cumplen con los estrictos límites de emisiones químicas, que contribuyen a la creación de interiores más saludables. El logro de la Certificación GREENGUARD da crédito a las reivindicaciones de sostenibilidad de los

fabricantes, los respalda con datos científicos empíricos de una organización imparcial, tercero. (GREENGUARD, 2016)



Figura 20. Sello calidad II

Fuente: (GREENGUARD, 2016), Elaborador por: Jácome D, Medina A

2.21 Logística

Es un grupo de acciones en conjunto encargadas de la transferencia de bienes que empieza con el abastecimiento de las materias primas terminando así con la entrega del bien al cliente a nivel mundial.

“La logística permite la reducción en los costes de la distribución física, incrementa la calidad, eficiencia en los recursos y flexibiliza los costos haciéndolos variables en lugar de fijos, pero sobretodo asegura el cumplimiento en la entrega Justo a tiempo”. (Leal)

Es decir que la logística permite la distribución del producto de una manera eficiente para el consumidor final, teniendo en cuenta que depende de factores como tiempo y costo que son aquellos que se quiere optimizar para una mayor fluidez en la cadena logística y con precios competitivos dentro del mercado internacional. Dicha cadena logística buscará mejorar la calidad del servicio directamente con el consumidor y la distribución de la misma en destino.

La logística es el término de un desarrollo de una negociación, promoción, contrato, ventas, negociaciones, implementaciones, trámites, no es el principio de los negocios es, en sí, casi el final.

La fundamentación de la logística se ha convertido en un compromiso de entregar un bien en el lugar correcto, a la hora pactada sin olvidar salvaguardar la integridad de los productos y reduciendo permanentemente los costos en el proceso.

Como parte medular de la logística es la utilización de sistemas los cuales deben buscar:

- a) Reducción de costos.
- b) Mejorar la exactitud en los inventarios.
- c) Incremento en los índices de productividad.
- d) Reducción del papeleo.
- e) Mejorar la utilización de los espacios.
- f) Reducción de inventarios físicos.
- g) Equilibrio en la carga de trabajos.
- h) Mejoramiento en el manejo de personal.
- i) Generación de reportes óptimos.
- j) Apoyar las requisiciones del cliente.
- k) Otorgar valor agregado a los programas de calidad.

“En la actualidad la logística se basa en la contratación de terceros para hacer su proceso más efectivo; servicios como almacenaje, manejo de pedidos, administración de inventarios, construcciones de instalaciones, transportación, financiamiento, asesoría, consultoría, recolección de mercancías y retornos”. (Díaz-Leal, 2000)

Por otra parte se encuentran como primordial asunto a tener en cuenta el cumplimiento del principio Justo a tiempo, y para ello identificar los ingredientes que lo conforman mediante servicios como:

- a) Etiquetado.
- b) Empaque y embalaje.
- c) Transportación a cortas y largas distancias.
- d) Distribución.
- e) Desaduanización.

- f) Almacenaje.
- g) Maniobras.

Cuando los proveedores no se encuentran en la capacidad de bajar sus costos se ven en la necesidad de ser más competitivos buscando una nueva forma de reingeniería de los negocios y finalizando con procesos integrales teniendo tres puntos fundamentales a resolver:

- a) Eliminación de pasos y/o procedimientos.
- b) Combinación de esfuerzos entre las partes, es decir la cadena productiva.
- c) Identificación de las necesidades de los clientes.

En resumen la logística permite la optimización de recursos a través de la eliminación de pasos innecesarios y el perfeccionamiento del resto, con el único objeto de permitir a la compañía cumplir su función y mantenerse activa.

Logística es una ciencia exacta que le da un poder a las empresas que la utilizan como medio para incrementar el servicio al cliente.	Reduciendo el ciclo pedido-entrega.
	Entregar en días y horarios establecidos.
	Incrementando la confiabilidad en los plazos de entrega, inventarios y calidad.
	Mejorando el transporte de los bienes, así como los aspectos administrativos conducentes al ciclo orden-entrega.
	Mejorando su capacidad de reaccionar ante casos fortuitos, emergencias o devoluciones.
	Utilizando y mejorando la información compartida.
	Incrementando la comunicación con el cliente (detallista).
	Estableciendo procedimientos adecuados para atender y resolver quejas.
	Mejorando y/o estableciendo garantías incluyendo la devolución de mercancías.
	Mejorando la localización de mercancías en tránsito y almacén.

Tabla 6. Logística

Fuente: Libro Introducción a la logística internacional (**Leal**), Elaborador por: Jácome D, Medina A

2.21.1 Tipos de logística

Existen distintas logísticas que se están instaurando para el aprovechamiento de los procesos. La logística de aprovisionamiento tiene como objetivo tener el control de los suministros con el fin de satisfacer las necesidades de los procesos operativos en las mejores condiciones de coste.

La distribución física internacional (DFI), a más de ser uno de los tipos de logística que existen, es una estrategia de posicionamiento competitivo para la comercialización de un producto en un mercado meta por lo tanto no es un tema que se lo pueda tomar a la ligera, es decir no se debe pensar en realizar una exportación de prueba, para saber si funciona vender al exterior y si resulta buen negocio. El diseño de la logística de distribución física internacional (DFI) tiene como objetivo asegurar las entregas de los

productos solicitados por el cliente con la máxima eficiencia, efectividad y en las mejores condiciones de coste.

La logística de producción es un proceso que planifica, implementa y controla de manera eficiente la transformación de entradas de materia prima en salidas de productos terminados.

Una de las logísticas más mencionadas, es la logística inversa siendo este un proceso de implementar, proyectar y controlar un flujo de materia prima, inventario en proceso, productos terminados e información relacionada desde el punto de consumo hasta el punto de origen en forma eficaz y económica con el fin de recuperar su valor para su reutilización, reciclado o eventualmente, su destrucción.

Un ejemplo clave para identificar la logística inversa puede ser el de Estados Unidos porque la ha utilizado como una herramienta competitiva estableciéndola como una política mayormente liberal, y de esta manera se direcciona la logística inversa a niveles extremos, ya que el incremento de las devoluciones ha sido alto.

2.21.2 Preparación de pedidos

El pedido es el pacto en firme entre ambas partes; el proveedor y cliente bajo las cláusulas pactadas o Incoterm acordado, es el contacto directo con el importador-cliente porque no solo permite establecer áreas de valor, sino también enfocar formas de previsión, promoción y fidelización.

Las siguientes decisiones deben ser implementadas:

- Naturaleza de la mercancía Unidad de carga Modalidad de transporte.
- Costes Tiempo de entrega Programas de seguridad.
- Normativa Medio ambiente.

2.21.3 Embalaje



Figura 21. Embalaje

Fuente (Mudanzas, 2016) Elaborador por: Jácome D, Medina A

El embalaje es la envoltura que protege el artículo que se va a transportar, esto es muy importante porque sirve para salvaguardar el producto para la transportación a que se someterá al momento de la exportación, debido a la manipulación al embarcarlo y mientras se encuentra en tránsito marítimo la mercancía.

El principio del embalaje tiene como fin que el producto llegue sano y salvo hasta su destino, el embalaje a utilizarse es de cartón endurecido industrializado, lona de prolipoleno laminado, plástico stretch y zunchos con el fin de que el producto llegue hasta su destino en perfecto estado, brindando calidad y seguridad no sólo con el producto que se comercializa si no también al momento de la transportación hasta que llegue a manos del distribuidor/consumidor final.

2.21.4 Etiquetado

El etiquetado es la forma de identificar datos sobre el producto, como: sus materiales, procedencia, manipulación, proceso de lavado, etc. Para el caso del etiquetado de los muebles de madera será realizado según lo estipulen las leyes determinantes del lugar de destino.

2.22 Modos de transportación

El servicio de transporte principal realiza una parte esencial dentro de toda la cadena de suministro, ya que normalmente se elige el tipo de logística a utilizar según los costes que se vayan a incurrir y el tiempo que tomará con el fin de cooperar a la eficiencia de la operación, a seguridad, la exactitud y las herramientas a usar.

Los costos dentro de la cadena de distribución han llegado a tener más peso que la propia rapidez, esencialmente para productos que tiene destinado una mayor cantidad de mercado.

Es de suma importancia identificar los rubros de valor como procesos improductivos dentro de la gestión y planificación, escogiendo que el producto no tenga mayor impacto por costos logísticos; estos pueden ser precisados según producto, calidad, seguridad, necesidad, costo, logística, tiempo y distribución.

Otro de los factores prioritarios es el tiempo de entrega y la posible variabilidad dentro del manejo de la mercancía, la confianza y rapidez de los tiempos de despacho son proporcionales al costo del flete de transporte, puesto que puede variar por distintos factores; en el caso de la transportación de los muebles para la exportación se tomaría en cuenta que la carga llegue en buen estado por el tema climatológico y fragilidad de los mismos.

Dentro del transporte pueden existir distintas variables, como: congestión en el puerto, condiciones climatológicas, paradas, conexiones geográficas y productividad.

Los programas de seguridad tienen relación con la cadena logística por si acaso se suscitara algún inconveniente tales como amenaza al comercio y a las economías que le otorgan soporte.

La Normativa según el comercio internacional puede especificar características de los productos, embalaje, transporte, manipulación, etiquetado documentación, sin necesidad de buscar el proteccionismo, normas mal aplicadas pueden tener como reacción sanciones penales.

La cooperación con el medio ambiente tiene como objetivo el planteamiento global que garantice la integración óptima del producto y el embalaje con las formas de transporte y servicios respondiendo a las necesidades y haciendo uso racional y rentable del sistema, minimizando el impacto medioambiental; la logística inversa por ejemplo influye en la recuperación de distintos embalajes para su reutilización y a la vez buscar la reducción de costos para la satisfacción del cliente.

Por el impacto social, económico y medioambiental es importante conocer las diferentes normativas internacionales del transporte y manipulación de mercancías peligrosas en cada modalidad, así como la capacitación para su gestión.

2.22.1 Modo de Transporte marítimo

Una de las principales características del transporte marítimo es la gran capacidad de carga que puede llevar y su adaptabilidad para la transportación de toda clase de productos, según volumen y valores, y las distancias a recorrer serán tomadas en cuenta para saber los bajos costos que se pudiese obtener, hace de este medio el más idóneo para un alto porcentaje de los productos que se comercializan internacionalmente. El tráfico de contenedores y carga general sigue unas determinadas rutas que se complementan con transbordos, con lo que se genera una creciente intensidad de los flujos.

El documento que prueba la existencia de un contrato de servicio de transporte es el Bill of Lading o conocimiento de embarque que también constituye la factura de la mercancía, ya que es el documento que comprueba el embarque al momento de usar un medio de pago L/C. Además de indicar las condiciones contractuales, el Bill of Lading sirve para acreditar el título de poder y del valor negociable.

Por lo general el margen de riesgo en el transporte marítimo es muy bajo, pueden producirse daños en la mercancía por causas de fuerza mayor, sean estas; por manipulación, afectaciones climáticas que perjudiquen el producto, y por eso es recomendable resguardar el producto y la inversión a través de un seguro de transporte.

2.23 Operadores de transporte internacional

El operador de transporte internacional es la persona física o jurídica especializada en la organización y gestión de la cadena de transporte de mercancías, en cualquiera de sus modos de transporte. Además, puede ofrecer e integrar servicios adicionales al transporte como tránsitos, despacho de aduana, seguros, almacenaje, distribución y asesoría en general.

Es necesario integrar las capacidades y el modelo de negocio de la empresa para determinar los posibles obstáculos a la fluidez del transporte, aprovechar la información y la comunicación, simplificar la cadena de suministro, reducir y optimizar los costes y mejorar el uso de modos de transporte e infraestructuras.

2.24 Transporte interno

El transporte interno es parte de la cadena logística del comercio exterior, su costo es relevante en el proceso de una exportación al igual que todos los agentes que componen la logística, el precio por la movilización de un contenedor hacia el puerto de origen depende de la distancia en que se encuentre la fábrica, ya que las compañías de transporte tienen tarifas a base de kilometrajes, pero en la movilización de contenedores se mantienen tarifas fijas por contenedor que oscila entre \$230 y \$270 por embarque, incluyendo el retiro del contenedor vacío en los patios de las navieras y la espera para el embarque en la fábrica hasta llevarlos al puerto. (*Véase anexo #9*)

2.25 Logística de exportación de muebles de roble

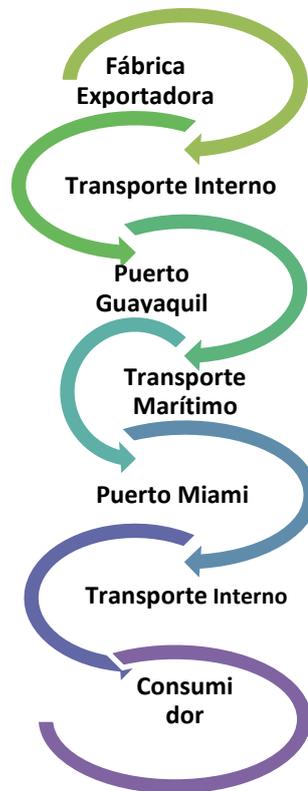


Figura 22 Proceso de exportación

Fuente: Estudio de investigación, Elaborador por: Jácome D, Medina A

Dentro de la logística de exportación entran varios factores como los agentes que forman dicha cadena, adicional a eso una buena logística hace que el proceso de exportación sea exitoso porque el objetivo es entregar el producto en el lugar y tiempo estimado para satisfacción del cliente final.

2.25.1 Proceso logístico

La logística de exportación de la compañía “Cumanda Design” se basará en dos estrategias competitivas para trabajar la venta/exportación en término de Incoterms FOB (Franco a bordo) y DDP (Entrega Derechos Pagados), en la primera estrategia la empresa exportadora “Cumanda Design” cargará los productos según los requerimientos del cliente hasta la borda del buque o el lugar convenido con el importador, haciéndose cargo del embalaje que sea solicitado por el comprador y el transporte interno hasta el puerto de

embarque, de ser el caso que el comprador requiera por parte del vendedor la contratación del flete, pero bajo responsabilidad del comprador.

En la segunda estrategia que se trabajará con el Incoterms DDP la empresa “Cumanda Design” será quien se haga cargo de todos los gastos que se incurran por transporte interno, transporte internacional, despacho de exportación, nacionalización en el puerto de destino y finalmente transporte interno en Miami hasta llegar al cliente final.

Una vez contactado el distribuidor en Florida para el término FOB, y/o en el caso de la utilización del término DDP al contactar al diseñador, dependiendo de la estrategia que se vaya a manejar, se emitirán los requerimientos al departamento de fabricación y diseño para la elaboración de los pedidos y el análisis del embalaje adecuado para su exportación. Uno de los primeros agentes que estarán inmersos dentro el proceso de exportación serán:

- **Transporte terrestre interno con ruta fija:**

La actividad de transporte interno dentro de la exportación de muebles de la empresa “Cumanda Design” empieza al momento del retiro del contenedor en el depósito de la naviera, hasta llegar a la fábrica y luego del embarque al puerto de embarque, es decir la recogida del producto deberá ser en el Km 8 ½ vía Daule hasta el puerto de Guayaquil en la Avenida 25 de julio, sur de Guayaquil.

Entre los documentos que intervendrán según relación entre exportador y transportista son los siguientes: Factura comercial, guía de remisión, AISV.

- **Embarque en fábrica:**

Al momento de la coordinación con el transportista sobre su arribo a la fábrica, se tendrá lista la carga con el embalaje respectivo y listo el personal que

procederá al cargue del producto para evitar demoras en la salida del camión ya que en el puerto existe afluencia de vehículos y el itinerario del booking.

- **Naviera:**

La Naviera es uno de los agentes más importantes dentro de la logística, porque es el medio de transporte internacional, la misma que será seleccionada en base a cotización realizada por 1 Full Container Load (FCL) 40' con las indicaciones de la parte superior, no solo al momento de escoger una naviera para cargar el producto debe ser elegida por tarifas sino también por volumen de carga, puertos de transbordo, días de tránsito, ya que esto demoraría más el proceso de entrega en el puerto de destino y por ende el compromiso de entregar el contenedor al cliente en Miami - Florida. *(Véase anexo #10)*

- **Contratación de la póliza de seguro**

En la aplicación de la primera estrategia, liderazgo en costos utilizando el término de negociación FOB, se usara un seguro local debido a que la responsabilidad del vendedor solo es hasta puesto en la borda, pero en el caso de la segunda estrategia de diferenciación, con el término de negociación DDP se hará la contratación integral de seguros tanto para origen como para destino porque el proceso logístico del producto en general es responsabilidad del vendedor.

Por medio de la compañía de seguros ACE Seguros se realiza la apertura de una póliza madre, y por consiguiente la creación de certificados para cubrir el tema del seguro de la mercancía por embarque individual y así poderle otorgar al cliente la confianza y seguridad que necesita al momento de realizar una compra con la compañía. *(Véase anexo #13)*

- **Arribo a puerto de destino Miami – Florida:**

El cliente será notificado por el vendedor sobre el tracking de la carga y el tiempo de arribo aproximado, según lo que indique la naviera para mayor control

de la llegada del producto, esto es si se escogiese la segunda opción de comercialización, el exportador tendrá que asumir los procesos y gastos de la desaduanización de la carga en destino según lo estipula el Incoterm DDP.

- **Envío de documentación**

La documentación debe ser enviada al importador por el exportador para que se puedan realizar los trámites correspondientes en la Aduana de destino.

- **Condiciones de pago:**

La condición de pago debe ser acordada entre las partes, en este caso se usará carta de crédito irrevocable con cláusula roja para salvaguardar los intereses de ambas partes.

2.26 Canales de distribución

El canal de distribución lo conforman las personas y/o compañías que intervienen dentro de la transferencia de la propiedad de un producto, a medida de que éste sigue su proceso de entrega desde el fabricante hasta llegar al consumidor final.

Para ambas estrategias que están siendo planteadas en el presente trabajo, el canal de distribución para la exportación de muebles será el canal indirecto corto, ya que el producto será dirigido a un detallista y/o diseñador para que este asocie los productos con el cliente final en Florida.

2.26.1 Longitud de los canales de distribución

- **Canal indirecto corto: un nivel**

Será el canal de distribución a utilizar para ambas estrategias competitivas, debido a que sólo tendrán un intermediario antes de llegar a su cliente final, sea este canal utilizado para el enlace con el distribuidor/detallista con productos por volumen o con el diseñador con productos de exclusividad.

2.26.3 Comerciante/Broker:

Obtienen y venden grandes cantidades de productos, usualmente por carga de contenedor. Cantidad y volumen son la clave de los comerciantes. Pueden o no tomar dominio de los productos que venden, pero raramente toman posesión física. Los Broker venden productos a distribuidores. Un Broker grande puede tener una variedad de productos adicionales. Ellos casi nunca toman dominio de los productos que venden y son compensados por comisiones de venta.

Hay ciertos aspectos muy importantes a considerar antes de hacer negocios con estos Broker, los más importantes son:

1. Fuerza de venta que posee el Broker.
2. Antecedentes previos con empresas que esté representando, participación de mercado, al igual que referencias bancarias y comerciales en general.
3. Territorio en el que se encuentra.
4. Líneas de productos que representa.
5. Experiencia con empresas extranjeras (sudamericanas especialmente) y con el tipo de producto específico.
6. Volumen de ventas actuales.

2.26.4 Importador:

Productores, mayoristas, comerciantes o Broker, todos ellos pueden ser importadores. Esta fuente intermediaria obtiene productos fuera del país de compra y hace arreglos para el envío de estos a los compradores extranjeros. Los arreglos por los cuales ellos toman responsabilidad de toda la operación en la que se incluyen todas las regulaciones de importación y aranceles.

Usualmente los importadores cargan un margen que oscila entre el 30% y 50%, dependiendo de las funciones que deba desempeñar. A continuación se describirán las distintas etapas en el proceso de importación:

1. Condiciones de venta, es decir acuerdos previos entre el comprador y sus proveedores.
2. Orden de compra una vez que los términos de la compra están establecidos.
3. Envío (en el tiempo y forma establecida).
4. Recibo de envío (el comprador inspecciona que las condiciones de la carga sean las acordadas).
5. Pago (se realiza de acuerdo a lo pactado).
6. Reclamos (en caso de incumplimiento de alguna de las partes).

2.26.5 Retailer

Es quien pone el producto a disposición del consumidor final. En el caso de los muebles se pudieron observar en el mercado los siguientes retailers como: cadenas de supermercados, tiendas de muebles de distintas calidades que ofrecen a la venta todo tipo de muebles como son el caso de Home Depot, Lowe's y Ashley Furniture. A estos lugares de venta van desde dueños de casa hasta empresarios a adquirir los productos pero los muebles que la empresa "Cumanda Design" fabrica tienen otro mercado meta.

2.26.6 Agente de carga

El agente de carga en destino puede tener como función recibir la carga en Miami – Florida, realizar la nacionalización, el trámite de retiro de la carga haciendo la entrega del contenedor en las bodegas del cliente, considerando también que se puede cotizar el servicio total desde origen, ya que los agentes de carga tienen auxiliares en varios países que les pueden dar soporte a ellos en cuestión de proveedores y sus costos. (*Véase anexo #11*)

2.26.7 Alianza comercial exportador y agente de carga en destino

Puede existir una alianza entre un agente de aduana en destino y el exportador, ya que este puede cotizar los servicios necesarios para la realización de la exportación, haciéndose cargo de toda la operación desde el embarque en fábrica de origen hasta bodegas del importador. (*Véase anexo #12*)

2.27 Medios de pago

Este es uno de los aspectos fundamentales para el exportador, porque debe conocer los riesgos, en el uso de los diferentes medios de pago que existen al momento de realizar una exportación. Cabe recalcar que al hablar de exportaciones e importaciones, se lo debe manejar en un ambiente de confianza, ya que sin ello no existiría tal negociación internacional; si bien es cierto los medios de pagos que se mencionan no son exclusivos de la exportación o importación, con excepción del crédito documentario que su uso es mayormente plasmado solo en el comercio internacional.

Existen 2 tipos de medios de pago:

- Pagos documentarios.
- Pagos simples.

Pagos documentarios

Este medio de pago lo utiliza el exportador cuando percibe que el riesgo de impago es muy alto, por lo tanto prefiere mantener el control de la mercadería enviada usando un intermediario bancario hasta que se efectúe el pago correspondiente.

Pagos simples

En este medio el exportador no utiliza el ente bancario para gestionar ningún tipo de documentación comercial, ya que envía todos los documentos directamente al importador, y para lo cual renuncia al control de la mercadería enviada.

Medios Documentarios	Iniciativa
Crédito documentario	Importador
Remesa documentaria	Exportador
Orden de pago documentaria	Importador
Cheque documentario	Importador
Carta de crédito	Importador
Medios simples	Iniciativa
Remesa simple	Exportador
Orden de pago simple o transferencia	Importador
Cheque bancario	importador
Cheque personal	Importador

Tabla 7 Medios de pago

Fuente: El Cobro Seguro de la Exportación: Los medios de pago internacional por Pedro Serantes Sánchez, Elaborador por: Jácome D, Medina A

Al momento de negociar, tanto el exportador como el importador deben llegar a múltiples acuerdos que se han ido mencionando a lo largo de toda la investigación, y otro acuerdo más que se debe pactar es el momento del pago, ya que existe en materia de comercio exterior 3 momentos: Pago anticipado, pago simultaneo y pago posterior a su recepción. El exportador puede usar cualquiera de los medios de pago que se han expuesto, debido a que la elección es dependiendo del grado de confianza existente, pero en el caso puntual de Cumanda Design se usará el crédito documentario específicamente; carta de crédito.

2.27.1 Crédito documentario

Crédito documentario, es un compromiso escrito emitido por el banco a solicitud del importador, el mismo que tiene el compromiso de realizar el pago al exportador dentro

de un plazo acordado a contra entrega de los documentos específicos que validan la adquisición de los bienes importados.

El crédito documentario logra crear una atmósfera de seguridad para el importador, porque el pago se hará efectivo solo cuando haya recibido los documentos crediticios del envío de la mercancía acordada, y para el exportador, puesto que también contará con la seguridad del cobro de su exportación con anterioridad al envío, e incluso con anterioridad al inicio de su fabricación. El crédito documentario se convierte además de un medio de pago en una garantía, ya que garantiza el bienestar de la negociación para ambas partes.

Intervinientes.-

Ordenante: es el comprador de la mercadería, que se compromete a realizar el pago a su proveedor y solicita el crédito a su banco; el ordenante suele ser el importador o un agente.

Banco emisor: es el ente financiero elegido por el comprador (importador) que se compromete a realizar el pago acordado mientras se cumplan las estipulaciones de negocio establecidas, es decir es el banco emisor de la carta de crédito y regula las condiciones pactadas.

Banco corresponsal: es la entidad financiera usada por el banco emisor en el país del exportador que notificará al beneficiario, de la apertura del crédito sin establecer ningún otro compromiso que el de la propia notificación, pero a su vez puede hacer también de banco confirmador cuya función es realizar el pago si se cumplen las condiciones generadas por el banco emisor.

Beneficiario: se refiere exactamente a la persona que recibe y que puede exigir el pago al banco emisor al momento de cumplir todas las condiciones pactadas en la exportación de la mercadería solicitada. (Russo, 2013)

Circuito usado para el crédito documentario

Tanto el comprador como el vendedor emiten el contrato de compraventa en el cual lleva inmerso el pacto de pago a través del crédito documentario.

* El importador (cliente) solicita a su banco en su país, la apertura de la carta de crédito a favor del exportador (proveedor) en el país residente, en la que indica cuales son los documentos que debe recibir, y las condiciones que el exportador deberá cumplir para hacer efectivo el pago.

* A continuación el banco emisor luego de haber realizado el estudio correspondiente de la transacción procede a emitir la apertura y se compromete tanto con el ordenante como con el beneficiario a cumplir con el pago bajo las estipulaciones establecidas en ambos lados.

* Por último el banco emisor solicita al banco corresponsal que envíe las notificaciones y confirme el crédito, y este a su vez realiza lo solicitado. Los créditos documentarios tienen algunas modalidades tales como: revocables, irrevocables, transferibles, rotativos, con cláusula roja, con cláusula verde y back to back.

En el presente caso se hará uso de una modalidad doble, es decir la irrevocabilidad y la cláusula roja, porque esta actividad comercial es reciente, la empresa necesita contar con un sustento sólido y confiable y al ser fabricantes es la opción más conveniente.

2.27.2 Flujo de operación de cartas de crédito



Figura 25. Operación carta de crédito

Fuente: El Cobro Seguro de la Exportación: Los medios de pago internacional por Pedro Serantes Sánchez, Elaborador por: Jácome D, Medina A

2.27.3 Modalidad de carta de crédito irrevocable

El término irrevocable habla sobre la imposibilidad de anulación, es decir este crédito no puede ser anulado ni siquiera modificado sin el previo consentimiento del ordenante y del beneficiario. Por lo tanto este pago es fijo, siempre que se cumplan todas las estipulaciones acordadas. Por lo tanto esta modalidad confiere al beneficiario una mayor seguridad de recibir su pago al momento de presentar todos los documentos y requerimientos de la exportación realizada.

2.27.4 Modalidad de carta de crédito con cláusula roja

Crédito anticipatorio o de cláusula roja, en este tipo de modalidad el ordenante autoriza al beneficiario a realizar el anticipo parcial o total, el cual confirmará la recepción del anticipo mediante firmas en los recibos correspondientes, el banco por su parte irá

ejecutando la disminución del pago de liquidación. La cláusula roja consiste en que el banco pagador mediante un compromiso escrito con el beneficiario, acuerda que si existe el incumplimiento del envío correspondiente a la mercadería o a los documentos, el beneficiario deberá reembolsar los valores anticipados por el banco y autorizados por el ordenante. (*Véase anexo #14*)

2.28 Marco Conceptual

En el ámbito de la investigación se usa el marco conceptual para detallar todas las definiciones usadas en el desarrollo de toda la investigación.

Definiciones Básicas

Exportaciones: la exportación se describe como aquella actividad comercial por medio de la cual un producto o servicio se vende en el extranjero, esta constituye una actividad comercial legal que se encuentra sujeta a varios procesos fiscales que un país ejecuta con otro, ya sea para usar o consumir, algún producto o servicio que se origina en la otra nación ya que el país comprador presenta varias dificultades al momento de producir dicho producto (Peña Veras, 2013).

Importaciones: se refiere a la actividad de introducir bienes y servicios en el puerto de un país. El comprador se le conoce como importador, el cual tiene su sede en el país de importación, mientras que el vendedor con base en el extranjero se conoce como exportador. Una importación es cualquier materia prima o servicio traído de un estado extranjero de forma legítima generalmente para su uso comercial. Las mercancías o servicios de importación son proporcionados a los consumidores nacionales por los productores extranjeros (Peña Veras, 2013).

Balanza Comercial: esta forma parte de la balanza de pagos de un Estado. Esta balanza sólo contiene las importaciones y exportaciones de mercancías en un período de tiempo determinado, no contempla la prestación de servicios entre países, ni la inversión o movimiento de capitales (Cueva, 2012).

Oferta exportable: se refiere a los productos que pueden ser brindados y vendidos fuera del país y que también cuentan con potenciales de mercados externos. Este concepto implica a las empresas que serán responsables de llevar a cabo estas operaciones de comercio exterior fundamentándose en la competitividad de precios, productividad, inspección y calidad e insumos (Vives, 2011).

Acuerdo Comercial: es un entendimiento bilateral o multilateral entre países, cuya finalidad es armonizar los intereses respectivos de los intereses nacionales de las partes contratantes e incrementar los intercambios comerciales (Trade Map, 2015).

Muebles: “se entiende por mueble a todo elemento que esté pensado, diseñado y construido a fin de ser utilizado en el espacio de una vivienda o edificación con diferentes usos de acuerdo a su forma o propósito.” (Definición ABC, 2015).

Mercado: es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. El mercado implica el comercio formal y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes, (Promonegocio, 2015).

Logística: conjunto de medios y métodos precisos para llevar a cabo la organización de una entidad, o de un servicio, principalmente de distribución.

Competencia: capacidad de poner en operación los diferentes conocimientos, destrezas y valores de manera integral en las diferentes interacciones que tienen los seres humanos para la vida en el ámbito personal, social y laboral.

Distribución: conjunto de estrategias, procesos y actividades precisos para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final en las cantidades necesarias, en condiciones óptimas de consumo, en el momento y lugar en el que los clientes lo requieran.

Confección artesanal: diseño y producción de una cosa por parte de artesanos es decir, hecho con mano de obra tradicional.

Sector inmobiliario: Mercado en donde se da la oferta y demanda de inmuebles.

Carentes de garantía: no ofrecer la seguridad del caso al cliente por daños o situaciones que se susciten con el producto.

Estructura organizacional: es la división de la organización de un negocio, identificando las áreas, personal que toman las decisiones y coordinación de actividades.

Optimización de costos: mejorar los costos de una adquisición para que éstos sean más rentables para una empresa o persona.

Estrategias: capacidad para planificar, diseñar y organizar una operación.

Eje multimodal: ruta en donde se podrá realizar operaciones de comercio exterior utilizando varios tipos de transporte hasta que llegue la carga a su destino.

Boceto: ensayo donde constan rasgos principales de un diseño para una obra de arte.

Medidas estandarizadas: medida tomadas bajo un parámetro y diseño en general.

Plantillas: muestra a seguir como patrón.

Patrón de elaboración: es una plantilla usada para un diseño con el fin de fabricar lo que se necesite siguiendo dicha muestra.

Rústico: un diseño aplicable a estructuras o diseños de campo.

Indicadores económicos: permite representar una realidad económica de forma cuantitativa y directa.

Ventaja absoluta: es un concepto desarrollado por Adam Smith en su obra La riqueza de las naciones, para explicar los flujos de comercio de bienes entre países.

Ventaja comparativa: significa que un país o empresa se especializa en producir.

Pioneros: ser primeros en ofertar o pensar en una opción.

Peculiar: cosa fuera de lo tradicional o normal.

Suscitarse: cuando se da un hecho y va a ser contado.

Embalaje: se llama así a la envoltura que protegerá el producto durante la exportación.

Verificadora: empresa que se encarga de verificar y certificar por medio de una inspección el estado del producto, lugar, etc.

Carga: se llama así al producto o mercancía que se movilice por medio de un transporte localmente o a nivel internacional.

Despacho de exportación: trámite de exportación que se realiza en el puerto por Aduana del país exportador y un Agente y/o exportador.

Rubros de flete: valores por función de flete.

Contenedor: recipiente metálico o de otro material que contiene productos para un viaje internacional.

Factura comercial: documento que dicta la propiedad de un producto, donde constan datos del comprador y vendedor, tipo de mercadería y precios.

Guía aérea: documento de transporte aéreo.

Guía marítima: documento de transporte marítimo.

Entrepaño: tabla horizontal que se coloca adosada a una pared, dentro de un armario o en una estantería, y sirve para colocar objetos sobre ella.

Minimalismo: es una corriente artística que sólo utiliza elementos mínimos y básicos, todo aquello que ha sido reducido a lo esencial y que no presenta ningún elemento sobrante o accesorio. (Definición, 2016)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Análisis de la metodología de la investigación

El presente proyecto tiene un enfoque cualitativo, porque durante todo el proceso de investigación se canalizaron diferentes cuestionamientos, en base a los datos que se iban obteniendo a lo largo del camino, permitiendo que poco a poco el estudio se vaya extendiendo más de lo que se había proyectado inicialmente. (Sampieri, 2010)

3.2 Esquema de la metodología de la investigación

Toda la estructura de la investigación se la hizo de forma libre, metódicamente. Mediante el proceso de investigación se construyó cada uno de los ítems con el objetivo de lograr una fácil comprensión, gracias a la flexibilidad con la cual se trabajó en el campo investigativo. (Sampieri, 2010)

3.3 Métodos de investigación

La mayor parte de los elementos de este estudio es de tipo observacional participativa, porque es un análisis que se desarrolla dentro de la problemática, la distribución o los determinantes de un evento, aportando ideas para lograr modificar los factores que los influyen, porque su finalidad es de tipo holística, siendo esta una tendencia que analiza los eventos desde el punto de vista de las múltiples interacciones que los caracterizan.

Por su secuencia temporal es de corte transversal, porque se van a medir todo el proceso de Exportación de la cadena logística de muebles de madera hacia el mercado Florida Estados Unidos producidos en la empresa Cumanda Design ubicada en la ciudad de Guayaquil.

3.4 Tipos de Investigación

Como se menciona anteriormente por la naturaleza de la investigación, su metodología es cualitativa, pero en base al tipo de investigación que se ejecutó fue descriptiva ya que no se crea ningún tipo de influencia sobre las variables, puesto que se observó y describió tal como surgieron cada uno de los acontecimientos, otorgando una visión clara de la situación, despejando dudas y cuestionamientos referente a un caso determinado.

3.4.1 Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica es una etapa de la investigación científica donde se estudió lo que se ha escrito científicamente acerca de una situación o tema específico. Es la segunda etapa de la investigación científica. (Rodríguez V. M., 2012).

Es decir se estudió un conjunto de técnicas y estrategias que se emplean para delimitar, identificar y acceder a aquellos documentos que sustentan la información pertinente para la investigación.

3.4.2 Investigación Documental

En la investigación documental se revisó el impacto social, ambiental y económico de la exportación de muebles de madera hacia el mercado Florida-Estados Unidos fabricados por la Empresa Cumanda Design ubicada en la ciudad de Guayaquil.

3.4.3 Investigación Observacional De Campo

En esta investigación se observó los distintos procesos en la exportación de muebles de madera que se aplican, así como los efectos o mejoras que se produzcan en dependencia del impacto social, ambiental y económico de la misma.

3.5 Estrategias competitivas de Porter

Son las estrategias que describió el profesor Michael E. Porter en el año 1980 en su libro *Competitive Strategy* el cual le tomó 5 años de trabajo de investigación, marcando así un acontecimiento en la conceptualización y práctica del análisis de las industrias y de los competidores; en donde describe como una empresa puede posicionarse dentro de un mercado ante la competencia con acciones defensivas y ofensivas, de las cuales se han planteado en el presente proyecto 2 estrategias genéricas que buscan obtener mayor rendimiento en la inversión, de la empresa que son:

- Liderazgo en costos.
- La diferenciación.

3.5.1 Liderazgo en costos

Esta estrategia exige un análisis detallado y profundo de las actividades, de las que se pueda obtener mayor ventaja dentro de los costos de la cadena de valor, siendo así una curva de experiencia su principal guía, según la cual el costo unitario de producción disminuye con el número acumulado de unidades producidas. Para ello, la empresa debe tener la capacidad de poder reducir los costos, de tal manera que la reducción de gastos favorezca el precio al consumidor.

3.5.2 La diferenciación

Esta estrategia plantea que los productos elaborados por la empresa deben ser exclusivos para el consumidor final y que al percibir su distintivo se encuentren interesados en pagar más por ser únicos. La fuente de dicha estrategia surge de las actividades de la cadena de valor y el desarrollo de la habilidad necesaria para que dichas virtudes se forjen reales.

3.6 Aplicación de las estrategias competitivas de Porter en la investigación

- **Liderazgo por costos**

La estrategia en base a liderazgo en costo, le permite a la empresa una constante producción de muebles, debido a que su beneficio radica en el volumen de venta, que genera los precios bajos y beneficia al precio final.

A pesar de que esta estrategia se basa en producir en mayor volumen la empresa define diseños y modelos que no están en el mercado vigente, con la finalidad de innovar, y que el producto ecuatoriano se abra un nicho en el mercado.

Sin embargo, al ser una estrategia a gran escala se lo puede manejar en forma directa con el distribuidor y generar beneficios en ambas partes.

- **Diferenciación o exclusividad**

La estrategia se enfoca directamente a los diseñadores, es decir un trabajo en conjunto, una fusión de diseños innovadores, con fabricación extranjera; empleando productos de gama alta y a la vez contando con sellos de calidad y exclusividad, usando como valor agregado la comodidad de recibir los muebles en el lugar convenido por ambos, sin incurrir en más gastos por parte del diseñador y sin preocupación de plagio, porque los diseños y modelos serán exclusivos para la firma con quien se trabaje, y solo a petición del mismo se realizaran las réplicas solicitadas.

3.7 Población y Muestra

- **Población**

La población que se tomó en cuenta para la presente investigación es finita, puesto que trabajamos en la ciudad de Miami, que cuenta con alrededor de 422 distribuidores de muebles de madera.

- **Unidad de análisis**

La muestra del mercado fue tomada en la ciudad de Miami, usando el tipo de muestreo no probabilístico (por conveniencia). Como población se consideraron los distribuidores y diseñadores independientes de la ciudad de Miami, según la categoría socio económico media alta y alta, debido a la clase de muebles y diseños innovadores que ofrece la empresa Cumanda Design.

UNIDAD DE ANÁLISIS	CANTIDAD
Importadores de muebles de madera en general	422 entidades
21,6% venta de muebles (media alta)	91 mueblerías
10% Diseñadores de muebles	33 estudios diseño

Tabla 8. Unidad de análisis

Fuente: USdirectory.com, Elaborado por: Jácome D, Medina A

- **Muestreo por conveniencia**

El muestreo por conveniencia permitió elegir, a los participantes requeridos para el análisis realizado, debido a que al momento de visitar la ciudad y las diferentes plazas existentes, se tomó en cuenta las tendencias y los nichos comerciales a los cuales va dirigido el tipo de muebles que se usa y en los cuales la empresa Cumanda Design podría enlazarse con gran facilidad.

2 estudios de diseñadores:

Alison Antrobus y Ruby Ramírez (estudio de diseño Antrobus+Ramirez)

Jay Britto y David Allan Charette (Britto Charette Designs)

2 distribuidores de muebles de gama alta:

Tienda de muebles DIGS

Azul & Company Furniture Store

3.8 Instrumentos de investigación de obtención de datos

Son todas las herramientas que se deben usar para poder trabajar con el método seleccionado en la investigación, es decir la técnica aplicada en la recolección de toda la información necesaria para trabajar con el proceso investigativo.

3.8.1 Observación directa

Se trata de un modo de recolección de datos que tiene como objetivo examinar y describir ambientes en situaciones sociales y mantener un rol activo, pendiente de los detalles, situaciones, sucesos, eventos e interacciones.

Mediante la técnica de la observación se realizó la recolección de datos relevantes, como la asesoría de los agentes que hacen la cadena logística para la exportación, obteniendo así datos también de costos y procesos necesarios por el tipo de producto, peso de carga, puerto de origen y destino, cabe recalcar que como valor agregado a la investigación dentro de los detalles que se puntualizaron fue de la existencia y asesoría de una verificadora para seguridad y así brindar confianza al cliente con respecto a la calidad del producto. (**Véase anexo #18**)

Otros de los datos recopilados en este tipo de investigación, fue la de reconocer las preferencias de los distribuidores según su experiencia, en las peticiones y requerimientos de los clientes que reciben a diario, las cuales permiten tener claro el ambiente al que va a ser expuesto el producto y proporcionando características que sirvan para la preferencia de los potenciales clientes.

3.8.1.1 Análisis ficha de observación

Al examinar la ficha de observación realizada en las áreas enfocadas en el presente estudio se observó, que Cumanda Design no cuenta con deudas pendientes por préstamos bancarios o hipotecas, resultaría favorable para la misma iniciar esta nueva actividad de internacionalización, además que el producto estudiado cuenta con características favorables que lo hacen apetecible para el mercado estadounidense. Referente al desempeño de la fabricación, la empresa está capacitada para superar situaciones

inesperadas, ya que el mercado al que esta direccionado este producto es una plaza de constantes cambios por lo que requiere innovación. (Véase anexo #15)

3.8.2 Entrevistas

Se prevé entrevistar: a los representantes directivos de la empresa Cumanda Design, los potenciales clientes en el Estado de Florida – Miami y a las entidades que hacen posible la exportación, es decir los integrantes de la cadena logística requerida.

3.8.2.1 Panel de Entrevistas

En cuanto a las entrevistas realizadas tanto al personal de la empresa Cumanda Design y a los potenciales distribuidores en el exterior, se pudo llegar al siguiente comentario: (Véase anexo #16)

- **Entrevista al exportador Cumanda Design**

El Gerente General indica en la entrevista que encuentra necesaria la expansión de su compañía a nivel internacional, escogiendo así como mercado potencial el estado de Florida, específicamente la ciudad de Miami, debido a que es una ciudad muy visitada por turistas y hogar de muchos residentes, que se ven en la necesidad de amoblar las casas con varios tipos de estilos, para lo cual Cumanda Design podría satisfacer dicha demanda a un precio competitivo dentro del mercado, considerado todos los factores internos y externos que esto implica.

En cuanto a la posibilidad de satisfacer los requerimientos de los clientes, Cumanda Design se encuentra en la capacidad de realizar el diseño que les sea solicitado, puesto que al ser fabricantes, tienen la apertura y las herramientas para hacerlo posible.

- **Entrevista del potencial cliente en país de destino con la estrategia de Liderazgo en costos**

Otras de las entrevistas que fueron realizadas, para obtener información en base a la estrategia de liderazgo en costos fue a los potenciales distribuidores, la empresa DIGS indicó que sus clientes normalmente buscan precios accesibles, confortabilidad en el

mobiliario y garantía dentro de los productos, debido a que ellos como distribuidores ponen en exhibición sus muebles, los clientes no suelen buscar algo diferente a lo que ven, sino que se deciden por la compra de lo que observan personalmente.

- **Entrevista del potencial cliente en país de destino con la estrategia de exclusividad**

En la entrevista realizada al diseñador en Florida se constató, que existe un gran mercado para trabajar directamente con ellos, al ser diseñadores reconocidos en la ciudad de Miami, los clientes les otorgan la libertad de selección el tipo de decoración y diseño según los estilos o colores que ellos requieran. Es decir que el diseñador puede trabajar con mayor autonomía, puede realizar un boceto de los requerimientos solicitados en mobiliario y así complementar su trabajo de decoración con la empresa Cumanda Design, ya que al ser fabricantes directos pueden realizar a cabalidad el proyecto que sea solicitado.

CAPÍTULO IV

INFORME FINAL

4.1 Análisis e interpretación de resultados obtenidos en la investigación con la aplicación de la estrategia de liderazgo en costos aplicados por la empresa Cumanda Design.

Con las dos estrategias competitivas que se plantearon se pudo observar que la primera por Liderazgo en costos utilizando Incoterm FOB permitió la venta de mayor volumen, siendo esta la opción más factible en cuanto a mayor ingreso, pero con mayor responsabilidad para el importador haciendo de esto una forma menos atractiva para el cliente ya que no tiene la facilidad de tener directamente el producto en destino sino que debe encargarse de realizar el pago de gastos en destino de la naviera, transporte interno, estiba, etc.

Para ello, dentro de la estrategia de Liderazgo en costos se proyecta la distribución en un contenedor de 40 pies, debido al volumen de las piezas a embarcar, siendo 8 juegos de comedor y 8 juegos de sala solicitados según requerimiento del importador DIGS:

DETALLE DE LA MERCADERIA	
1ERA ESTRATEGIA COMPETITIVA	
LIDERAZGO EN COSTO	
INCOTERM	FOB
CONTENEDOR	40 pies
TIPO DE MADERA	ROBLE
PESO TOTAL	1,896
VOLUMEN TOTAL	61,44
BULTOS TOTAL	128

JUEGO DE COMEDOR			
DETALLE DE LA CARGA	CANTIDAD	PESO KG	VOLUMEN M3
SILLAS	8	9	0,33
TABLERO	1	30	0,23
BASES	2	18	0,17

N° JUEGOS DE COMEDOR 8,00

NÚMERO DE BULTOS 88,00

DETALLE DE BULTOS	CANTIDAD	PESO KG	VOLUMEN M3
SILLAS	64	576	21,12
TABLEROS	8	240	1,84
BASES	16	288	2,72
TOTAL	88	1104	25,68

Tabla 9 Detalle de distribución de bultos, 1era estrategia.

Fuente: Departamento de ventas de empresa Cumanda Design, Elaborado por: Jácome D, Medina

A

Se detalla la cantidad de bultos que forman el juego de comedor tales como: sillas, tablero y bases conformando así 8 juegos de comedor equivalente a 88 bultos dentro del contenedor de 40 pies ocupando un peso total de 1104 kilos.

JUEGO DE SALA			
DETALLE DE LA CARGA	CANTIDAD	PESO KG	VOLUMEN M3
SOFA TRIPLE	1	35	1,67
SOFA DOBLE	1	28	1,14
BUTACAS	2	13	0,55
MESA	1	10	0,56

N° JUEGOS DE SALA 8,00
NÚMERO DE BULTOS 40,00

DETALLE DE BULTOS	CANTIDAD	PESO KG	VOLUMEN M3
SOFA TRIPLE	8	280	13,36
SOFA DOBLE	8	224	9,12
BUTACAS	16	208	8,8
MESAS DE CENTRO	8	80	4,48
TOTAL	40	792	35,76

Tabla 10. Detalle de distribución de bultos, 1era estrategia

Fuente: Departamento de ventas de empresa Cumanda Design, Elaborado por: Jácome D, Medina

A

La distribución dentro del contenedor de 40 pies de los 8 juegos de sala corresponde a productos como: sofá tripe, sofá doble, butacas, mesas de centro, los cuales conforman 40 bultos con un peso total de 792 kilos.

Es decir que la distribución total que corresponde a la estrategia #1 por Liderazgo en costos será por un total de 128 bultos, 1.896 kilos y con un cubicaje de 61.44 m³ dentro de un contenedor de 40 pies, realizándose así 1 envío cada 2 meses.

4.2 Análisis e interpretación de resultados obtenidos en la investigación con la aplicación de la estrategia de diferenciación en costos aplicados por la empresa Cumanda Design.

Es por ello que la segunda estrategia competitiva por Diferenciación en término de negociación DDP es la más recomendable por cuanto se realiza la entrega de los productos directamente en el lugar convenido para la total facilidad del importador, otorgando así también la instalación de los muebles que estos requieran.

Por lo tanto, en lo que respecta a la estrategia de Diferenciación se prepara la siguiente distribución en un contenedor de 20 pies debido al volumen de las piezas a exportar, siendo estos 4 juegos de sala, 4 juegos de centros de entretenimiento y 2 juegos de marcos de espejos decorativos solicitados según requerimiento del estudio de diseño Alison Antrobus y Ruby Ramírez (Antrobus+Ramirez):

DETALLE DE LA MERCADERIA			
2DA ESTRATEGIA COMPETITIVA			
DIFERENCIACIÓN			
INCOTERM	DDP		
CONTENEDOR	20 pies		
TIPO DE MADERA	ROBLE		
PESO TOTAL	1.113		
VOLUMEN TOTAL	24.015		
BULTOS TOTAL	53		
1er contenedor			
Descripción producto	Cantidad bultos	Peso Kg	Volumen M3
Centro de entretenimiento	21	315	4,035
Juego de sala	12	292	16,68
Marco de espejo decorativo	20	506	3,3
TOTAL	53	1.113,00	24,015

CENTRO DE ENTRETENIMIENTO			
DETALLE DE LA CARGA	CANTIDAD	PESO KG	VOLUMEN M3
PANEL SUPERIOR	1	50	0,45
BASE	1	40	0,78
REPISAS	5	3	0,023
3			
21			
DETALLE DE BULTOS	CANTIDAD	PESO KG	VOLUMEN M3
PANEL SUPERIOR	3	150	1,35
BASE	3	120	2,34
REPISAS	15	45	0,345
TOTAL	21	315	4,035

MUEBLES DE BAR			
DETALLE DE LA CARGA	CANTIDAD	PESO KG	VOLUMEN M3
BARRA	1	28	0,59
ESTANTERIA	1	35	1,69
ESTANTERIA	1	20	0,088
VINERA	2	13	0,45
1			
5			
DETALLE DE BULTOS	CANTIDAD	PESO KG	VOLUMEN M3
BARRA	1	28	0,59
ESTANTERIA	1	35	1,69
COLAGADOR	1	20	0,088
VINERA	2	26	0,9
TOTAL	5	109	3,268

MARCOS DE ESPEJO DECORATIVO			
DETALLE DE LA CARGA	CANTIDAD	PESO KG	VOLUMEN M3
MARCO VENEZIA	2	25	0,14
MARCO GRECO	5	22	0,13
MARCO GRECO	3	31	0,24
2			
20			
DETALLE DE BULTOS	CANTIDAD	PESO KG	VOL. M3
MARCO VENEZIA	4	100	0,56

MARCO GRECO	10	220	1,3
MARCO ROMANO	6	186	1,44
TOTAL	20	506	3,3

MUEBLES DE RECIBIDOR				
CANTIDAD DE PRODUCTOS BULTOS	DETALLE DE LA CARGA	CANTIDAD	PESO KG	VOLUMEN M3
	CONSOLA	2	15	0,256
	MARCO TALLADO	0,098	0	0
	MARCO TALLADO	1,192	0	0
		2		
		14		
	DETALLE DE BULTOS	CANTIDAD	PESO KG	VOL. M3
	CONSOLA	4	60	1,024
	MARCO TALLADO	6	72	0,588
	PORTA FLOR	4	20	4,768
	TOTAL	14	152	6,38

Tabla 11 Detalle de distribución de bultos, 2da estrategia

Fuente: Departamento de ventas de empresa Cumanda Design, Elaborado por: Jácome D, Medina

A

La distribución dentro del contenedor de 20 pies de la estrategia # 2 por Diferenciación son: centro de entretenimiento, juego de sala, marco de espejo decorativo; los cuales tienen un peso total de 1.113, su número de bultos es 53 unidades y un volumen de 24.015 m³ que serán exportados cada tres meses según requerimiento del estudio de diseño que los adquiera.

En el presente estudio se analizó paso a paso la cadena logística mediante la recolección de cotizaciones de las diferentes empresas dedicadas a las gestiones logísticas por la que pasan los productos en el proceso de exportación. Al momento de observar las diferentes cotizaciones del medio se logró obtener la información necesaria para realizar el análisis correspondiente.

Para observar las 2 estrategias aplicadas durante el proceso investigativo, se tomó en cuenta el Incoterm actualmente usado en el país para las exportaciones (FOB), y el Incoterm DDP, con el cual se proyectó una visión nueva y fresca en el ámbito de las exportaciones que se realizan en el país.

Existiendo así algunas formas para comercializar los muebles en el mercado de Estados Unidos, conforme consta en el capítulo II de esta investigación, sin embargo la empresa Cumanda Design se ha planteado solamente dos métodos para comercializar su producto en el Estado de Florida – Estados Unidos, los cuales se detalla a continuación:

- 1. FOB – Free On Board.- Franco a bordo,** ya que la obligación del exportador Cumanda Design es hacerse cargo de la producción, armado, embalaje y la transportación del producto en el contenedor hasta que llegue a la borda del buque en el puerto de origen, es decir en el Puerto de Guayaquil-Ecuador, pagando y asumiendo todos los riesgos que incurren tanto en el transporte interno, verificación y despacho de exportación. Por lo que el comprador se haría cargo de todos los costos y riesgos que se incurran a partir del momento de la entrega en la borda del buque.
- 2. DDP - Delivered Duty Paid.- Entregada con derechos pagados,** la obligación como exportador será hasta que el contenedor llegue al puerto de destino Florida–Estados Unidos, pagando también todos los costos que se incurran en rubros como flete, así como se hace responsable de los riesgos que puedan suscitarse por pérdida o daños de la carga durante el transcurso de la exportación, hasta que sea entregado directamente al importador en el lugar pactado.

Siendo este método el que la empresa Cumanda Design decidió utilizar, puesto que se asemeja al servicio que está acostumbrado a brindar dentro del Ecuador, porque se encargaran de entregar e instalar el mueble en el lugar convenido con el cliente. La empresa deberá conquistar el mercado de Florida – Estados Unidos, ya que mientras mayor demanda

de sus productos, podrá optimizar los costos que incidan en la cadena logística de exportación.

A consecuencia de ello se realizó el costo de los gastos que se incurrirían en la exportación de ambas estrategias, con el fin de observar que la opción aplicada por Cumanda Design cuenta con lo necesario para competir en el extranjero y cumpliendo con el Incoterm planteado.

Tabla 12 Costo Exportación, 1era estrategia



COSTO DE EXPORTACIÓN

Estrategia N. 1 / Liderazgo en Costos

CLIENTE	Tienda de muebles DIGS		
PRODUCTO	Muebles de roble		
PUERTO ORIGEN	Guayaquil		
PUERTO DESTINO	Miami		
INCOTERM	FOB		
CONTENEDOR	40 pies		
FORMA DE PAGO	Carta de Crédito con cláusula roja		
DESCRIPCIÓN PRODUCTOS			
Descripción Producto	Cantidad juegos	P. Unitario	Total
Juego de sala (1 sofá triple, 1 sofá doble, 1 mesa de centro, 2 butacas)	8	\$2,300.00	\$18,400.00
Juego de comedor 8 sillas con tablero de madera	8	\$2,000.00	\$16,000.00
TOTAL FOB	16		\$34,400.00
COSTOS TRÁMITES ORIGEN			
Agrocalidad, Token, Certificado de origen		\$ 97.00	
Cert. Fumigación, verificadora		\$ 520.00	
		\$ 617.00	
COSTOS ORIGEN			
Embalaje y etiquetado		\$ 400.00	
Gastos locales Naviera		\$ 192.00	
		\$ 592.00	
TRANSPORTE INTERNO			
ESTIBA/EMBARQUE		\$ 130.00	
TRANSPORTE FÁBRICA - PUERTO		\$ 230.00	
		\$ 360.00	
MERCANCIA		\$ 34,400.00	
GASTOS LOCALES		\$ 1,569.00	
TOTAL IMPORTACION		\$ 35,969.00	
COSTO UNITARIO EXPORTACIÓN			\$2,248.06

Tabla 13 Costo Exportación, 2da estrategia



COSTO DE EXPORTACIÓN

Estrategia N. 2 / EXCLUSIVIDAD

CLIENTE	Estudio de diseño Antrobus+Ramirez		
PRODUCTO	Muebles de roble		
PUERTO ORIGEN	Guayaquil		
PUERTO DESTINO	Miami		
INCOTERM	DDP		
CONTENEDOR	20 pies		
FORMA DE PAGO	Carta de Crédito con cláusula roja		
DESCRIPCIÓN PRODUCTOS			
Descripción Producto	Cantidad juegos	P. Unitario	Total
JUEGOS DE SALA	4	\$ 10,500.00	\$ 42,000.00
JUEGOS DE ENTRETENIMIENTO	4	\$ 4,722.50	\$ 18,890.00
JUEGOS DE MARCO DECORATIVO	2	\$ 10,900.00	\$ 21,800.00
TOTAL FOB	10		\$ 82,690.00
COSTOS TRÁMITES ORIGEN			
Agrocalidad, Token, Certificado de origen		\$ 97.00	
Cert. Fumigación, verificadora		\$ 520.00	
			\$ 617.00
GASTOS ORIGEN			
Consolidadora incluye transporte		\$ 3,993.00	
Estiba/Embarque		\$ 230.00	
			\$ 3,993.00
GASTOS DESTINO			
Gastos De Nacionalización		\$ 400.00	
Bodegaje		\$ 400.00	
Transporte Puerto Miami - Cliente		\$ 500.00	
Estiba/Desembarque		\$ 200.00	
			\$ 1,500.00
MERCANCIA		\$ 82,690.00	
GASTOS LOCALES		\$ 6,110.00	
TOTAL IMPORTACION		\$ 88,800.00	
COSTO UNITARIO EXPORTACIÓN		\$ 8,880.00	

Las herramientas aplicadas para la deducción de las ventas, el efectivo mensual y la rentabilidad de la empresa durante el período determinado, son las siguientes:

- Presupuestos de ventas
- Presupuesto de efectivo (Cash flow)
- Estado de pérdidas y ganancias

4.3 Estrategia 1: Liderazgo en costos

Liderazgo en costo	
1era estrategia	
Fabricación	\$ 34,400.00
Costo de exportación	\$ 1,569.00
Subtotal	\$ 35,969.00

Fuente: Departamento Contable de empresa Cumanda Design

Elaborador por: Jácome D, Medina A

4.4 Estrategia 2: Exclusividad o diferenciación

Diferenciación	
2da estrategia	
Fabricación	\$ 88,800.00
Costo de exportación	\$ 6,110.00
Subtotal	\$ 94,910.00

Fuente: Departamento Contable de empresa Cumanda Design

Elaborador por: Jácome D, Medina A

4.5 Herramientas aplicadas

4.5.1 Presupuesto de Ingresos

La cantidad de ventas se mantiene estándar a lo largo de todo el año 2016, a excepción de los años 2017 y 2018 donde se espera tener un crecimiento en el volumen de las exportaciones de Cumanda Design en un 11.10% entre año y año.

1ERA ESTRATEGIA COMPETITIVA DE PORTER						
LIDERAZGO POR COSTOS						
PRESUPUESTO DE VENTAS						
POR CONTENEDOR DE 40 PIES - JUEGOS DE SALA						
INGRESOS	NÚMERO DE BULTOS POR JUEGO DE SALA	Ago-16	Nov-16	AÑO 2017	AÑO 2018	
JUEGOS DE SALA	5		8	32	32	
PRECIO UNITARIO POR JUEGO		\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,444.00	\$4,937.28	
SUBTOTAL		\$32,000.00	\$32,000.00	\$142,208.00	\$157,993.09	
TOTAL MENSUAL JUEGOS DE SALA		\$32,000.00	\$32,000.00	\$142,208.00	\$157,993.09	
INGRESOS	NÚMERO DE BULTOS POR JUEGO DE COMEDOR	Ago-16	Sept-16	AÑO 2017	AÑO 2018	
JUEGOS DE COMEDOR	11		8	32	32	
PRECIO UNITARIO POR JUEGO		\$3,500.00	\$3,500.00	\$3,888.50	\$4,320.12	
SUBTOTAL		\$28,000.00	\$28,000.00	\$124,432.00	\$138,243.95	
TOTAL MENSUAL JUEGOS DE COMEDOR		\$28,000.00	\$28,000.00	\$124,432.00	\$138,243.95	
TOTAL VENTAS EN EL MES / AÑO		\$60,000.00	\$60,000.00	\$266,640.00	\$296,237.04	

DETALLE	ÚLTIMO QUIMESTRE AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
RESUMEN VENTAS ANUALES JUEGOS DE SALA	\$64,000.00	\$142,208.00	\$157,993.09
RESUMEN VENTAS ANUALES JUEGOS DE COMEDOR	\$56,000.00	\$124,432.00	\$138,243.95
TOTAL	\$120,000.00	\$266,640.00	\$296,237.04

Fuente: Departamento Contable de empresa Cumanda Design

Elaborador por: Jácome D, Medina A

4.5.2 Flujo de efectivo

Este presupuesto de caja inicia en el mes de Agosto 2016 con un Circulante de \$ 30.000,00 para lo cual la recuperación de ventas será importante para estabilizar la carga de los costos y gastos. Dentro de los rubros más altos esta la Materia Prima, para el financiamiento de la misma los proveedores otorgan hasta 60 días para el pago, esto permite tener circulante para el resto de los costos y gastos. El pago de la mano de obra se la realiza semanalmente. Los costos de exportación son parte de la primera estrategia el cual consiste en la entrega de la obra incluido el transporte vía marítima. Los pagos del personal son mensuales. Los Gastos administrativos se realizan mensualmente. El saldo final de caja al por mes será de \$ 48.630,01. Consideramos que este saldo es significativo para la empresa teniendo un incremento anual del 11,10%.

1ERA ESTRATEGIA COMPETITIVA DE PORTER				
LIDERAZGO POR COSTOS				
PRESUPUESTO DE CAJA				
MODALIDAD: LIDERAZGO POR COSTO				
	Ago-16	Nov-16	AÑO 2017	AÑO 2018
INGRESOS OPERATIVOS				
Saldo Inicial Caja-Banco	\$30,000.00	\$48,630.01	\$120,000.00	\$193,361.83
Recuperación por ventas	\$60,000.00	\$60,000.00	\$266,640.00	\$296,237.04
SUBTOTAL INGRESOS	\$90,000.00	\$108,630.01	\$386,640.00	\$489,598.87
EGRESOS OPERATIVOS				
Compra de Materia Prima	\$20,000.00	\$20,000.00	\$89,952.00	\$95,319.07
Pago de Mano de Obra	\$8,301.07	\$8,301.07	\$34,864.50	\$36,607.73
Pago de Costos de Exportación	\$1,569.00	\$1,569.00	\$18,828.00	\$18,828.00
Pago de Gastos de Personal	\$4,999.92	\$4,999.92	\$20,999.66	\$22,049.65
Pago de Gastos Administrativos	\$6,500.00	\$6,500.00	\$28,634.00	\$29,493.02
SUBTOTAL EGRESOS	\$41,369.99	\$41,369.99	\$193,278.17	\$202,297.47
SALDO OPERATIVO	\$48,630.01	\$67,260.02	\$193,361.83	\$287,301.40
SALDO FINAL DE CAJA	\$48,630.01	\$67,260.02	\$193,361.83	\$287,301.40

Fuente: Departamento Contable de empresa Cumanda Design

Elaborador por: Jácome D, Medina A

4.5.3 Estado de pérdidas y ganancias

En el Estado de pérdidas y ganancias se denota que las ventas mensuales ascienden a \$ 60.000,00 y los costos de venta \$ 29.870,07, por lo tanto se está generando una utilidad bruta de \$ 30.129,93, estas cifras muestran un porcentaje de ingresos del 50% sobre el costo de elaboración de los juegos de sala y comedor. La utilidad del ejercicio es de \$ 15.799,09 obteniendo un margen de ganancia considerable sobre lo presupuestado. En los años 2017 y 2018 se considera obtener un incremento del 11,10% de utilidad más por cada año.

1ERA ESTRATEGIA COMPETITIVA DE PORTER				
LIDERAZGO POR COSTOS				
PRESUPUESTO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS				
	Ago-16	Nov-16	AÑO 2017	AÑO 2018
Ventas	\$60,000.00	\$60,000.00	\$266,640.00	\$296,237.04
Costo de venta	\$29,870.07	\$29,870.07	\$119,480.29	\$131,789.14
G.B.V.	\$30,129.93	\$30,129.93	\$147,159.71	\$164,447.90
Gastos del Personal	-\$4,999.92	-\$4,999.92	-\$20,999.66	-\$22,049.65
Gastos Administrativos	-\$6,500.00	-\$6,500.00	-\$28,634.00	-\$29,493.02
UTILIDAD OPERATIVA	\$18,630.01	\$18,630.01	\$97,526.05	\$112,905.23
Otros Ingresos	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Gastos financieros	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$18,630.01	\$18,630.01	\$97,526.05	\$112,905.23
Participación de Utilidades	\$2,794.50	\$2,794.50	\$14,628.91	\$16,935.79
Impuestos del Año	\$36.42	\$36.42	\$190.66	\$220.73
UTILIDAD NETA	\$15,799.09	\$15,799.09	\$82,706.48	\$95,748.72

Fuente: Departamento Contable de empresa Cumanda Design

Elaborador por: Jácome D, Medina A

4.5.4 Presupuesto de ingresos por exclusividad DDP

La cantidad de ventas se mantiene estándar a lo largo de todo el año 2016, a excepción de los años 2017 y 2018 donde se espera tener un crecimiento en el volumen de las exportaciones de Cumanda Design en un 11.10% entre por cada año.

2da ESTRATEGIA COMPETITIVA DE PORTER						
Exclusividad						
PRESUPUESTO DE VENTAS						
POR CONTENEDOR DE 40 PIES - JUEGOS DE SALA						
INGRESOS	NÚMERO DE BULTOS POR JUEGO DE SALA	Jul-16	Nov-16	AÑO 2017	AÑO 2018	
JUEGOS DE SALA		4	4	12	12	
PRECIO UNITARIO POR JUEGO		\$11,000.00	\$11,000.00	\$12,221.00	\$13,577.53	
SUBTOTAL		\$44,000.00	\$44,000.00	\$146,652.00	\$162,930.37	
TOTAL MENSUAL JUEGOS DE SALA		\$44,000.00	\$44,000.00	\$146,652.00	\$162,930.37	
INGRESOS	NÚMERO DE BULTOS POR JUEGO DE ENTRETENIMIENTO	Jul-16	Nov-16	AÑO 2017	AÑO 2018	
JUEGOS DE ENTRETENIMIENTO		4	4	12	12	
PRECIO UNITARIO POR JUEGO		\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,555.00	\$6,171.61	
SUBTOTAL		\$20,000.00	\$20,000.00	\$66,660.00	\$74,059.26	
TOTAL MENSUAL JUEGOS DE ENTRETENIMIENTO		\$20,000.00	\$20,000.00	\$66,660.00	\$74,059.26	
INGRESOS	NÚMERO DE BULTOS POR MARCO	Jul-16	Nov-16	AÑO 2017	AÑO 2018	
JUEGOS DE MARCO DECORATIVO		2	2	6	6	
PRECIO UNITARIO POR JUEGO		\$12,400.00	\$12,400.00	\$13,776.40	\$15,305.58	
SUBTOTAL		\$24,800.00	\$24,800.00	\$82,658.40	\$91,833.48	
TOTAL MENSUAL JUEGOS DE MARCO DECORATIVO		\$24,800.00	\$24,800.00	\$82,658.40	\$91,833.48	
TOTAL VENTAS EN EL MES / AÑO		\$88,800.00	\$88,800.00	\$295,970.40	\$328,823.11	

DETALLE	ULTIMO QUIMESTRE AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
RESUMEN VENTAS ANUALES JUEGOS DE SALA	\$88,000.00	\$146,652.00	\$162,930.37
RESUMEN VENTAS ANUALES JUEGOS DE COMEDOR	\$40,000.00	\$66,660.00	\$74,059.26
RESUMEN VENTAS ANUALES JUEGOS DE MARCOS DECORATIVOS	\$177,600.00	\$82,658.40	\$91,833.48
TOTAL	\$128,000.00	\$213,312.00	\$236,989.63

Fuente: Departamento Contable de empresa Cumanda Design
Elaborador por: Jácome D, Medina A

4.5.5 Flujo de efectivo

El presupuesto de Flujo de Caja inicia en el mes de Julio 2016 con un circulante de \$ 30.000,00 para lo cual la recuperación de ventas será importante para estabilizar la carga de los costos y gastos. Dentro de los rubros más altos están los costos de exportación, son parte de la segunda estrategia el cual consiste en la entrega de la obra en el domicilio del cliente incluida la instalación de la misma, En el costo de materia prima los proveedores otorgan hasta 60 días para el pago, esto permite tener circulante para el resto de los costos y gastos. El pago de la mano de obra se la realiza semanalmente. Los pagos del personal son mensuales. Los Gastos administrativos se realizan mensualmente. El saldo final de caja en el mes de Julio será de \$ 88.901,66, en el mes de Noviembre \$ 146.824,32, observando una tendencia al alta, se considera que este saldo es significativo para la empresa teniendo un incremento anual del 11,10%. Comparando con la primera estrategia esta resulta más conveniente en niveles de ingreso de circulante..

2da ESTRATEGIA COMPETITIVA DE PORTER				
Exclusividad				
PRESUPUESTO DE VENTAS				
	Jul-16	Nov-16	AÑO 2017	AÑO 2018
INGRESOS OPERATIVOS				
Saldo Inicial Caja-Banco	\$30,000.00	\$87,922.66	\$145,845.32	\$347,601.22
Recuperación por ventas	\$88,800.00	\$88,800.00	\$295,970.40	\$328,823.11
SUBTOTAL INGRESOS	\$118,800.00	\$176,722.66	\$441,815.72	\$676,424.33
EGRESOS OPERATIVOS				
Compra de Materia Prima	\$5,200.00	\$5,200.00	\$16,399.20	\$17,287.11
Pago de Mano de Obra	\$5,288.42	\$5,288.42	\$15,901.54	\$16,696.61
Pago de Costos de Exportación	\$6,110.00	\$6,110.00	\$20,364.63	\$20,364.63
Pago de Gastos de Personal	\$4,999.92	\$4,999.92	\$14,999.76	\$14,999.76
Pago de Gastos Administrativos	\$8,300.00	\$8,300.00	\$25,647.00	\$26,416.41
SUBTOTAL EGRESOS	\$29,898.34	\$29,898.34	\$93,312.13	\$95,764.52
SALDO OPERATIVO	\$88,901.66	\$146,824.32	\$348,503.59	\$580,659.81
SALDO FINAL DE CAJA	\$88,901.66	\$146,824.32	\$348,503.59	\$580,659.81

Fuente: Departamento Contable de empresa Cumanda Design

Elaborador por: Jácome D, Medina A

4.5.6 Estado de pérdidas y ganancias

En el Estado de pérdidas y ganancias se observó que las ventas mensuales ascienden a \$ 88.800,00, los costos de ventas \$ 17.577,42 y se genera una utilidad bruta de \$ 71.222,58. La utilidad del ejercicio es de \$ 49.121,02 obteniendo un margen de ganancia considerable sobre lo presupuestado. En los años 2017 y 2018 se considera obtener un incremento del 11,10% de utilidad por cada año. En comparación con la primera estrategia se puede determinar que los costos de venta son menores teniendo en consideración que los muebles elaborados son en menor cantidad, esto incurre menos costos y gastos pero mayores ingresos y utilidad.

2da ESTRATEGIA COMPETITIVA DE PORTER			
Exclusividad			
PRESUPUESTO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS			
	Nov-16	AÑO 2017	AÑO 2018
Ventas	\$88,800.00	\$295,970.40	\$328,823.11
Costo de venta	\$17,577.42	\$55,928.37	\$68,109.91
G.B.V.	\$71,222.58	\$240,042.03	\$260,713.20
Gastos del Personal	-\$4,999.92	-\$15,749.75	-\$16,537.24
Gastos Administrativos	-\$8,300.00	-\$25,647.00	-\$26,416.41
UTILIDAD OPERATIVA	\$57,922.66	\$198,645.28	\$217,759.56
Otros Ingresos	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Gastos financieros	\$0.00	\$0.00	\$0.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$57,922.66	\$198,645.28	\$217,759.56
Participación de Utilidades	\$8,688.40	\$29,796.79	\$32,663.93
Impuestos del Año	\$113.24	\$388.35	\$425.72
UTILIDAD NETA	\$49,121.02	\$168,460.14	\$184,669.90

Fuente: Departamento Contable de empresa Cumanda Design

Elaborador por: Jácome D, Medina A

Dentro de cada estrategia surgieron varios factores como:

La primera estrategia, común para exportar es haciendo uso del Incoterm FOB, que permite que las operaciones logísticas sean accesibles, porque son pocos los agentes que ejercen función dentro de la misma, posibilitando de esta manera la efectividad de la cadena de distribución dentro de los tiempos y costos determinados para la exportación, pero el aspecto negativo es la utilización de más mano de obra y mayor cantidad de materia prima en su elaboración.

La diferencia del otro término de negociación bajo la segunda estrategia competitiva es la posibilidad de satisfacer las preferencias de los clientes, permitiendo la innovación en el campo artesanal al exportar muebles de madera de roble con diseños exclusivos y cumpliendo con las normas de calidad exigidas por el país de destino; el valor agregado para la venta de los productos es el manejo y la instalación de los muebles según la necesidad del cliente, siendo esto parte del acuerdo con el diseñador en Florida.

Considerando también que se manejó más agentes por tener una parte de logística en el lugar de destino, esta estrategia no dejó de ser rentable para la empresa, puesto que al trabajar con el diseñador en Florida, estos tienen un costo mayor a los que se venden en el otro término de negociación y dentro del precio de venta de los productos, los costos de elaboración, logística en origen, costos de exportación, logística en destino e instalación de ser el caso, están dentro del mismo.

La situación económica en la que se encuentra actualmente el Ecuador, con el incremento de los precios de la materia prima (madera), ha ocasionado que la empresa se vea obligada a incrementar los precios de los muebles, generando así la competitividad en el mercado artesanal, donde se ofrecen productos de similares características a menor precio, pero que no ofrecen el mismo estándar de calidad de los muebles que brinda la empresa Cumanda Design, y ha hecho que se busque otros mercados para vender su producto.

Cumanda Design ha decidido ampliar su visión y para ello se ha procedido a investigar otros mercados, lo que le ha permitido considerar interesante al mercado de

Florida por que reúne entre otras características que son: numerosa población (que son más de cinco millones), por leyes claras al referirse a negocios y como el mejor mercado mobiliario con una alta tendencia en el consumo y muchas oportunidades para los muebles artesanales de madera, y a la vez reconociendo que Estados Unidos es uno de los principales países importadores a nivel mundial de muebles, lo que lo convierte en un mercado prioritario y muy atractivo para el empresario.

Es así que la finalidad de la empresa ha sido evitar gastos innecesarios, para generar mayores utilidades, por lo que Cumanda Design, antes de promocionar su producto (muebles finos de madera), hacia el exterior, realizó un estudio minucioso, en el que se pudo apreciar: que el mercado escogido por la empresa es rentable y generaría utilidad y también deben instruirse y actualizarse en todo lo referente a trámites necesarios para la exportación de productos, tanto en el Ecuador, como en el país de destino Florida-Estados Unidos, para con la finalidad de operar directamente y sin intermediarios el proceso de exportación, conforme consta en capítulo II.

El desarrollo de este proyecto no solo generará beneficios económicos a la empresa Cumanda Design por su iniciativa de promover la exportación de sus productos, sino que también contribuirá con el desarrollo de la economía del país, generando más fuentes de empleo a hombres y mujeres. Además motivará a demás empresarios nacionales e internacionales a realizar inversión en este sector productivo con la visión de exportar este tipo de productos no tradicionales, con los cuales el país puede ser más competitivo.

Debiendo tener en cuenta que se dejaría a un lado la costumbre que ha adoptado el país de limitarse a exportar solamente materia prima (madera), para dar a conocer el producto nacional como un producto terminado hecho por manos artesanales ecuatorianas, convirtiéndose Cumanda Design en pionera para que otras empresas tomen también la iniciativa de salir al exterior a ofrecer sus productos artesanales, y generar utilidades.

4.6 Análisis comparativo de los resultados obtenidos en el estudio de mercado local y mercado destino.

Luego de identificar las características particulares de los mercados y del conocimiento de sus oportunidades y amenazas se puede realizar un análisis comparando que los clientes a nivel nacional se encuentran en las posibilidades de adquirir mobiliario a precios similares a los que se plantean en la primera estrategia por liderazgo en costos es decir por volumen, por lo regular un juego de sala dentro del mercado local vendido por Cumanda Design oscila entre \$3.000.00 a \$3600 siendo este un producto exhibido en vitrina, sin asumir gastos de embalaje o corretaje por lo que el precio determinado para un distribuidor en el exterior es mayor pero no en mayor porcentaje. *(Véase anexo #18)*

Según lo revisado vía online con el distribuidor sus precios fluctúan entre \$1.000.00 a \$5.000.00 por un solo mueble es decir que la empresa es competitiva en la mayoría de sus productos. *(Véase anexo #17)*

En cuanto a la segunda estrategia por diferenciación o exclusividad la cual como se explicó anteriormente consiste en diseños personalizados según la necesidad del cliente, esta figura también es realizada dentro del mercado local con éxito ya que existen clientes que requieren diseños combinados o exclusivos según sus preferencias. *(Véase anexo #19)*

Es decir que si en el mercado local es posible la adquisición de un producto de alta calidad, exclusivo y a un precio diferente por el valor agregado de ser personalizado y a dimensiones diseñadas para él usuario. En el Estado de Florida con el diseñador que se cotizo un producto y servicio similar se observó que los precios son realmente altos en comparación a los que la empresa podría ofrecer manteniendo de igual forma una cantidad favorable de margen dentro de la venta de estos artículos. *(Véase anexo #18)*

CONCLUSIONES

“Sólo hay un bien: el conocimiento.

Sólo hay un mal: la ignorancia” (Sócrates, 2012)

Como resultado del estudio realizado, se concluye que la exportación de muebles de madera artesanal fabricados por la empresa Cumanda Design, hacia la ciudad de Miami en los Estados Unidos bajo la estrategia de exclusividad, es viable puesto que:

- Cumanda Design es una empresa ecuatoriana, que se dedica a la elaboración de muebles de madera, con mano de obra artesanal y materia prima nacional, con trabajo constante para ofrecer una amplia gama de productos que resaltan la elegancia y el buen gusto en la fabricación de diseños innovadores, exclusivos confortables y durables en el mobiliario para el hogar.

- Cumanda Design, cuenta con las ventajas de tener costos de mano de obra competitiva en relación al de los Estados Unidos y materia prima 100% accesible en el mercado ecuatoriano para la producción

- El estudio de mercado determinó la existencia de un mercado potencial del sector mobiliario estadounidense con alta tendencia de consumo y con muchas oportunidades para los muebles de madera ecuatorianos. Estados Unidos al ser uno de los primeros países importadores a nivel mundial de muebles, le convierte en uno de uno de los mercados prioritarios para las exportaciones ecuatorianas.

- El estudio interno de la empresa Cumanda Design denotó que no cuentan con una planificación elaborada para el proceso de exportación, y tampoco cuenta con un esquema determinado en lo referente a contratos que incluyan las estipulaciones indispensables para negociar con el comprador al momento de la firma del mismo, ya que no existe experiencias previas de estas actividades.

- También se ha mostrado que la ausencia de un departamento de exportación y la falta de personal especializado en el área, genera retrocesos en la visión de crecimiento e internacionalización que tiene la empresa, por lo que hace necesario formar un equipo de trabajo que conozca todas las facetas de este proceso para poder lograr un desarrollo eficaz y eficiente.

- Cumanda Design cuenta con un producto que cumple con todos los parámetros de calidad internacional, capaz de competir en el mercado extranjero y así alcanzar las metas propuestas, pero eso no es lo único necesario, ya que cada etapa cumple un rol importante en este arduo trabajo de internacionalización.

Si bien es cierto uno de los principales puntos enfocados en el presente trabajo es el análisis comparativo de las estrategias comerciales, Cumanda Design debe manejar todas las operaciones comerciales con el extranjero, bajo los parámetros de la segunda estrategia competitiva: “Diferenciación”, ya que en base al enfoque que desean dar lo representantes de la empresa, no es solo vender muebles de buena calidad, sino la innovación y el ingreso a un mercado extranjero con una identidad propia bien definida, otorgando un valor agregado como exportadores de un producto terminado hecho en Ecuador, estableciendo una marca y generando prestigio tanto para la empresa como para el país de origen, y así dejar de lado la imagen de ser un país solamente proveedor de materia prima.

- Con los análisis financieros comparativos se demuestra lo antes planteado ya que por rentabilidad y utilidad es más conveniente la aplicación de la segunda estrategia

- Este análisis por otro lado, si se llega a considerar la utilización del mismo para el desarrollo de una propuesta de inversión productiva, su importancia será cada vez más fuerte ya que abrirá nuevas plazas de trabajo y contribuirá con el desarrollo de la economía del país.

RECOMENDACIONES

- Establecer un cronograma de exportación en base a la demanda que existe actualmente, para lo cual se firma un contrato con los plazos y términos que sean manejables y atractivos tanto para el importador como para la empresa productora-exportadora.
- Aperturar un departamento de exportación dentro de la empresa donde, se contrata directamente materiales de embalaje industrial, la elaboración de etiquetas, los procesos de certificaciones, además de firmar contrato para servicios con la verificadora de cargas, el transporte interno, en definidos casos el transporte marítimo y a su vez el despacho aduanero de exportación.
- Como prioridad es la elaboración de procedimientos, para la correcta implementación del departamento de exportación y la constante capacitación para la realización eficaz.
- En el caso de establecer una marca e imagen en un país extranjero, controlar cuidadosamente el proceso de embalaje y logístico de cada exportación porque el valor agregado dependerá mucho del estado en el que llegue la mercadería.
- Otorgar confianza al importador, cumpliendo los plazos establecidos en el contrato, vigilando cada actualización de leyes tanto de exportación como de importación para mantener un constante crecimiento de la empresa.
- Seguir participando en los programas de ayuda, que existen en el país, para formar parte de ferias internacionales y seguir abriendo nichos en mercados extranjeros.

BIBLIOGRAFÍA

- Alecoy, T. (2011). *Las culturas exitosas forjan prosperidad económica desde la concepción del individuo*. Santiago de Chile: Tirso José Alecoy.
- AMERICAN PEST CONTROL COMPANY, S. (s.f.). *AMERICAN PEST CONTROL COMPANY, S.A.* .
Obtenido de AMERICAN PEST CONTROL COMPANY, S.A. :
<http://www.americanpest.com/la-empresa.html>
- Asamblea Nacional. (2010). *COPCI*. Quito: Editora Nacional.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Editora Nacional.
- Barbazán, C., & Sendra, J. (2012). *Apoyo domiciliario y alimentación familiar: El asistente como eje central en la gestión y mantenimiento del hogar del dependiente*. Vigo: Ideaspropias Editorial.
- Barberis, P. A. (2012). Comprendiendo la Cadena Logística de Exportación. *Negocios Globales Logística Transporte Distribución*, 15.
- Barradas, M. (2014). *Seguimiento de Egresados: Una excelente estrategia para garantizar una educación de calidad*. Bloomington: Palibrio.
- Bastos, A. (2010). *Implantación de Productos y servicios*. Madrid: Ideaspropias.
- Bohigues, I. (2014). *Ámbito sociolingüístico* . Madrid: Paraninfo.
- Border, P. C. (05 de mayo de 2016). *www.cbp.gov*. Obtenido de www.cbp.gov: www.cbp.gov
- Borunda, R., Cepeda, J., Salas, F., & Medrano, V. (2013). *Desarrollo y Competitividad de los Sectores Económicos en México*. México, D.F.: Centro de Investigaciones Sociales.
- Centre, I. T. (15 de abril de 2016). *Trade Map*. Obtenido de www.trademap.com
- Christensen, C. (2014). *Guía del Innovador para crecer: Cómo aplicar la innovación disruptiva*. Madrid: Grupo Planeta Spain.
- Congreso Nacional. (2004). *Ley Forestal y de Conservación de Áreas naturales y vida silvestre*. Quito: Editora Nacional.
- Cruelles, J. (2012). *Productividad e Incentivos: Cómo hacer que los tiempos de fabricación se cumplan*. Barcelona: Marcombo.

Cruz, L., & Cruz, V. (17 de Abril de 2010). *Repositorio Escuela Politécnica Nacional*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Repositorio Escuela Politécnica Nacional: <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCEQFjABahUKEwjvOy4IPIAhWFF5AKHUAyBFA&url=http%3A%2F%2Fbibdigital.epn.edu.ec%2Fbitstream%2F15000%2F388%2F1%2FCD-0795.pdf&usg=AFQjCNHr5JlvEUFu2GkrhscjBJ-tStFQQA&sig2=a>

Cueva, C. (2012). Balanza Comercial. *Comercio Exterior*, 10.

Definición ABC. (18 de Octubre de 2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/mueble.php>

Definición.de. (s.f.). *Definición.de*. Obtenido de Definición.de: <http://definicion.de/minimalismo/>

Díaz, P. (2015). Los factores que hacen de Miami un seductor centro de negocios para los empresarios de A. Latina. *Revista América Economía*, 40-43.

Díaz-Leal, E. R. (2000). *Gerencia de Tráfico y Aduanas*.

El Telégrafo. (26 de Mayo de 2012). \$180 millones venden al año los artesanos de muebles. *El Telégrafo*, pág. 9.

Epperson, J. (11 de Noviembre de 2015). *Design Today*. Obtenido de Muebles hoy : <http://www.furnituretoday.com/>

Fernández, R. (2010). *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa*. Alicante: ECU.

Fernández, R. (2010). *La productividad y el riesgo psicosocial o derivado de la organización del trabajo*. Alicante : ECU.

Fernández, R. (2011). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. Alicante: Editorial Club Universitario.

Gan, F., & Gaspar, B. (2007). *Manual de Recursos Humanos: 10 programas para la gestión y el desarrollo del Factor Humano en las organizaciones actuales*. Barcelona: Editorial UOC .

Google Maps. (8 de Abril de 2015). *Google*. Obtenido de Google: <https://maps.google.com.ec>

GREENGUARD, C. (11 de mayo de 2016). *GREENGUARD de UL Environment*. Obtenido de GREENGUARD de UL Environment: <http://greenguard.org/en/index.aspx>

Griffin, R. (2011). *Administración*. Boston: Cengage Learning.

Guerrero, R. (2014). *Técnicas elementales de servicio*. Madrid: Paraninfo.

- Haden, J. (2008). *El diccionario completo de términos de bienes raíces explicados en forma simple: lo que los inversores inteligentes necesitan saber*. Florida: Atlantic Publishing Group .
- Iglesias, M. (2011). *Elaboración de soluciones constructivas y preparación de muebles*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.
- INEC. (12 de Diciembre de 2011). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico: http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&
- INEC. (28 de Julio de 2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Ecuador en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf
- Iso. (11 de mayo de 2015). *Iso 9001*. Obtenido de Iso9001: <http://www.iso.org/iso/home.htm>
- Joachimsthaler, E. (2008). *Ver lo evidente: Cómo definir y ejecutar la futura estrategia de crecimiento en su empresa*. Barcelona: Ediciones Deusto .
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Macroeconomía: Introducción a la economía; Versión española traducida por Gotzone Pérez Apilanez; revisada por José Ramón de Espínola*. Barcelona: Reverté.
- Leal, E. D. (s.f.). *Introducción a la Logística Internacional*.
- Leiceaga, C., Carrillo, F., & Hernández, Á. (2012). *Economía 1º Bachillerato*. San Sebastián: Editorial Donostiarra.
- Llamas, C. (2009). *MARKETING Y GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA*. Madrid: Liber Factory .
- Longenecker, J., Petty, W., Palich, L., & Hoy, F. (2012). *Administración de Pequeñas Empresas: Lanzamiento y Crecimiento de iniciativas de emprendimiento*. México, D.F.: Cengage Learning.
- Lopez, J. (2013). *+Productividad*. Bloomington: Palibrio.
- LORENZO, W. D. (16 de FEBRERO de 2016). *CONTADOR DE CUMANDA DESIGN*. (L. AUTORAS, Entrevistador)
- Macías, G., & Parada, L. (2013). *Mujeres, su participación económica en la sociedad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Macro, D. (s.f.). *Datos Macro*. Obtenido de <http://www.datosmacro.com/>

- MAGAP. (15 de mayo de 2016). *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/el-ministerio/>
- Maldonado, Á. (01 de 01 de 2012). *Webpicking*. Obtenido de [webpicking.com: http://www.webpicking.com/](http://www.webpicking.com/)
- Martínez, I. (2005). *La comunicación en el punto de venta: estrategias de comunicación en el comercio real y online*. Madrid: Esic .
- Merino, E. (2014). El Cambio de la Matriz Productiva. *Buen Viaje*, 10.
- Miami. (20 de abril de 2016). *Miami* . Obtenido de <http://miamidade.gov/>
- Miami Diario*. (s.f.). Obtenido de <http://www.miamidiario.com/>
- Miranda, A., Zambrano, M., & Yaguana, J. (26 de Julio de 2009). *Dspace Espol*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Dspace Espol: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10675/1/D-39734.pdf>
- Montero, C. (2005). *Estrategias Para Facilitar la Inserción Laboral a Personas Con Discapacidad*. San José: EUNED.
- Mora, J. (Jorge Mora). *Los libros, aporte bibliográfico, las bellas artes e investigaciones históricas*. Nariño: Pasto.
- Morales, R. (2013). *MF1330_1: Limpieza doméstica*. Málaga: INNOVA.
- Mudanzas. (23 de abril de 2016). *integral de mudanzas*. Obtenido de <http://www.integraldemudanzas.com/>
- Nutsch, W. (2000). *Tecnología de la madera y del mueble*. Barcelona: Reverté.
- OCDE. (2014). *Colombia: La implementación del buen gobierno*. Paris: OECD Publishing.
- OIT. (2008). *Calificaciones para la mejora de la productividad el crecimiento del empleo y el desarrollo*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo .
- Olavarria, M. (2005). *Pobreza, crecimiento económico y políticas sociales*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- OMC. (2007). *INFORME SOBRE EL COMERCIO MUNDIAL 2007*. Estados Unidos: OMC.
- Ortiz, N. (28 de abril de 2016). *canales de Distribucion*. Obtenido de slideshare.net
- Pavón, A. R. (1996). *Prácticamente CÓMO EXPORTAR* . MEXICO: PLAZA Y VALDEZ S.A.
- Peña Veras, L. (2013). Comercio Internacional. *Economía*, 3.

- Peralta, N. (24 de Septiembre de 2010). *Repositorio Universidad Andina Simón Bolívar*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Repositorio Universidad Andina Simón Bolívar: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2695/1/T0878-MT-Peralta-Industria%20maderera.pdf>
- Perdigones, J. (2011). *MF0996_1: Limpieza del mobiliario interior*. Málaga: INNOVA.
- Perdomo, O. (2012). *¡Abre tu negocio... y vivirás en abundancia!* Bloomington: Palibrio.
- ProEcuador. (15 de mayo de 2016). *proecuador* . Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/>
- Promonegocio*. (18 de octubre de 2015). Obtenido de [/www.promonegocios.net/distribucion/definicio](http://www.promonegocios.net/distribucion/definicio)
- Protection, U. C. (05 de MAYO de 2016). *www.cbp.gov*. Obtenido de [www.cbp.gov](http://www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pdf): <https://www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pdf>
- Puig-Durán, J. (2011). *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración*. Madrid: Diaz de Santos.
- Quimbiulco, C. (3 de Marzo de 2012). *Dspace Universidad Central del Ecuador*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Dspace Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/903/1/T-UCE-0003-51.pdf>
- Raquel Gonzales Blanco . (2011). Diferentes teorías del Comercio Internacional . *Informacion Comercial Española. Revista de Economía ICE*, 103 - 114.
- Repullo, J. (2006). *Sistemas y servicios sanitarios: Manuales de Dirección Médica y Gestión Clínica*. Madrid: Ediciones Días de Santos.
- Risco, L. (2013). *Economía de la empresa: Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años*. Bloomington: Palibrio.
- Rodríguez, R. (2014). *Técnicas de tapizado de mobiliario: TCPF0209. Operaciones auxiliares de tapizado de mobiliario y mural* . Madrid: IC Editorial .
- Rodríguez, V. M. (2012). Factores que influyen en la percepción de la calidad de los usuarios externos de la Clínica de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. *Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, 56.

- Ruano, C., & Sánchez, M. (2014). *UF0083: Diseño de Productos y servicios turísticos locales*. Málaga: IC Editorial.
- Russo, O. F. (2013). *Cartas de Credito y otros Medios de Pago en Comercio Internacional*. Caracas: Editores Milenium.
- Sampieri, R. H. (5Ta edición). *Metodología de la Investigacion*. Buenos Aires: The McGraw-Hil Interamericana Editores.
- Sawyer, W. (2011). *International Economics*. Estados Unidos : Pearson .
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*. Quito : SENPLADES .
- Senae. (18 de abril de 2016). *Senae*. Obtenido de www.aduana.gob.ec
- Sescovich, S. (2009). *La gestión de personas: un instrumento para humanizar el trabajo*. Madrid: Libros en Red.
- Sócrates. (10 de octubre de 2012). *Enrique Morosini*. Obtenido de Direccion de Investigacion: enriquemorosini.com
- Soto, E., Valenzuela, P., & Vergara, H. (2003). *Evaluación del impacto de la capacitación en la productividad*. Santiago de Chile : FUNDES.
- Sullivan, D. R. (2014). *Negocios Internacionales Ambientes y Operaciones*. Estados Unidos : Pearson.
- Trade Map*. (26 de Junio de 2015). Obtenido de <http://chiaparaelmundo.blogspot.com/2014/06/paises-que-exportariamos.html>
- Valle, A. (1991). *Productividad: Las visiones neoclásica y marxista*. México, D.F. : UNAM.
- Vives, A. (2011). La responsabilidad social de la empresa en América Latina. *Gestión empresarial*, 7.
- WordReference.com. (s.f.). *WordReference.com*. Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/entrep%C3%B1>
- Zák, K. (21 de 11 de 2014). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/consiste-cambio-matriz-productiva-ecuador.html-0>

ANEXOS

Anexo #1.- Certificación artesanal


JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO

RECALIFICACIÓN TALLER ARTESANAL
Nro. 6068

132980
PERSONAL E
INTRANSFERIBLE

La Junta Nacional de Defensa del Artesano, vista la solicitud de Calificación Nro. 44784 presentada el 11/JUL/2014 previo el estudio e informe de la Unidad de Inspección y Calificación de Talleres Artesanales de la Dirección Técnica, y de conformidad al Art. 5 del Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo vigente.

RESUELVE

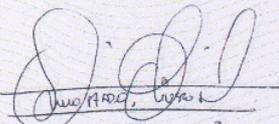
Conceder el CERTIFICADO DE RECALIFICACIÓN ARTESANAL, con derecho a los beneficios contemplados en el inciso final del Art. 2, Arts. 16, 17, 18 y 19 de la Ley de Defensa del Artesano, en concordancia con el Art. 302 del Código de Trabajo, Art. 550 de la COOTAD; Arts. 19 y 56, numeral 19 de la Ley de Régimen Tributario Interno y Art. 171 de su Reglamento, a:

VASQUEZ MOCHA DEYSI CUMANDA
CC# 0702220401

RAMA ARTESANAL:	EBANISTERIA
RAZÓN SOCIAL:	GALERIA CUMANDA
DIRECCIÓN TALLER:	COOP. JULIO CART. MZ.2 SL.7 KM.8.5 VIA DAU. (GUAYAQUIL)
DIRECCIÓN LOCAL COMERCIAL:	VICTOR EMILIO E. 910 E/ HIGUERAS E ILANES
CAPITAL INVERTIDO \$:	\$24,522.00
FECHA DE TITULACIÓN:	10/ABRIL/2010 (GUAYAQUIL)
FECHA DE EXPEDICIÓN:	11/JULIO/2014
FECHA DE CADUCIDAD:	11/JULIO/2017

DIOS, PATRIA Y LIBERTAD
POR LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO
REGISTRADO:


Lic. Luis Quishpi Vélez
PRESIDENTE DE LA JNDA


Sr. Rolando Oliveros
SECRETARIO GENERAL (E)




Sr. Lenin Barba Galarza
DIRECTOR TÉCNICO NACIONAL (E)

JNDA JNDA JNDA JNDA JNDA JNDA

Anexo #2.- La empresa en redes sociales



Anexo #3.- Estado de situación inicial

CUMANDÁ DESING					
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA					
Expresado en Dólares al 31 de Diciembre del 2015					
Activos					
Activos no corrientes					
Propiedad, Planta y equipo					
Edificaciones				\$ 120.000,00	
Taller 800 m2		\$ 120.000,00			
Vehículos				\$ 107.000,00	
Camión		\$ 25.000,00			
Camioneta		\$ 52.000,00			
Campero		\$ 30.000,00			
Mobiliarios y equipos				\$ 75.000,00	
Muebles y enseres		\$ 15.000,00			
Maquinarias		\$ 60.000,00			
Equipos de computación e Informática				\$ 1.000,00	
Equipos de cómputo		\$ 1.000,00			
Depreciación acumulada				-\$ 55.860,00	
Depreciación acumulada Vehículos		\$ 28.260,00			
Depreciación acumulada Mobiliarios y equipos		\$ 27.000,00			
Depreciación acumulada Equipos de Cómputo		\$ 600,00			
Total Activos No Corrientes					\$ 247.140,00
Activos corrientes					
Existencias					
Inventario de materias primas		\$ 60.000,00		\$ 60.000,00	
Inventario de productos terminados				\$ 110.000,00	
Salas		\$ 60.000,00			
Comedores		\$ 30.000,00			
Otros Muebles		\$ 20.000,00			
Exigible a corto plazo				\$ 20.000,00	
Cuentas por cobrar comerciales y otras		\$ 20.000,00			
Disponible				\$ 30.000,00	
Caja		\$ 30.000,00			
Total Activos Corrientes					\$ 220.000,00
Total Activos					\$ 467.140,00
Patrimonio y pasivos					
Patrimonio					
Capital		\$ 452.140,00			
Total Patrimonio			\$ 452.140,00	\$ 452.140,00	\$ 452.140,00
Pasivos					
Pasivos corrientes					
Cuentas por pagar proveedores		\$ 15.000,00			
Total Pasivos Corrientes			\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	
Total Pasivos					\$ 15.000,00
Total Pasivos y Patrimonio					\$ 467.140,00

Anexo #4.- Documentación empresa

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES		PERSONAS NATURALES	
NUMERO RUC:	0702220401001		
APELLIDOS Y NOMBRES:	VASQUEZ MOCHA DEYSI CUMANDA		
NOMBRE COMERCIAL:			
CLASE CONTRIBUYENTE:	OTROS	OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:	NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL:	JUNTA NACIONAL DEL ARTESANO	NUMERO:	6068
FEC. NACIMIENTO:	21/08/1968	FEC. ACTUALIZACION:	13/03/2014
FEC. INICIO ACTIVIDADES:	04/05/2006	FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:	
FEC. INSCRIPCIÓN:	04/05/2006	FEC. REINICIO ACTIVIDADES:	
ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:			
SERVICIOS DE DECORACION DE MUEBLES			
DOMICILIO TRIBUTARIO:			
Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: TARQUI Calle: VICTOR EMILIO ESTRADA Número: 910 Intersección: HIGUERAS - ILANES Referencia: JUNTO A PIZZA EL HORNERO Teléfono: 042382652			
DOMICILIO ESPECIAL:			
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:			
* DECLARACIÓN SEMESTRAL IVA			
Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)			
Recuerde que sus declaraciones son semestrales siempre y cuando cumpla con las condiciones para ello, que son: retención del 100% del IVA y transferencia de bienes y servicios con tarifa 0% de IVA			
Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.			
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 002	ABIERTOS:	1
JURISDICCION:	REGIONAL LITORAL SUR GUAYAS	CERRADOS:	1
 FIRMA DEL CONTRIBUYENTE		 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	
Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).			
Usuario:	JART110208	Lugar de emisión:	GUAYAQUIL/AV. FRANCISCO
		Fecha y hora:	13/03/2014 13:28:15

Anexo #5.- Formato de Declaración Juramentada de Origen (DJO)

 Ministerio de Industrias y Productividad		DECLARACIÓN JURAMENTADA DE ORIGEN						
1. IDENTIFICACIÓN DE EMPRESA								
1.1 R.U.C.								
1.2 Nombre Contacto								
1.3 Dirección planta de producción (incluir ciudad y teléfono; según corresponda, ver instructivo de llenado)								
1.4 Correo electrónico de notificación								
2. PRODUCTO (Tramitar un formulario por cada Producto)								
2.1 Nombre comercial:								
2.2 Nombre Técnico:								
2.3 Unidad Comercial:								
2.4 Subpartida arancelaria								
3. UTILIZACIÓN INSTRUMENTOS DE COMPETITIVIDAD ADUANERA								
Zona Especial de Desarrollo				Zona Franca		Ninguna:		
4. (*) MATERIALES EXTRANJEROS IMPORTADOS DIRECTAMENTE O ADQUIRIDOS EN EL MERCADO NACIONAL DE LAS PARTES NO SIGNATARIAS DEL ACUERDO O ESQUEMA COMERCIAL.								
Nº	Descripción	Subpartida	País	País	Unidad de	Cantidad	Valor CIF	Valor Planta
	Nombre Técnico	(10 dígitos)	Origen	Procedencia	Medida		Por Unidad Comercial del Producto (casilla 2.3)	
4.11 Valor Total por Unidad de Producto (USDS)								
5. (*) MATERIALES NACIONALES O DE LAS PARTES SIGNATARIOS DEL ACUERDO O ESQUEMA COMERCIAL, PARA EFECTOS DE ACUMULACIÓN, SEGÚN CORRESPONDA								
Nº	Descripción	Subpartida	Unidad de	Cantidad	Valor Planta \$			
	Nombre Técnico	(10 dígitos)	Medida		Por Unidad Comercial de Producto (2.3)			

5.11 Valor total por unidad de producto (USD \$):							
6. (*) COSTOS Y VALOR EN FÁBRICA PRODUCTO TERMINADO							
6.1 Total Costos Materias Nacionales/U. Comercial (Valor casilla No. 5.11)							
6.2 Otros Costos Directos de Fábrica/U. Comercial (No incluye materias primas)							
6.3 Valor en Fábrica/U. Comercial (Mayor sumatoria casillas No. 6.1+6.2+4.11)							
6.4 Valor FOB de Exportación/U. Comercial							
7. (*) PROCESO DE PRODUCCIÓN (Completa descripción por Etapas - máximo 32.000 caracteres)							
8. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO (máximo 32.000 caracteres)							
9. APLICACIONES DEL PRODUCTO (máximo 32.000 caracteres)							
10. VALOR DE CONTENIDO							
1. CAN y ALADI %	2. SGP Y ATPDEA %	3. México (AAP 29) %	4. SGP Canadá %	5. MERCOSUR %	6. Chile (ACE 65)		
11. SELECCIÓN DE ESQUEMA O ACUERDO PARA ORIGEN							
Esquema:	1. COMUNIDAD ANDINA 2. ACUERDO REGIONAL -APERTURA DE MERCADOS AR- AM No.2 3. ACUERDO REGIONAL -PREFERENCIA ARANCELARIA REGIONAL - AR-PAR No.4						

4. ACUERDO REGIONAL-INTERCAMBIO CULTURAL, EDUCACIONAL Y CIENTÍFICA.- AR-CEYC No. 7
5. ACUERDO DE ALCANCE PARCIAL DE COMPLEMENTACION ECONÓMICA AAP-R No.59 ECUADOR -MERCOSUR: AR-BR- UR-PR
6. ACUERDO DE ALCANCE PARCIAL DE COMPLEMENTACION ECONÓMICA AAP-R No.65 ECUADOR – CHILE
7. ACUERDO DE ALCANCE PARCIAL DE RENEGOCIACION AAP-R No.29 ECUADOR - MÉXICO
8. ACUERDO DE ALCANCE PARCIAL DE COMPLEMENTACION ECONÓMICA AAP-R No.46 ECUADOR –CUBA
9. SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS/CANADA
10. SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS/ESTADOS UNIDOS DE AMERICA
11. LEY DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINAS- ATPDA / EEUU
12. SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS/UNION EUROPEA, AUSTRALIA, BIELORUSIA, JAPON, TURQUÍA, NORUEGA, NUEVA ZELANDA, SUIZA INCLUIDO LIECHTENSTEIN
13. SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS/FEDERACION RUSA
14. ACUERDO ALCANCE PARCIAL AAP NO. 14 (MÉXICO OTORGA A PANAMÁ, PREFERENCIAS EXTENSIVAS POR MÉXICO A ECUADOR Y PARAGUAY)

Cons.	Cod. Esquema	Desc. Esquema	Normas Asociadas	Criterio	Información Adicional	Partida Equivalente
12. INFORMACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL						
Nombre de Representante Legal				Fecha de la DJO(dd/m m/aaaa)		
Identificación Representante Legal				Cargo:		
(*) INFORMACIÓN CONFIDENCIAL						
DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA Y CONSIGNADA PARA EL TRÁMITE DE DECLARACIÓN JURAMENTADA ES REAL Y VERAZ E IGUALMENTE SOMOS CONOCEDORES DE LAS NORMAS, ACUERDOS Y TRATADOS QUE RIGEN LAS NORMAS DE ORIGEN QUE SE APLICAN Y REGISTRAN EN ESTE PROCEDIMIENTO						

Anexo #6.- Confirmación Compra-Venta



Fecha Documento: Junio 2016

CONFIRMACIÓN DE PEDIDO

Señores:
ESTUDIO DE DISEÑO ANTROBUS+RAMIREZ

Keith Koenig
6701 N. Hiatus Road
Tamarac, FL 33321
954.597.2200

REF: Su pedido No. 2016-0001
Nuestro Pedido No. Cumanda0001

Estimados Señores:

Nos complace confirmarle a continuación su pedido en referencia, bajo las siguientes condiciones:

PROVEEDOR	CUMANDA DESIGN		
Descripción	Cantidad	Precio	Total
JUEGOS DE SALA	4	USD 11.000.00	44.000.00
JUEGOS DE ENTRETENIMIENTO	4	USD 5.220.00	20.880.00
JUEGOS DE MARCO DECORATIVO	2	USD 11.900.00	23.920.00
	TOTAL		\$ 88,800.00

Valor Total	USD 88,800.00
Incoterm 2010	DDP - FLORIDA
Forma de Pago	CARTA DE CREDITO IRREVOCABLE
	Intereses de Mora: Prime + 4
Puerto de Origen	Guayaquil - Ecuador
Puerto de Destino	Miami - EEUU
Despacho	Julio, 2016
Observaciones	Ninguna

NOTA: POR FAVOR ENVIARNOS A LA BREVEDAD LAS INSTRUCCIONES ESPECIALES DE EMBARQUE, ASI COMO TAMBIEN LOS DATOS DEL NOTIFICANTE (NOTIFY) Y DEL CONSIGNATARIO (CONSIGNEE).

Les agradecemos su anterior pedido y les solicitamos el favor de devolvernos firmada esta confirmación en señal de aceptación vía E-mail a nuestro correo. Por favor recuerde que la no devolución de la confirmación, puede retrasar o cancelar el pedido en firme.

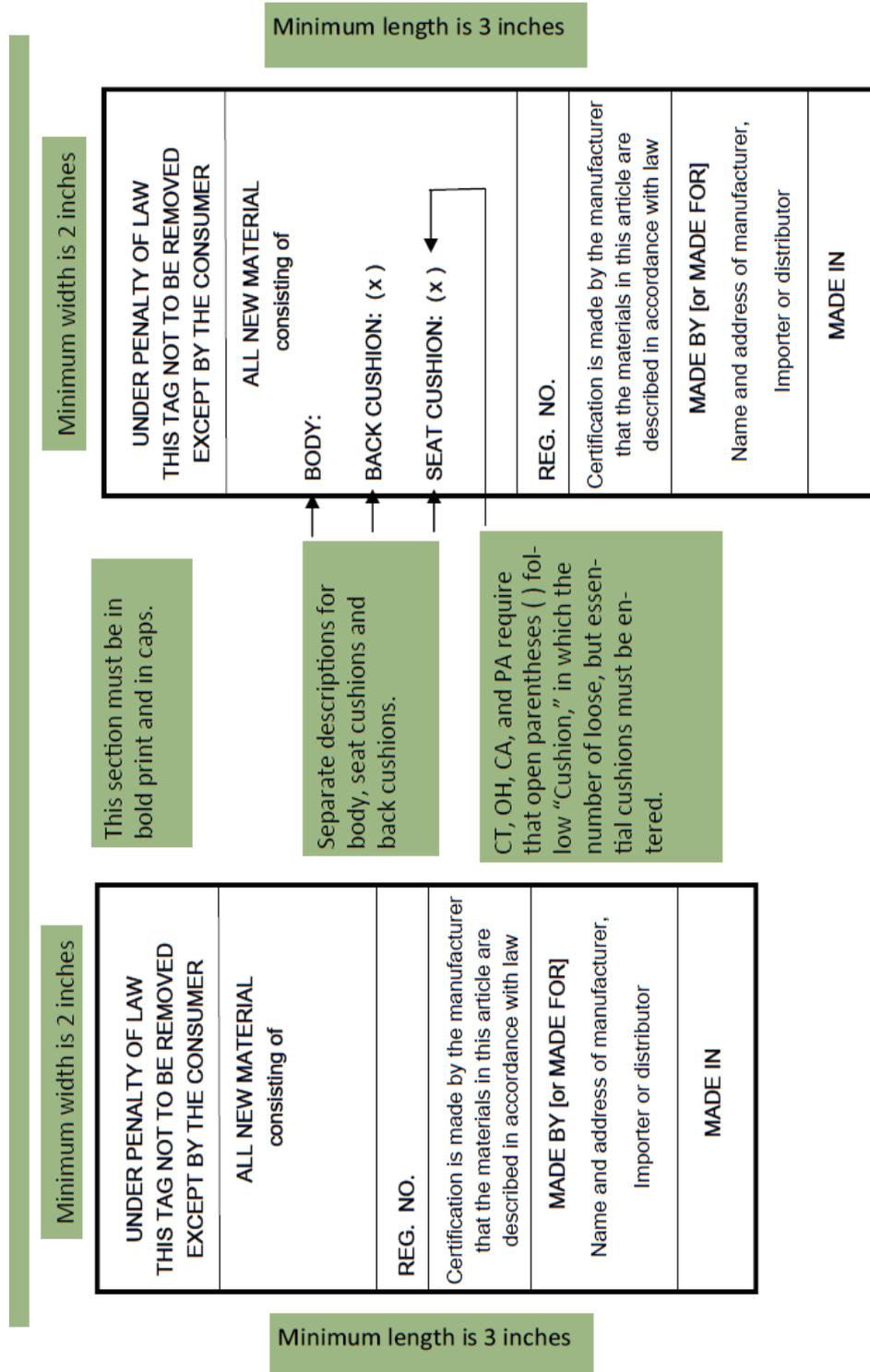
"Aceptamos las condiciones de la presente orden de pedido y asumimos todos los gastos que se deriven del contrato de transporte suscrito o endosado a nuestro nombre, así como los gastos de manejo de las unidades de carga y los gastos portuarios suscritos o endosados a nuestro nombre"

1 / 1

Víctor Emilio estrada 910 e llanes
Apartado Postal 593
Guayaquil, Ecuador
ventas@cumandadesign.com

FIRMA DEL CLIENTE

Anexo #7.- Etiqueta



Anexo #9.- Cotización Transporte interno



Guayaquil, Marzo del 2016

SRES.
CUMANDA DESIGN
Atte. Srta. Andrea Medina
Ciudad.-

PROFORMA

De acuerdo a sus requerimientos, le envié la siguiente proforma:

- CONTENEDORES DE 20 hasta 12000 kg \$170.00
- CONTENEDORES DE 20 PIES desde 12000 en adelante \$230
- CONTENEDORES DE 40 PIES \$200.00
- CONTENEDORES DE 40 PIES PESADOS \$230.00

Quedamos a la espera de sus valiosos comentarios

Atentamente,

.....
Ma. Eugenia Córdova
Logística & Transporte
Oficina: 042-658989
Móvil Claro: 0959771112 - 0985214057

Anexo #10.- Cotización con Naviera

TRANSOCEANICA CIA. LTDA.
MALECON 1401 E ILLINGWORTH
6TH FLOOR
GUAYAQUIL
ECUADOR

Date: March 24th 2016

QUOTATION NO.: Q1603GYE00696 / 1
please provide quotation number for each booking

Atención: (indicar el nombre de la persona)

En atención a su amable solicitud, a continuación nos permitimos presentar a su consideración nuestra oferta para el servicio de transporte de sus mercancías:

From GUAYAQUIL, EC (Port) via MANZANILLO (PA), PA to MIAMI, FL, US (Port)

Freight Charges	Curr	20'STD	40'STD/HC
Lump Sum	USD	1250	1650

Unless otherwise specified, all rates are subject to all surcharges as they are valid at time of shipment. The currently applicable surcharges are:

Export Surcharges			
Terminal Handling Charge Orig.	USD	150	150
Import Surcharges			
Terminal Security Charge Dest.	USD		7

The Lump Sum includes the following accessorial charges:
20'STD: Bunker Charge, Container Maintenance Fee, Carrier Security Fee, Low Sulphur Fuel Surcharge Sea, Panama Canal Charge, Terminal Security Charge Dest.
40'STD/HC: Bunker Charge, Container Maintenance Fee, Carrier Security Fee, Low Sulphur Fuel Surcharge Sea, Panama Canal Charge

Notes

Not subject to Emergency Bunker Surcharge

Not subject to Document Charge

Subject to Security Manifest Document Fee : USD 35.0 per Bill of Lading

Subject to Wharfrage Destination : USD 2.85 short ton (2000 LBS)

La partida es 9403.6000



From GUAYAQUIL, EC Haulage Export Port

To MIAMI, FL, US Haulage Import Port

Estimated Transportation Days

9

The expected transit time for above mentioned service is subject to possible changes and given as an indication only

Commodity
WOOD FURNITURE

Unless otherwise specified, the below Seafreight / Lumpsum is subject to all surcharges valid at time of shipment.

Seafreight / Lumpsum

20'STD	40'STD/HC
1250 USD	1650 USD

Valid From 24 Mar 2016 To 30 Jun 2016

For next sailings please check our Webschedule:
www.hapag-loyd.com/

Quotation No. Q1603GYE00696/1 Service No. 1

Telephone
+593 94 2598060

Chairman of the Supervisory Board: Michael Behrend
Executive Board: Rolf Habben-Jensen (CEO), Nicolas Burt, Anthony J. Flynn, Thorsten Heese
Registered Office: Hamburg, Company Register: Amtsgericht Hamburg HRB 17037

Offer Expires At: June 30th 2016

Notas

1. El servicio no incluye en origen/destino: trámites aduanales, seguros de transporte, impuestos por exportación/importación, cualquier otro gasto por cuenta de las mercancías (almacenajes, etc) y/o cualquier otro concepto no mencionado expresamente en la presente .
2. Para la reserva del contenedor y el espacio en buque, favor comunicarse con nuestro departamento de Servicio a Clientes 48 hrs. Favor considerar para sus embarques la fecha y hora del cierre documental y del cierre de la Terminal de Contenedores en puerto, lo anterior lo podrá consultar con el área de Servicio a Clientes.
3. Días libres de demoras de Contenedor:
Para el caso de carga seca son 7 días calendario, Una vez transcurrido este tiempo se cobrarán demoras de contenedor por día y por contenedor hasta el momento en que se embarque su mercancía a buque.
7. La reserva y las instrucciones de embarque deben ser solicitada via INTTRA.

Best regards from

ANDREA FIERRO
SALES SUPPORT
TRANSOCEANICA CIA. LTDA.
MALECON 1401 E ILLINGWORTH
6TH FLOOR
GUAYAQUIL
ECUADOR
Tel+ 1623

Chairman of the Supervisory Board: Michael Behrendt
Executive Board: Rolf Habben-Jansen (CEO), Nicolas Burt, Anthony J.Firino, Thorsten Heese
Registered Office: Hamburg, Company Register: Amtsgericht Hamburg HRB 17637

Page 2 of 2



From **GUAYAQUIL, EC** Haulage Export **Port**

To **MIAMI, FL, US** Haulage Import **Port**

Estimated Transportation Days

9

The expected transit time for above mentioned service is subject to possible changes and given as an indication only

Commodity
WOOD FURNITURE

Unless otherwise specified, the below Seafreight / Lumpsum is subject to all surcharges valid at time of shipment.

Seafreight / Lumpsum

20*STD	40*STD/HC
1250 USD	1650 USD

Valid From **24 Mar 2016** To **30 Jun 2016**

For next sailings please check our Webschedule:
www.hapag-lloyd.com/

Quotation No. **Q1603GYE00696/1** Service No. **1**

Telephone
+593 94 2598050

E-Mail
AFIERRO@TRANSOCEANICA.COM.EC

Anexo #11.- Cotización Agente de Carga país de origen

 www.valerovalero.com.ec						
Contact Info: <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> CUMANDA DESIGN </div>		EXPORT QUOTATION				
Quotation Number:		VO15040920				
Date/Time:		04-abr-16				
Expiration Date:		30-abr-16				
Employee:		VYO CARGO				
Origin:		Destination:				
GUAYAQUIL		MIAMI				
Type of move:	SEA / FCL	Origin:	ECUADOR			
		Destination:	USA			
Cargo Information						
Pieces	Description			Weight	Volume	Volume Weight
	Length	Wight	Height			
1	CONTENEDOR 40' STC FURNITURE			2.100 Kg		
Description of charges				Quantity	Price	Amount
Ocean Freight				1	\$ 1.359,00	\$ 1.359,00
THC				1	\$ 150,00	\$ 150,00
				TOTAL	USD	\$ 1.509,00
Local Charges						
Costo Administrativo				1	\$ 90,00	\$ 90,00
Costo Naviero por BL				1	\$ 110,00	\$ 110,00
Costo Naviero por Contenedor				1	\$ 125,00	\$ 125,00
Despacho Aduanero				1	\$ 366,00	\$ 366,00
Transporte Local				1	\$ 295,00	\$ 295,00
Seguro LAP + Robo (*)				1	\$ 483,29	\$ 483,29
Servicio de Verificadora de mercadería				1	\$ 210,00	\$ 210,00
Porteo de Contenedor				1	\$ 10,00	\$ 10,00
IVA				1.394	12%	\$ 167,31
				TOTAL	USD	\$ 3.365,60
Notes:						
Tránsito 12 días / Salidas Semanal						
Tarifas calculadas en base a lo informado por el cliente						
No se incluye pagos a terceros como inspección antinarcoóticos, almacenajes, aforos, estiba, trinca, bodegaje, etc.						
Tarifa incluye aduana local no aduana en Destino						
Servicio de verificadora incluye inspección previa, durante y posterior a llenado de contenedores. Se colocara candado satelital, y se proporcionará reporte con sus evidencias una vez concluido el embarque.						
Incoterm: CIF						
Términos de Pago: 100% Pre-paid en origen al cierre de DAE						
Instructions before shipment (Instrucciones antes de embarque):						
Please inform cargo status, shipping schedule and instructions / Favor informar status de la carga, programación e instrucciones de embarque.						
Please send us copy of proforma invoice / Favor enviar copia de la factura proforma.						
Please make sure cargo is duly marked / Favor asegurarse que su carga viene debidamente marcada/etiquetada.						
Once cargo has been shipped a draft o B/L - AWB will be sent for your approval / Una vez embarcada su mercadería draft del B/L - AWB será enviada para su aprobación.						
Signature:						
VyO Cargo S.A.						

Anexo #12.- Cotización Agente de Carga en el país de destino



FMC No. 019316NF
 CHB No.15683
ATTENTION: ANDREA MEDINA

REF. NO.
 P.O. NO.

1800 N.W. 133rd Avenue
 Suite 900
 Miami, FL 33182
 Phone (305)599-0966 Fax (305)599-0766
 cargo@OceanAirLogistics.com
 www.OceanAirLogistics.com

QUOTATION

Date 6/06/2016 Quote # 58,959

Client
 PERSONAL
 INDIVIDUAL QUOTATIONS
 (NOT FOR COMMERCIAL ACCOUNTS)
 (PERSONAL QUOTATIONS ONLY)

Shipper/Exporter
 PERSONAL
 INDIVIDUAL QUOTATIONS
 (NOT FOR COMMERCIAL ACCOUNTS)
 (PERSONAL QUOTATIONS ONLY)
 US

Consignee

Type of Transaction

Quotation
 Air
 Inbound
 Other
 Booking/Active
 Ocean
 Domestic

Point of Origin ECUADOR		Place of Receipt GUAYAQUIL, ECUADOR	QTY 1	WEIGHTS	MEASURES
Exporting Carrier (Vessel/Natline)		Port of Loading GUAYAQUIL, ECUADOR	Schedule # No. Commodity Description WOOD FURNITURE		
Air/Sea Port of Discharge PORT EVERGLADES, FL		Place of Delivery MIAMI, FL	<input type="checkbox"/> HAZARDOUS Terms		

CODE	DESCRIPTION	QUANTITY	BASIS	AMOUNT	TOTAL
114	OCEAN FREIGHT - FCL	1.000	40R CONTAINER	1,875.00	1,875.00
129	OCEAN FREIGHT FORWARDING FEE	1.000		175.00	175.00
139	MESSENGER SERVICE / DOCUMENTS	2.000		36.50	73.00
149	DRAYAGE - CONTAINER TRUCKING	1.000	MIAMI, FL	400.00	400.00
169	U.S. CUSTOMS CLEARANCE	1.000		175.00	175.00
169A	ISF (10+2) DATA FILING	1.000		75.00	75.00
169B	ISF (10+2) BOND	1.000		100.00	100.00
169E	SERVICIO DE MOVILIZACION	1.000	ECUADOR	395.00	395.00
169F	EECHO y CONTROL NAVIERO X CONT	1.000	ECUADOR	400.00	400.00
172A	INTERNATIONAL CUSTOMS HANDLING	1.000	ECUADOR	325.00	325.00
176	SINGLE ENTRY U.S. CUSTOMS BOND	1.000	USD \$5.50/\$1000 VALUE; MIN \$55.00		
Total Amount				3,993.00	

Comments / Special Instructions

PORT/TERMINAL-TO-DOOR OCEAN FREIGHT QUOTE : RATES ARE SUBJECT TO CHANGE. FREIGHT QUOTATIONS IS A COURTESY PROVIDED AND NOT A BINDING AGREEMENT. RATES DO NOT INCLUDE INLAND FREIGHT FROM ORIGIN POINT, EXPORT CUSTOMS and/or DUTIES (TAXES) AT ORIGIN, IF APPLICABLE. RATES INCLUDE DELIVERY AT DESTINATION. CONTAINER LOADING IS PROVIDED BY THE SHIPPER, UNLESS QUOTED. FOR FLAT-RACKS, FLAT-BEDS & OPEN-TOPS, FREIGHT MUST BE IN-GAUGE. U.S. CUSTOMS CLEARANCE, BOND, ISF BOND, ORIGIN/DESTINATION IMPORT/EXPORT DUTIES & ORIGIN/DESTINATION TERMINAL HANDLING CHARGES MAY APPLY.

Container Release Number

Traffic Contact PATRICIA GUZMAN

Pickup Empty Containers At

Documentation Contact

This company has policy against payment, withdrawal, or receipt of any rebate, discount or indirectly, which would be unlawful under the United States Shipping Act 1984.
 Upon receipt, we shall provide a detailed bill of the components of these charges and a true copy of any pertinent document relating to the charges in this invoice.
 (C) O.A.S.L.S. - Quotation 02

Anexo #13.- Póliza de Seguro



Fecha: Guayaquil, 31 de Marzo del 2016
 At. Srta. Michelle Yong – Colcordes S.A.

COTIZACIÓN PARA SEGURO DE TRANSPORTE DE EXPORTACIÓN	
ASEGURADO:	VASQUEZ MOCHA DEYSI CUMANDA R.U.C.: 0702220401001
GIRO DEL NEGOCIO:	ACTIVIDADES DE EBANISTERIA
TIPO DE PÓLIZA:	Específica
BIENES ASEGURADOS:	Ampara la exportación de: <ul style="list-style-type: none"> • 6 Juego de comedor 8 sillas con tablero de madera por USD 3,000 cada uno • 6 Juego de sala (1 sofá triple, 1 sofá doble, 1 mesa de centro, 2 butacas) por USD 3,500 cada uno Nota de Pedido Cumanda0001 en poder de la Aseguradora.
BIENES EXCLUIDOS:	Los bienes excluidos de cobertura son: Contenedores, Animales en pie, Joyas, Dinero en efectivo y Valores, Tarjetas de Crédito, Metales preciosos y semi preciosos, Yute, Capra, Henequén, Algodón, Azúcar, Café, Obras de Arte, Explosivos, Armas de fuego, Materiales de desecho y mercaderías perecibles, Combustible.
TIPO DE EMPAQUE:	Siempre y cuando sean los aprobados internacionalmente para cada tipo de mercaderías, dentro de contendor.
TRAYECTOS ASEGURADOS Y PAISES EXCLUIDOS DE COBERTURA:	Desde: Bodegas del Asegurado localizadas en Guayaquil – Ecuador. Hasta: Miami, Florida – EE.UU. Siempre en sujeción a los incoterms utilizados en cada caso. Quedan sin cobertura bajo esta póliza cualquier embarque cuyo origen o destino sea alguno de los siguientes países, o mientras el embarque transite dentro de los límites geográficos de ellos: Abkhazia, Afganistán, Argelia, Angola, Armenia, Albania, Azerbaijan, Bosnia-Herzegovina, Bielorusia, Burundi, Bulgaria, Corea del Norte, Burma, Camboya, Cuba, Croacia, Costa de Marfil, Eritrea, Eslovenia, Estonia, Etiopía, Georgia, Guinea, Haití, Indonesia, Irán, Irak, Israel, Kazajstán, Kirgistan, Kosovo, Kuwait, Laos, Latvia, Líbano, Liberia, Libia, Lituania, Macedonia, Moldavia, Mozambique, Nigeria, Pakistán, Palestina, República de Chechenia, República de Yemen, República del Congo, Rusia, Rwanda, Rumania, Serbia, Sierra Leone, Siria, Somalia, Sri Lanka,



	<p>programas de computación o virus.</p> <p>EXCLUSIÓN OFICINA DE CONTROL DE ACTIVOS EXTRANJEROS. La presente cobertura no ampara ninguna exposición proveniente de, o relacionada con, ningún país, organización o persona que se encuentre actualmente sancionado, embargado o con el o la cual haya limitaciones comerciales impuestas por la "Oficina de Control de Activos Extranjeros" del Departamento de Tesorería de Estados Unidos (U.S. Treasury Department: Office of Foreign Assets Control).</p> <p>CONDICIONES ESPECIALES</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Cláusula de Medios de Transporte y Compañías Legamente Constituidas✓ Cláusula de Medios de Transporte con Rastreo Satelital Monitoreado. <p>Según textos adjuntos.</p>
COSTO DEL SEGURO:	<p>Prima Neta USD 500,00 más impuestos de ley</p> <p>En caso de transbordos fuera de control del Asegurado 0.10% adicional deberán ser notificados a la Cía.</p>
DEDUCIBLE:	<p>Otros Eventos: 10% del valor del siniestro, mínimo USD 1,000.00 Robo y/o Asalto: 20% del valor del siniestro, mínimo USD 1,000.00</p>
CONDICIONES ESPECIALES:	<p>Queda entendido y convenido que, a la Póliza arriba citada, a la cual se adhiere estas cláusulas se le incorporan las condiciones especiales detalladas más adelante:</p> <p>En caso de que el Asegurado delegue a terceros el cumplimiento de las condiciones arriba indicadas, no le exime de responsabilidad.</p> <p>La Compañía se deslinda de cualquier responsabilidad, en caso de pérdida o daño a la carga, si se incumple total o parcialmente estas condiciones o garantías.</p> <p>CLAUSULA DE MEDIOS DE TRANSPORTE Y COMPAÑIAS TRANSPORTISTAS LEGALMENTE CONSTITUIDAS Los medios de transporte terrestre, que movilicen la carga asegurada bajo la Póliza, deben ser de propiedad de compañías transportistas y tales compañías deben ser legalmente constituidas. En caso de que éstas subcontraten otros medios de transporte, éstos también deben ser de propiedad de compañías transportistas legalmente constituidas. Tales hechos deben estar respaldados en la matrícula del vehículo y en la escritura pública de constitución de la compañía transportista.</p> <p>CLAUSULA DE MEDIOS DE TRANSPORTE CON RASTREO SATELITAL MONITOREADO DURANTE TODO EL TRAYECTO ASEGURADO</p>

Anexo #14.- Formato de carta de crédito

HSBC 		APPLICATION & AGREEMENT FOR IRREVOCABLE COMMERCIAL LETTER OF CREDIT																		
To: HSBC Bank USA, National Association Trade and Supply Chain 2 Hanson Place, 14th Floor Brooklyn, NY 11217		Advising Bank (Please leave blank unless Advising Bank has been specified)																		
Please issue for our account an irrevocable Letter of Credit (herein called Credit) as set forth below by:																				
Applicant (Name and Address)		Date of this Application	DC Number																	
		Expiry Date and Place (where document must be presented) of this DC																		
		Beneficiary (Name, Address and Phone/Fax Number)																		
DC to be dispatched by <input type="checkbox"/> teletransmission <input type="checkbox"/> (air)mail <input type="checkbox"/> (with brief advice by teletransmission)																				
DC to be Transferable <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No	Confirmation of DC <input type="checkbox"/> Required <input type="checkbox"/> Not Required	Allowance of Increase/Decrease in DC Amount +/- _____ %																		
Currency and Amount in Figures		Phone	Fax																	
		Contact Person																		
		Currency and Amount in Words																		
Partial Shipments <input type="checkbox"/> Allowed <input type="checkbox"/> Not Allowed		Transhipment <input type="checkbox"/> Allowed <input type="checkbox"/> Not Allowed																		
Loading on board/dispatch/taking in charge/delivery at/from _____ to _____ not later than _____		Drafts <input type="checkbox"/> Drafts required: <input type="checkbox"/> at sight/ <input type="checkbox"/> at _____ days drawn on HSBC Bank, USA, N.A. for full invoice value of goods																		
Period for Presentation of Documents Documents to be presented within _____ days after the date of shipment but within the validity of the credit.		Trade Term For Shipment by Sea <input type="checkbox"/> FOB <input type="checkbox"/> CFR <input type="checkbox"/> CIF For Shipment by Any Mode of Transport <input type="checkbox"/> FCA <input type="checkbox"/> CPT <input type="checkbox"/> CIP <input type="checkbox"/> Others (please specify)																		
†Goods (Brief description without excessive details)		Allowance of Increase/Decrease in Quantity +/- _____ %																		
Insurance to be covered by (for CFR/CPT or FOB/FCA shipment only) <input type="checkbox"/> Ultimate buyer <input type="checkbox"/> Applicant																				
‡Documents Required																				
1) Signed commercial invoice in _____																				
2) <input type="checkbox"/> Packing list in _____																				
3) <input type="checkbox"/> For shipment by sea, full set original clean "On Board" marine bills of lading made out to the order of _____ marked "Freight <input type="checkbox"/> Prepaid/ <input type="checkbox"/> Collect" and "Notify _____" mentioning this DC number.																				
<input type="checkbox"/> For shipment by air, original Air Waybill marked "For the consignor/shipper" signed by the carrier or his agent, marked "Freight <input type="checkbox"/> Prepaid/ <input type="checkbox"/> Collect", showing flight number and date of dispatch of goods, consigned to _____ and "Notify _____" mentioning this DC number.																				
<input type="checkbox"/> Multimodal or Combined Transport document made out to the order of: _____ marked "Freight <input type="checkbox"/> Prepaid/ <input type="checkbox"/> Collect" and "Notify _____" mentioning this DC number																				
4) <input type="checkbox"/> Marine/ <input type="checkbox"/> Air Insurance Policy or Certificate in negotiable form and blank endorsed for full CIF/CIP value plus 10% covering Institute Cargo Clauses (A)/(Air), Institute War Clauses (Cargo/Air Cargo) and Institute Strikes Clauses (Cargo/Air Cargo) evidencing claims payable at the destination in the currency of the Credit.																				
†Additional Conditions/Other Documents Required		Charges																		
		<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Type</th> <th colspan="2">To be paid by (Please mark "X")</th> </tr> <tr> <th>Applicant</th> <th>Beneficiary</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>DC Opening Commission</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Issuing Bank's Other Charges</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Correspondent Bank's Charges</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>DC Confirmation Charges</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Type	To be paid by (Please mark "X")		Applicant	Beneficiary	DC Opening Commission			Issuing Bank's Other Charges			Correspondent Bank's Charges			DC Confirmation Charges		
Type	To be paid by (Please mark "X")																			
	Applicant	Beneficiary																		
DC Opening Commission																				
Issuing Bank's Other Charges																				
Correspondent Bank's Charges																				
DC Confirmation Charges																				
In case of query please telephone number _____ and ask for _____																				
All banking charges outside the U.S.A are for <input type="checkbox"/> Beneficiary's account <input type="checkbox"/> Our account																				
<input type="checkbox"/> Other Instructions: _____																				
Disposition of Documents: <input type="checkbox"/> To Us <input type="checkbox"/> Other _____																				
Unless Otherwise Instructed You may Authorize Your Correspondent To Forward All Drafts and Documents in one Airmail.																				
HSBC Bank USA, N.A.																				

LC 1 DC (Rev. 3/08)

(f) Each Credit shall be subject to the Uniform Customs and Practice for Documentary Credits (UCP) published by the International Chamber of Commerce (ICC) as specified in such Credit, or if not specified in such Credit, by the UCP most recently published by the ICC. The provisions herein are supplemental to, and not in substitution of said UCP to the extent consistent with the provisions of this Agreement. This agreement shall be constructed under the laws of New York State, as the same may be in effect from time to time, except to the extent such laws are inconsistent with said UCP.

(g) Bank shall have no obligation to issue any Credit, or to accept any draft prior to maturity, issuance of any Credit and acceptance of any draft being in Bank's sole and absolute discretion. This Agreement shall remain in full force and effect until an appropriate officer of Bank shall actually receive from Applicant written notice of its discontinuance; provided, however, this Agreement shall remain in full force and effect thereafter until all indebtedness outstanding, or contracted or committed for (whether or not outstanding and including, without limitation, any obligation arising under this Agreement), before the receipt of such notice by Bank, and any extensions or renewals thereof (whether made before or after receipt of such notice), together with interest accruing thereon after such notice, shall be finally and irrevocably paid in full.

(h) The obligations hereunder shall continue in force, notwithstanding any change in the membership of Applicant, if a partnership, whether arising from the death or retirement of one or more partners or the accession of one or more new partners.

(i) Applicant hereby authorizes Bank, at Applicant's expense, to file such financing statement or statements relating to any security interest herein specified without Applicant's signature thereon as Bank at its option may deem appropriate, and appoints Bank as Applicant's attorney-in-fact (without requiring Bank) to execute any such financing statement or statements in Applicant's name and to perform all other acts which Bank deems appropriate to perfect and continue such security interest and to protect, preserve and realize upon any collateral. This power of attorney shall not be affected by Applicant's subsequent disability or incompetence.

(j) No modification, rescission, waiver, release or amendment of any provision of this Agreement shall be made, except by a written agreement subscribed by Applicant and a duly authorized officer of Bank.

(k) Captions of the paragraphs of this Agreement are solely for the convenience of Bank and Applicant, and are not an aid in the interpretation of this Agreement.

IN CONSIDERATION OF THE ESTABLISHMENT OF YOUR CREDIT SUBSTANTIALLY AS APPLIED FOR HEREIN, WE HAVE READ AND HEREBY AGREE TO ALL THE TERMS, CONDITIONS AND MATTERS SET FORTH HEREIN.

FOR BANK USE ONLY	Approved
	(SIGNATURE):
	(PRINT NAME):
	TELECOMM #:
	SIC CODE #:

(Applicant, Applicant Bank, Commercial Finance/Factoring Company or Parent Company)

(Address)

(Please Sign Officially (Authorized Signature))

	Account Number	

(The following is to be executed if the applicant is not also the account party)

AUTHORIZATION AND AGREEMENT OF ACCOUNT PARTY

To: **HSBC Bank USA, National Association (Bank)**

We join in the request to Bank to issue the Credit described above (Credit), naming us as Account Party. In consideration thereof, we irrevocably agree that: (i) the above Applicant has the sole right to give instructions and make agreements and amendments with respect to the foregoing application, the Credit and the disposition of documents; (ii) we shall have no right, claim, set off or defense against Bank or Bank's correspondents respecting any matter arising in connection therewith; and (iii) we shall be jointly and severally liable with Applicant for all obligations owing to Bank in connection with the foregoing application, the agreement executed by Applicant with respect thereto, and the Credit. We agree that Applicant is authorized to assign or transfer to Bank all or any part of our obligations arising in connection with this transaction and any security therefor. Upon such assignment or transfer, Bank will be vested with all power and rights in respect of the obligations and security transferred or assigned to Bank.

Name _____

(Account Party - As Indicated on Front)

Address _____

By _____

Anexo #15.- Ficha técnica de observación



**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

FICHA DE OBSERVACION DIRECTA

TEMA:

“ANÁLISIS DE LA CADENA LOGÍSTICA PARA LA OPTIMIZACIÓN DE COSTOS EN LOS PROCESOS DE EXPORTACIÓN DE MUEBLES DE MADERA HACIA FLORIDA DE LA EMPRESA CUMANDA DESIGN, GUAYAQUIL”

INCISO: Muebles de madera

LUGAR: Distrito Design – Miami

NOMBRE DE LAS INVESTIGADORAS: Dayse Estefanía Jácome Vásquez
Andrea Marisol Medina Olaya

Fuente: Adriana Hoyos (Miami)

FECHA DE OBSERVACION: Agosto 2015

FECHA DE OBSERVACION:	FUENTE DE OBSERVACIÓN:
Agosto 2015	Adriana Hoyos (Miami)
Octubre 2015	Ocean House
Diciembre 2015	Williams-Sonoma
Febrero 2016	Antrobus + Ramírez Interiorismo

Anexo #16.- Entrevistas



PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

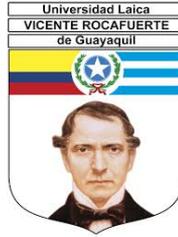
ENTREVISTA

TEMA: “Análisis de la cadena logística para la optimización de costos en los procesos de exportación de muebles de madera hacia Florida de la Empresa Cumanda Design, Guayaquil”

CARGO DEL ENTREVISTADO: Gerente Cumanda Design

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: Sra. Deisy Vásquez

1. ¿Cómo inició la empresa Cumanda Design?
1. ¿En qué se diferencia Cumanda Design de las demás mueblerías?
2. ¿Cuál cree usted que es su mayor competencia en el mercado local?
3. ¿Cuánto demora la fabricación de un juego de comedor o juego de sala?
4. ¿Qué porcentaje de materiales usados en la fabricación de los muebles son importados?
5. ¿Cuánto tiempo puede tomar el diseño de un mueble?
6. ¿Cuánto tiempo demora la fabricación de un diseño exclusivo?
7. ¿Qué tipo de muebles tienen más demanda localmente?
8. ¿Cómo nace la idea de exportar los muebles de Cumanda Design?
9. ¿Pensaría en colocar una tienda de Cumanda Design en Estados Unidos?



PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

ENTREVISTA

TEMA: “Análisis de la cadena logística para la optimización de costos en los procesos de exportación de muebles de madera hacia Florida de la Empresa Cumanda Design, Guayaquil”

CARGO DEL ENTREVISTADO: Distribuidor

NOMBRE DEL ENTREVISTADO:

1. ¿Qué tipos de muebles son los que más comercializa en su local?
2. ¿Existe alguna preferencia del cliente que usted conozca?
3. ¿La mayoría de sus productos son de madera?
4. ¿Usted importa los productos que comercializa?
5. ¿Tiene preferencia por algún tipo de madera?
6. ¿Estaría interesado en adquirir productos ecuatorianos?
7. ¿Existe la posibilidad de formar una alianza fábrica-distribuidor a largo plazo?



PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

ENTREVISTA

TEMA: “Análisis de la cadena logística para la optimización de costos en los procesos de exportación de muebles de madera hacia Florida de la Empresa Cumanda Design, Guayaquil”

CARGO DEL ENTREVISTADO: Diseñador

NOMBRE DEL ENTREVISTADO:

1. ¿La demanda de sus productos tiene mayor porcentaje en cuanto a muebles o remodelaciones de casas?
2. ¿Sus clientes muestran interés en algún tipo de madera en especial?
3. ¿Estaría interesado en formar una alianza con una fábrica que puede cumplir sus diseños directamente?
4. ¿En qué porcentaje cree usted que podría oscilar el precio de un mueble adquirido en una tienda a diferencia de uno diseñado particularmente?
5. ¿Tiene alguna preferencia de tipos de muebles?

Anexo # 17 Cotizaciones de los muebles que son vendidos en el mercado de destino (análisis comparativo Liderazgo en Costos)

[contact us](#) | [sign in](#) | [your wishlist](#)

cart (5)

Free ground shipping on orders over \$50

furniture
decor
lighting
kitchen
kids
others
search

home / the shopping cart

Shopping Cart

Image	Item	Price	Quantity	Total
	Kirei Mod Coffee Table	\$1,350.00	<input type="text" value="1"/> Update Remove	\$1,350.00
	253/255 Alfred 3-Seater Sofa <ul style="list-style-type: none"> • SIZE: - Compact • UPHOLSTERY: - Chai (LE) • WOOD: - White Oiled Oak 	\$5,365.00	<input type="text" value="1"/> Update Remove	\$5,365.00
	253/255 Alfred 3-Seater Sofa <ul style="list-style-type: none"> • SIZE: - Standard • UPHOLSTERY: - Chai (LE) • WOOD: - White Oiled Oak 	\$5,995.00	<input type="text" value="1"/> Update Remove	\$5,995.00
	Mrs. Godfrey Chair <ul style="list-style-type: none"> • FINISH: - Wenge • UPHOLSTERY: - Stockholm: Canary 	\$1,595.00	<input type="text" value="2"/> Update Remove	\$3,190.00
Subtotal:				\$15,900.00

Apply Discount

Estimated Order Total: \$15,900.00

[◀ continue shopping](#)
proceed to checkout

Pago seguro

1 2 3

1. Iniciar o continuar como invitado

Los clientes que regresan

Tu correo electrónico:

Contraseña:

registrarse

¿Olvidaste tu contraseña?

Los clientes que han ordenado previamente puede registrar una cuenta haciendo clic en el "olvidado tu contraseña?" vincular anteriormente.

nuevos clientes

Una cuenta le permite:

- compra más rápidamente
- Guarde las direcciones de envío
- El seguimiento de sus órdenes de su cuenta
- Revisar las órdenes anteriores

Tu correo electrónico:

registro

Carrito de compras

seguir comprando

editar

Tiene 5 artículo (s) en su carrito

Total parcial:	\$ 15,900.00
El envío a determinar:	\$ 0.00
WA 9,6% DE IMPUESTOS:	\$ 1,526.40
Total:	\$ 17,426.40

Se pueden aplicar gastos de envío y otros cargos

¿Necesitas ayuda?

Contacte con nosotros en hello@digsshowroom.com

2. Información de envío y de facturación

3. El envío y forma de pago

Anexo #19 Cotizaciones de los muebles que son vendidos en el mercado de destino (análisis comparativo Exclusividad)

Pottery Barn pottery barn kids PBteen west elm Rejuvenation Mark and Graham Stores Culinary Events & Classes Track Your Order Gift Cards

WILLIAMS-SONOMA WILLIAMS-SONOMA HOME MY ACCOUNT Shipping To: CART (19)

WILLIAMS-SONOMA

inspiring cooks everywhere

Registry Blog Stores Recipes Wine New Gifts Open Kitchen Agrarian 4th of July Deals eCatalog

Outlet

COOKWARE COOKS' TOOLS CUTLERY ELECTRICS BAKEWARE FOOD TABLETOP & BAR HOMEKEEPING OUTDOOR SALE WILLIAMS-SONOMA HOME

Shop All 4th of July Deals* Cookware • Electrics • Cutlery • Outdoor & More

Up to 50% Off* The Outdoor Event* LIMITED TIME ONLY!

Free Shipping on All Orders-No Minimum* Enter code JULY

Shopping Cart

By continuing you agree to our [terms and conditions](#) and [privacy policy](#).

CHECKOUT EXPRESS CHECKOUT [Tell Me More](#)

Front Door Delivery

	<p>Parchment Walnut Swatch #11-3253007</p> <p>Price \$25</p> <p>Quantity <input type="text" value="2"/> Update</p> <p><i>Free Shipping</i></p> <p>In Stock & Ready to Ship Usually arrives in 5 to 7 business days</p>	<p>Item Total \$50</p>
--	---	-----------------------------------

White Glove Delivery

	<p>Bedford 108" Sofa, Down Cushion, Italian Distressed Leather, Ivory #11-8869385</p> <p>Price \$9,295</p> <p>Quantity <input type="text" value="e16eee"/> Update</p> <p><i>Vendor Shipped</i></p> <p>Special Order Usually arrives in 6 to 8 weeks. This item cannot be returned.</p> <p>Save For Later Remove</p>	<p>Item Total \$18,590</p>
	<p>La Coupole Iron Bistro Table with Marble Top, Rectangular, 72" X 38" #11-1332402</p> <p>Price \$3,450</p> <p>Quantity <input type="text" value="1"/> Update</p>	<p>Item Total \$3,450</p>

Need Help?
Call **877.812.6235**
[Email Us](#)

Customers Who Viewed Items in Your Recent History Also Viewed



Bedford Sofa, 87"
\$7,795



Parchment Nightstand
\$1,295



Ellsworth Dresser
\$1,995



Knightsbridge Dresser
\$2,695



Madeline Chair, Side, Distressed Walnut, Set of 6
#11-3921231

Price	Quantity	Item Total
\$1,970	<input type="text" value="10"/>	\$19,700
	Update	

Coming Soon
Order now, available to ship on July 21, 2016

[Save For Later](#) | [Remove](#)



Parchment Dresser, Double, Walnut
#11-2816002

Price	Quantity	Item Total
\$2,995	<input type="text" value="1"/>	\$2,995
	Update	

Coming Soon
Order now, available to ship on July 15, 2016

[Save For Later](#) | [Remove](#)



Parchment Nightstand, Walnut
#11-2816192

Price	Quantity	Item Total
\$1,295	<input type="text" value="2"/>	\$2,590
	Update	

In Stock & Ready to Ship
Usually arrives in 1 to 3 weeks

[Save For Later](#) | [Remove](#)

Subtotal: \$49,370

Total does not include [shipping](#), [gift wrap](#), discounts & tax.

[CHECKOUT](#)
[EXPRESS CHECKOUT](#)


[Tell Me More](#)

Our Shopping cart reflects each item's most recent price. Price and availability is subject to change.

[\[+\] Give us feedback about this page](#)

<p>Help & Info</p> <ul style="list-style-type: none"> Track Your Order Shipping Information Returns Gift Cards Safety Recalls Email Us Customer Service 877.812.8235 Site Feedback 	<p>Find a Store</p> <ul style="list-style-type: none"> Williams-Sonoma Stores Williams-Sonoma Home Stores Design Services <p>Catalog</p> <ul style="list-style-type: none"> Request a Catalog Williams-Sonoma eCatalog Williams-Sonoma Home eCatalog <p>Our Company</p> <ul style="list-style-type: none"> About Us Chuck Williams Williams-Sonoma Inc. Wedding & Gift Registry Careers 	<p>Your Account</p> <ul style="list-style-type: none"> Track Your Order Edit Email Options Top Picks <p>Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> Culinary Events & Classes For Professional Chefs Business Sales To The Trade Military Discount Site Map <p>Wine Site</p> <ul style="list-style-type: none"> WILLIAMS-SONOMA wine 	<p>Credit Card</p> <ul style="list-style-type: none"> Manage Your Account Learn More <p>Read More on our Blog</p> <ul style="list-style-type: none"> WILLIAMS-SONOMA taste 	<p>Sign Up for Email Updates</p> <p>Follow Us</p> <ul style="list-style-type: none"> f t g+ v p i t
---	---	---	---	--


 VERIZON Cybertrust Security | SECURED SITE

For questions or assistance, call 877.812.8235
 © 2018 Williams-Sonoma Inc. All Rights Reserved | Terms and Conditions (Updated March 2018) | Privacy Policy | Legal Statement