



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

LA ENSEÑANZA DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR A TRAVÉS DEL EMPLEO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI, DE LA CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL EN EL AÑO 2014”.

Tesis presentada previa a la obtención del Título de: Ingeniería Comercial

Autores:

Chicaiza Villegas Jessica María Chugchilan
Ronquillo Narcisa Yolanda

Director:

Ing. Yadira Borja

LATACUNGA - ECUADOR

Julio 2014

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “**LA ENSEÑANZA DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR A TRAVÉS DEL EMPLEO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI, DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL EN EL AÑO 2014**”, son de exclusiva responsabilidad de los autores .

.....
Jessica María Chicaiza Villegas
172317258-9

.....
Narcisa Yolanda Chugchilán Ronquillo
050284829-4



AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director de Tesis bajo el título:

“LA ENSEÑANZA DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR A TRAVÉS DEL EMPLEO DE TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI, DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL EN EL AÑO 2014”, perteneciente a, Chicaiza Villegas Jessica María y Chugchilán Ronquillo Narcisa Yolanda, postulantes de la Carrera de Ingeniería Comercial, considero que la presente Tesis cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio.

Latacunga Julio, 2014

Director

Ing. Yadira Borja



FORMULARIO DE LA APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, las postulantes:

- Chicaiza Villegas Jessica María
- Chugchilán Ronquillo Narcisa Yolanda

Con la tesis, cuyo título es: **LA ENSEÑANZA DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR A TRAVÉS DEL EMPLEO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI, DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL EN EL AÑO 2014”.**

Han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometidos al **Acto de Defensa de Tesis** en la fecha y hora señalada.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 16 de Junio del 2014

Para constancia firman:

.....
Ing. Eliana Palma
PRESIDENTE

.....
Ing. Roberto Arias
MIEMBRO

.....
Ing. Ruth Hidalgo
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por habernos acompañado y guiado a lo largo de nuestra carrera, por ser nuestra fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarnos una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo de felicidad.

Nos complace de sobre manera a través de este trabajo exteriorizar nuestros sinceros agradecimientos a la Universidad Técnica de Cotopaxi en la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas, carrera de Ingeniería Comercial y en ella a los distinguidos docentes quienes con su profesionalismo y ética puesto de manifiesto en las aulas enrumban a cada uno de los que acudimos con sus conocimientos que nos servirán para ser útiles a la sociedad.

A nuestra Directora Ing. Yadira Borja quien con su experiencia como docente ha sido la guía idónea, durante el proceso que ha llevado el realizar esta tesis, quien nos ha brindado el tiempo necesario, paciencia y comprensión para que este anhelo llegue a ser felizmente culminado.

A nuestros padres quienes supieron apoyarnos en todo momento, por los valores que nos ha inculcado, y por habernos dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de nuestras vidas. Sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.

Jessica María
Narcisa Yolanda

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico en primera instancia a Dios por darme la vida a través de mis padres a los cuales ha brindado paciencia, sabiduría y sobre todo guiarles para que desempeñen muy bien su papel como padres y amigos.

A mi madre Rocío Villegas, por ser pilar fundamental en el pasado, presente y futuro, porque amiga como tú no hay ninguna.

A mi padre Ramiro Chicaiza, que supo ser un buen ejemplo, y que a pesar de sus errores siempre ha sido digno de admiración, a ti padre querido te lo debo todo, gracias a ti es que soy quien soy, por tu esfuerzo, trabajo y dedicación. Gracias por hacer cumplir uno de mis sueños.

Y por último a mis amigos “Yolis, Lili y Diego”, quienes compartieron conmigo buenos y malos momentos, aquellos con los que juntos logramos nuestra meta.

Jessica María

DEDICATORIA

La presente Tesis dedico a Dios, puesto que nos brinda sabiduría, amor y paciencia, nos ayuda en los momentos más difíciles brindándonos valores que nos fortalezcan no solo como trabajo de grupo, si no como personas.

Dedico a mi familia en especial a mis padres, quienes me brindaron su apoyo y fortaleza en todo momento, ayudándome a concluir satisfactoriamente mi propósito.

A mi Esposo e Hijo por ser mi soporte incondicional, sin ustedes el logro de mi carrera y este trabajo no hubiese sido posible.

Y por último a mis amigos “Jess, Lili, Caro y Diego”, quienes compartieron conmigo buenos y malos momentos, aquellos con los que juntos logramos nuestra meta.

Los amo mucho

Gracias a Todos

Narcisa Yolanda



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

TEMA: “LA ENSEÑANZA DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR A TRAVÉS DEL EMPLEO DE TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI, DE LA CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL EN EL AÑO 2014”,

Autores:

Chicaiza Villegas Jessica María

Chugchilán Ronquillo Narcisa Yolanda

RESUMEN

El trabajo investigativo realizado en esta Tesis, nos demuestra que el comercio exterior es importante porque impulsa el bienestar económico social, además mediante las operaciones del comercio exterior se puede generar fuentes de empleo y por ende calidad de vida, cabe recalcar que las NTICs son un instrumento vital para el desarrollo del comercio exterior de un país, facilitando que se presten servicios más complejos y de una forma más ágil, es por eso importante que los estudiantes reciban la cátedra de comercio exterior mediante las NTICs; desarrollando las plantillas de los documentos necesarios para la exportación esto facilitará que el estudiante pueda desempeñarse de manera competitiva en el mercado laboral. Este trabajo realizamos mediante una investigación para conocer si los estudiantes han utilizado alguna vez una guía de exportación, para ello recopilamos la información mediante encuestas hacia los estudiantes y entrevistas dirigidas a los docentes que imparten la cátedra de comercio exterior, dándonos como resultado que la mayoría de estudiantes desconocen sobre el tema. Es por eso que hemos visto la necesidad de proponer una guía de cómo realizar una exportación, en la cual detallaremos paso a paso cómo se desarrolla el proceso de exportación, así como los documentos de acompañamiento, esta propuesta beneficiará a los estudiantes y docentes de la carrera de ingeniería comercial, quienes podrán utilizar en cualquier momento esta guía para fortalecer más sus conocimientos y en un futuro les permita tomar una adecuada decisión, logrando con ello un aprendizaje más eficiente en cada uno de los estudiantes y por ende mejorando el rendimiento de la institución.

Director

Ing. Yadira Borja



TOPIC: "THE TEACHING OF THE OPERATIONS OF FOREIGN TRADE THROUGH THE USE OF COMMUNICATION TECHNOLOGIES AND THE INFORMATION IN THE STUDENTS OF THE TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI, OF COMMERCIAL ENGINEERING IN THE YEAR 2014",

Authors:

Chicaiza Villegas Jessica María

Chugchilan Ronquillo Narcisa Yolanda

ABSTRAC

The investigative work carried out in this thesis, shows us that trade is important because it boosts the economic welfare, also through the operations of foreign trade can generate sources of employment and therefore quality of life, should be noted that the ICTs are a vital instrument for the development of foreign trade of a country, by facilitating the provision of more complex services and a more agile way, is so important that students receive it the Chair of foreign trade by the ICTs, this provided that the student can play competitively in the labour market. This work carry out through an investigation to know if students have used a guide to export, so collect information through surveys to students and interviews targeting teachers that they taught the Chair of foreign trade, giving as a result the majority of students are unaware of the issue. This is why we've seen the need to propose a guide on how perform an export, in which we will step by step detail how develops the export process, as well as accompanying documents, this proposal will benefit students and teachers from the career of business engineering, who may use this guide to further strengthen their knowledge at any time and in the future allows them to make a proper decision making this a more efficient in every one of the students and therefore learning improving the performance of the institution.



AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica De Cotopaxi, yo Lic. Marcia Chiluisa con la C.C. 0502214307 CERTIFICO que he realizado la respectiva revisión de la Traducción del Abstract; con el tema: **“LA ENSEÑANZA DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR A TRAVÉS DEL EMPLEO DE TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI, DE LA CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL EN EL AÑO 2014”** cuya autoras son: **Chicaiza Villegas Jessica María y Chugchilán Ronquillo Narcisa Yolanda**, y director de tesis **Ing. Yadira Paola Borja Brazales**.

Latacunga, Abril del 2014

Docente:

Lic. Marcia Chiluisa
C.C. 0502214307

ÍNDICE

<i>AUTORÍA</i>	<i>ii</i>
<i>AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS</i>	<i>iii</i>
<i>FORMULARIO DE LA APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO</i>	<i>iv</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i>	<i>v</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>vi</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>vii</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>viii</i>
<i>ABSTRAC</i>	<i>ix</i>
<i>AVAL DE TRADUCCIÓN</i>	<i>x</i>
<i>INTRODUCCIÓN</i>	<i>xvii</i>

CAPITULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

<i>1.1</i>	<i>Antecedentes Investigativos</i>	<i>1</i>
<i>1.2</i>	<i>Categorías Fundamentales</i>	<i>3</i>
<i>1.3</i>	<i>Marco Teórico</i>	<i>4</i>
<i>1.3.1</i>	<i>Las TICs en la Educación Superior</i>	<i>4</i>
<i>1.3.1.1</i>	<i>La Incorporación de las TIC a los Procesos Formativo</i>	<i>6</i>
<i>1.3.1.2</i>	<i>Principales Beneficios de la Inclusión de las NTICs en la Educación Superior</i>	<i>8</i>
<i>1.3.1.3</i>	<i>Posibilidades que las NTICs ofrecen a través de la Comunicación</i>	<i>9</i>
<i>1.3.1.4</i>	<i>Beneficios del uso de las Nuevas Tecnologías para el Estudiante</i>	<i>10</i>
<i>1.3.1.5</i>	<i>Perfil del Estudiante en los Espacios Virtuales</i>	<i>10</i>
<i>1.3.1.6</i>	<i>Ventajas del uso de las NTICs en la Docencia Universitaria</i>	<i>11</i>
<i>1.3.1.7</i>	<i>TIC y Crisis en la Educación Superior</i>	<i>12</i>
<i>1.3.1.8</i>	<i>Los Procesos de Innovación Educativa</i>	<i>13</i>
<i>1.3.1.9</i>	<i>Evolución Tecnológica y Enseñanza</i>	<i>14</i>
<i>1.3.2</i>	<i>Las Tics en el Aula</i>	<i>15</i>

1.3.2.1	<i>Cambio en el Proceso Educativo</i>	16
1.3.2.2	<i>Cambio en el Objeto de la Enseñanza</i>	16
1.3.2.3	<i>Cambio en los Objetivos Educativos</i>	17
1.3.2.4	<i>Cambio en los Centros Educativos</i>	18
1.3.2.5	<i>Cambio en las Formas Pedagógicas</i>	19
1.3.2.6	<i>Cambio en los Contenidos Didácticos</i>	21
1.3.2.7	<i>Sobre los Usos de las TIC en los Centros Educativos y en las Aulas</i>	22
1.3.3	<i>Comercio Exterior</i>	24
1.3.3.1	<i>Características del Comercio Exterior</i>	25
1.3.3.2	<i>Ventajas Teóricas del Comercio Exterior</i>	26
1.3.3.3	<i>Clasificación del Comercio</i>	27
1.3.3.4	<i>Regímenes de Comercio Exterior</i>	28
1.3.3.5	<i>Principales Participantes del Comercio Exterior</i>	29
1.3.3.6	<i>Aranceles Aduaneros</i>	33
1.3.3.7	<i>Operaciones del Comercio Internacional</i>	33
1.3.3.8	<i>Agentes que intervienen en las Operaciones de Comercio Internacional</i>	39
1.3.3.9	<i>Documentos necesarios para realizar operaciones de comercio exterior</i>	41
1.3.3.10	<i>Tratado de Libre Comercio TLC</i>	41
1.3.3.11	<i>Los Incoterms</i>	42
1.3.3.13	<i>El Uso y Aplicación de las NTICs en las Operaciones del Comercio Exterior</i>	50
1.3.4	<i>Restricciones Comerciales</i>	51
1.3.4.1	<i>Restricciones al Comercio Internacional</i>	51
1.3.4.1.1	<i>Libre Comercio y Proteccionismo</i>	51
1.3.4.1.2	<i>Aranceles</i>	54
1.3.4.1.2.1	<i>Tipos de aranceles</i>	54
1.3.4.1.3	<i>Otras Medidas Proteccionista</i>	55
1.3.4.1.3.1	<i>Cuota</i>	55
1.3.4.1.3.2	<i>Cupo</i>	56

1.3.4.1.3.3	<i>Contingencia de Importación</i>	56
1.3.4.2	<i>Restricciones al Comercio en Ecuador</i>	57
1.3.4.2.1	<i>Barreras a las Exportaciones</i>	57
1.3.4.2.1.1	<i>Barreras no Arancelarias</i>	57
1.3.4.2.1.2	<i>Barreras Arancelarias</i>	58
1.3.4.2.1.2.1	<i>Derechos Arancelarios</i>	58
1.3.4.2.1.3	<i>Barreras Proteccionistas</i>	59
1.3.4.2.1.3.1	<i>Restricción a la exportación de mercancías</i>	59
1.3.5	<i>Excel</i>	60
1.3.5.1	<i>Concepto</i>	60
1.3.5.1.1	<i>Características de Excel</i>	60

CAPITULO II

CARACTERIZACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

2.1.	<i>Historia</i>	61
2.2.	<i>Filosofía Institucional</i>	62
2.2.1.	<i>Misión</i>	63
2.2.2.	<i>Visión</i>	63
2.2.3.	<i>Organigrama Estructural de la Universidad Técnica de Cotopaxi</i>	64
2.2.4	<i>Ingeniería Comercial</i>	65
2.2.4.1	<i>Misión</i>	65
2.2.4.2	<i>Visión</i>	65
2.3	<i>Investigación De Mercado</i>	65
2.3.1	<i>El Problema</i>	65
2.3.2	<i>Solución</i>	66
2.3.3	<i>Objetivos de la Investigación</i>	66
2.4	<i>Metodología de la Investigación</i>	67
2.4.3	<i>Métodos de investigación</i>	67
2.4.4	<i>Tipos de Investigación</i>	68
2.4.5	<i>Técnicas de Investigación</i>	69
2.4.6	<i>Instrumentos</i>	69
2.4.7	<i>Población</i>	69

2.5	<i>Análisis e Interpretación de Resultados de las Encuestas Aplicadas a los Estudiantes de Séptimo y Octavo Ciclo de Ingeniería Comercial</i>	71
2.6	<i>Ficha Resumen de Entrevista a Docentes</i>	77
2.7	<i>Análisis Interno</i>	78
2.7.1	<i>Conclusiones del Análisis del Ambiente Interno</i>	83
2.8	<i>Conclusiones</i>	84
2.9	<i>Recomendaciones</i>	85

CAPITULO III

PROPUESTA

3.1.	<i>Diseño de la Propuesta</i>	86
3.2.	<i>Justificación</i>	87
3.3.	<i>Objetivos de la Propuesta</i>	87
3.3.1	<i>Objetivo General</i>	87
3.3.2	<i>Objetivos Específicos</i>	87
3.4	<i>Descripción de la Propuesta</i>	88
3.5	<i>Esquema de la Cadena de Valor del Manual de Exportaciones</i>	89
3.6	<i>Rosas Ecuatorianas Ecoroses S.A</i>	90
	GUÍA DEL EXPORTADOR	92
	ÍNDICE	93
	ANEXOS	132
	Conclusiones	159
	Recomendaciones	161
	Bibliografía	162
	Bibliografía Cita	162
	Bibliografía Consultada	164
	Bibliografía Virtual	164

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO

Cuadro N° 1 Beneficios De La Inclusión De Las NTICs	
Síntesis De Aportación.....	9
Cuadro N° 2 Población Docentes De Ingeniería Comercial.....	72
Cuadro N° 3 Población De Estudiantes De Ingeniería Comercial.....	72
Cuadro N° 4 Impartición De Comercio Exterior.....	73
Cuadro N° 5 Conocimiento De Las NTICs En La Educación.....	74
Cuadro N° 6 Utilización De La Herramienta De La Comunicación E Información.....	75
Cuadro N° 7 Importancia Del Comercio Exterior A Través De Las NTICs.....	76
Cuadro N° 8 Beneficios De La Implementación De Las NTICs.....	77
Cuadro N° 9 Software Para Comercio Exterior.....	78
Cuadro N° 10 Descripción De Nomenclaturas.....	80
Cuadro N° 11 Descripción De Categorización.....	80
Cuadro N° 12 Análisis Interno De La Carrera De Ingeniería Comercial.....	81
Cuadro N° 13 Matriz De Perfil Interno De La Carrera De Ingeniería Comercial.....	84

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO

Grafico N° 1 Categorías Fundamentales.....	4
Grafico N° 2 Impartición De Comercio Exterior.....	73
Grafico N° 3 Conocimiento De Las NTICs En La Educación.....	74
Grafico N° 4 Utilización De La Herramienta De La Comunicación E Información.....	75
Grafico N° 5 Importancia Del Comercio Exterior A Través De Las Ntics.....	76
Grafico N° 6 Beneficios De La Implementación De Las NTICs.....	77
Grafico N° 7 software Para Comercio Exterior.....	78

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se ha observado que existe intercambio comercial entre los países del mundo, esto supone que, por una parte, un producto se pueda vender con más facilidad que antes en cualquier lugar del mundo, y por otra, un incremento de la competencia a nivel internacional. Es por eso que las empresas se ven obligadas a redefinir sus estrategias, buscando fórmulas imaginativas y realizando esfuerzos adicionales para buscar nuevos mercados, así como consolidar los ya existentes.

El desarrollo del comercio exterior hace que los países prosperen, al aprovechar sus activos producen mejor, y luego intercambian con otros países lo que a su vez ellos producen mejor. Por ende las operaciones del comercio exterior son todas aquellas que resultan de la negociación entre varios países que pueden o no hacer parte de un acuerdo comercial. Las transacciones comerciales entre distintos países, implican asumir múltiples riesgos, partiendo del grado de conocimiento o confianza entre comprador y vendedor, para ello se ha elaborado una Guía de exportaciones con el propósito de describir y orientar el alcance y preservar el buen uso y seguridad de la misma, ya que presenta información real de las operaciones de comercio exterior para un exportador, brindando una herramienta clara para que pueda realizar una exportación. Además es un documento práctico que repasa de forma breve como realizar una exportación, así como los documentos de acompañamiento, con el fin de ayudar al estudiante a comprender la cátedra del Comercio Exterior.

Cabe recalcar que el comercio exterior ha sido una actividad fundamental para la economía de nuestro país, por cuanto la Guía de exportaciones le permite al estudiante que obtenga conocimientos básicos de cómo realizar una exportación, no solo en forma teórica, sino también que se pueda desempeñar en forma práctica, y así pueda ser competitivo en el mercado laboral.

CAPITULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Antecedentes Investigativos

Como antecedente se puede decir que PALOMO, RUIZ y SÁNCHEZ (2008) manifiestan que en el aula de clases, las TICs son potenciales instrumentos cognitivos que pueden ayudar al estudiante a ampliar las capacidades intelectuales, al abrir nuevas posibilidades de desarrollo individual y social, además indican que las TICs ofrecen la posibilidad de interacción que pasa de una actitud pasiva por parte del alumnado a una actividad constante, a una búsqueda y replanteamiento continuo de contenidos y procedimientos. Aumentan el interés de los estudiantes en sus tareas y desarrollan su iniciativa, ya que se ven obligados constantemente a tomar "pequeñas" decisiones, a filtrar información, a escoger y seleccionar.

AVEIGA Harry Luna, de la Universidad Ecotec, manifiesta que las TIC's en el transcurso de los años se las ha utilizado para hacer parte de varias líneas de desarrollo e investigación sean estas medicina, empresarial, robótica, educación y más ramas de desarrollo. Se han ido caracterizando por la presencia de la comunicación, entre personas o grupos sin considerar distancias. Esta comunicación se efectúa hoy en día por medio de las páginas web, redes sociales, blogs, correo electrónico, foros, aprovechando los recursos que estos ofrecen como mensajería instantánea, videoconferencias, ayudados con las Tablets, Telefonía móvil, Redes sociales y empresas, y demás recursos que día a día se suman a las TIC's.

Esta investigación está fundamentada en un modelo crítico positivo, puesto que el problema propuesto está en constante cambio y evolución, además se pretende proponer las ventajas y estrategias competitivas que se obtienen al emplear las TICs en las operaciones de comercio exterior. Las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) cada vez más se han convertido en un instrumento para facilitar la competitividad de las exportaciones en el comercio mundial, además ayudan al desarrollo de un país y por lo tanto, su utilización incide en el crecimiento de los diversos sectores productivos. Desde la perspectiva de mejoramiento de las condiciones de competitividad, las aplicaciones de las TICs pueden aumentar la competitividad exportadora de las empresas de los países, al mejorar la infraestructura de servicios que sustentan el comercio internacional.

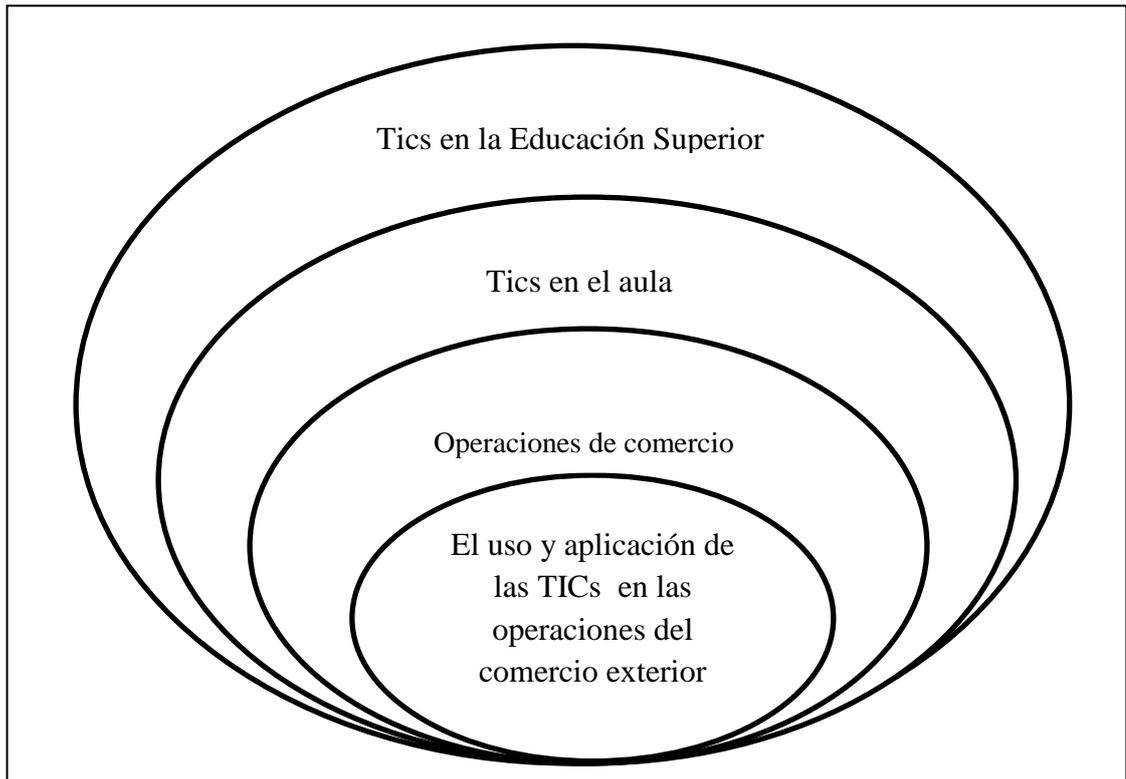
Las TICs es imprescindible para lograr operaciones del comercio internacional ya que permite que las operaciones que se realizan sean honestas, precisas, seguras y con los costos de transacción más bajos, a la vez que sean rápidas tanto en los flujos de documentación como de mercancías.

En la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi, hemos visto la necesidad de emplear una herramienta tecnológica que ayude a captar claramente la atención de los estudiantes y su interés por aprender la cátedra de comercio exterior, mediante plantillas que pueda proporcionar el aprendizaje de forma práctica. En la actualidad las Tecnologías de Información y Comunicación TICs constituyen unos de los factores de innovación más importantes en toda institución, así pues al encontrarnos ante una economía donde el conocimiento constituye al mismo tiempo un recurso estratégico y productivo, una universidad exitosa no puede permanecer ajena a los diversos conceptos de TICs; ya que una adecuada utilización de las TICs puede otorgar a las universidades la capacidad de alcanzar una visible ventaja competitiva sobre sus competidores, así como también será una herramienta muy útil, amplia y moderna que facilitara la transmisión de los conocimientos en los estudiantes.

1.2 Categorías Fundamentales

En la presente investigación se considerará las siguientes categorías

GRAFICO N° 1
CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



FUENTE: Anteproyecto De Tesis

ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

1.3 Marco Teórico

1.3.1 Las TICs en la Educación Superior

Por Tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) se entiende un concepto empleado para designar lo relativo a la informática conectada a Internet y, especialmente, el aspecto social de éstos, entre ellos el desarrollo de la PYME. Usamos la abreviatura TIC para referirnos en forma simplificada a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

Las TIC agrupan un conjunto de sistemas necesarios para administrar la información, y especialmente las computadoras y programas necesarios para convertirla, almacenarla, administrarla, transmitirla y encontrarla. Los primeros pasos hacia una sociedad de la información se remontan a la invención del telégrafo eléctrico, pasando posteriormente por el teléfono fijo, la radiotelefonía y, por último, la televisión. Internet, la telecomunicación móvil y el GPS pueden considerarse como nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

La revolución tecnológica que vive en la humanidad actualmente es debida en buena parte a los avances significativos en las tecnologías de la información y la comunicación. Los grandes cambios que caracterizan esencialmente esta nueva sociedad son: la generalización del uso de las tecnologías, las redes de comunicación, el rápido desenvolvimiento tecnológico y científico y la globalización de la información.

(COLL César, 2009) “Las TIC son herramientas tecnológicas que, debido a las características y propiedades de los entornos simbólicos que permiten crear, pueden ser utilizadas por estudiantes y profesores para planificar, regular y orientar las actividades propias y ajenas, introduciendo modificaciones importantes en los procesos implicados en la enseñanza y aprendizaje” (pág. 379). Las TIC son instrumentos poderosos para promover el enseñanza y aprendizaje por estudiantes y profesores, estas tecnologías hacen posible, mediante la

eliminación de las barreras espaciales y temporales, que más personas puedan acceder a la formación y la educación, además gracias a las tecnologías multimedia e Internet, se dispone de nuevos recursos y posibilidades de desarrollo educacional. El uso de las TIC es un objetivo de primer orden en el proceso formativo de la nueva generación de estudiantes, dejando paso a nuevos modelos y estrategias de enseñanza.

(BRINGUÉ y SADABA, 2008, 2009), “La educación formal no puede permanecer ajena a significativos cambios en la creación, gestión, distribución y recepción de la información. El profesorado se ve obligado a un replanteamiento constante de las implicaciones educativas que los desarrollos tecnológicos tienen en la sociedad en general y en los entornos educativos en particular. Las TIC en general y las tecnologías en particular ofrecen al ámbito universitario nuevos espacios de formación complementarios a la enseñanza presencial, viniendo a reforzarla” (pág. 139).

Estos nuevos procesos de enseñanza-aprendizaje se producen cuando las responsabilidades y las funciones de instrucción se alejan del sistema educativo formal y de sus profesores y se mueven hacia los estudiantes, esta diferencia ocurre en la vida diaria del alumnado, los sistemas educativos siguen centrados exclusivamente en el lenguaje verbal. Además existen algunos docentes, aferrados tanto a la lección magistral como al libro de texto y prevalecen la opinión de que, lo que verdaderamente tiene prioridad es la autoridad y el saber del profesor.

(AYERDI Koldo – PÉREZ D. Jesús Ángel– MENDIGUREN G., 2011)(Cit. MARÍN y ROMERO, 2009). “Señalan cinco problemas para la integración de las TIC como herramientas de trabajo diario” (pág. 140):

- La limitación en el acceso a las tecnologías.
- La rapidez de los avances tecnológicos.
- La ausencia de su efectiva coordinación de actuaciones a favor de la receptividad en el terreno de las nuevas tecnologías (NNTT).

- La escasa inversión en investigación pedagógica para hacer frente de manera segura a los retos del aprendizaje en la nueva situación.
- La necesidad de una planificación efectiva desde la administración educativa respecto de la accesibilidad, receptividad y flexibilidad en la nueva demanda de la educación.

A estos problemas se podrían incorporar dos nuevos que vendrían a justificar las dificultades que encuentran los profesores para realizar la correcta integración de las TIC en su práctica docente:

- La baja formación (el 78,2% de los profesores así lo declara).
- La falta de tiempo para formarse (el 72,3% de los docentes observa este impedimento).

Gracias a las NTICs es posible desarrollar entornos de aprendizaje que posibilitan estructurar nuevas metodologías docentes que aproximen a los planteamientos didácticos, donde se recupere el protagonismo de los alumnos, y donde se les permita aprender tanto dentro como fuera de las aulas.

1.3.1.1 La Incorporación de las TIC a los Procesos Formativo

(COLL César, 2009), “La incorporación de las TIC a los procesos formativo, es altamente probable que los nuevos maestros que están arribando a los centros escolares o que se encuentran en formación inicial ya hayan adquirido estas competencias básicas previamente. En la medida en que los docentes avanzan en sus capacidades de uso de las tecnologías, estos demandan preparación en habilidades superiores para la integración de estas herramientas en la práctica cotidiana en el interior de la sala de clases” (pág. 380).

Los profesores que tienden a requerir mayores niveles de entrenamiento e información son aquellos que ven en los recursos tecnológicos ventajas en el momento de planificar nuevas situaciones educativas, que se ven favorecidos por

su entorno profesional para experimentar con estos recursos o que implementan innovaciones consistentes con los valores y prácticas del proyecto educativo de la institución.

Las NTICs permiten elaborar y mantener registros de las actividades de enseñanza y aprendizaje realizadas de su desarrollo, de la participación que han tenido en ellas los estudiantes y de sus resultados, además se puede llevar a cabo intercambios comunicativos entre profesores y alumnos no directamente relacionados con los contenidos o las tareas y actividades de enseñanza y aprendizaje.

El diseño tecnológico del proceso formativo, lo que cuenta son las posibilidades y limitaciones que ofrecen esos recursos para representar, procesar, transmitir y compartir información. Las aplicaciones de software informático y herramientas de navegación, de construcción de redes semánticas, bases de datos, sistemas expertos, de elaboración de modelos, etc. varían enormemente en cuanto a esas posibilidades y limitaciones.

Y esta variación, a su vez, establece restricciones distintas en cuanto a las actividades y tareas que, mediante el uso de dichas aplicaciones, van a poder desarrollar profesores y estudiantes; es decir, en cuanto a las posibilidades y limitaciones que ofrecen a profesores y alumnos para organizar su actividad conjunta entorno a los contenidos y tareas de aprendizaje.

Por lo general, las herramientas tecnológicas van acompañadas de una propuesta, más o menos explícita, global y precisa según los casos, sobre la forma de utilizarlas para la puesta en marcha y el desarrollo de actividades de enseñanza y aprendizaje.

1.3.1.2 Principales Beneficios de la Inclusión de las NTICs en la Educación Superior

Cuadro N° 1
BENEFICIOS DE LA INCLUSIÓN DE LAS NTICs SÍNTESIS DE
APORTACIONES

La facilidad para el acceso a la información y la variedad de información disponible.
Los elevados parámetros de fiabilidad y rapidez de que disponen para el procesamiento de la información y los datos.
La variedad de canales de comunicación que permiten.
La eliminación de las barreras espacio-temporales.
Las posibilidades de feed-back que ofertan, su gran interactividad.
El desarrollo de espacios flexibles para el aprendizaje.
La potenciación de la autonomía personal y el desarrollo del trabajo colaborativo.
La optimización de la organización y el desarrollo de las actividades docentes e investigadoras.
La agilización de las actividades administrativas y de gestión, además de permitir su deslocalización del contexto inmediato.

FUENTE: Cooll Cesar 2009
ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisca

De igual forma, las experiencias desarrolladas nos permiten señalar como las TIC están cobrando un mayor protagonismo en el desarrollo de la educación superior, convirtiéndose en elementos esenciales para el desarrollo de la actividad docente e investigadora. A este respecto se hace necesario el desarrollo, dentro de las instituciones universitarias, de medidas que, cómo indican favorezcan la integración efectiva de las TIC, unas medidas que se deben de desarrollar en torno a los siguientes aspectos:

La formación, capacitación técnica y pedagógica del profesorado, desarrollando políticas de alfabetización digital entre los docentes para evitar la profundización de la brecha digital Docente.

- La motivación y el reconocimiento. Es necesaria una apuesta clara y decidida por unos sistemas de recompensa que permitan reconocer el esfuerzo desarrollado por el profesorado que lleva a cabo actividades formativas y de integración de las TIC en su práctica habitual.
- La inversión; tanto para la adquisición de los medios tecnológicos en la cantidad, calidad y grado de accesibilidad adecuado, como para el desarrollo de centros de apoyo especializados, que den respuesta a las necesidades del docente, además de desarrollar y fomentar actividades formativas y de innovación docente.

1.3.1.3 Posibilidades que las NTICs ofrecen a través de la Comunicación.

(MOLINA RAMÍREZ Ángela María, 2012)“Actualmente, las universidades han de plantear nuevos modelos en el contexto en el aula convencional, y desde una perspectiva flexible atender a las personas que necesitan formación a lo largo de la vida, explorando cómo la tecnología puede contribuir a implicar y apoyar a los alumnos en contextos, culturas y programas múltiples” (pág. 110).

Las NTICs permite a las universidades a ser más competitivas es que se desea obtener ventaja de la abundancia de información y accesible mediante las nuevas tecnologías. Gestionar un entorno de formación supone un conjunto de decisiones en forma de juego de equilibrio entre el modelo pedagógico, las posibilidades de la tecnología y el marco organizativo e institucional. Una vez consensuada y tomada la decisión, lo que las universidades tienen que hacer es construir un nuevo entorno de aprendizaje que intencional y sistemáticamente, conecte a los alumnos unos con otros y con los tutores y profesores, conecte este aprendizaje con la experiencia.

1.3.1.4 Beneficios del uso de las Nuevas Tecnologías para el Estudiante

- a) Poseer más información disponible a través de Internet que la que se tiene usando sencillamente la biblioteca del campus.
- b) Poseer acceso a informaciones actualizadas.
- c) Establecer proyectos de colaboración con alumnos y profesores de otros campus o de otras universidades, tanto de nuestro país como del extranjero.
- d) Poder individualizar su aprendizaje utilizando las telecomunicaciones.
- e) Poseer conocimiento y dominio en la inserción de las técnicas y medios para la formación en cualquier espacio y tiempo, que combine la formación presencial con la formación a distancia.

El desarrollo científico tecnológico es un aspecto evidente y real en nuestra sociedad actual por lo que es difícil encontrar una profesión o un momento en nuestra vida social donde no existan las nuevas tecnologías, así como los cambios constantes en el conocimiento y en el desarrollo tecnológico lo que obliga a que el estudiante se encuentre involucrado de forma directa en el aprendizaje de estas tecnologías como parte de su formación profesional.

1.3.1.5 Perfil del Estudiante en los Espacios Virtuales

A nuestros jóvenes nadie les ha enseñado a buscar y seleccionar información de manera crítica. Las nuevas tecnologías y las demandas de nuevas competencias han ampliado el espectro de los usuarios respecto al alumnado tradicional que ha finalizado la enseñanza secundaria obligatoria. Cada vez más aumenta la variabilidad del alumno medio, el cual cada vez es de mayor edad, y a menudo, compagina los estudios con el trabajo, capaz de absorber contenidos educativos con facilidad en los distintos formatos, es una persona que difícilmente consigue

adaptarse al horario rígido de las clases y por tanto precisa de la flexibilidad de la educación.

De este modo, nos vemos obligados a considerar las diferencias de los alumnos desde el punto de vista de la motivación, de la percepción, desde los estilos cognitivos. Además, es preciso apuntar a un grupo de habilidades y actitudes básicas personales para aprender en la distancia: autodisciplina, la capacidad de trabajar solo, la gestión del tiempo, cierto grado de independencia en el aprendizaje; capacidad de realizar una programación personal, compaginando vida personal, profesional y estudios.

1.3.1.6 Ventajas del uso de las NTICs en la Docencia Universitaria.

(Isabel, 2009) “Las NTICs están promoviendo una nueva visión del conocimiento y del aprendizaje, afectando a los roles desempeñados por la institución y por los participantes en el proceso de enseñanza – aprendizaje, a la dinámica de creación y diseminación del conocimiento y muchas de las prioridades de las actuales inquietudes curriculares” (pág. 5, 6).

Las NTICs son muy importantes en la docencia universitaria debido a que resulta muy útil para realizar actividades complementarias y de recuperación en las que los estudiantes pueden auto controlar su trabajo, además eleva interés en los estudiantes de manera que realicen sus tareas eficientemente.

El empleo de las Tics en la formación de la enseñanza superior aporta múltiples ventajas en la mejora de la calidad docente, materializadas en aspectos tales como, el acceso desde áreas remotas, la flexibilidad en tiempo y espacio para el desarrollo de las actividades de enseñanza-aprendizaje a la posibilidad de interactuar con la información por parte de los diferentes agentes que intervienen en dichas actividades.

Las TICs como ventajas en la docencia universitaria:

- Mejora la comunicación entre los distintos agentes del proceso enseñanza-aprendizaje.
- Enseñanza más personalizada.
- Acceso rápido a la información.
- Posibilidad de interactuar con la información.
- Eleva el interés y la motivación de los estudiantes.
- Mejora de la eficacia educativa.
- Permiten que el profesor disponga de más tiempo para otras tareas.

1.3.1.7 TIC y Crisis en la Educación Superior

(Ibáñez, Jesús Salinas,, 2012) “En cualquier foro de debate sobre temas universitarios se insiste hoy sobre la oportunidad y la necesidad de nuevas iniciativas en la explotación de las posibilidades de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en los procesos de enseñanza-aprendizaje universitarios. Para lograr el aprovechamiento de las ventajas y el potencial de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, velando por la calidad y manteniendo niveles elevados en las prácticas y los resultados de la educación, con un espíritu de apertura, equidad y cooperación internacional que allí se reclama, las instituciones políticas y universitarias despliegan una gran variedad de estrategias que dependen del contexto y de los objetivos que se persiguen, considero que en la actualidad esta diferenciación no proviene de la demanda sino que la mantiene la oferta misma, siendo las instituciones las que diferencian entre ambas demandas”(pág. 3).

Las instituciones de educación superior han experimentado un cambio de cierta importancia en el conjunto del sistema educativo de la sociedad actual: Desplazamiento de los procesos de formación desde los entornos convencionales a otros entornos, demanda generalizada para que los estudiantes reciban la competencias necesarias para el aprendizaje continuo, comercialización del

conocimiento que genera simultáneamente oportunidades para nuevos mercados y competencias nuevas en el sector.

1.3.1.8 Los Procesos de Innovación Educativa

(Ibáñez, Jesús Salinas,, 2012) “Los procesos de innovación respecto a la utilización de las TIC en la docencia universitaria suelen partir, la mayoría de las veces, de las disponibilidades y soluciones tecnológicas existentes. Sin embargo, una equilibrada visión del fenómeno debería llevarnos a la integración de las innovaciones tecnológicas en el contexto de la tradición de nuestras instituciones” (pág. 17).

Esto genera ambientes de trabajo más amigables y atractivos para las nuevas generaciones, provocando un impacto positivo en la asistencia y en la retención escolar, por ende se requiere, en la práctica, profesores que tengan las destrezas en diseño de cursos y en enseñanza necesarias para apoyar el aprendizaje centrado en el estudiante.

La incorporación de nuevos materiales, nuevos comportamientos y prácticas de enseñanza y nuevas creencias y concepciones, etc., son cambios que están relacionados, con los procesos de innovación en cuanto a mejoras en los procesos de enseñanza-aprendizaje. De esta manera, consideramos la organización de sistemas de enseñanza-aprendizaje en entornos virtuales como un proceso de innovación pedagógica basado en la creación de las condiciones para desarrollar la capacidad de aprender y adaptarse, tanto de las organizaciones como de los individuos, y desde esta perspectiva podemos entender la innovación como un proceso intencional y planeado, que se sustenta en la teoría y en la reflexión y que responde a las necesidades de transformación de la prácticas para un mejor logro de los objetivos, Así pues, cualquier proyecto que implique utilización de las TIC, cambios metodológicos, formación de los profesores universitarios, etc., constituye una innovación.

1.3.1.9 Evolución Tecnológica y Enseñanza.

La proliferación de experiencias de uso de las TIC en la enseñanza puede suponer, a veces, la aparición de nuevos vocablos en el mundo educativo solamente, sin constituir otra innovación. De hecho en los últimos tiempos hemos oído hablar de ‘enseñanza virtual’, y más recientemente ‘e-learning’, la última moda al menos terminológica en lo que a utilización de las tecnologías en la educación se refiere.”(pág. 17).

Las tecnologías de la información y la comunicación facilitan el aprendizaje, el desarrollo de habilidades y distintas formas de aprender de los estudiantes, esto posible porque transmiten información a destinos lejanos, con costos cada vez menores y en tiempo real.

El fenómeno de la evolución de las telecomunicaciones causante en último término de la aparición de los mismos puede considerarse irreversible y nos otorga la responsabilidad de preparar a las jóvenes generaciones y a los ciudadanos en general como usuarios de estos medios en la profesión, en el trabajo, en la vida y en el ocio. Los ciudadanos, en efecto, disponen ya o dispondrán en un futuro próximo de posibilidades de conexión desde establecimientos destinados a tal fin y relacionados con el ocio, la intercomunicación, etc., o desde el propio hogar. Es nuestra responsabilidad contribuir a orientar este fenómeno, y esta tarea es más urgente si tenemos presente que las redes tal como las conocemos, Internet entre ellas, tienden a quedar superadas, disponiendo cada día de mayores y más fáciles servicios.

El desarrollo de la tecnología y su uso como medio de instrucción en los procesos de enseñanza han dado lugar a distintas modalidades educativas, entre ellas, la educación a distancia, autoformación o aprendizaje independiente. Consideradas como instrumentos de formación, las TIC ofrecen un conjunto de perspectivas condicionadas, tanto por los avances de las telecomunicaciones y las tecnologías de la información, como por las transformaciones que en el campo de la

enseñanza se vayan dando por efecto de integración y/o adaptación de estas tecnologías.

1.3.2 Las Tics en el Aula

(MARTIN, Rocio- FERNÁNDEZ GONZÁLEZ, RAMÓN M.F, 2012) “La mayoría de los gobiernos y de los educadores reconoce que la utilización de las TIC en la enseñanza mejora su calidad. Sin embargo, se trata, no ya de enseñar sobre TIC, es decir de formar en las habilidades y destrezas que son necesarias para desenvolverse con soltura en la SI; sino de dar un paso más y entender que utilizar las TIC en el aula significa seleccionar algunas de las herramientas que ofrecen las TIC y usarlas desde una perspectiva pedagógica, pero no como un complemento a la enseñanza tradicional sino como una vía innovadora que, integrando la tecnología en el currículo, consigue mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje y los progresos escolares de los alumnos”. (p. 36)

Este cambio no debe ser tan solo el de papel y lápiz por un computador e impresora, sino en la forma en la que se utilizan estas nuevas herramientas, este cambio profundo en la metodología educativa, que no consiste en utilizar las nuevas herramientas con métodos tradicionales, debe afectar a la enseñanza en pro de las necesidades individuales de los estudiantes, a través de la interactividad, creando un nuevo marco de relaciones, fomentando el trabajo colaborativo y, sobre todo, ofreciendo una metodología creativa y flexible más cercana a diversidad y a las Necesidades Educativas.

En este nuevo enfoque de la educación, que usa la tecnología no como un fin sino como un medio para mejorar el proceso de aprendizaje, es fundamental utilizar las nuevas herramientas de forma apropiada, por ello la formación de los docentes es esencial, ya que son ellos los que deben dotar de contenidos educativos a las herramientas tecnológicas e integrar la tecnología en todas las áreas del conocimiento.

Así, el nuevo modelo de enseñanza que propician las nuevas herramientas tecnológicas y que poco a poco se va abriendo camino en los centros educativos, implica muchas transformaciones:

1.3.2.1 Cambio en el Proceso Educativo

En la sociedad en la que vivimos, la información y el conocimiento tienen cada vez más influencia en el entorno laboral y personal de los ciudadanos; sin embargo, los conocimientos tienen fecha de caducidad. La velocidad a la que se producen las innovaciones y los cambios tecnológicos exige actualizar permanentemente los conocimientos.

El proceso educativo ha cambiado; antes, una persona pasaba por las distintas etapas del sistema educativo (Primaria, Secundaria, Bachillerato y Universidad) para formarse y poder iniciar su vida profesional. A partir de ahí, a excepción de algunos cursos de actualización ofrecidos en su ambiente profesional, se consideraba que ya estaba preparada. En la actualidad, si no quiere quedarse obsoleta, debe continuar su aprendizaje a lo largo de toda su vida.

En tal sentido, las TIC favorecen la formación continua al ofrecer herramientas que permiten la aparición de entornos virtuales de aprendizaje, libres de restricciones de tiempo y de espacio que exige la enseñanza presencial. Las posibilidades se amplían al poder aprender ya sea formalmente a través de cursos on-line organizados por centros o, de forma más informal, participando en foros, redes temáticas, chats o comunicaciones de correo electrónico entre colegas nacionales o del extranjero.

1.3.2.2 Cambio en el Objeto de la Enseñanza

Saber escribir y leer ya no significa hoy ser una persona alfabetizada. Las citadas habilidades, aunque siguen constituyendo la base, no son suficientes para acceder a toda la información que hoy circula por Internet. Hay que ampliar el aprendizaje

de respuestas y de contenidos de los modelos educativos tradicionales. No se trata ya de transmitir solo unos datos predeterminados para que el alumno los reproduzca, sino de enseñar a aprender a lo largo de toda la vida y, para ello, de transmitir capacidades o habilidades que permitan adaptarse a una sociedad en constante evolución.

La llegada de las TIC al mundo de la educación ha abierto muchas puertas y por ello el esquema tradicional del profesor que enseña y el alumno que aprende o reproduce lo que le ha enseñado el profesor no es suficiente. Se ha producido un gran cambio en el objeto de la educación.

1.3.2.3 Cambio en los Objetivos Educativos

Los educadores deben preparar a los alumnos para vivir en la Sociedad de la información, en la Sociedad del Conocimiento. Para ello, deben potenciar desde muy pronto las habilidades necesarias para que los alumnos aprovechen al máximo las posibilidades de las TIC.

El nuevo objetivo consiste en dotar a los alumnos de las capacidades y de los conocimientos necesarios, tales como; saber utilizar las principales herramientas de Internet, conocer las características básicas de los equipos, diagnosticar que información se necesita en cada caso, utilizar la misma y sobre todo saber aprovechar las posibilidades de comunicación de Internet.

Estas destrezas y conocimientos sirven para que los alumnos se familiaricen desde muy pronto con las TIC y se beneficien de las mismas. También son necesarias para el aprendizaje a lo largo de toda la vida, tan necesario en una sociedad que está cambiando constantemente.

1.3.2.4 Cambio en los Centros Educativos

El punto de partida de la incorporación de las TIC a la enseñanza implica hablar de equipamiento e infraestructuras. Efectivamente, los centros, ya sea para educar sobre TIC (es decir, para alfabetizar digitalmente), o ya sea para educar con TIC, necesitan estar dotados de ordenadores y tener una conexión a Internet de banda ancha, otros aspectos como el mantenimiento y la renovación de los equipos o la presencia de un técnico o responsable en informática son también muy importantes.

Sobre este tema, conviene indicar que en los últimos años se ha avanzado mucho, ya que los gobiernos de los países desarrollados incluyen en las líneas prioritarias de sus planes de desarrollo de la Sociedad Informática la ayuda de los recursos informáticos para los centros educativos.

Actualmente, la mayoría de los centros ha optado por utilizar las TIC para las labores administrativas y para formar en TIC a los alumnos utilizando un aula informática. Muchas veces esas aulas deben ponerse a disposición de los alumnos en horario extraescolar para compensar la desigualdad que afecta a los alumnos que no disponen de ordenador en casa, ya que, hoy en día, el aprendizaje de los alumnos fuera del colegio, lo que algunos llaman “enseñanza no formal”, se ha generalizado mucho.

Otro tema que afecta a la incorporación de las TIC en la enseñanza es la formación de los profesores. Los centros educativos son conscientes de que para una correcta utilización de las TIC los profesores deben estar bien formados.

Es preciso que los docentes conozcan las nuevas herramientas tecnológicas y sus posibilidades, sobre todo en un campo en el que a menudo los alumnos saben más que sus profesores, y por qué no permitir que se amplíe el entorno educativo, permitiendo que padres y colaboradores sean parte de un cambio tecnológico.

Por último, muchos centros educativos, con la ayuda de las TIC, han ampliado el entorno educativo al permitir que los padres y colaboradores participen en la dinámica de los centros.

1.3.2.5 Cambio en las Formas Pedagógicas

Una educación no condicionada por el tiempo y el espacio que posibilita el aprendizaje fuera del horario de clases y fuera de la unidad educativa a través de métodos colaborativos o en su caso, individuales, exige una redefinición, un nuevo rol de los protagonistas, los profesores y los alumnos.

1.3.2.5.1 El nuevo Rol del Profesor

En contra de lo que opinan algunos, la idea de que la tecnología desplaza a los docentes está superada y, al contrario, cada vez resulta más claro que la utilización de las TIC depende en gran medida de la actitud que tenga el docente hacia las mismas, de su creatividad y sobre todo de su formación, tecnológica y pedagógica, que le debe hacer sentirse bien enseñando a unos alumnos que casi siempre se manejan en el ciberespacio con más soltura que él. El papel del profesor no solo no pierde importancia sino que se amplía y se hace imprescindible.

Esta idea está muy ligada a la necesidad que tiene el docente de formarse continuamente o de forma permanente, como única vía para poder enfrentarse a las repercusiones educativas de las innovaciones tecnológicas.

En este sentido adquieren mucho valor para el profesor los nuevos canales de comunicación que le permiten relacionar según colegas que pueden ser del mismo centro o incluso del extranjero, con los que puede compartir sus experiencias, sus problemas y sobre todo “estar al día”.

La labor del profesor se hace más profesional, más creativa y exigente, su trabajo le va a exigir más esfuerzo y dedicación, ahora ya no es un orador, un instructor

que se sabe la lección, ahora es un asesor, un orientador, un facilitador o mediador que debe ser capaz de conocer la capacidad de sus alumnos, de evaluar los recursos y los materiales existentes o, en su caso, de crear los suyos propios.

El nuevo profesor debe crear un entorno favorable al aprendizaje, basado en el diálogo y la confianza. En este ambiente propicio, el docente debe actuar como un gestor del conocimiento y orientar el aprendizaje, tanto a nivel general de toda la clase, como a nivel individual de cada alumno.

1.3.2.5.2 El nuevo Rol del Alumno

Las TIC también cambian la posición del alumno que debe enfrentarse, de la mano del profesor, a una nueva forma de aprender, al uso de nuevos métodos y técnicas.

De la misma forma que los profesores, los alumnos deben adaptarse a una nueva forma de entender la enseñanza y el aprendizaje. El alumno, desde una posición más crítica y autónoma, ya sea de forma individual o en grupo, debe aprender a buscar la información, a procesarla, es decir, seleccionarla, evaluarla y convertirla, en última instancia, en conocimiento.

La capacidad del profesor va a ser determinante a la hora de enseñar a los alumnos a aprovechar las ventajas de las nuevas herramientas. Sin embargo, y aunque las investigaciones sobre los efectos de las TIC en el aprendizaje no son homogéneas, se han comprobado algunas ventajas que, aunque de forma desigual, pueden favorecer el aprendizaje:

- Aumento del interés por la materia estudiada.
- Mejora la capacidad para resolver problemas.
- Los alumnos aprenden a trabajar en grupo y a comunicar sus ideas.
- Los alumnos adquieren mayor confianza en sí mismos.
- Los alumnos incrementan su creatividad e imaginación.

Estas ventajas no tienen por qué afectar de la misma manera a todos los alumnos. Se ha demostrado que el aprendizaje con TIC es muy beneficioso para los estudiantes poco motivados o con habilidades bajas y medias. Con estos alumnos se han conseguido muchos logros, no solo de resultados educativos sino también de integración escolar, ya que la flexibilidad de la nueva pedagogía permite adaptarse a la capacidad y al ritmo de aprendizaje de cada alumno.

Resultan muy curiosos los datos de un estudio realizado por la editorial SM4 que revelan que los alumnos tienen una actitud más crítica que los profesores hacia el aprendizaje con TIC. Los alumnos únicamente consideran mejores los nuevos métodos de aprendizaje por el mayor interés que les infunden y porque facilitan las relaciones con sus compañeros pero, en general, opinan que se aprende menos que por los métodos tradicionales.

1.3.2.6 Cambio en los Contenidos Didácticos

Frente a los tradicionales libros, videos y juegos, los nuevos contenidos educativos creados con recursos tecnológicos permiten presentar la información de otra forma; los contenidos se hacen más dinámicos (interactividad) más atractivos (presentación simultánea de texto, sonidos e imágenes) y más variados.

Estas nuevas prestaciones pueden facilitar el aprendizaje y permitir mejoras cognitivas sobre todo de los alumnos con dificultades, al aplicar metodologías más activas y menos expositivas.

Las TIC han permitido que los contenidos educativos no solo los creen los productores sino que también sean los propios profesores o incluso los alumnos quienes, solos o trabajando en grupo, desarrollen contenidos curriculares propios o adapten los de otros.

En este sentido, cabe decir que los materiales didácticos se han multiplicado, sobre todo teniendo en cuenta que la tendencia es la de la convivencia de los

materiales tradicionales con los nuevos, sin embargo, la creación de contenidos no es tan sencilla como transponer un libro a una pantalla, sino que la dificultad radica en ofrecer algún valor añadido, como la posibilidad de interactuar o presentar simulaciones o realidad virtual o incluso adaptaciones de los materiales a las características nacionales, regionales e incluso locales, por otra parte, los nuevos contenidos resultan más adaptables y se modifican con mayor facilidad.

Los profesores tienen la oportunidad de generar contenidos educativos de acuerdo con los intereses o las particularidades de sus alumnos y de su contexto educativo; estos contenidos, debido a su escaso coste, pueden crear separa grupos de alumnos reducidos o incluso para algún alumno en particular.

Esta facilidad en la creación de materiales educativos hadado lugar, sobre todo en algunos países, a la existencia de un mayor volumen de contenidos, lo que ha planteado el problema de la evaluación de los mismos.

Así, países como EE.UU., Suecia, Francia o Reino Unido han instaurado sistemas de evaluación de los materiales didácticos, casi siempre desarrollados a través de grupos de expertos. Esta preocupación nos lleva de nuevo a reafirmar el papel crítico del docente que debería ser capaz de evaluar si los contenidos son aptos o no para la enseñanza.

1.3.2.7 Sobre los Usos de las TIC en los Centros Educativos y en las Aulas

(CARNEIRO Roberto, TOSCANO Juan, DIAZ Tamara, 2021)“Los hechos son claros. Tras dos décadas de introducción de los ordenadores personales en la nación, con cada vez más y más centros educativos conectados, y billones de dólares invertidos, algo menos de dos década diez profesores utilizan habitualmente (varias veces por semana) los ordenadores en sus aulas. Tres o cuatro son usuarios ocasionales (los utilizan una vez al mes). Y el resto cuatro o cinco de cada diez no los utilizan nunca para enseñar. Cuando se analiza el tipo de uso, resulta que estas potentes tecnologías acaban siendo frecuentemente

utilizadas como procesadores de textos y como aplicaciones de bajo nivel que refuerzan las prácticas educativas existentes en lugar de transformarlas. Después de tantos aparatos, dinero y promesas, los resultados son escasos” (pág. 26).

Ante este argumento, los trabajos sobre los usos de las NTICs se han ido orientando progresivamente en el transcurso de estos últimos años hacia el estudio de cómo los docentes y alumnos se apropian de las NTICs y las integran en las actividades de enseñanza y aprendizaje, de las condiciones que hacen posible la puesta en marcha de procesos de innovación con NTICs en las aulas y de los factores que inciden sobre el mayor o menor grado de éxito de estos procesos.

En cambio, en lo que concierne a los tipos de usos, como destaca Sigalés (2009) en un trabajo reciente sobre el tema, tanto la revisión de los estudios realizados hasta el momento como el análisis de sus propios resultados, apuntan más bien hacia la importancia de los planteamientos pedagógicos que tienen o se atribuyen los profesores.

En otras palabras, los profesores tienden a hacer usos de las TIC que son coherentes con sus pensamientos pedagógicos y su visión de los procesos de enseñanza y aprendizaje. Así, los profesores con una visión tradicional de la enseñanza y del aprendizaje tienden a utilizar las NTICs para reforzar sus estrategias de presentación y transmisión de los contenidos, mientras que los que tienen una visión más activa o “constructivista” tienden a utilizarlas para promover las actividades de exploración o indagación de los alumnos, el trabajo autónomo y el trabajo colaborativo.

(CARNEIRO Roberto, TOSCANO Juan, DIAZ Tamara, 2021)“Sería sin embargo, un error a nuestro juicio concluir a partir de aquí una especie de determinismo pedagógico o didáctico en el sentido de que el potencial de las TIC para transformar, innovar y mejorar las prácticas educativas depende directamente del enfoque o planteamiento pedagógico en el que se inserta su utilización. Las relaciones entre tecnología, por un lado, y pedagogía y didáctica, por otro, son

mucho más complejas de lo que hemos supuesto tradicionalmente y se compadecen mal tanto con el reduccionismo tecnológico como con el pedagógico. Ciertamente, los resultados de los estudios indican que ni la incorporación ni el uso en sí de las NTICs comportan de forma automática la transformación, innovación y mejora de las prácticas educativas; no obstante, las NTICs, y en especial algunas aplicaciones y conjuntos de aplicaciones NTICs, tienen una serie de características específicas que abren nuevos horizontes y posibilidades a los procesos de enseñanza y aprendizaje y son susceptibles de generar, cuando se explotan adecuadamente, es decir, cuando se utilizan en determinados contextos de uso, dinámicas de innovación y mejora imposibles o muy difíciles de conseguir en su ausencia”(pág. 17).

1.3.3 Comercio Exterior

Según (CABALLERO Iría, PADÍN Carmen, Néstor Javier Contreras Fierro, 2013)“Etimológicamente, la palabra comercio proviene de las raíces latinas:

- CUM, que significa juntamente.
- MERX, que significa mercancía y se deriva de la palabra MERCOR.
- MERCOR, que significa comprar y vender; equivale al traspaso de cosas materiales, de persona a persona”. (pág. 2).

Según (BALLESTEROS ROMAN, 2012) expresa al Comercio Exterior, “aquellas actividad económica basada en los intercambios de bienes, capitales y servicios que lleva a cabo un determinado país con el resto de los países del mundo, regulado por normas internacionales o acuerdos bilaterales.” (pág. 11)

Ampliando el concepto: el comercio es la actividad económica de intercambiar bienes, valores, servicios y conocimientos entre dos o más personas, en una sociedad donde se compran, venden o se cambian mercaderías que han sido producidas para el consumo.

A través del comercio exterior, se puede lograr el mejoramiento de la competitividad, promover las cadenas productivas, fortalecer la pequeña y mediana industria, desarrollar actividades relacionadas con la conservación, defensa y protección ambiental.

1.3.3.1 Características del Comercio Exterior

- Son transacciones físicas entre residentes de dos o más territorios aduaneros que se registran estadísticamente en la balanza comercial de los países implicados.
- A diferencia del comercio nacional, este es el intercambio de productos y servicios entre individuos de un mismo grupo social, o entre las distintas regiones de un país, el comercio internacional tiene que ver con la venta de productos a otras naciones y de la misma forma la compra de bienes y servicios.
- El comercio internacional permite al país obtener divisas, es decir dólares, marcos, libras y demás monedas para importar de otros países maquinaria, materias primas y productos terminados para el consumo local.
- A través del comercio internacional se promueve la generación local de empleo, promoviendo y aumentando la producción para la exportación y controlando las importaciones de productos terminados que compitan con las naciones.
- Históricamente, el comercio exterior está relacionado con las transacciones físicas de mercancías y productos; sin embargo en la actualidad tiende a ensancharse para englobar, también las transacciones de tecnologías y servicios.

1.3.3.2 Ventajas Teóricas del Comercio Exterior

Es evidente que, en principio, los países participan en el comercio exterior porque les resulta provechoso, y ello puede deberse a varias razones:

- **Diversidad en las condiciones de producción entre las distintas gestiones**

Las diferencias en las condiciones de producción entre países en cuanto a tecnología, clima, dotación de recursos naturales y de capital físico y humano, son muy acusadas.

En estas circunstancias, el comercio es el resultado lógico de la diversidad en las posibilidades de producción de los distintos países.

- **Diferencias en los gustos y en los patrones de consumo de los individuos.**

Aunque las condiciones de producción entre los países fuesen similares, existen diferencias en los gustos de los consumidores que pueden justificar la aparición del comercio exterior.

- **Existencia en las economías de escala**

En determinadas actividades manufacturadas existen economías de escala, es decir, que los costes medios decrecen conforme aumenta la producción. En estas industrias, el comercio exterior aparece como una vía para permitir la producción en masa y, de esta forma, lograr apreciables reducciones en costes.

La especialización hace posible la aparición de las economías de escala y el comercio exterior se presenta como el instrumento idóneo para resolver el problema de los excedentes de cada país.

1.3.3.2.1 Ventaja Comparativa

Según este principio, los países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellas mercancías en las que poseen mayores ventajas comparativas frente a otros países.

El resultado de esta especialización es que la producción mundial y, en consecuencia, su capacidad para satisfacer los deseos de los consumidores, será mayor que si cada país intentase ser lo más autosuficiente posible.

1.3.3.2.2 Ventaja absoluta

Un país posee ventaja absoluta sobre otros países en la producción de un bien, cuando puede producir más cantidad de dicho bien, con los mismos recursos que sus vecinos.

1.3.3.3 Clasificación del Comercio

El comercio se puede clasificar por:

1.3.3.3.1 El Objeto

Cuando se entrega o se recibe un bien o servicio, se recibe dinero. Éste puede ser al contado, es decir, que al momento de entregar el bien se recibe dinero en efectivo o a crédito, cuando al momento de entregar el bien no se recibe dinero en efectivo sino una letra de cambio, pagarés, etc.

1.3.3.3.2 Los Medios de Transporte

Los diferentes medios de transporte que utiliza el comerciante son: el fluvial, terrestre, marítimo y aéreo, lo que facilita el transporte de productos dentro y fuera del país. En la actualidad, es posible transportar grandes volúmenes de mercancías por una de las vías mencionadas, con servicios de seguridad y rapidez.

1.3.3.3 La Cantidad

El comercio se realiza al por mayor y al por menor. El comerciante se abastece en cantidades mayores en el sector producción para distribuir a los consumidores en pequeñas cantidades. Por ejemplo: adquiere 100 toneladas de arroz y vende por kilos al consumidor; el comerciante se abastece de 30 docenas de televisores y vende por unidades al consumidor, etc.

1.3.3.4 Los lugares en donde se realiza

Los consumidores pueden adquirir los bienes en el interior del país o fuera de él, así como también los productores nacionales venden sus productos para los consumidores nacionales o internacionales.

El comercio, con relación al lugar en donde se realiza, puede ser interno o externo, o nacional e internacional. Cuando el país compra mercaderías al exterior, se denomina importación, y cuando vende bienes elaborados o materia prima al exterior, se denomina exportación.

1.3.3.4 Regímenes de Comercio Exterior

De acuerdo al grado de proteccionismo que los distintos Estados o Gobiernos quieren impartir en sus relaciones comerciales con distintos países establecen algunas condiciones administrativas y operativas que permitan ampliar las restricciones legales para la comercialización de los productos o servicios. Normalmente para controlar y restringir el libre comercio de mercancías utilizan los denominados regímenes de comercio, en función al grado de intervención que pretenda tener un estado reciben la siguiente denominación.

- **Regímenes de Comercio Liberalizado:** Es aquel que otorga plena libertad de para importar o exportar cualquier mercancía en la cantidad que se desea sin comunicar a los organismos oficiales correspondientes.

- **Regímenes de Comercio Globalizado:** Limita considerablemente la libertad de comerciar con determinadas mercancías, de las que el estado o gobierno limita las cantidades máximas que puedan importarse o exportarse, denominándose a las mismas como contingentes o cuotas.
- **Regímenes de Comercio de Estados:** Es este el gobierno o estado la reserva la exclusiva de la importación o exportación de determinadas mercancías por razones denominadas estrategias.

Es importante conocer que las exportaciones e importaciones, son operaciones realizadas entre residentes de distintos territorios aduaneros.

Por ello en este tipo de transacciones exteriores se estableció siempre de importador en lugar de vendedor como ocurre en el comercio exterior.

1.3.3.5 Principales Participantes del Comercio Exterior

1.3.3.5.1 Sujetos Contratantes

En todo tipo de comercio existen dos partes que son: un comprador y un vendedor, pero en este tipo de operaciones serán el importador (compra) y exportador (vende) respectivamente, igual ocurre con los medios de pago que sean utilizados para las respectivas operaciones realizadas entre estas dos partes, así como, las entidades financieras que intervienen en la transacción, recibirán las denominaciones de banco exportador.

1.3.3.5.2 Organismos Oficiales

Son aquellos que en cada país regulan este tipo de operativa, siempre en función de su grado de libertad en las relaciones económicas internacionales, como en materia de control de cambios y movimiento de capitales.

Entre los principales organismos oficiales se encuentran los siguientes:

a) Aduanas

Es el organismo oficial básico de la regulación del tráfico de mercancías en un Estado, teniendo a su cargo toda una serie de competencias de entre las que se destacaron las más importantes:

- Aplicación de la normativa: establecida por cada estado, contemplada en sus regímenes de comercio
- La verificación física: cualitativa y cuantitativa de las mercancías en su entrada o salida del país.
- La recaudación: de las tasas e impuestos originados por los tráficos de mercancías.
- La declaración formal del comprador o del vendedor: se detalla las características de la mercancía.
- La lista de contenidos y pesos: destinada a evitar la inspección ocular de todas las mercancías a despachar por la aduana.
- La factura comercial: tiene el fin de conocer el valor comercial de las mercancías, para poder aplicar las tasas correspondientes a las mismas contempladas en el arancel de aduanas y los derechos arancelarios, que permitirán establecer la cuota arancelaria resultante a liquidar siempre que sus características la mercancía en cuestión no esté favorecida por una franquicia arancelaria.

b) Agentes de aduanas

Son profesionales de intervención imprescindible para poder proceder al despacho de cualquier mercancía a través de la Aduana tanto en importaciones como exportaciones.

c) Documentos comerciales

En las transacciones de compra y venta intervienen determinados documentos que por motivos de cobertura y seguridad son numerosos, mediante los cuales se permite agilizar y normalizar una operación, en la que participan personas de países distintos con leyes y monedas diferentes.

Debido a su importancia se detalla los principales documentos que intervienen en dichas actividades:

- **Documentos contractuales y Semi – contractuales.-** En toda operación de comercio exterior intervienen sujetos contratantes, de países distintos, con reglamentaciones y leyes diferentes, en los cuales pueden producirse incidentes de cualquier tipo que serán de difícil solución en los términos de la operación debido a que no han sido pactados por escrito.
- **El contrato en el comercio exterior.-** Este tipo de operaciones debe estar amparado mediante una firma de contrato correspondiente, al tipo de relación que se haya establecido con la otra parte. El contrato es el que ampara las operaciones de compra y venta de mercancías, el cual formalizado por escrito, tiene fuerza ejecutiva y ampara todo lo que contempla la ley nacional de cada país al que se encuentre sujeto.
- **El pedido.-** Se lo puede hacer mediante llamada telefónica, por fax, internet, y personalmente, pero se limita a documentar la intención de compra por parte de importador de alguna mercancía.
- **La factura proforma.-** Es un documento que recoge un presupuesto por el cual un exportador informa a un posible importador de las condiciones en que estaría dispuesto a venderle determinada mercancía. Por lo tanto equivale a un documento de oferta, en la que el exportador puede aceptar o rechazar las condiciones relacionadas a un periodo de una operación comercial.

- **Factura comercial.-** En el momento de una venta de la mercadería, el exportador extiende una factura comercial, la que es un documento de venta, y por lo tanto transfiere a importador la propiedad de las mercancías que se detallan. La factura presenta la obligación de la entrega de la mercancía por parte de exportador y si posteriormente el importador cumple con la obligación de pagar, la factura se convierte en un título de propiedad de dicha mercancía.
- **Documentos de transporte.-** Una vez formalizado el contrato de compra-venta y al servir el pedido es necesario el transporte de la mercancía objeto de la operación hasta el importador, y concretamente en el contrato con el exportador. El medio de transporte a utilizar será elegido en función de distintas consideraciones como puede ser la urgencia en el envío, el coste del transporte, las complicaciones burocráticas, la conservación de la mercancía, el punto geográfico de lugar de destino. En cada caso el transporte originara una serie de documentos imprescindibles para despachar la mercancía de destino.
- **Documentos de seguro.-** En el transporte de mercancías a nivel internacional siempre existe un riesgo de que por las más diversas causas puedan perderse o deteriorarse, siendo el transporte el trámite de mayor riesgo que comporta este tipo de operativa.
- **Documentos aduaneros.-** Es importante que las autoridades de los distintos países entreguen las mercancías a sus destinatarios, este deberá presentar una determinada documentación, para su despacho en la Aduana. Es necesario cuando la expedición se realice con numerosos bultos, se aporte una lista de contenidos y pesos para facilitar el trabajo de control y verificación a realizar por la Aduana.

1.3.3.6 Aranceles Aduaneros

Los aranceles aduaneros son impuestos evaluados por el gobierno sobre las mercancías que se mueven a través de un cruce fronterizo internacional, esto varía de país a país, los aranceles aduaneros se aplican a todo bien, la mayoría de los aranceles se evalúan como un porcentaje del valor declarado del bien general. Por lo tanto cuenta con varios aspectos para dichas exportaciones como política arancelaria, en diversos parámetros económicos, el Área o Zona de Preferencia Arancelaria, Unión Aduanera.

Según (GUAYASAMIN, Fabian, 2011); Define a los Aranceles Aduaneros como “El instrumento legal que comprende la nomenclatura para la clasificación oficial de las mercancías al ser importadas o exportadas siendo sometido a otros regímenes aduaneros, así como los impuestos aplicables a las mismas y las restricciones u otros requisitos que deben ser cumplidos en las operaciones aduaneras”. (pág. 96)

Para (TRONCOSO, Carlos, 2010); el Arancel Aduanero es “Un instrumento jurídico básico en la aplicación de los derechos de exportación e importación y requerimientos de efecto equivalente que recae sobre las mercancías, que es el objetivo sobre el cual se aplica”. (pág. 58)

Así los Aranceles Aduaneros son reglas que se imponen para sintetizar el comercio internacional de mercaderías, a través de una nomenclatura oficial, con la determinación de los gravámenes que deben causarse al momento de exportar, que se utiliza para designar, clasificar y codificar las mercancías, fundamentada en un instrumento de clasificación internacional.

1.3.3.7 Operaciones del Comercio Internacional

Según (CABALLERO Iría, PADÍN Carmen, Néstor Javier Contreras Fierro, 2013) (págs. 6-7). Debemos distinguir entre: exportaciones e importaciones.

1.3.3.7.1 ¿Qué es una Exportación?

Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

Según (CABELLO Miguel , 2009); “Las exportaciones son aquellas actividades que realiza una empresa al llevar los productos a otros países, para satisfacer las necesidades de los consumidores fuera del país en donde se fabrica algún tipo de producto” (pág. 16-17)

Las pequeñas y medianas empresas tal vez empiezan a exportar al recibir un pedido inesperado, más que como consecuencia de una decisión formal de gestión o una estrategia de exportación. A medida que el volumen de negocio avanza, se empieza a prestar atención a esta actividad, llegándose, incluso, a crear un departamento dedicado exclusivamente a la exportación.

A veces, la exportación comienza con la participación en una exposición de carácter internacional, en la que se contacta con agentes extranjeros que comienzan a realizar pedidos. Pero, verdaderamente, exportar adquiere sentido si con ello se piensa que se va a incrementar la competitividad y los ingresos del negocio a largo plazo:

Antes, muchas empresas empezaban a exportar porque sus mercados interiores estaban saturados o bien porque sabían que los márgenes de beneficio en algunos mercados exteriores eran extraordinariamente elevados. En la actualidad, con la globalización e integración de los mercados, las políticas de exportación forman parte de la estrategia competitiva de muchas empresas.

Cabe reseñar que el contacto con clientes extranjeros y las técnicas de marketing y distribución internacionales pueden formar a las empresas en campos que tal vez sean provechosos incluso en su mercado interior, debiendo formar a su personal para la realización de labores de comercio internacional. Este aspecto

suele conducir a la creación de economías de escala, puesto que una vez adquiridos estos conocimientos para las exportaciones con un país concreto, pueden ser aplicados en otros países.

Otra de las ventajas provenientes de la realización de una labor exportadora es la diversificación de riesgos, ya que la empresa deja de depender exclusivamente de las ventas y del devenir de un único mercado. De la misma manera, la exportación tiende a disminuir el efecto de la desaceleración local en las ventas, puesto que los ciclos en los mercados exteriores tienden a retrasarse respecto al mercado interior. Cuando las ventas son débiles en el mercado interior, suelen ser mayores en los mercados exteriores.

Por tanto, es frecuente que la transición hacia mercados exteriores se realice con más facilidad, puesto que actualmente ya han quedado demostradas las grandes ventajas de la realización de una actividad exportadora, la mayoría de los países han puesto al servicio de sus agentes económicos instrumentos con los que ayudar e impulsar las exportaciones. Este apoyo abarca desde publicaciones y asistencia especializada hasta seguros de crédito a la exportación. Un ejemplo de ello son las cámaras de comercio, con servicios de ayuda en lo referente a formación e información.

1.3.3.7.1.1 Registro de Exportador

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

- a)** Registrar los datos ingresando en la página del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)
- b)** Llenar la Solicitud de Concesión/Reinicio de Claves, firmada por el Exportador o Representante legal de la compañía exportadora.

- c) Recibida la solicitud se convalidan con los datos enviados en el formulario electrónico.

Una vez obtenido el registro se podrá realizar la transmisión electrónica de la Declaración de Exportación, con todos los datos específicos de la mercadería a ser comercializada.

1.3.3.7.1.2 Proceso de Exportación

- **Fase de Pre-Embarque**

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque, que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación.

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

- **Fase Post- Embarque**

Se presenta la Declaración Aduanera de Exportación, en un plazo no mayor a 30 días hábiles posteriores al embarque de las mercancías.

Para las exportaciones por vía aérea de productos perecibles en estado fresco podrá presentarse una sola Declaración Aduanera, para varios embarques hacia un mismo destino, realizados dentro de un mismo mes.

1.3.3.7.2 ¿Qué es una Importación?

Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN al que se haya sido declarado.

Según (CHAVERT Joan, 2011); Las importaciones es la entrada de las mercancías al territorio nacional, en la cual se debe considerar los convenios existentes para realizar estas actividades de comercio” (pág. 14).

(CABALLERO Iría, PADÍN Carmen, Néstor Javier Contreras Fierro, 2013) “La importación es una actividad que previo cumplimiento de todas las formalidades aduaneras correspondientes, son nacionalizadas y quedan a libre disposición del dueño o consignatario”. (pág. 23).

Las importaciones son el ingreso legítimo de mercancías con propósitos comerciales o pretendidos para el uso o consumo interno de un país que deben cumplir condiciones específicas para la nacionalización de las mercancías, mediante la aplicación de ciertas normas estrictas de adquisición y condiciones de calidad fijadas por cada país para el libre ingreso de las mercancías.

Una de las principales ventajas de la realización de una labor importadora la constituye el introducirse en el comercio internacional con un coste relativamente bajo, ya que es posible empezar a mediar en operaciones de importación incluso con un mínimo de material:

Algunas empresas importadoras de éxito empezaron con poco más que la mesa de su oficina y un teléfono.

Otras iniciaron su actividad al moverse por el extranjero y ver productos atractivos y de bajo coste, y considerar que podían tener un gran potencial de mercado en sus países de origen.

En las importaciones, existe una gran variedad de corredores, representantes, agentes, mayoristas, revendedores y distribuidores dedicados a introducir productos en los mercados interiores.

En el caso de mercados reducidos o de rápido desarrollo, es posible, incluso, que las empresas locales compitan entre ellas para convertirse en agentes o distribuidores de marcas extranjeras de prestigio.

1.3.3.7.2.1 Quienes pueden Importar

Pueden importar todas las personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador ante la Aduana del Ecuador.

1.3.3.7.2.2 Registro de Importador ante la Aduana del Ecuador

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

- Registrar los datos en Operadores de Comercio Exterior, y enviarlo electrónicamente, agilizando el proceso en la obtención de este requisito necesario para las actividades de comercio exterior.
- Llenar la solicitud de Concesión/Reinicio de Claves y presentarla en cualquiera de las ventanillas de Atención al Usuario del SENA, firmada por el Importador o Representante legal de la Cía. Importadora. Una vez recibida la solicitud se convalidan con los datos enviados en el formulario electrónico, de no existir novedades se acepta el Registro inmediatamente.

1.3.3.7.2.3 Pago de Tributos por un Producto Importado

Para determinar el valor a pagar de tributos del comercio exterior es necesario conocer la clasificación arancelaria del producto importado. Para conocer el porcentaje de aranceles e impuestos aplicables, se podrá verificar en el Arancel Nacional Integrado ingresando la partida o descripción del producto. Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros.

1.3.3.8 Agentes que intervienen en las Operaciones de Comercio Internacional

Los elementos que intervienen en una operación de Comercio Internacional son diversos y su rol se encuentra supeditado al tipo de negociación que se realice o al tipo de operación que se practique. Los principales son los siguientes:

1.3.3.8.1 Importador (Comprador)

Es la persona natural o jurídica que desea adquirir un producto en el exterior y tiene la capacidad económica para hacerlo. El importador deberá contactar a un proveedor en el exterior, negociar y llegar a un acuerdo en las características de los productos que desea comprar así como en el precio al que lo va a comprar.

1.3.3.8.2 Exportador (Vendedor)

Es la persona natural o jurídica que está en capacidad de ofrecer y proveer de algún producto al importador, de acuerdo a las características y precio previamente pactado entre ambas partes.

1.3.3.8.3 Transportista

Es la empresa que vende el flete al Importador o al Exportador, según sea la negociación, y que se encargará del traslado de la mercadería de un país a otro. Según el medio de transporte que se utilice el flete puede ser marítimo, aéreo, terrestre, ferroviario o multimodal. Se debe distinguir entre la empresa de transportes y los Agentes de Carga que son intermediarios y venden fletes a importadores y exportadores pero en nombre de los transportistas propiamente dichos. En la actualidad la gran mayoría de carga internacional se moviliza por vía marítima por tratarse de un medio más económico considerando el incremento en los volúmenes comercializados.

1.3.3.8.4 Compañía de Seguros

Es la empresa encargada de asegurar la mercadería durante todo el trayecto del transporte y quien asumirá los costos de la indemnización frente a la eventualidad de algún siniestro.

Aunque no es una obligación asegurar una mercadería al momento de declarar el valor de la misma ante Aduanas, la

Autoridad Aduanera le asignará un valor pre establecido por concepto de seguro si es que no existiese una póliza que lo sustente.

1.3.3.8.5 Operador Logístico

Es la empresa que complementa las operaciones de comercio internacional dentro de la cadena de abastecimiento. Se encargan de actividades tales como transporte local, almacenamiento, etc. Son facilitadores en las operaciones de Importación o Exportación y su importancia radica en la eficiencia de sus operaciones, la rapidez con la ejecutan sus actividades así como la experiencia y asesoría brindadas.

1.3.3.8.6 Autoridad Aduanera

En nuestro país está representada por la SUNAT y es el organismo encargado de controlar y autorizar el ingreso y la salida de los productos en nuestro país. En el caso de las Importaciones, la SUNAT cumple un rol recaudador ya que es la encargada de garantizar que los importadores están cumpliendo con los pagos por la nacionalización de su mercadería. La SUNAT actúa junto con otras entidades que se encargan de regular el ingreso o salida de mercadería sujeta a restricciones establecidas por ley, estas entidades son:

- Ministerio de la Producción.
- DIGEMID (Dirección General de Insumos, Medicamentos y Drogas).
- DIGESA (Dirección General de Salud).
- SENASA (Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria).
- INRENA (Instituto Nacional de Recursos Naturales).
- Ministerio de Relaciones Exteriores.

- Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

1.3.3.9 Documentos necesarios para realizar operaciones de comercio exterior

Los principales son:

1. Factura Comercial (Commercial Invoice)
2. Documento de Transporte (Sustento de haber comprado el transporte)
 - 2.1. Air Way Bill (Guía Aérea en el caso de transporte aéreo)
 - 2.2. Bill of Lading (Conocimiento de embarque en el caso de transporte marítimo)
3. Lista de Empaque (Packing List)
4. Póliza de Seguro
5. Otros: Certificado de Origen, Certificado Fitosanitario, Certificado de peso y/o medida, Homologaciones, etc. dependiendo del tipo de mercadería que se esté importando.

1.3.3.10 Tratado de Libre Comercio TLC

Es un acuerdo mediante el cual dos o más países reglamentan de manera comprehensiva sus relaciones comerciales, con el fin de incrementar los flujos de comercio e inversión y, por esa vía, su nivel de desarrollo económico y social.

Los TLC contienen normas y procedimientos tendientes a garantizar que los flujos de bienes, servicios e inversiones entre los países que suscriben dichos tratados se realicen sin restricciones injustificadas y en condiciones transparentes y predecibles.

1.3.3.10.1 Objetivos generales de un Tratado de Libre Comercio TLC

- Eliminar obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y servicios.
- Promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio.

- Estimular la expansión y diversificación del comercio de mercancías y servicios.
- Promover, proteger y aumentar las oportunidades de inversión.
- Proteger los derechos de propiedad intelectual en forma adecuada y eficaz.
- Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias.

1.3.3.11 Los Incoterms

Desde 1920, debido a la necesidad de regular ciertos aspectos del comercio internacional, las empresas que realizaban transacciones con el exterior desarrollaron una serie de términos comerciales que tenían el objetivo de describir los derechos, obligaciones y responsabilidades de los comerciantes en relación a la venta y el transporte de mercancías.

Estos términos comerciales consistían en una serie de abreviaciones que reflejaban las diferentes disposiciones y cláusulas contractuales. Lamentablemente no hubo una interpretación uniforme de estas normas en todos los países y, consecuentemente, se producían malentendidos en las transacciones internacionales.

La Cámara de Comercio Internacional de París creó los INCOTERMS (International Commerce TERMS), una serie de normas uniformes para la correcta interpretación de los términos de comercio internacional, con determinación y delimitación de gastos, riesgos y obligaciones de compradores y vendedores en las transacciones internacionales, especialmente en lo referido al transporte y transferencia de la propiedad de la mercancía.

1.3.3.11.1 Concepto

Los INCOTERMS (Términos Internacionales de Comercio) son normas acerca de las condiciones de entrega de las mercancías. Se usan para dividir los costes de las

transacciones comerciales, normalmente internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor. Aunque los demás aspectos como el precio, la forma de pago, deberán ser pactados expresamente. Los Incoterms se aplican en las ventas internacionales, pero también puede ser utilizado en las compraventas entre empresas del mismo país.

1.3.3.11.2 Clasificación

A continuación se detalla cada uno de los Incoterms que están en cuatro grupos:

- **Primer Grupo**

- a) **EXW (Ex Works- En Fábrica)**

Significa ex plataforma, con este término el vendedor cumple su obligación de entrega, cuando ha puesto la mercancía o los productos a disposición del comprador en un establecimiento, sea el taller, su fábrica, bodega o almacén.

En fábrica señala que el vendedor realiza la entrega de la mercancía en su fábrica al comprador. No es responsable ni de cargarla en el vehículo proporcionado por el comprador, ni de despacharla de aduana para la exportación. Por lo tanto el comprador debe asumir todos los costos y riesgos de retirar la mercancía dese la casa del vendedor hasta su destino final o su país.

- **Segundo Grupo**

Según el cual el vendedor entrega los productos o mercancías a un medio de transporte enviado o escogido por el comprador.

a) FCA (Free Carrier Franco Transportista)

Franco Transportista significa que el vendedor entrega la mercancía despachada para la exportación en el lugar de convenio. Si la entrega se efectúa en los locales del vendedor, este es el responsable de la carga, pero si la entrega ocurre en cualquier otro lugar, el vendedor no es responsable de la descarga.

El FCA llamado punto en tierra, funciona únicamente con el punto de embarque terrestre designado. El vendedor es responsable de cargar los productos en el medio de transporte, cuando entrega en sus locales, el comprador responde por los costos posteriores. En el caso de designar un puerto de exportación los costos de transportar los productos al puerto indicado vienen incluidos en el precio.

b) FAS (Free Along side Ship- Franco al costado del buque)

Franco a lado del barco o libre junto al buque, según este término el vendedor ha entregado la mercancía, cuando la misma es colocada en el muelle al costado del barco en el puerto de embarque. El comprador debe hacerse cargo de todos los gastos y costos hasta aquel punto.

Por lo tanto este término exige al vendedor que despache la mercancía en aduana para la directa exportación, este término puede usarse únicamente para el transporte por mar o por vías de navegación interior.

En este término se presenta un cambio completo, con respecto al despacho de aduana para la exportación, anteriormente se exigía al comprador realizar el despacho, en la actualidad este término exige que el vendedor despache la mercancía para la directa exportación puesta al costado del navío, sobre el muelle o en barcasas en el puerto de embarque convenido.

c) FOB (Free onboard Franco a bordo)

Significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque, en el puerto de embarque convenido, es decir que el comprador debe soportar todos los costos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde aquel punto, es decir que exige al comprador despachar la mercancía en aduana para la directa exportación.

- **Tercer Grupo**

Según estos términos el vendedor contrata el transporte para hacer llegar la mercancía al lugar de destino, pero sin asumir los riesgos de pérdida o daño, debido a los hechos ocurridos después del despacho de exportación, la carga o el transporte.

a) CFR (Cost and freight- Costo y Flete)

Implica que el vendedor entrega la mercancía cuando sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque, el vendedor debe pagar los costos y el flete necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino convenido; pero su responsabilidad termina en el puerto de embarque.

Este término exige al vendedor el despacho de la mercancía para la directa exportación y solo puede ser utilizado para el transporte marítimo, hasta el puerto de destino acordado.

b) CIF (Cost Insurance and Freight-Costo Seguro y Flete)

En este el vendedor señala que el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque, el vendedor debe pagar los costos, el flete y el seguro necesarios para llevar la mercancía al puerto

de destino acordado. El vendedor debe contratar el seguro y pagar la prima con cobertura mínima.

Se puede utilizar únicamente para el transporte marítimo, tiene las mismas características que costo y flete, pero el vendedor debe además, conseguir un seguro marítimo de cobertura mínima, por lo que el vendedor debe tener los documentos de exportación, en este caso el importador está obligado a reembolsar al exportador los valores correspondientes al costo de la mercadería más su transporte y el seguro correspondiente.

c) CPT (Carriage Paid To Transporte Pegado Hasta)

Dentro de este término se establece que el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando pone a disposición del transportista designado por el.

Además debe pagar los costos de transporte para llevar la mercancía al destino convenido, esto significa que el comprador asume todos los riesgos y cualquier otro costo contraídos después de que la mercancía haya sido entregada.

Exige que el vendedor despache la mercancía de aduana para la exportación, se puede emplear con independencia de modo de transporte, incluyente el transporte multimodal, además de ello deberá contratar un seguro que le ayudara contra los riesgos que puedan ocurrir durante el despacho de la mercadería.

• Cuarto Grupo

Dentro de estos el exportador corre a cargo de todos los gastos y riesgos necesarios para llevar la mercancía al país de destino desde el momento en el que se efectúa el contrato de comercio.

a) DAF (Delivered at Fronteir Entrega en Frontera)

De acuerdo a este término se indica, que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía es puesta a disposición del comprador sobre los medios de transporte utilizados y no descargados en el puerto y lugar de la frontera convenidos, pero antes de la Aduana fronteriza del país colindante debiendo estar la mercancía despachada de exportación. Cuando se utiliza el término frontera se refiere a cualquier frontera incluida del país exportación, por lo tanto, es muy importante que se defina exactamente la frontera, se debe designar siempre el punto y el lugar convenidos.

Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte cuando la mercancía debe entregarse en una frontera terrestre.

b) DES (Delivered ex ship Entrega Sobre Buque)

Indica que el vendedor debe poner la mercancía a disposición del comprador a borde del buque sin despacharla de aduana para la exportación, en el puerto de destino convenido.

El vendedor, debe soportar todos los costos y riesgos inherentes al llevar la mercancía al puerto de destino acordado con anterioridad a la descarga.

El presente término se lo puede utilizar cuando la mercancía sea entregada a bordo del buque en el puerto de destino, después de un transporte por mar o por vías navegables interiores.

c) DEQ (Delivered ex Quay- Entrega en Muelle)

Este término simboliza que el vendedor debe poner a disposición del comprador la mercancía sin despachar de aduana para la importación en el muelle, del punto de destino.

El vendedor debe hacerse cargo de los costos y riesgos ocasionados al llevar la mercancía al puerto de destino y debe descargar la mercancía sobre muelle, por lo que exige al comprador que realice el despacho de aduana para la importación y el pago de todos los tramites, derechos, impuestos y demás cargas exigibles.

La cámara internacional de comercio, en su publicación los Incoterms 2000 establece que este término puede usarse únicamente cuando la mercancía sea entregada, después de su transporte por mar.

d) DDU (Delivered Duty Unpaid Entrega Derechos no Pagados)

La CCI establece que con el término entrega de derechos pagados el vendedor debe realizar la entrega de la mercancía al comprador sin despachar de aduana para la importación y sin descargarla del transporte en el lugar de destino acordado el vendedor debe asumir todos los costos y riesgos necesarios para trasladar la mercancía hasta aquel punto, los derechos e impuestos exigibles de la importación son de cuenta del importador y se puede utilizar con cualquier medio de transporte.

e) DDP (Delivered Duty Paid Entrega Derechos Pagados)

El vendedor debe entregar los productos al comprador despachado de aduana para la importación y sin descargarlos del transporte en el lugar de destino acordado.

Además debe hacerse cargo de todos los riesgos incluidos el transporte interno los impuestos y otros cargos de importación hasta entregar en el establecimiento del comprador.

Indica que el exportador cumple con su obligación de entregar los productos cuando han sido colocados en el lugar acordado, fábrica, o establecimiento de comprador en el país de exportación.

1.3.3.11.3 Importancia de los Incoterms

La globalización de los mercados internacionales ha impulsado de manera dinámica la venta de mercancías en más países y en mayores cantidades, es así como a medida que aumenta el volumen y la complejidad de las ventas, también crecen las posibilidades de malentendidos o litigios costosos cuando no se especifican de forma clara y precisa las obligaciones o riesgos de las partes.

Facilitar la gestión de toda operación en comercio internacional, delimitar claramente las obligaciones de las partes disminuir el riesgo por complicaciones legales, y establecer unas reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales más utilizados.

Los INCOTERMS regulan cuatro grandes problemas que soporta toda transacción comercial:

- 1) La entrega de la Mercancía
- 2) Transferencia de Riesgos
- 3) Distribución de Gastos
- 4) Trámites documentales

De esta forma, en caso de conflicto quedan claramente establecidas las responsabilidades y obligaciones de las partes que intervienen en la operación.

1.3.3.12 Teorías sobre la Competitividad

Según Heizer y Render (2009), se entiende por competitividad “la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener ventajas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico”.

Competitividad es una palabra que está de moda, se expresa en todos los lenguajes y niveles, se toma en cuenta en los sectores cultural, educativo, empresarial, tecnológico, de la salud, medio ambiente, comunicaciones; y ahora se oye con más frecuencia en entidades del Estado.

Hoy en día, la competitividad se ha convertido en una característica esencial para la supervivencia de las empresas en mercados saturados; si una institución no obtiene ventajas competitivas con las que pueda diferenciarse de la competencia, está condenada a desaparecer.

1.3.3.13 El Uso y Aplicación de las NTICs en las Operaciones del Comercio Exterior

Las tecnologías de la información son un protagonista central en las medidas de facilitación que se están negociando en la OMC, además de existir otras importantes razones para que la introducción de las tecnologías de la información, sean una prioridad para los países en desarrollo.

Todas las medidas de facilitación del comercio orientadas a simplificar las formalidades y dar mayor transparencia a la aplicación de la normativa y acelerar las operaciones de fiscalización, tienen como base la incorporación de las TICs. Herramientas propuestas como el uso de una “Ventanilla Única” que provea el servicio de la presentación una sola vez y ante una sola autoridad de toda la documentación e información necesaria para cumplir con los requerimientos asociados a las importaciones y exportaciones, están también basadas en el desarrollo de sistemas de información electrónicos.

Más aún, todo el progreso logrado en los servicios de transporte y logística, como el uso cada vez mayor de contenedores (se incrementa en un 11% anual), se ven directamente afectados por las ineficiencias en los procedimientos administrativos y documentales.

De allí que la adopción de las TIC es una tarea urgente para aprovechar los avances logrados en la distribución física. Obviamente, la introducción de las TIC es imprescindible para lograr operaciones de comercio internacional fiables, precisas, seguras y con los costos de transacción más bajos, a la vez que sean rápidas tanto en los flujos de documentación como de mercancías.

1.3.4 Restricciones Comerciales

1.3.4.1 Restricciones al Comercio Internacional

(Ismael, 2009), define que la restricción comercial está limitada a las medidas de carácter institucional de un país que restringen el comercio internacional. Esto implica las medidas impuestas por los gobiernos que están deliberadamente dirigidas a restringir o distorsionar la estructura del comercio, o que lo hacen sin proponérselo. Estas medidas formales, de naturaleza institucional, que afectan al comercio, han sido tradicionalmente divididas en dos categorías: arancelarias y no arancelarias, y otras restricciones más recientes, que se colocan en una zona gris, que tienen su origen en las preocupaciones medioambientales.

Este tipo de restricciones pueden ser consideradas trabas comerciales más bien que barreras formales. Dado que su impacto real o potencial es muy similar al de las medidas formales, que en muchos casos, tienen la misma intención.

1.3.4.1.1 Libre Comercio y Proteccionismo.

El libre comercio consiste en un acuerdo comercial regional o bilateral para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes. Básicamente, consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios. Este acuerdo se rige por las reglas de la Organización Mundial del Comercio (OMC) o por mutuo acuerdo entre los países participantes. El libre comercio no necesariamente conlleva una integración económica, social y política regional. Si bien estos se crearon para fomentar el intercambio comercial, también incluyeron cláusulas de política fiscal y presupuestaria, así como el movimiento de personas y organismos políticos comunes, elementos ausentes en el libre comercio.

El Libre Comercio debe impulsar la prosperidad. En muchas partes del mundo, las políticas de libre comercio han creado un nivel de competencia dentro del mercado abierto actual que origina una constante innovación y da lugar a

productos de calidad superior, empleos mejor remunerados, nuevos mercados y mayor volumen de ahorro e inversión. Los beneficios del libre comercio se extienden mucho más allá de los hogares. El libre comercio favorece la divulgación del valor de la libertad, la consolidación del estado de derecho y la promoción del desarrollo económico en los países pobres. Sin embargo, el debate nacional sobre las cuestiones relacionadas con el comercio con frecuencia ignora estos importantes beneficios.

Los líderes de las naciones deberían aprovechar todas las oportunidades que se les presenten para articular los beneficios del libre comercio. Dichos líderes deberían hacer todos los esfuerzos posibles para expandir el comercio internacional, incluido la reducción unilateral de las barreras al comercio, la elaboración de acuerdos de comercios regionales y bilaterales y la participación en foros de comercio internacional como la OMC (Organización Mundial del Comercio). Los beneficios directos y tangibles que se obtienen a partir del cumplimiento de estos pasos ayudarán a las familias trabajadoras y también a los pueblos empobrecidos de todo el mundo.

1.3.4.1.1 Objetivos del Libre Comercio.

Los principales objetivos de un TLC son:

- Eliminar barreras que afecten o mermen el comercio.
- Promover las condiciones para una competencia justa.
- Incrementar las oportunidades de inversión.
- Proporcionar una protección adecuada a los derechos de propiedad intelectual.
- Establecer procesos efectivos para la estimulación de la producción nacional.
- Fomentar la cooperación entre países amigos.
- Ofrecer una solución a controversias.

En esta última década, muchos países han propuesto y aprobado medidas de proteccionismo al libre comercio, la cual ha consistido en la elevación de los aranceles de importación. De esta forma, se encarece artificialmente el producto importado, favoreciendo así a los productores nacionales. Pareciera que los agentes económicos nacionales ganan a costa de los extranjeros, lo que desde un punto de vista de nacionalismo económico. Sin embargo, el argumento así desarrollado no entra en los detalles, necesarios por cierto, de cómo el beneficio para los productores nacionales también se erige sobre el perjuicio de los consumidores, quienes somos los que tendremos que pagar mayores precios por los bienes, tanto nacionales como extranjeros objeto de la protección, sino que se entra en el argumento de que la medida de alivio a la vez que brinda un espacio para que los productores puedan respirar, ayuda a la estabilidad del mercado.

Las restricciones al libre comercio, reducen la eficiencia de todos los países al mismo tiempo, disminuyendo los niveles de vida y sin generar el aumento esperado del empleo. Un arancel protector u otra restricción a las importaciones pueden dar alivio inmediato a una industria en particular y así ganar el apoyo financiero y político de las empresas y los sindicatos. Pero, como muchos beneficios políticos, son a expensas de quienes pueden no estar tan organizados, tan visibles o tan escuchados.

1.3.4.1.1.2 Medidas comerciales que pueden actuar como obstáculos al comercio.

- a) **Limitaciones específicas al comercio:** restricciones cuantitativas; frenos a la exportación; reglamentos sanitarios; licencias; embargos; regímenes de precios mínimos.
- b) **Recargas sobre las importaciones:** aranceles, gravámenes variables; depósitos previos; tasas especiales sobre las importaciones; impuestos internos.
- c) **Normas:** normas industriales; reglamentaciones sobre empaquetado, etiquetado y rotulado.

- d) **Intervenciones gubernamentales en el comercio:** compras públicas, venta de stocks; subsidios a la exportación; derechos compensatorios; ayudas cruzadas.
- e) **Procedimientos aduaneros y administrativos:** valuación aduanera; clasificación en aduana; derechos antidumping; formalidades y requisitos consulares y aduaneras; exigencia de muestras.

1.3.4.1.2 Aranceles.

(Ismael, 2009). Define que un arancel es un impuesto que se debe pagar por concepto de importación o exportación de bienes. También es definido como un impuesto que el gobierno exige a los productos extranjeros con el objeto de elevar su precio de venta en el mercado interno, y así proteger los productos nacionales para que no sufran la competencia de bienes más baratos. Los aranceles son importantes ya que, ayudan y animan a determinadas empresas ineficientes a producir; inducen a los consumidores a reducir sus compras del bien sobre el que se impone el arancel por debajo del nivel eficiente; elevan los ingresos del estado y permiten que la producción nacional aumente.

1.3.4.1.2.1 Tipos de aranceles.

- **Arancel de Valor Agregado.-** es un impuesto que se calcula sobre un porcentaje del valor del producto (CIF) o una cantidad determinada por unidad de peso o volúmenes Arancel de Renta es una serie impuestos cobrados y designados fundamentalmente para recaudar fondos por un gobierno. Arancel Proteccionista es usado para inflar los precios de manera intencionada sobre un producto importado, para proteger a la industria nacional de la competencia extranjera.
- **Arancel convencional.-** es la tarifa arancelaria que fue determinada como consecuencia de tratados bilaterales o multilaterales, con el objeto de incrementar el comercio internacional de esos países. El arancel de

exportación es el menos empleado por la mayor parte de los países, ya que las mercancías exportadas deberán quedar exentas de todo tipo de derecho arancelario. En todo caso, un arancel de exportación determina un derecho arancelario para los productos exportados. Arancel de importación empleado por todos los países y en todas las épocas, su finalidad es gravar solamente a las mercancías en su importación a un territorio aduanero.

- **Arancel diferencial.-** consiste en otorgar ventajas preferenciales al o a los países que han tomado parte de ese Acuerdo, preferencia que se traduce en una verdadera discriminación contra cierta mercancía o determinados países.
- **Arancel Externo Común.-** se estructura para regir dentro de un espacio económico denominado, generalmente, Unión Aduanera, y en función de las relaciones entre los países.

1.3.4.1.3 Otras Medidas Proteccionista.

1.3.4.1.3.1 Cuota

Las cuotas son cada uno de los pagos periódicos que se realizan para un préstamo hipotecario. Se trata de la cuantía a pagar (generalmente mensuales, trimestrales o semestrales), la cual engloba el capital más los intereses. Si está contemplada la carencia, las cuotas están formadas únicamente por intereses; si el préstamo está en período de amortización la cuota comprende los intereses más la amortización de capital. Las cuotas establecidas en ALADI se refieren al monto de una mercancía determinada que puede importarse a la que se hará un descuento arancelario sobre el arancel normal con que está gravada la importación para terceros países de acuerdo a lo que señale la Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación o Exportación. El descuento se establece en el acuerdo comercial y puede variar entre el 1% y el 100% del arancel normal

1.3.4.1.3.2 Cupo

El Cupo se refiere cuantitativamente a un límite y cualitativamente a los beneficios que dentro de ese límite se obtienen. En el ámbito de comercio exterior, cupo es el monto de una mercancía que puede ser importado o exportado en condiciones especiales al resto de las importaciones o exportaciones de la misma mercancía que excedan ese límite. El cupo ha sido utilizado en los tratados comerciales internacionales como un mecanismo para preferencial las corrientes comerciales de mercancías del interés de las partes que celebran el tratado.

Con el concepto de "cupo", puede sustituir un permiso previo a la importación por un arancel tan elevado como sea necesario para proteger a la cadena productiva correspondiente y crear un cupo al amparo de un arancel-cupo con objeto de permitir que las importaciones necesarias para complementar la oferta nacional entren al país en condiciones similares al exterior, sin constituirse en un elemento para la elevación de precios al consumidor y puede cumplir, también, con el compromiso de incrementar corrientes comerciales con los países con los que ha firmado tratados, de los productos que son de interés para cada una de las partes, sin lastimar a la producción nacional.

1.3.4.1.3.3 Contingencia de Importación

Existen dos tipos de contingentes de importación:

a) Contingente mínimo de importación

Los países que aplicaron un proceso de “arancelización” deben abrir un contingente mínimo de importación o actual a fin de que puedan ingresar al mercado nacional una cantidad mínima de productos con el objetivo de que los sectores productivos pudieran ir avanzando dentro del proceso de competitividad o al menos que demuestren algún nivel de competencia que favorezca tanto a las empresas como a los consumidores. Este contingente mínimo se elabora tomando como base el consumo promedio de los años para ser congruentes con las fechas

de referencia de los valores de precios tomados para el ejercicio de arancelización. A este promedio se le calcula el 3%, monto que será el volumen inicial del contingente que se abriría. Ese nivel mínimo debe crecer al menos un 5% del consumo calculado sobre ese mismo promedio, para que llegue al último período de aplicación, que es diez años después de la puesta en marcha.

b) Contingentes de acceso actual

En el caso de que los productos sujetos a la “arancelización” reportaran importaciones significativas se estableció que como mínimo se debía aplicar el promedio histórico de importación. Dichos productos deberían entrar con aranceles inferiores o igual al consolidado general, a pesar de que esto no genere el nivel de competencia deseado.

1.3.4.2 Restricciones al Comercio en Ecuador

1.3.4.2.1 Barreras a las Exportaciones

(González, 2011), Se refiere a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características.

Existen Barreras no arancelarias, Barreras Arancelarias y Barreras Proteccionistas

1.3.4.2.1.1 Barreras no Arancelarias.

a) Barreras Sanitarias

Proponen evitar el ingreso a un país de aquellas mercancías que puedan dañar la salud de la población debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico o biológico.

b) Barreras Técnicas

Se refieren a los requisitos que debe reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar a un determinado mercado.

1.3.4.2.1.2 Barreras Arancelarias

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional. Las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país, dado por medio del establecimiento de derechos a la importación. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en otro país, ya que ese arancel incidirá en los precios de los productos importados; elevándolos.

1.3.4.2.1.2.1 Derechos Arancelarios

Estos están previstos en el arancel de importaciones de mercancías y en el caso del Ecuador es la Nomenclatura Andina (NANDINA) y son aplicables para todas las mercaderías comprendidas en el arancel de importaciones. Sólo hay dos tipos de aranceles, los ad-valorem y los específicos, de ellos se desprenden otras combinaciones:

a) Arancel de valor agregado o ad-valorem

Es el que se calcula sobre un porcentaje del valor del producto (CIF), Ejemplo: 5% del valor CIF.

b) Arancel específico

Se basa en otros criterios como puede ser el peso, por ejemplo USD 5 por cada kilo de ropa nueva. Es un pago establecido por cada unidad de medida del bien importado.

c) Arancel anti-dumping

Es un arancel que se aplica a la importación de productos que reciben subvenciones de los países donde se producen. Estas subvenciones les permiten exportar por debajo del costo de producción.

d) Arancel mixto

Es el que está compuesto por un ad-valorem y un arancel específico que se gravan simultáneamente a la importación.

1.3.4.2.1.3 Barreras Proteccionistas

1.3.4.2.1.3.1 Restricción a la exportación de mercancías

Todos los productos ecuatorianos son susceptibles de exportación con excepción de:

- a) Los que sean del patrimonio nacional, cultural, artístico, histórico y arqueológico.
- b) La flora y fauna silvestre en proceso de extinción y sus productos, excepto los que se realicen con fines científicos, educativos o de intercambio internacional con instituciones científicas, previa la autorización del MAGAP.

- c) Aquellas que se encuentren sujetas a límites de cuotas o restricciones otorgadas por convenios, ya sean bilaterales o multilaterales, o para evitar el desabastecimiento interno de productos de primera necesidad.

1.3.5 Excel

1.3.5.1 Concepto

Es un programa de hoja de cálculo, sirve para aplicaciones numéricas que son apropiadas para el análisis orientado a renglón y columna. Pueden desarrollarse fórmulas que trabajan con celdas en la hoja de trabajo.

1.3.5.1.1 Características de Excel

- Es fácil de usar pues contiene cajas de diálogo, menús desplegables y apoyo del ratón.
- Relaciona hojas de cálculo.
- Tiene capacidad de resolver problemas ya que provee de más de 500 funciones y pueden crearse propias.
- En los cálculos se incluyen sólo aquellas celdas que han cambiado desde el último cálculo.
- Manejo de datos creados en otro software.
- Proporciona un control de auditoría extenso, pueden nombrarse celdas o rangos de celdas; también pueden agregarse notas o mostrar atributos de celdas activas.
- A las celdas o texto se les puede dar cualquier formato soportado por Windows.
- Es una herramienta de administración de base de datos. Se puede trabajar con datos orientados a campos y registros, procesar preguntas de búsqueda y generar reportes.

CAPITULO II

CARACTERIZACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

2.1. Historia

En Cotopaxi el anhelado sueño de tener una institución de Educación Superior se alcanza el 24 de enero de 1995. Las fuerzas vivas de la provincia lo hacen posible, después de innumerables gestiones y teniendo como antecedente la Extensión que creó la Universidad Técnica del Norte.

El local de la UNE-C fue la primera morada administrativa; luego las instalaciones del colegio Luis Fernando Ruiz que acogió a los entusiastas universitarios; posteriormente el Instituto Agropecuario Simón Rodríguez, fue el escenario de las actividades académicas: para finalmente instalarnos en casa propia, merced a la adecuación de un edificio a medio construir que estaba destinado a ser Centro de Rehabilitación Social

En la actualidad son cinco hectáreas las que forman el campus y 82 las del Centro Experimentación, Investigación y Producción Salache.

Se ha definido con claridad la postura institucional ante los dilemas internacionales y locales; somos una entidad que por principio defiende la autodeterminación de los pueblos, respetuosos de la equidad de género. Nos declaramos antiimperialistas porque rechazamos frontalmente la agresión globalizadora de corte neoliberal que privilegia la acción fracasada economía de libre mercado, que impulsa una propuesta de un modelo basado en la gestión privada, o trata de matizar reformas a la gestión pública, de modo que adopte un estilo de gestión empresarial.

En estos 15 años de vida institucional la madurez ha logrado ese crisol emancipador y de lucha en bien de la colectividad, en especial de la más apartada y urgida en atender sus necesidades. El nuevo reto institucional cuenta con el compromiso constante de sus autoridades hacia la calidad y excelencia educativa.

La Universidad Técnica de Cotopaxi cuenta con tres Unidades Académicas las mismas que brindan diferentes carreras a elegir como es la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas la misma que ofrece las carreras como Ing. Informática y Sistemas, Diseño Gráfico, Ingeniería Eléctrica, Ingeniería Industria, Ingeniería Electromecánica. Así también cuenta con la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas la misma que ofrece las carreras de Ingeniería Contabilidad, Ingeniería Comercial, Licenciatura en Comunicación Social, Cultura Física, Parvularia, Inglés, Educación Básica, Secretariado Ejecutivo y Abogacía. Además cuenta con la Unidad Académica de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales la misma que ofrece las carreras de Ingeniería Agronómica, Ingeniería Agroindustrial, Ingeniería Medio Ambiente, Ingeniería Ecoturismo y Medicina Veterinaria.

2.2. Filosofía Institucional

La educación superior ante el encargo social adquiere notable importancia en el ámbito del desarrollo local y nacional con las perspectivas de alcanzar una nación que genere desarrollo tecnológico y científico, en ese marco la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas tiene carreras que se refieren a la Administración, en las cuales se fomenta la gestión y economía, a través de la elaboración, análisis e interpretación de las ciencias administrativas, para ser utilizada como herramienta en la toma de decisiones administrativas y financieras, con conocimiento y ética profesional.

Las carreras Humanísticas se relacionan a la comprensión del hombre y la mujer ya sea en sus aspectos sociales educativos, comunicacionales y del derecho, se interesan especialmente en reflexionar sobre las conductas del ser humano, para describirlas, explicarlas y en otros casos buscar soluciones a sus problemáticas.

Dentro de este marco la U.A.CC.AA.HH. se proyecta con las exigencias del siglo XXI con la formación de profesionales altamente capacitados que actúen como ciudadanos responsables y comprometidos con el desarrollo social.

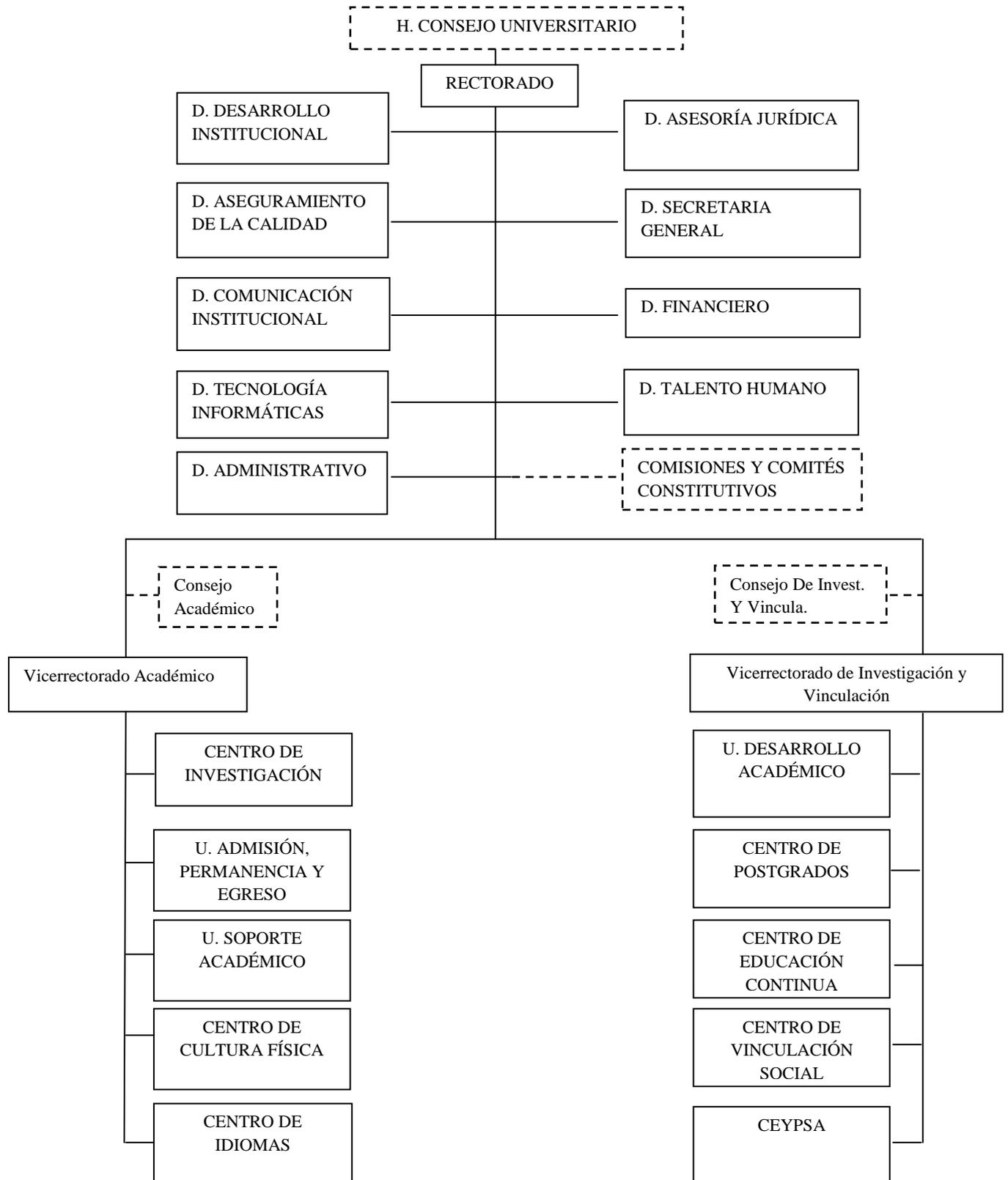
2.2.1. Misión

La Universidad "Técnica de Cotopaxi", es pionera en desarrollar una educación para la emancipación; forma profesionales humanistas y de calidad; con elevado nivel académico, científico y tecnológico; sobre la base de principios de solidaridad, justicia, equidad y libertad, genera y difunde el conocimiento, la ciencia, el arte y la cultura a través de la investigación científica; y se vincula con la sociedad para contribuir a la transformación social-económica del país.

2.2.2. Visión

En el año 2015 seremos una universidad acreditada y líder a nivel nacional en la formación integral de profesionales críticos, solidarios y comprometidos en el cambio social; en la ejecución de proyectos de investigación que aporten a la solución de los problemas de la región y del país, en un marco de alianzas estratégicas nacionales e internacionales; dotada de infraestructura física y tecnología moderna, de una planta docente y administrativa de excelencia; que mediante un sistema integral de gestión le permite garantizar la calidad de sus proyectos y alcanzar reconocimiento social.

2.2.3. Organigrama Estructural de la Universidad Técnica de Cotopaxi



FUENTE: Universidad Técnica de Cotopaxi
ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

2.2.4 Ingeniería Comercial

2.2.4.1 Misión

La Carrera de INGENIERÍA COMERCIAL forma profesionales integrales con un alto nivel académico, científico y humanístico, para contribuir a la solución de problemas relacionados con la gestión de procesos administrativo-financieros de las organizaciones, de las necesidades del sistema productivo y de la sociedad ecuatoriana.

2.2.4.2 Visión

La Carrera de INGENIERÍA COMERCIAL será líder en el diseño, planificación y evaluación organizacional, proyectos de emprendimiento y desarrollo de liderazgo, apoyado en la docencia, investigación y vinculación con la sociedad, tecnología, basada en la concepción dialéctica del mundo y la práctica de valores como: transparencia, respeto, identidad, libertad, democracia, compromiso social en el sector productivo y económico para contribuir a la transformación de la sociedad.

2.3 Investigación De Mercado

2.3.1 El Problema

Debido a una constante evolución en el área informática, se han implementado varios Software de exportaciones, los cuales se basan en un estudio de mercado que cada vez es más competitivo razón por la cual se hace más frecuente el comercio electrónico.

Es así que la inexistencia y el costo de un software para la enseñanza aprendizaje de las operaciones de comercio exterior, dificulta la práctica de los conocimientos

de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

2.3.2 Solución

Para mejorar el rendimiento de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi, veremos la necesidad de crear una guía e implementar plantillas, para facilitar el aprendizaje del proceso de exportación, las mismas que ayudarán a los estudiantes a ampliar sus conocimientos y por ende a ser más competitivos ante la sociedad que enfrentamos hoy en día.

2.3.3 Objetivos de la Investigación

2.3.3.1 Objetivo General

- Recopilar la información necesaria acerca de la cátedra de comercio exterior con el fin de reconocer las deficiencias con las que cuenta el proceso de enseñanza aprendizaje en los estudiantes.

2.3.3.2 Objetivos Específicos.

- Investigar acerca del proceso de enseñanza- aprendizaje de la cátedra de comercio exterior, para determinar falencias en este proceso.
- Elaborar instrumentos como cuestionarios y fichas de entrevista para obtener la información requerida y poder facilitar la investigación.
- Realizar un análisis interno de la carrera de ingeniería comercial, para para identificar sus fortalezas y debilidades.

2.4 Metodología de la Investigación

2.4.1 Fuente de información primaria

En la presente investigación se considerará la necesidad de emplear este tipo de fuente de investigación ya se aplicará la técnica de la observación y posteriormente la técnica de la encuesta, para obtener información que proporcionará respuestas a los objetivos planteados, además a través de ella la información será directa, fiable y exacta.

2.4.2 Fuentes de información secundaria

Se aplicará este tipo de fuente de información a través de la página web de la universidad, para obtener información acerca de la nómina de los estudiantes que reciben en clase la materia de Comercio Exterior, mediante estas fuentes los datos serán concretos para la investigación que se está realizando.

2.4.3 Métodos de investigación

Dentro de esta fase de la investigación el principal objetivo es conocer los métodos de acceso a datos por lo que a continuación se describirá que tipo de método se va a utilizar para la presente investigación.

- **Método Deductivo**

Este método será utilizado porque nos permitirá realizar un análisis general partiendo de un todo acerca de la implementación de las NTICs, en la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi, y así poder emitir un criterio específico.

- **Método analítico**

Se realizará un análisis de las partes relacionadas con la investigación de campo, es decir buscaremos información sobre cada una de las variables que conforman la institución.

- **Método sintético**

A partir de lo realizado en el método anterior, se procederá a sintetizar las partes antes separadas para realizar un análisis general de todas las variables que se encontraron dentro del mercado investigado.

2.4.4 Tipos de Investigación

- **Investigación Exploratoria**

Se aplicará este tipo de investigación porque permite obtener información precisa acorde al problema existente dentro de la carrera de Ingeniería Comercial, la cual ayudara a identificar la falencia que existe al momento de implementar las NTICs.

- **Investigación Descriptiva**

Se recurrirá a este método porque permite conocer y analizar las situaciones económicas de la implementación de las NTICs, además mediante esta investigación se obtendrá información necesaria para analizarla, por tanto en el estudio de mercado se utilizará la técnica de la observación, mediante este proceso conoceremos las posibles soluciones a nuestro problema.

2.4.5 Técnicas de Investigación

Para la investigación acerca de la implementación de las NTICs se utilizará las siguientes técnicas.

- **Encuesta**

Se utilizará esta técnica ya que permitirá recolectar información necesaria sobre la implementación de las NTICs para el proceso de enseñanza aprendizaje de la asignatura de comercio exterior para los estudiantes de la carrera de ingeniería comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

- **Entrevista**

A través de esta técnica se obtendrá información potencial acerca de la enseñanza de la cátedra de comercio exterior impartida por los docentes.

2.4.6 Instrumentos

- **Cuestionario.-** Se diseñó el cuestionario con el fin de conocer la metodología de la enseñanza- aprendizaje de la asignatura de comercio exterior.

- **Banco de preguntas.-** Permitirá recolectar información acerca rendimiento académico de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial

2.4.7 Población

Para el desarrollo de nuestra investigación nos enfocaremos a la población que estará integrada por docentes y estudiantes que conforman la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi

2.4.7.1 Unidad muestral

Para la unidad muestral hemos escogido a 5 docentes que han impartido la cátedra de comercio exterior, así también hemos seleccionado como muestra a los estudiantes de séptimo y octavo ciclo ya que ellos son los que han recibido y están recibiendo la asignatura mencionada. Por el mismo hecho que ellos son la base en los cuales nos fundamentaremos para la realización del manual.

Cuadro N° 2
POBLACIÓN DE DOCENTES DE ING. COMERCIAL

Docentes	Número de docentes
Total	5

Fuente: Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

Cuadro N° 3
POBLACIÓN DE ESTUDIANTES DE ING. COMERCIAL

Cursos	Número de Estudiantes
Séptimo “C”	28
Séptimo “D”	31
Octavo “A”	36
Total	95

Fuente: Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

2.5 Análisis e Interpretación de Resultados de las Encuestas Aplicadas a los Estudiantes de Séptimo y Octavo Ciclo de Ingeniería Comercial

1. ¿A través de que ha sido impartida la asignatura de comercio exterior?

Cuadro N° 4

IMPARTICIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

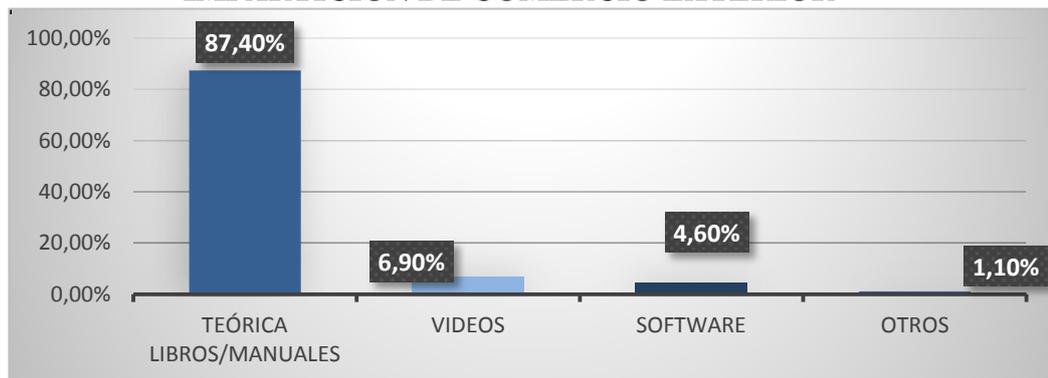
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Teórica Libros/Manuales	76	87,4%
Videos	6	6,9%
Software	4	4,6%
Otros	1	1,1%
Total	87	100%

FUENTE: Encuestas Realizadas

ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

Gráfico N° 2.

IMPARTICIÓN DE COMERCIO EXTERIOR



FUENTE: Encuestas Realizadas

ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

Análisis e interpretación:

Del 100% de encuestados, el 87% manifestaron que la asignatura ha sido impartida de forma teórica, libros/manuales, mientras que apenas el 4, 6% manifestaron que ha sido impartida por medio de un software, es decir que aún se están utilizando métodos antiguos para el proceso de enseñanza aprendizaje, esto impide que los futuros profesionales no estén preparados acorde a la actual sociedad. La tecnología es el pan de cada día y como profesionales debemos ir a la par con esta evolución.

2. ¿Conoce algo acerca de las NTICs en la educación?

Cuadro N° 5

CONOCIMIENTO DE LAS NTICs EN LA EDUCACIÓN

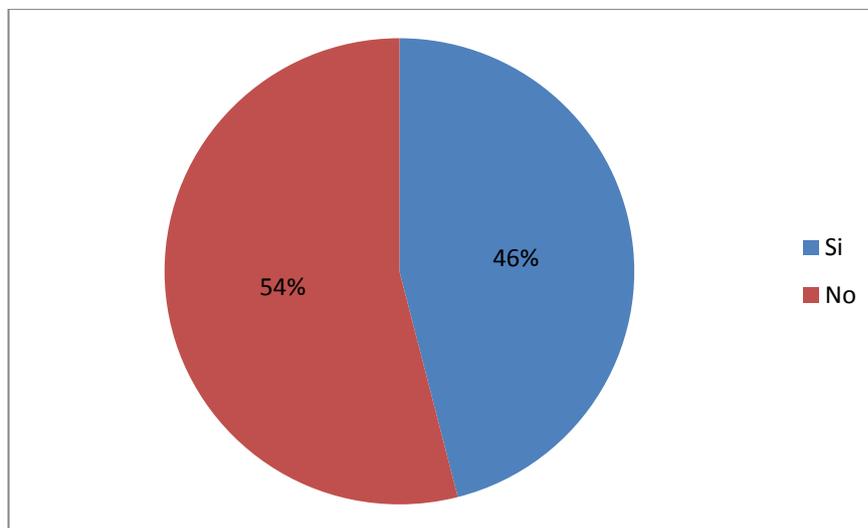
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	46%
No	47	54%
Total	87	100,%

FUENTE: Encuestas Realizadas

ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

Gráfico N° 3

CONOCIMIENTO DE LAS NTICs EN LA EDUCACIÓN



FUENTE: Encuestas Realizadas

ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 54% no conoce acerca de las NTICs, mientras que el 46% tiene un mínimo conocimiento de las mismas, la innovación dentro de la universidad no es constante, ya que hace falta muchas herramientas multimedia que facilitan el proceso de enseñanza aprendizaje, el porcentaje de estudiantes que conocen acerca de las NTICs, se están prohibiendo del avance tecnológico, esto se debe a que los docentes no se actualizan por completo, y siguen con los mismos métodos de enseñanza, además la falta de presupuesto en la universidad repercute en su mayoría para la adquisición de estas herramientas.

3. ¿Usted ha empleado herramientas de la comunicación y la información durante el periodo estudiantil que lleva en la universidad dentro de su carrera?

Cuadro N° 6
UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN

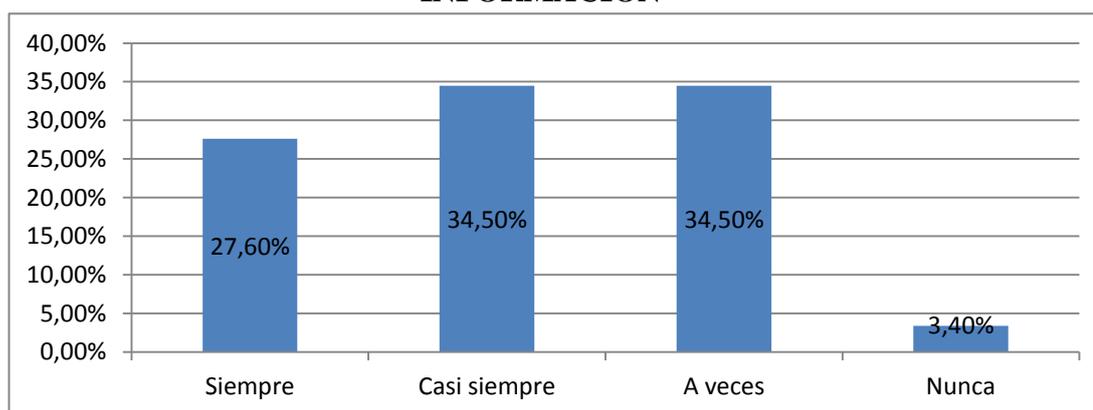
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	24	27,6%
Casi siempre	30	34,5%
A veces	30	34,5%
Nunca	3	3,4%
Total	87	100%

FUENTE: Encuestas Realizadas

ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

Gráfico N° 4

UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN



FUENTE: Encuestas Realizadas

ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

Análisis e interpretación

Del total de estudiantes encuestados hay un 34,5% que afirman que han empleado casi siempre herramientas de la comunicación e información durante su periodo estudiantil dentro de la universidad, mientras que el 27,6% lo han utilizado siempre, el porcentaje restante que es apenas el 3,4% manifiestan que nunca lo han utilizado, esto quiere decir que hay un mínimo de estudiantes que no están en posibilidades de tener estas herramientas básicas como son un computador y el internet, esto impide la comunicación y desarrollo de tareas, ya que muchas de estas se basan en investigación y para eso se necesita tecnología.

4. ¿Considera usted importante que la cátedra antes mencionada sea impartida a través de la utilización de las NTICs?

Cuadro N° 7

IMPORTANCIA DEL COMERCIO EXTERIOR A TRAVÉS DE LAS NTICS

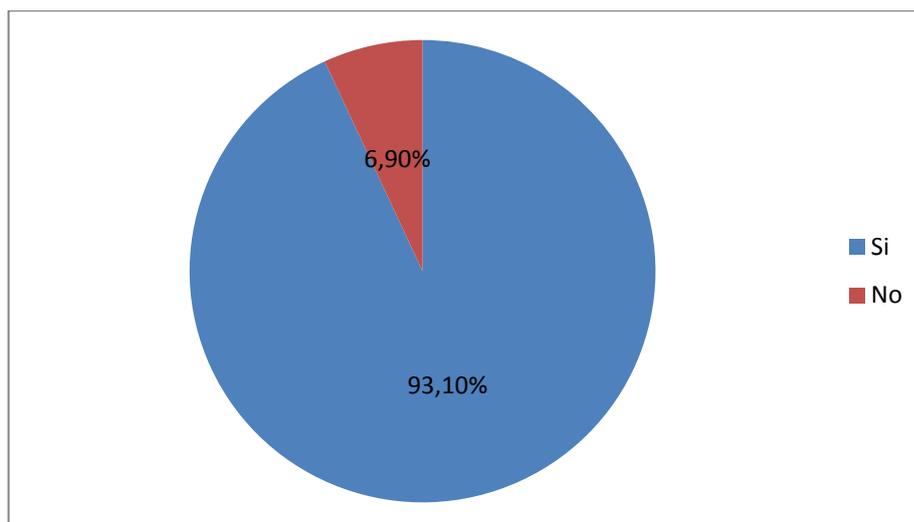
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	93,1%
No	6	6,9%
Total	87	100%

FUENTE: Encuestas Realizadas

ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

Grafico N° 5

IMPORTANCIA DEL COMERCIO EXTERIOR A TRAVÉS DE LAS NTICS



FUENTE: Encuestas Realizadas

ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 93% considera que si es importante que la asignatura de comercio exterior sea impartida a través de un software, por el contrario existe un 7% que no está de acuerdo con este criterio, es importante si porque este tipo de herramientas nos permiten simular un proceso de exportación o importación, que son las operaciones básicas de comercio exterior, al poder simular un caso práctico estamos preparándonos para enfrentar a un mercado laboral actualizado y experimentado.

5. ¿Qué beneficios alcanzarían los estudiantes de ingeniería comercial con la implementación de las NTICs en la cátedra de comercio exterior?

Cuadro N° 8

BENEFICIOS AL IMPLEMENTAR LAS NTICS

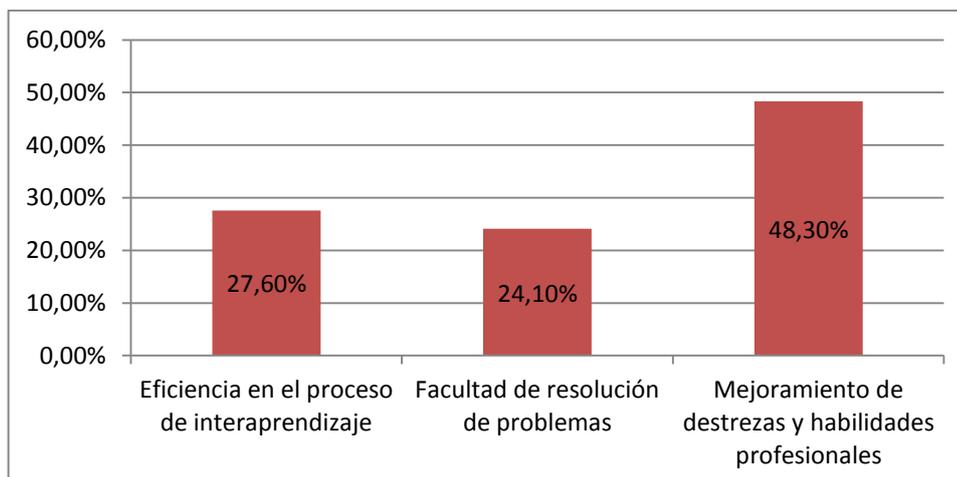
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Eficiencia en el proceso de interaprendizaje	24	27,6%
Facultad de resolución de problemas	21	24,1%
Mejoramiento de destrezas y habilidades profesionales	42	48,3%
Total	87	100%

FUENTE: Encuestas Realizadas

ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

Grafico N° 6

BENEFICIOS AL IMPLEMENTAR LAS NTICS



FUENTE: Encuestas Realizadas

ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

Análisis e interpretación:

Del 100% de encuestados, el 48,3% manifiestan que uno de los beneficios que adquieren al implementar las NTICs es el mejoramiento de destrezas y habilidades, seguido de un 27,6% que afirman que se elevará la eficiencia en el proceso de inter-aprendizaje y por ultimo un 24,1% que ostentan que tendrán la facultad de resolución de problema, todos estos beneficios los tenemos gracias a la adopción de las NTICs, ya que nos estamos preparando para enfrentarnos a la sociedad y estamos en competitividad con los demás profesionales.

6. ¿Conoce algún Software que tenga relación con la cátedra de comercio exterior?

Cuadro N° 9

SOFTWARE PARA COMERCIO EXTERIOR

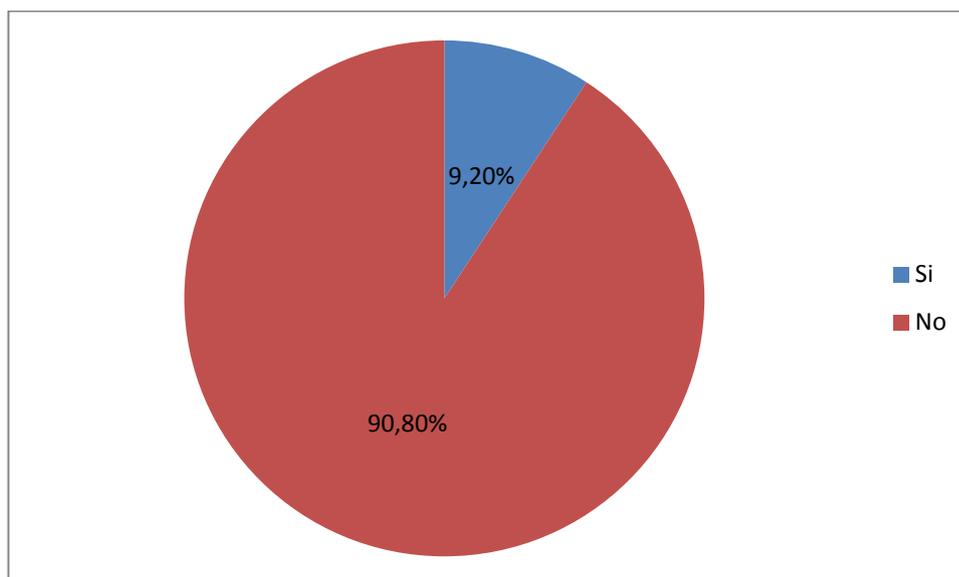
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	9,2%
No	79	90,8%
Total	87	100%

FUENTE: Encuestas Realizadas

ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

Grafico N° 7

SOFTWARE PARA COMERCIO EXTERIOR



FUENTE: Encuestas Realizadas

ELABORADO POR: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

Análisis e interpretación:

Del 100% de encuestados, el 90,8% manifestaron que no conocen algún software que se relacione con el comercio exterior, mientras que el 9,2% así lo afirma, al no conocer un software relacionado con la cátedra de comercio exterior, será necesario investigar sobre otras herramientas que sean útiles para mejorar el proceso de enseñanza aprendizaje en los estudiantes de la carrera de ingeniería comercial.

2.7 Análisis Interno

En este análisis interno se identificarán las fortalezas y debilidades de la carrera de ingeniería comercial, para posteriormente generar estrategias que permitan tener un muy buen proceso de enseñanza aprendizaje.

CUADRO N° 10

DESCRIPCIÓN DE NOMENCLATURA

Nomenclatura	Descripción
AIIE	Infraestructura y equipamiento
AID	Docencia
AIVS	Vinculación con la sociedad
AIRA	Resultados del aprendizaje
AICCE	Cátedra de comercio exterior

Fuente: UTC

Elaborado por: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

CUADRO N° 11

DESCRIPCIÓN DE CATEGORIZACIÓN

Categorización	Descripción
1	GF (Gran Fortaleza)
2	F (Fortaleza)
3	D (Debilidad)
4	GD (Gran Debilidad)

Fuente: UTC

Elaborado por: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

CUADRO N° 12

ANÁLISIS INTERNO DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Código	Factores clave de desempeño	Comportamiento	Impacto	categorización			
				1	2	3	4
AIIE1	Biblioteca	No cuenta con los recursos bibliográficos y documentales suficientes y adecuados para consultas de los estudiantes y desarrollo de investigación.	Falta de conocimiento e investigación en los estudiantes				GD
AIIE2	Laboratorios	La carrera no dispone de un laboratorio	Dificulta la puesta en práctica de los conocimientos obtenidos			D	
AIIE3	Acceso a internet	Este servicio es limitado por falta de laboratorios	Internet limitado			D	
AIIE4	Aulas	Amplio espacio físico	Perfecta movilidad de los estudiantes y docentes dentro del aula	GF			
AID1	Formación de posgrado	El cuerpo docente de la carrera no están especializados en las cátedras que	Bajo nivel de capacidad para impartir las diferentes			D	

		imparten dentro de la carrera, tal es el caso de comercio exterior, no existe el suficiente porcentaje de docentes con posgrados.	cátedras dentro de la carrera.				
AID2	Eficiencia y calidad del docente	Existen docentes a tiempo completo, y medio tiempo, tienen cursos de actualización y capacitación.	Enseñanza de calidad		F		
AIVS1	Vinculación de los estudiantes con la colectividad	Los estudiantes cumplen con prácticas pre-profesionales, entorno a su perfil, cumpliendo con las horas reglamentarias.	Adquisición de experiencia, puesta en práctica de los conocimientos.	GF			
AIRA1	Análisis y diagnóstico	Capacidad del estudiante para analizar, diagnosticar las características de un proceso.	Perfil profesional de acuerdo a la carrera.	GF			
AIRA2	Solución de problemas	Estudiante capaz de identificar, formular, evaluar y resolver problemas relacionados con los campos de la carrera.	Capacidad de resolver problemas	GF			
AICCE 1	Proceso de enseñanza-	El docente actúa como gestor de conocimiento y orienta al aprendizaje.	Buena relación y comunicación entre docente		F		

	aprendizaje		y estudiante.				
AICCE 2	Empleo de las NTICs	Falta de presupuesto para adquirir herramientas multimedia	Limitadas herramientas multimedia, para mejorar el aprendizaje y la enseñanza			D	

Fuente: UTC

Elaborado por: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisa

CUADRO N° 13

MATRIZ DE PERFIL INTERNO DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Código	Factores	Clasificación del impacto				Total
		GF	F	D	GD	
AIIE1	Falta de recursos bibliográficos y documentales				●	1
AIIE2	No dispone de laboratorios			●		1
AIIE3	Limitación de internet			●		1
AIIE4	Amplio espacio físico	●				1
AID1	Hay un mínimo de docentes que posee posgrado			●		1
AID2	Tienen cursos de actualización y capacitación					1
AIVS1	Estudiantes cumplen con prácticas pre-profesionales	●				1
AIRA1	Capacidad del estudiante para analizar, diagnosticar las características de un proceso.	●				1
AIRA2	Estudiante capaz de identificar, formular, evaluar y resolver problemas.	●				1
AICCE1	Docente actúa como gestor de conocimiento y orienta al aprendizaje		●			1
AICCE2	Limitadas herramientas multimedia			●		1
Total		4	2	4	1	11
Total		36,36%	18,18%	36,36%	9,1%	100%

Fuente: UTC

Elaborado por: Chicaiza Jessica – Chugchilán Narcisca

2.7.1 Conclusiones del Análisis del Ambiente Interno

- En el cuadro número 13 de la matriz del perfil interno de la carrera de ingeniería Comercial, nos da como resultado un 36.36% de grandes fortalezas, debido a que posee atributos para poder brindar una educación de calidad, es así que la demanda de estudiantes ha ido incrementando semestralmente.
- En cuanto a las fortalezas la carrera de ingeniería Comercial tiene un 18,18%, esto debido al espacio físico y dedicación de los docentes y estudiantes, que a pesar del poco presupuesto han visto la manera posible para seguir adelante, sin desmerecernos de otras universidades.
- Por otra parte las debilidades representan el 36,36% ya que la carrera de ingeniería comercial no dispone de herramienta multimedia necesaria para el desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje.
- La gran debilidad que posee la carrera de ingeniería Comercial representa el 9,1% al no contar con los recursos bibliográficos y laboratorios de cómputo necesarios impidiendo al estudiante a realizar una buena investigación.

2.8 Conclusiones

- Mediante la aplicación de las encuestas se pudo establecer que la mayoría de los estudiantes no han recibido la asignatura de comercio exterior a través de las NTICs, es decir que los docentes aún mantienen las mismas técnicas de enseñanza año tras año, impidiendo así que los estudiantes estén preparados para los diversos cambios continuos dentro del ámbito estudiantil y peor aún que estos no son profesionales competitivos dentro de un mercado laboral.
- Se determinó mediante las entrevistas realizadas a los docentes, que las clases deberían ser en su totalidad prácticas ya que estas permitirán valorar la capacidad de respuesta de los estudiantes ante la presentación de un caso práctico puede ser este real o simulado, así los estudiantes elevaran su nivel de conocimiento, demostraran sus habilidades y destrezas logrando un mejor desempeño académico.
- Otro de los puntos relevantes que se considera es que los estudiantes siempre han utilizado herramientas de la comunicación e información, pero estas solo se basan en que presentan sus trabajos en Word o sus exposiciones las hacen con PowerPoint, son las mismas herramientas que se han venido utilizando desde la escuela, no hay una innovación tecnológica, es decir no se cuenta con nuevos programas con simuladores o con software que permitan que el proceso de enseñanza aprendizaje se dé una mejor manera y que permita a los estudiantes demostrar su capacidad y destrezas de manera eficiente.
- En cuanto al análisis interno observamos que, así como hay fortalezas que ayudan a que la universidad y sus estudiantes sobresalgan, existen también debilidades que impiden el avance tecnológico necesario para los diferentes procesos de enseñanza aprendizaje.

2.9 *Recomendaciones*

- Implementar las NTICs, las mismas que permitan al estudiante resolver casos reales de las actividades de Comercio Exterior con la finalidad de incrementar la eficiencia y conocimiento en las actividades de exportación debido a que las mismas constituyen un rubro importante dentro de la estabilidad económica de una organización y del país.
- La universidad debe establecer sistemas de inversión destinados a la implementación de software o simuladores que permita al estudiante elevar sus conocimientos con la finalidad de entrar en un mercado laboral competitivo ya que las NTICs elevan la calidad del proceso educativo al permitir la superación de las barreras de espacio y tiempo, una mayor comunicación e interacción entre sus actores, la construcción distribuida de crecientes fuentes de información, la participación activa en el proceso de construcción colectiva de conocimiento y la potenciación de los estudiantes gracias al desarrollo de las habilidades que esto implica.
- El cuerpo de docentes debería estar especializado en la cátedra de comercio exterior, para que sea un gestor del conocimiento de acuerdo a las necesidades que implica esta cátedra y que pueda guiar a los estudiantes tanto teórico como práctico.

CAPITULO III

PROPUESTA

3.1. Diseño de la Propuesta

DATOS INFORMATIVOS

Nombre de la propuesta: Diseño de un manual de exportación

Nombre de la empresa: Universidad Técnica de Cotopaxi

Ubicación: Av. Simón Rodríguez s/n Barrio El Ejido Sector San Felipe

Área: Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas “Ingeniería Comercial”

Responsables: Chicaiza Villegas Jessica María - Chugchilán Ronquillo Narcisa Yolanda

Coordinador: Ing. Yadira Paola Borja Brazales

Beneficiarios: Estudiantes y Docentes de la carrera de ingeniería comercial

3.2. Justificación

El propósito del presente Manual es proporcionar a los estudiantes de la carrera de ingeniería comercial, un conjunto de herramientas que contribuyan a facilitar su aprendizaje, en el contexto internacional actual.

La presente guía está orientado a establecer los procedimientos e instructivos para desarrollar un proceso exitoso de exportación, con un diseño sencillo.

Esta guía es solo una orientación práctica global que indica los pasos mínimos necesarios para desarrollar un proceso exportador, lo que obliga tanto al docente como estudiante, la posible adaptación en función de las necesidades específicas de los mismos. En este sentido es importante la comprensión de los criterios esbozados para una correcta interpretación.

3.3. Objetivos de la Propuesta

3.3.1 Objetivo General

Diseñar una guía que permita proveer una descripción precisa de cómo realizar una exportación, para que los estudiantes puedan asimilar casos prácticos de las operaciones de comercio exterior.

3.3.2 Objetivos Específicos

- Investigar la información relevante de cómo realizar una exportación para que el estudiante pueda entender los procesos que intervienen en las operaciones de comercio exterior.
- Determinar los requisitos y pasos correspondientes para que una persona pueda ser un exportador.
- Obtener documentos que sirvan de apoyo para la creación de la guía y su respectiva demostración.

3.4 Descripción de la Propuesta

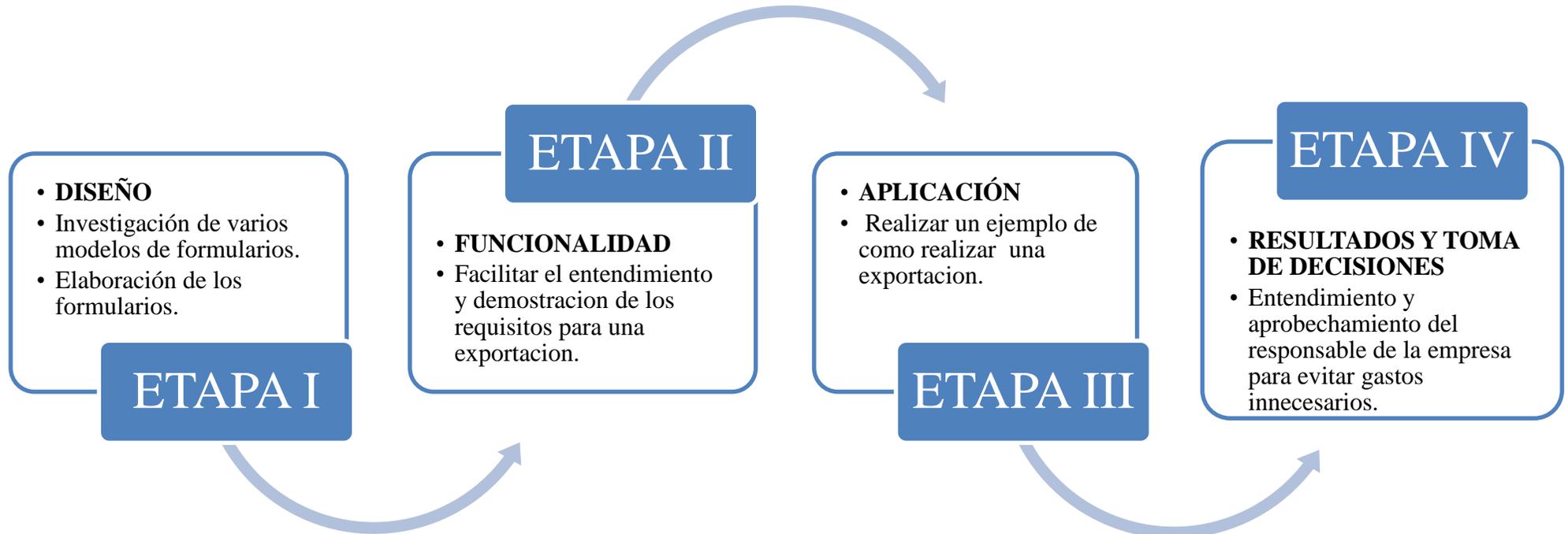
La presente Guía es un documento que está elaborado, de tal manera, que es un punto de partida al entendimiento conceptual de los procesos de exportación que permite facilitar la comprensión de tal forma que los resultados sean mantenidos y tengan sentido a largo plazo.

Los destinatarios de esta Guía son los estudiantes y público en general, que todavía tienen poca o ninguna experiencia exportadora y que se interesan en comprender y usar los acuerdos comerciales. Su principal aporte reside en ayudarles a utilizar un orden lógico para mayor entendimiento, y un exitoso trámite de exportación.

La Guía es solo una orientación práctica, que indica los pasos mínimos necesarios para desarrollar un proceso de exportación, para que el estudiante pueda elaborar de la mejor manera cada uno de los procedimientos e instructivos para desarrollar un proceso exitoso de exportación, con un diseño sencillo.

El propósito fundamental de esta guía, es dar a conocer todos los documentos necesarios para realizar una exportación, es así que conocidos estos documentos procederemos a diseñar plantillas que faciliten aún más el desarrollo de un caso práctico o real, del proceso de exportación, evitando así los pasatiempos al conseguir estos documentos que muchas de las empresas niegan a los estudiantes.

3.5 Esquema de la Cadena de Valor del Manual de Exportaciones



3.5.1 Análisis Esquema de la Cadena de Valor del Manual de Exportaciones

En la Etapa I, realizaremos el diseño de los formularios para realizar un exportación, posteriormente en la Etapa II, nos enfocaremos en demostrar los requisito necesarios de exportaciones en el cuan incluirá quienes pueden exportar y como exportar, a si también en la Etapa III, realizaremos un ejemplo práctico de cómo realizar una exportación y así evitar que la empresa obtenga perdidas al momento de realizar la exportación de un producto.

3.6 Rosas Ecuatorianas Ecoroses S.A

Datos de Empresa

Nombre: Ecoroses S.A

Actividad: Agropecuaria

Dirección: Quito-Ecuador, km 61/2 de la carretera Panamericana Sur, sobre la vía Machachi - Latacunga; a 1500 metros desde la carretera

Código Postal: none

Localidad: Quito

Provincia: PICHINCHA

País: Ecuador

Teléfono: (593 2) 2310 055

E-mail: sales@ecoroses.com.ec

Página Web: <http://www.ecoroses.com.ec>

Contacto Principal: Diana Erazo

Cargo: Gerente de Ventas

EMPRESA ROSAS ECUATORIANAS ECOROSSES S.A.

Empresa productora y exportadora de rosas de calidad “Premium”– está ubicada a los pies de los impresionantes Ilinizas en el Valle de Machachi en Ecuador. Ponemos especial énfasis en la producción de un amplio y novedoso surtido de variedades de rosas, todas con características superiores; orientando nuestro trabajo a satisfacer las necesidades de los mercados más exigentes.

3.6.1 Misión

Somos productores y exportadores de rosas de calidad y surtido superior para el más exigente mercado internacional, brindamos un servicio efectivo y personalizado.

3.6.2 Visión

Ser Reconocidos a Nivel Mundial por la Excelencia en la Producción y Exportación de Rosas.

3.6.3 Valores corporativos

- Lealtad
- Disciplina
- Iniciativa
- Compromiso
- Trabajo en Equipo
- Responsabilidad Social

3.6.4 Detalles de los Productos

Contamos con más de 100 variedades para el exigente mercado internacional, nuestras rosas son de alta calidad por su ubicación en la cordillera de los Andes, sus tallos son largos y sus colores brillantes y larga duración de la rosa, algunas de nuestras variedades son; proud, rosita vendela, freedom, red paris, twinkle, coolwater, oceansong, proud, bengala, tara, High &Yellowmagic, titanic, etc.

***OPERACIONES
DE COMERCIO
EXTERIOR***



GUÍA DEL EXPORTADOR



Elaborado por:

**Chicaiza Jessica
Chughilán Narcisa**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

ÍNDICE

<i>I</i>	<i>INTRODUCCIÓN.....</i>	<i>i</i>
<i>II</i>	<i>JUSTIFICACIÓN.....</i>	<i>ii</i>
<i>1.</i>	<i>¿Cómo exportar?.....</i>	<i>1</i>
<i>2.</i>	<i>¿Quién puede exportar?.....</i>	<i>1</i>
<i>3.</i>	<i>Requisitos para convertirse en exportador.....</i>	<i>1</i>
<i>3.1.</i>	<i>RUC.....</i>	<i>2</i>
<i>3.1.1.</i>	<i>Requisitos.....</i>	<i>3</i>
<i>3.2.</i>	<i>Obtener firma digital o TOKEN.....</i>	<i>6</i>
<i>3.2.1.</i>	<i>Tipo de solicitud.....</i>	<i>7</i>
<i>3.2.2.</i>	<i>Pasos para inscribirse para obtener el Token de Autenticación.....</i>	<i>9</i>
<i>3.2.2.1.</i>	<i>Registro de Solicitud.....</i>	<i>9</i>
<i>3.2.2.2.</i>	<i>Registro en Línea una Empresa u Organización.....</i>	<i>13</i>
<i>3.3.</i>	<i>Security data firma electrónica.....</i>	<i>15</i>
<i>3.3.1.</i>	<i>Requisitos.....</i>	<i>16</i>
<i>3.3.2.</i>	<i>Pasos.....</i>	<i>17</i>
<i>3.4.</i>	<i>Registrarse como exportador en ECUAPASS.....</i>	<i>22</i>
<i>4.</i>	<i>Proceso de exportación.....</i>	<i>25</i>
<i>4.1.</i>	<i>Etapas de pre-embarque.....</i>	<i>25</i>
<i>4.2.</i>	<i>Etapas De Post-Embarque.....</i>	<i>31</i>
<i>5.</i>	<i>Información Adicional: “Acuerdos Comerciales”.....</i>	<i>33</i>
<i>5.1.</i>	<i>ALADI.....</i>	<i>33</i>
<i>5.2.</i>	<i>CAN.....</i>	<i>34</i>
<i>5.3.</i>	<i>Sistema General de Preferencias (SGP) con la Unión Europea.....</i>	<i>36</i>

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

I



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

I. INTRODUCCIÓN

La competencia, los mercados, la demanda de productos y las diferentes necesidades están allí dentro del mercado internacional, lo que debemos lograr es fortalecer aquellas oportunidades que brinda el sector productivo de nuestro país y poder alcanzar un mejor desempeño de nuestra oferta exportadora, con más mercados atendidos, más empresas, más productos y sobre todo con una conciencia de donde estará nuestro futuro económico.

El presente Manual de Procedimientos tiene como propósito contar con una guía clara y específica que garantice la óptima operación y desarrollo de las operaciones de comercio exterior, así como el de servir como un instrumento de apoyo y mejora en el proceso enseñanza aprendizaje. Comprende en forma ordenada, secuencial y detallada de los procesos a seguir para cada operación comercial.

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

ii



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

II. JUSTIFICACIÓN

La utilización de las Tecnologías de Información y Comunicación TIC contribuye a los estudios que relacionan los procesos de innovación tecnológica en el empleo del comercio exterior ya que las TIC facilitan la competitividad de las exportaciones en el comercio mundial, asimismo nos permiten incrementar la productividad y habilitar el desarrollo de un país.

El presente manual pretende servir de orientación y ayuda tanto a docentes como estudiantes, además contiene la descripción necesaria para su elaboración y ejemplo de éstos, con la finalidad de que el lector comprenda mejor el tema y contribuyan a facilitar su inserción, en el contexto internacional actual.

Además está orientado a establecer los procedimientos, guías e instructivos para desarrollar un proceso exitoso de exportación, con un diseño sencillo. Este manual es solo una orientación práctica global que indica los pasos mínimos necesarios para desarrollar un proceso exportador, por lo tanto le permite al estudiante la comprensión de los criterios esbozados para una correcta interpretación.

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

ii



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

GUÍA DEL EXPORTADOR

1. ¿Cómo exportar?

Esta guía está dirigida a los estudiantes, que se tienen la carencia de conocimientos y herramientas necesarias para realizar una exportación.

2. ¿Quién puede exportar?

Pueden realizar exportaciones tanto los ecuatorianos como los extranjeros residentes en el país, como personas naturales o jurídicas.

3. Requisitos para convertirse en exportador

3.1. Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.

Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIIU (Clasificador Internacional Industrial Único).

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

3.1.1. Requisitos:

a. Personas Naturales

Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.

Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral

Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

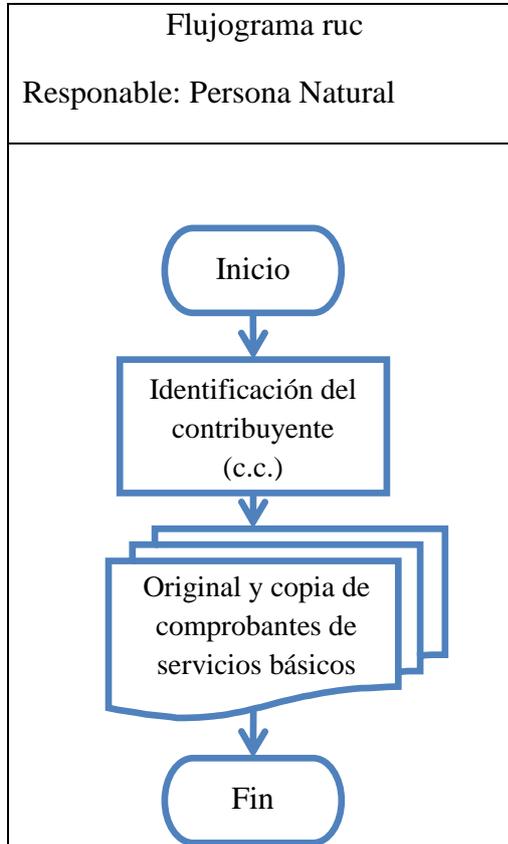
Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR



b. Sociedades

Formulario 01A y 01B. (Ver anexo 1)

Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención

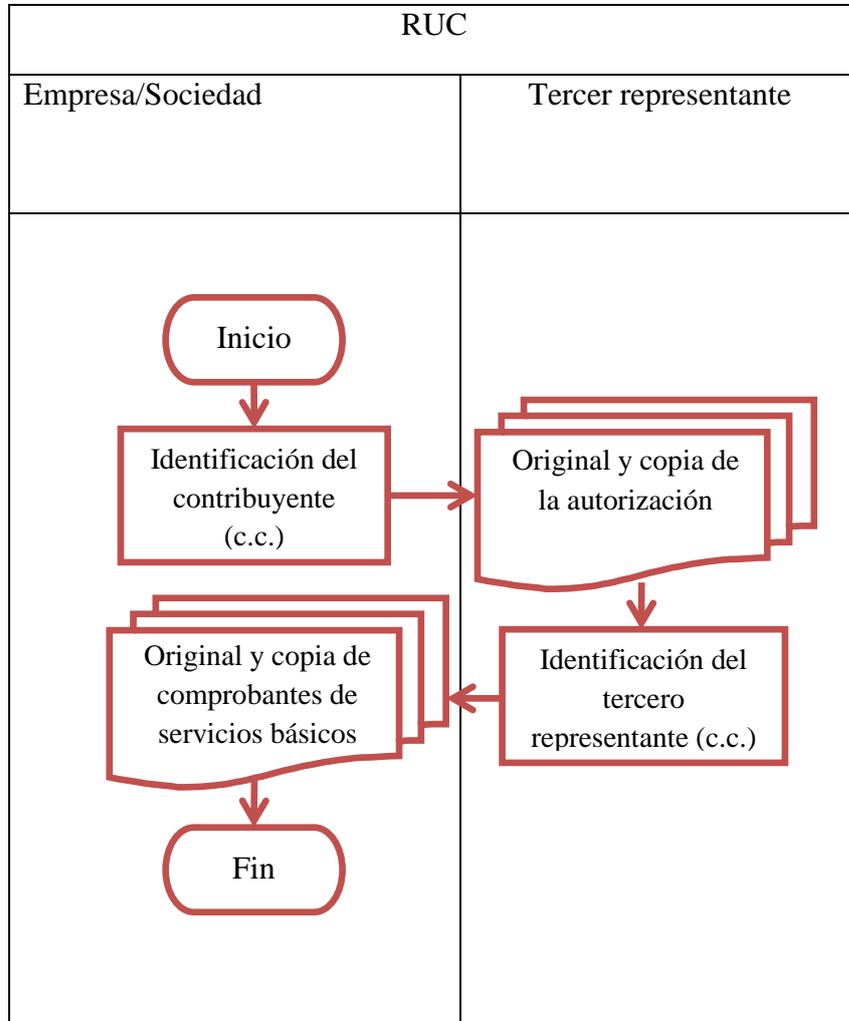
Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

4



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR



Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención

Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

5



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

Procedimiento:

El contribuyente se acerca a cualquier ventanilla de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados e inscribe el Registro Único de Contribuyentes (RUC)

3.2. Obtener firma digital o TOKEN

Un Token también conocido como Token de autenticación o Token criptográfico es un dispositivo electrónico que se le da a un usuario autorizado de un servicio computarizado para facilitar el proceso de autenticación.

Con la implementación del nuevo sistema ECUAPASS se requieren cambios que permiten un desarrollo eficaz del mismo.

Ahora todos los documentos realizados deberán incorporar la Firma Electrónica

Esta firma nos garantizará:

- **Autenticidad**

La información del documento y su firma electrónica se corresponden indubitablemente con la persona que ha firmado.

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

6



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

- **Integridad**

La información contenida en texto electrónico, no ha sido modificada luego de su firma.

- **No repudio**

La persona que ha firmado electrónicamente no puede decir que no lo ha hecho.

- **Confidencialidad**

La información contenida ha sido cifrada y por voluntad del emisor, solo permite que el receptor pueda descifrarla.

3.2.1. Tipo de solicitud

- **Persona Natural**

Sirve para todo propósito, permite identificar a una persona natural, dentro del giro de sus negocios, y será responsable a título personal todo lo que firme, en forma electrónica, dentro del Ámbito de su actividad y trámites de su uso que correspondan

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

7



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

- **Persona Jurídica**

Sirve para todo propósito, permite identificar a una persona jurídica de derecho privado, a través de su representante legal o de las personas que están perteneciendo a la empresa, quienes serán responsables en tal calidad de todo lo que firmen dentro del Ámbito de su actividad.

El primer requisito para poder solicitar un certificado de persona jurídica es tener registrada la empresa.

- **Funcionario Público**

Sirve para todo propósito, permite identificar a un funcionario o servidor público, quien será responsable a título de la institución pública que representa de todo lo que firme dentro del ámbito de su actividad y límites uso que correspondan.

El primer requisito para poder solicitar un certificado de persona jurídica es tener registrada la institución

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

8



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

3.1.1. Pasos para inscribirse para obtener el Token de Autenticación o Token Criptográfico

PROCESO DE EMISIÓN

3.1.1.1.Registro de Solicitud

Dentro del primer paso para solicitud de un nuevo certificado de firma electrónica se debe digitar el número de cédula del solicitante.

a) Si se desea realizar una solicitud para una firma electrónica primero se debe seleccionar el tipo de solicitud:

- Persona Natural
- Persona perteneciente a una empresa
- Funcionario Público

b) Se debe seleccionar también la ciudad de entrega de la solicitud:

- Quito
- Guayaquil
- Cuenca

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

9



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

- Aparecerá un formulario diferente según el tipo de solicitud donde se deben ingresar diferentes datos de acuerdo al tipo de solicitud:
 - Registro de solicitud de Certificado de Firma Electrónica para persona natural.
 - Registro de solicitud de certificación de Firma Electrónica, para persona perteneciente a una empresa.
 - Registro de solicitud de Certificado de Firma Electrónica para un funcionario público.
- ❖ Al escoger el tipo de solicitud el sistema solicitará el número de cédula del solicitante. (Ver Anexo 2).

Como segundo paso se desplegará en formulario donde se debe llenar los datos según el tipo de solicitud. (Ver Anexo 3).

Nota: Los datos que se deben llenar se enumeran en cada tipo de solicitud.

Una vez ingresados los datos solicitados se debe seleccionar el check box donde se acepte que toda la información contenida en este formulario es real y se autorice a la ECIBCE que verifique la misma.

Se debe tomar en cuenta llenar todos los campos que contengan un *, ya que estos son obligatorios. De lo contrario el sistema desplegará un mensaje de error.

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

10



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

Se debe tomar en cuenta llenar todos los campos que contengan un *, ya que estos son obligatorios. De lo contrario el sistema desplegará un mensaje de error.

Existe la opción de imprimir la solicitud, se selecciona si se desea ver o guardar la solicitud, lo segundo es escoger la ubicación del archivo PDF donde se guardará o abrirá. (Ver anexo 5).

Se abrirá un archivo pdf que se debe imprimir.

Ingeniería Comercial

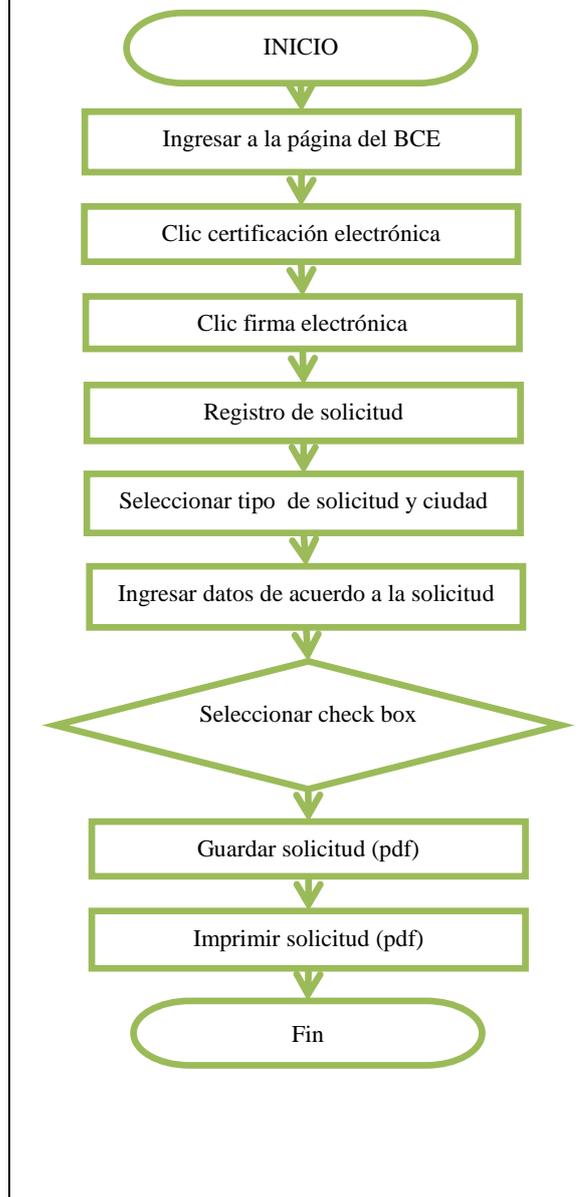
Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

11



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

Firma electrónica
Responsable.: Representante Legal.



Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

12



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

3.2.1.1.REGISTRO EN LÍNEA UNA EMPRESA U ORGANIZACIÓN

Para registrar una empresa u organización accedemos al menú y escoger dicha opción y aparecerá una pantalla como esta:

Empresa Privada: (Ver Anexo 6).

Empresa Pública: (Ver Anexo 7).

Se debe seleccionar si la empresa es pública o privada e ingresar los siguientes datos:

- Razón Social
- RUC de la empresa
- Dirección de la empresa
- Teléfono de la empresa y extensión; existe la posibilidad de agregar más de un teléfono con su respectiva extensión.
- Fax y extensión
- Provincia y ciudad de la empresa

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

13



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

- Datos del Representante Legal:
- Nombre
- Cédula
- Correo Electrónico; existe la posibilidad de agregar más de uno.

Se debe subir varios archivos que son requeridos para el registro de la empresa u organización, aparecerá una lista de dichos documentos según el tipo de empresa.

Los campos que contienen * se deben llenar obligatoriamente y se debe seleccionar el check box que certifica que todos los datos del formulario son válidos.

Al acabar de llenar el formulario se presiona el botón Guardar o si se requiere, presionar el botón Ayuda para desplegar una ventana que presenta ayuda sobre este formulario.

Si se realiza el procedimiento correctamente saldrá un mensaje de confirmación.

Ingeniería Comercial	Elaborado por: Chicaiza Jessica Chugchilán Narcisa	14
-----------------------------	---	-----------



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

3.1. FIRMA ELECTRÓNICA SECURITY DATA

Con el crecimiento, avance de la industria y los negocios internacionales, se inicia una nueva era fundamentada por la innovación en el campo de la tecnología, dando lugar a nuevas herramientas informáticas que aseguran y facilitan las actividades tanto de personas como de las organizaciones.

La firma electrónica puede aplicarse en muchas actividades comerciales; sea en el ámbito privado o público, donde existe la necesidad de soportar transacciones para adquirir un producto o servicio por vía electrónica, existiendo una relación estrecha entre la empresa, el consumidor y el gobierno.

En este sentido, el Grupo TCE con el apoyo de la empresa privada SECURITY DATA S.A., pone a disposición de nuestros clientes y del público en general el servicio de Certificación Electrónica o Firma Electrónica.

La firma electrónica es la manera más fácil y segura de hacer negocios, interactúa con la ADUANA, SRI, INCOP, INEN, OAE y otras instituciones públicas o privadas

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

15



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

3.2.2. REQUISITOS

Si el certificado es para representante legal

- Escaneado a color (en formato PDF) enviado vía mail y luego presentar físicamente:
- Original de la Cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros.
- Original de la Papeleta de votación actualizada, (para extranjeros, certificado de empadronamiento y para militares copia de la libreta militar).
- Original o copia certificada del registro único de contribuyentes (RUC) de la empresa.
- Original o copia certificada del registro único de Proveedores (RUP) de la empresa en caso de Disponerlo.
- Original o copia certificada del nombramiento del representante legal adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
- Original del Certificado de Cumplimiento de Obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías u Original o copia certificada de la constitución de la Empresa solicitante.
- Presentarse físicamente en la entidad que emitirá el certificado para firmar el contrato y validar la identidad.
- Formulario de solicitud lleno y FIRMADO (ver anexo 8)

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

16



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

Notas:

- Si es persona natural y va a interactuar con la aduana como agente o con el sistema de PETROAMAZONAS es OBLIGATORIO presentar el RUC.
- Si va a interactuar con el INCOP es obligatorio presentar el RUP.
- Otro tipo de formato no será aceptado.

3.2.3. Pasos para Solicitar Certificado

Paso 1 – Requisitos

- Definir qué tipo de solicitante es y según el caso preparar documentos
- Escanear a color cada documento por separado y grabar en formato PDF
- Nombrar cada archivo según el siguiente esquema: d-Nombre Documento - Nombre Persona-Estado.PDF, ejemplo: d- Cedula- Alexandra Naranjo- P Natural.PDF
- Los documentos escaneados enviar por email a la dirección de correo citado abajo.

Notas:

- El tipo de solicitante está clasificado como: Representante Legal, Miembro de Empresa, Persona Natural o Funcionario Público.
- Los documentos enviados deben ser legibles y estar vigentes
- Documentos escaneados en blanco y negro no serán aceptados.

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

17



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

Paso 2 – Pago

- Una vez recibido los documentos, se valida información con las diferentes entidades de control
- Si los documentos están correctos y vigentes solicitamos datos para facturación, caso contrario deberá consultar el problema o error en los documentos enviados
- Generación de factura correspondiente y envío mediante correo electrónico
- Pago de valores sobre factura emitida en base a servicio prestado, el mismo que puede ser por transferencia o depósito a las siguientes cuentas:

Cuenta corriente PRODUBANCO OPTIMSOFT CIA. LTDA. No. 200200951-6	Cuenta corriente PICHINCHA OPTIMSOFT CIA. LTDA. No. 3216179604
--	--

Los documentos escaneados enviar por email a la dirección de correo citado abajo:

Notas:

- No se emite ningún tipo de certificado, si previamente no se ha pagado
- El momento de retirar el certificado presentar original de pago
- El solicitante debe aplicar retenciones tanto al impuesto a la renta como al IVA.

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

18



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

Paso 3 – Cita

El tiempo estimado en la revisión de documentos es de 48 horas

El tiempo tomado para asignarle una cita en función de la disponibilidad, puede tomar de 1 a 2 días laborables.

El solicitante recibe un correo electrónico de la solicitud aprobada indicándole el lugar, fecha y la hora de la cita programada para que se presente en nuestras oficinas.

El solicitante debe confirmar su visita a la cita previamente programada, vía telefónica o por medio de correo citados abajo:

Nota: No se emite certificados sin previa cita

Paso 4 – Presentación

El solicitante debe presentarse a la cita con todos los documentos **ORIGINALES** o **COPIAS NOTARIADAS**

Se procede a la verificación física de los documentos presentados

Se procede a la constatación física del solicitante

Si la verificación de documentos y constatación física de la persona son correctos, se procede a la firma del contrato.

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

19



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

Se entrega al solicitante TOKEN con firma electrónica

Los documentos originales presentados serán entregados al solicitante el mismo día de la cita

Nota: El trámite es de carácter personal y no se puede delegar a un tercero, bajo ninguna circunstancia.

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

20

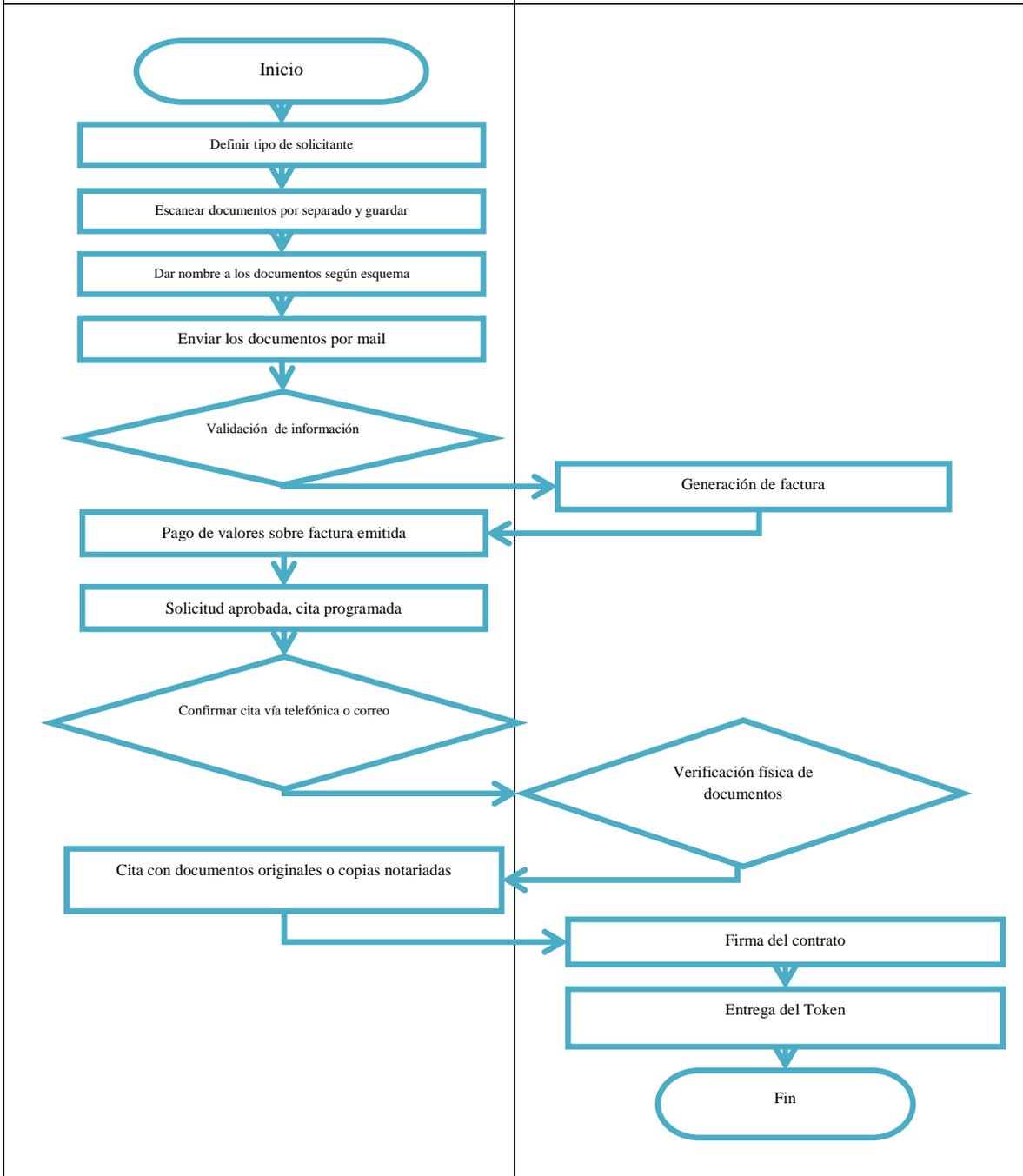


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

Requisitos firma electrónica data security

Representante legal empresa

Representante Data security



Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

21



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Latacunga – Ecuador

GUÍA DEL EXPORTADOR

3.3. Registrarse como exportador en ECUAPASS.

Pasos:

1. Página del ECUAPASS. www.ecuapass.gob.ec
2. Clic en solicitud de uso



3. Solicitud de uso de representante

Solicitud del uso

Gracias por visitar al Portal del SENAE. En el Portal del SENAE podrá realizar todas las operaciones de despacho en una vez. El portal les ofrece un servicio limpio y transparente.

Se clasifica el registro de usuario por **usuarios del despacho** y **usuario de servicio adicional**. Por favor, registre según el tipo de usuario que corresponde. Una vez que se registra, el usuario podrá utilizar los diversos servicios del portal

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

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

22



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

1. Llenar los datos de la solicitud, comprobar disponibilidad y Registrar.

SOLICITUD DEL USO – REPRESENTANTE					
INFORMACIÓN DE EMPRESA					
RUC empresa	RUC		Comprobar Disponibilidad		
Razón Social					
Dirección de la empresa					
Teléfono empresa					
INFORMACIÓN DE REPRESENTANTE					
ID Usuario				Comprobar disponibilidad	
Nombre Usuario					
Contraseña			Confirmación de contraseña		
Preguntas de Clave			Respuesta de clave		
Dirección					
Teléfono					
Celular			Recibir mensaje SMS	Recibir	No recibir
Correo Electrónico					
Confirmación de Correo electrónico					
Recibir correo electrónico		Recibir	No recibir	SENAE Correo Electrónico	
Tipo de OCEs	Agente de Aduana			Solicitar nuevo código	
				Agregar	Quitar
Código de OCEs	En el informe se clasifican			Solicitar nuevo código	

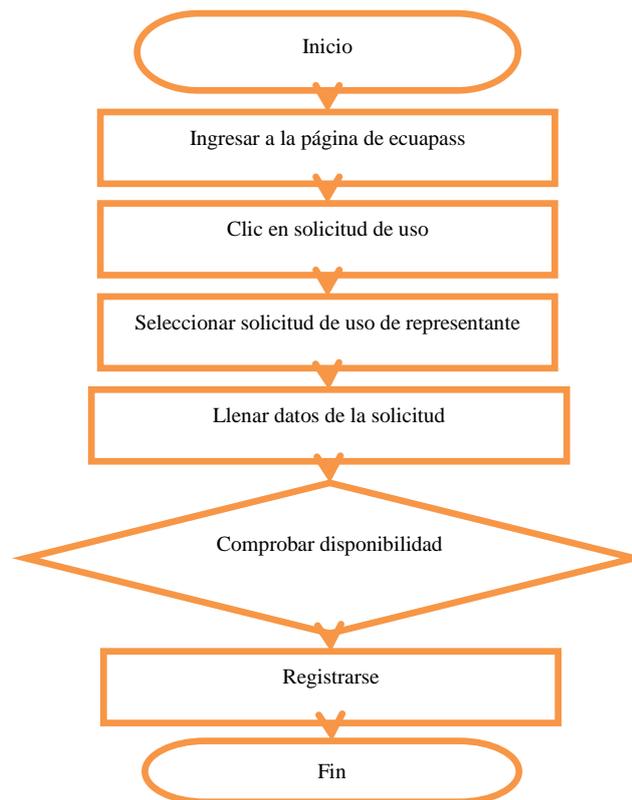
Ingeniería Comercial	Elaborado por: Chicaiza Jessica Chugchilán Narcisa	23
-----------------------------	---	-----------



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

Solicitud del ecuapass

Responsable: representante de la empresa



Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

24



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

4. PROCESO DE EXPORTACIÓN

4.1 ETAPA DE PRE-EMBARQUE

i. Documentos de exportación

Los documentos que deberá completar el exportador previo al embarque serán los siguientes:

- Factura comercial original. Si desea más información visite la siguiente página http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/seguridad/ComercioExteriorEst.jsp o al arancel
- DAE (Declaración Aduanera de Exportación)
- Lista de empaque
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite)
- Certificado de Origen (preferencial o no preferencial dependiendo del país al cual se expone)
- Documento de transporte multimodal (vía marítima = Bill of lading / vía terrestre = carta de porte internacional (CPI) /Vía Aérea = Guía Aérea). Para mayor información relacionada a Logística y Transporte Internacional consultar: http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/11/PROEC_GL2012_INTL.pdf

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

25



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

i. Apertura de la exportación

Con el sistema ECUAPASS en la actualidad, usted por su propia cuenta puede aperturar la exportación y para lo cual requiere de los siguientes documentos:



Nota: Cabe indicar que dependiendo del tamaño de su empresa y de la actividad económica de la misma, donde se involucren más de un encadenamiento productivo, se sugiere contratar los servicios de un agente de aduanas para que lo asesore en la apertura y cierre de la exportación.

Reiteramos, que usted no está en la obligación de contratarlo.

ii. Herramientas de Negociaciones Internacionales

• Cotización de Exportación

La cotización es el documento en el cual se establecen derechos y obligaciones tanto del exportador como del importador con la finalidad de evitar riesgos en una operación comercial.

Ingeniería Comercial

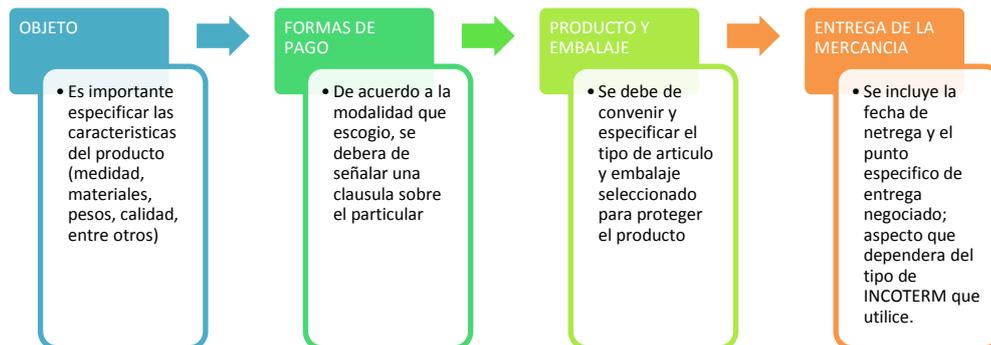
Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

26



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

La cotización debe contemplar lo siguiente:



iii. Instrumentos y Condiciones de Pago

Usted como exportador cuenta con instrumentos financieros y además de poder especificar la condición de pago durante las negociaciones con su cliente. A continuación los más importantes.

- a) **Cartas de crédito:** Promesa condicional de pago que efectúa un banco (emisor), por cuenta de una persona física o moral (solicitante), ante una persona (beneficiario); normalmente por conducto de otro banco (notificador), para pagar determinada suma o aceptar letras a favor del exportador, contra la presentación de determinados documentos. Existen diferentes modalidades: revocable, irrevocable, notificada, confirmada, a la vista, a plazo y transferible.

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

27



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

Es la forma de pago más segura y recomendable para el nuevo exportador. Si el pago de sus exportaciones es mediante carta de crédito y no conoce al cliente, exija que la carta de crédito documentaria sea irrevocable, confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de los documentos respectivos.

- b) Cuenta abierta:** El exportador le envía los documentos de embarque directamente al importador. Al tenerlos en su poder, le transfiere el pago correspondiente al exportador, realizando una transferencia bancaria. Esta forma de pago es sólo recomendable cuando se conoce al cliente y se tiene completa seguridad del pago.
- c) Cobranza bancaria internacional:** Orden que un vendedor gira a su banco para cobrar al comprador una determinada suma, contra la entrega de documentos enviados. Esta forma de pago implica mucho menos costo que la carta de crédito, sin embargo, el banco del comprador no se hace responsable del pago, salvo que reciba la firma del comprador internacional.
- d) SUCRE:** El Sistema Unitario de Compensación Regional de Pagos, es un mecanismo que sirve para la canalización de pagos internacionales resultantes de las operaciones de comercio recíproco entre sus países miembros (Cuba, Nicaragua, Venezuela y Bolivia).

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

28



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

Este Sistema se basa en la utilización de una moneda virtual “sucre”, para el registro de las operaciones exclusivamente entre los bancos centrales, en tanto que la liquidación local (pagos a exportadores y cobros a importadores) se efectúa con las respectivas monedas locales de los países miembros (en el Ecuador se realizará en dólares).

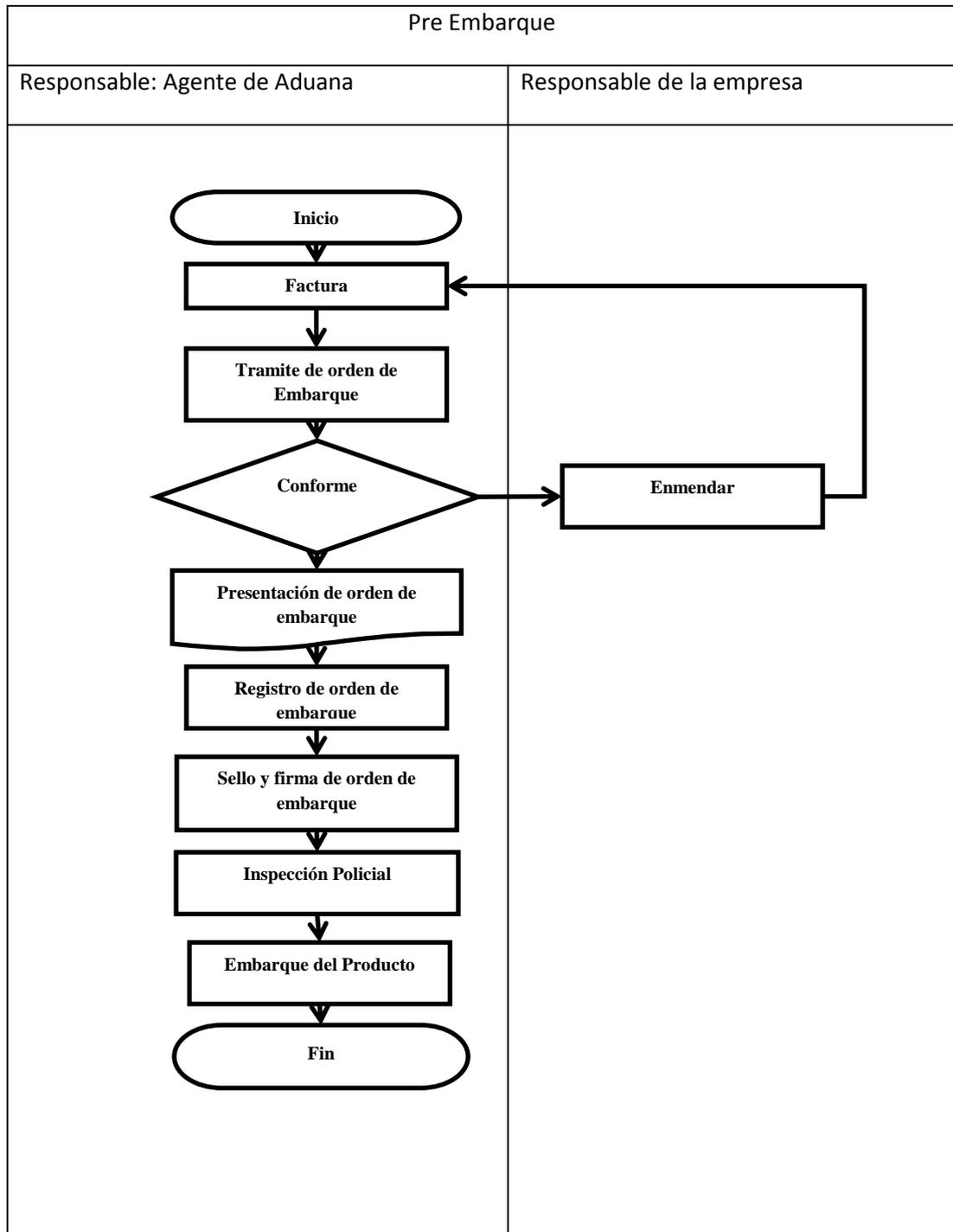
Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

29



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR



Ingenieria Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

30

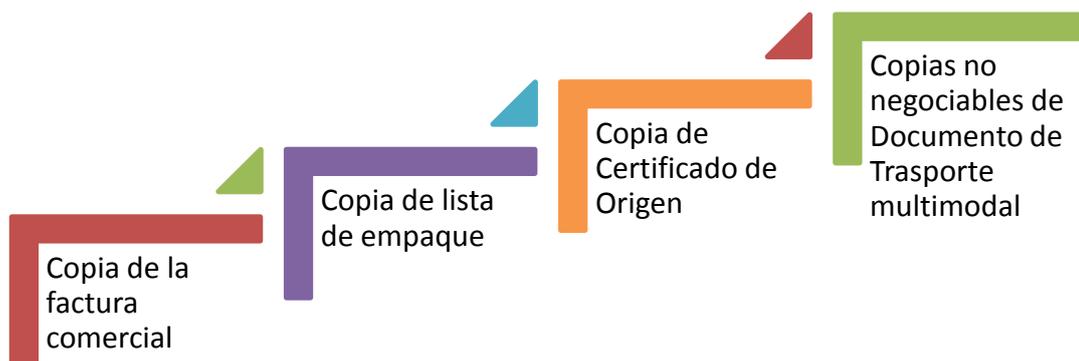


4.2 ETAPA DE POST-EMBARQUE

Cierre de la exportación

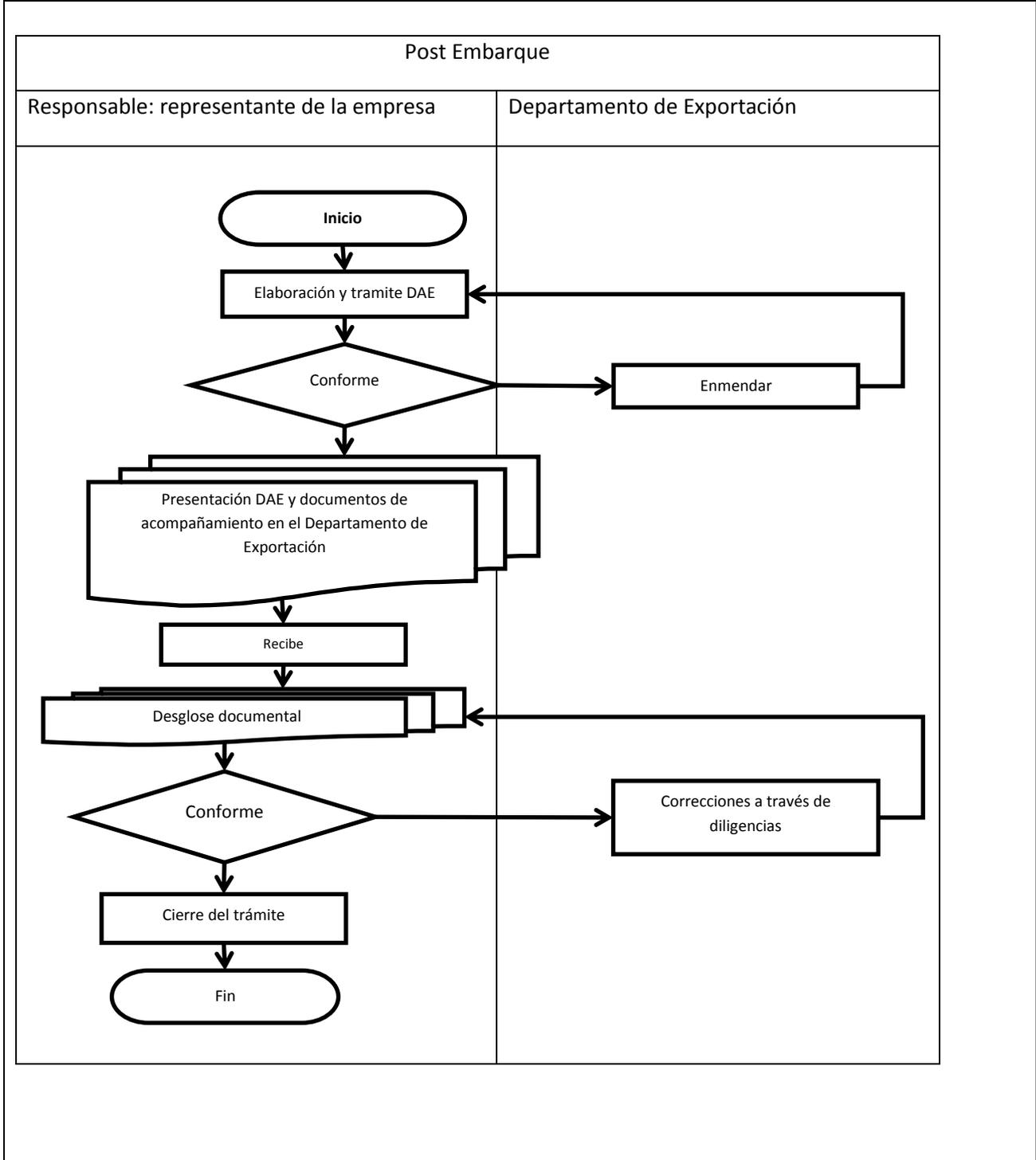
Finalmente, usted podrá cerrar la exportación ante la SENA E y obtener el definitivo DAE, para lo cual cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque.

Para este trámite se requiere de los siguientes documentos:





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR



Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

32



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

5. INFORMACIÓN ADICIONAL: “ACUERDOS COMERCIALES”

5.1 Acuerdo Comercial entre países miembros de la asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) es un organismo intergubernamental que, continuando el proceso iniciado por la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC) en el año 1960, promueve la expansión de la integración de la región, a fin de asegurar su desarrollo económico y social. Su objetivo final es el establecimiento de un mercado común latinoamericano. Cabe indicar que bajo este acuerdo, los países miembros (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela) podrán exportar sus productos entre sí, gozando de preferencias arancelarias.

Para mayor información sobre este acuerdo, puede consultar en: http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitect.nsf/VSITIOWEB/beneficios_arancelarios

Para que los productos ecuatorianos se acojan a este beneficio arancelario, se deberá solicitar un certificado de origen a las Cámaras y Fedexpor.

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

33



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

5.2. Acuerdo Comercial Entre Países Miembros De La Comunidad Andina (CAN)

Las empresas ecuatorianas pueden emitir Certificado de Origen a los países miembros de la CAN (Comunidad Andina), considerando que sus productos cumplen según la DECISIÓN 416 DEL ACUERDO DE CARTAGENA. Con este documento, emitido por las Cámaras y Fedexpor, los productos ecuatorianos podrán ingresar a los países miembros con preferencias arancelarias.

Los países miembros de la Comunidad Andina son: Bolivia, Colombia, Perú y Ecuador.

Para obtener mayor información puede consultar en:

<http://www.comunidadandina.org>

Principales normas a considerar para solicitar certificado de origen entre los países miembros de la CAN

Productos elaborados en su totalidad con materiales originarios del territorio de los Países Miembros

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

34



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

- a) Las que no se les han fijado requisitos específicos de origen, cuando resulten de un proceso de ensamblaje o montaje siempre que en su elaboración se utilicen materiales originarios del territorio de los Países Miembros y el valor CIF de los materiales no originarios no exceda el 50 por ciento del valor FOB de exportación del producto en el caso de Colombia, Perú y Venezuela, y el 60 por ciento del valor FOB de exportación del producto en el caso de Bolivia y Ecuador.
- b) Las no comprendidas en el literal anterior, que no se les han fijado requisitos específicos de origen y en cuya elaboración se utilicen materiales no originarios cuando cumplan con las siguientes condiciones
- i) Que resulten de un proceso de producción o transformación realizado en el territorio de un País Miembro; y
- ii) Que dicho proceso les confiera una nueva individualidad caracterizada por el hecho de estar clasificadas en la NANDINA en partida diferente a la de los materiales no originarios.

Para mayor información consultar en: <http://www.comunidadandina.org>.

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisca

35



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador
GUÍA DEL EXPORTADOR

5.3 Sistema General de Preferencias (SGP) con la Unión Europea

El Sistema General de Preferencias (SGP) es el instrumento por el cual la Unión Europea concede preferencias comerciales a los países en desarrollo, contribuyendo de esta manera a la generación de ingresos, mediante la integración en el comercio internacional a través de un acceso más fácil al mercado Europeo. Este mecanismo fue puesto en marcha desde el año 1971.

Para obtener la preferencia arancelaria, los exportadores ecuatorianos deben solicitar el certificado de origen al MIPRO.

5.3.1 Países miembros de la Unión Europea:

Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Holanda, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania y Suecia.

Para mayor información, puede consultar en: <http://ec.europa.eu/trade/>

Ingeniería Comercial

Elaborado por:
Chicaiza Jessica
Chugchilán Narcisa

36



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
Latacunga – Ecuador

GUÍA DEL EXPORTADOR

ANEXOS

ANEXO N° 1

RUC

 <p align="center"> REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01-A </p> <p align="center">RESOLUCION 0070</p>		<p align="center"> INSCRICION Y ACTUALIZACION REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES RUC SOCIEDADES SECTRO PRIVADO Y PUBLICO </p>				<p align="center">ORIGINAL: SRI</p> <p align="center">www.sri.gov.ec</p>				
						01	RUC			
<p>A.- IDENTIFICACION Y UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD</p>										
02	RAZON O DENOMINACION SOCIAL			ECOROES S.A.						
03	NACIONALIDAD DE LA SOCIEDAD		ECUATORIANA	04	NOMBRE COMERCIAL					
05	PROVINCIA	Pichincha			06	CANTON	Mejía	07	PARROQUIA	
08	CUIDADELA	09		BARRIO	10		CALLE	11		NUMERO
12	INTERSECCION/MANZANA			13		CONJUNTO				
15	EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL			16		Nº OFICINA	17	CARRETERO	16	KM
19	CAMINO	km 6 1/2 panamericana sur			20	REFERENCIA	A			
21	TELEFONO 1	593.22310208	22	TELEFONO 2	23		TELEFONO 3	24	FAX	
25	CELULAR	26		APARTADO POSTAL	27		E-MAIL			
<p>B.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD</p>										
ORIGE (ESCOJA UNA OPCION)				RAZON SOCIAL SOCIEDADES FUNSIONADAS/ESCINDIDAS				RUC		

28	COSTITUCION			31				32					
29	FUSION			33				34					
30	ESCUSION			35				36					
C.- DATOS DE CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD													
37	FECHA DE CONSTITUCION			38	TIPO DE SOCIEDAD			39	Nº EXPEDIENTES SUPER. DE CIAS.				
	AÑO	MES	DIA	40	Nº RESOLUCION SUPER. DE CIAS.	41	Nº REG. MERCANTIL	42	Nº. PATRONAL				
43	FECHA INSCRICION REGISTRO MERCANTIL			44	ORGANISMO REGULADOR								
	AÑO	MES	DIA	45	CAPITAL SUSCRITO	46	PATRIMONIO						
47	NOMBRE DEL CONTADOR					48	C.I./RUC CONTADOR						
D.- IDENTIFICACION Y UBICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL / AGENTE DE RETENCION													
49	APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS							50	C.I. O PASAPORTE				
51	NACIONALIDAD DE LA SOCIEDAD					52	CARGO QUE DESEMPEÑA			53	FECHA DE NOMBRAMIENTO		
54	TIPO DE VISA (REP. LEGAL EXTRANJERO)					55	PROVINCIA				AÑO	MES	DIA
56	CANTON					57	PARROQUIA			58	CALLE		
59	NUMERO					60	INTERSECCION			61	TELEFONO		
62	REFERENCIA							63	E-MAIL				
E. IDENTIFICACION Y UBICACIÓN DEL GERENTE GENERAL (O DE QUIEN HAGA SUS VECES)													
64	APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS												
65	NACIONALIDAD DE LA SOCIEDAD					66	NACIONALIDAD			67	FECHA DE NOMBRAMIENTO		
68	TIPO DE VISA (REP. LEGAL EXTRANJERO)					69	PROVINCIA				AÑO	MES	DIA
70	CANTON					71	PARROQUIA			72	CALLE		
73	NUMERO					74	INTER SECCI			75	TELEFONO		

				ON							
76	REFERENCIA					77	E-MAIL				
F. ACCIONISTAS Y SOCIOS											
	RAZON SOCIAL/ APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	NACIONALIDAD	DOMICILIO FISCAL	CEDULA/ RUC/ PASAPORTE	TIPO DE VISA	% PART.	VALORES ACCIONES O PARTICIPACIONES				
78											
79											
80											
81											
82											
83											
84											
85											
G. ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL											
86	DESCRIPCION ACTIVIDA ECONOMICA										
	Cultivo de rosas										
H. INFORMACION ADICIONAL DE LA SOCIEDAD											
87	ES SOCIEDAD EMISORA DE TARJETAS DE CREDITO?	SI		NO		89	ES UN FIDEICOMISO?	SI		NO	
88	ES UNA INSTITUCION FINANCIERA QUE GENERA OPERACIONES DE CREDITO?	SI		NO		90	ES UNA EMPRESA PUBLICA?	SI		NO	
						91	POSEE VEHICULO PROPIO?	SI		NO	

NOTA: EL PRESENTE FORMULARIO NO SE ACEPTARA CON ENMENDADURA Y TACHONES. DECLARO QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTE FORMULARIO SON VERDADEROS.	92	FECHA DE PRESENTACION		
		AÑO	MES	DIA
		FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL/ AGENTE DE RETENCION		

Fuente: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
Elaborado por: Chicaiza Jessica, Chugchilán Narcisa

ANEXO N° 2
SOLICITUD TOKEN

Registro para solicitud
Paso 1 Seleccione el tipo de certificado para su solicitud
Persona Natural
Persona Jurídica
Funcionario Publico
Seleccione el tipo de contenedor para su certificado
Token
Archivo HSM Roaming
Seleccione el lugar de entrega de los certificados
Quito
Guayaquil Cuenca
Seleccione su tipo de Identificación
Cedula
Pasaporte
Ingrese su cédula
1723173589
Por favor verifique que su información sea correcta y seleccione el botón siguiente para Continuar con el registro de su solicitud.

Fuente: <http://www.bce.fin.ec/>

Elaborado por: Chicaiza Jessica, Chugchilán Narcisa

ANEXO N° 3

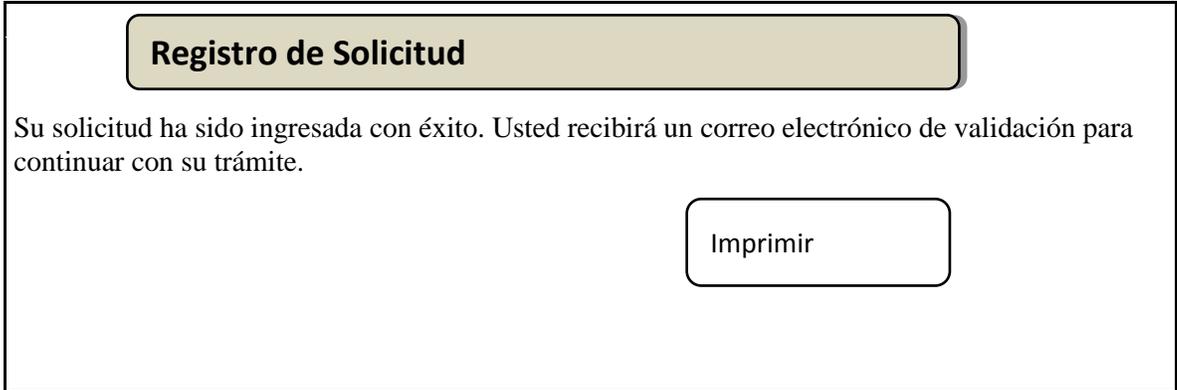
DATOS PARA OBTENER TOKEN

Datos Personales			
*Cédula / Pasaporte	1723173589	*Nombres	Diana
<i>Marque esta opción, en caso de no tener Segundo Apellido</i>			
*Primer Apellido	Erazo	*Segundo Apellido	Villegas
RUP (Compras Públicas)			
RUC	1723173589001	Actividad Económica	Seleccione.....
Para Facturación Electrónico o ECUAPASS			
*País Domicilio	Ecuador		
*Provincia domicilio	Pichincha	*Ciudad de domicilio	Seleccione.....
*Dirección de domicilio	Machachi	*Sector domicilio	
*Teléfono Domicilio	2309612	Celular	0967097789
	<i>Ej. 032572522</i>		<i>Ej. 0992825850</i>
*Correo Electrónico Principal	Jess_cv2401@hotmail.com	*Correo Electrónico alternativo	
País Oficina	Ecuador		
Provincia Oficina	Pichincha	Ciudad Oficina	Seleccione.....
Dirección de Oficina	Machachi		
Teléfono Oficina	2310208	Extensión	17
Fax	314-2310208		
*USO DE CERTIFICADOS	FIRMA DE DOCUMENTO Y TRANSACCIONES CORREO ELECTRÓNICO AUTENTICACIÓN CIFRADO FACTURACIÓN ELECTRÓNICA SISTEMA DE GESTIÓN DOCUMENTAL OTRO....		

Para fines internos de validación	
Estas preguntas son solo para validaciones internas del sistema	
*Preguntas 1	*Pregunta 2
Seleccione.....	Seleccione.....
Requisitos	
Si cumple una de las siguientes excepciones. La papeleta de votación no es requisito	
(Marque la opción)	
Personas mayores a sesenta y cinco años	<input type="checkbox"/> Extranjeros o ecuatorianos que habitan en el exterior <input type="checkbox"/>
Integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional	<input type="checkbox"/> Personas con discapacidad <input type="checkbox"/>
Requisitos (solo archivos PDF de tamaño menor o igual a 1Mb)	
*Copia a color cédula o pasaporte	Limpiar
<input type="button" value="Seleccionar"/>	No se ha seleccionado ningún archivo
	0%
*Copia clara de la papeleta de votación	Limpiar
<input type="button" value="Seleccionar"/>	No se ha seleccionado ningún archivo
	0%
*Copia de la última factura de pago de luz, agua, o teléfono	Limpiar
<input type="button" value="Seleccionar"/>	No se ha seleccionado ningún archivo
	0%
Certifico que toda la información contenida en este formulario es real y exactamente correspondiente al solicitante; y, autorizo a la ECIBCE la verificación de la misma.	
<input type="button" value="Ayuda"/>	<input type="button" value="Atrás"/>
<input type="button" value="Siguiete"/>	

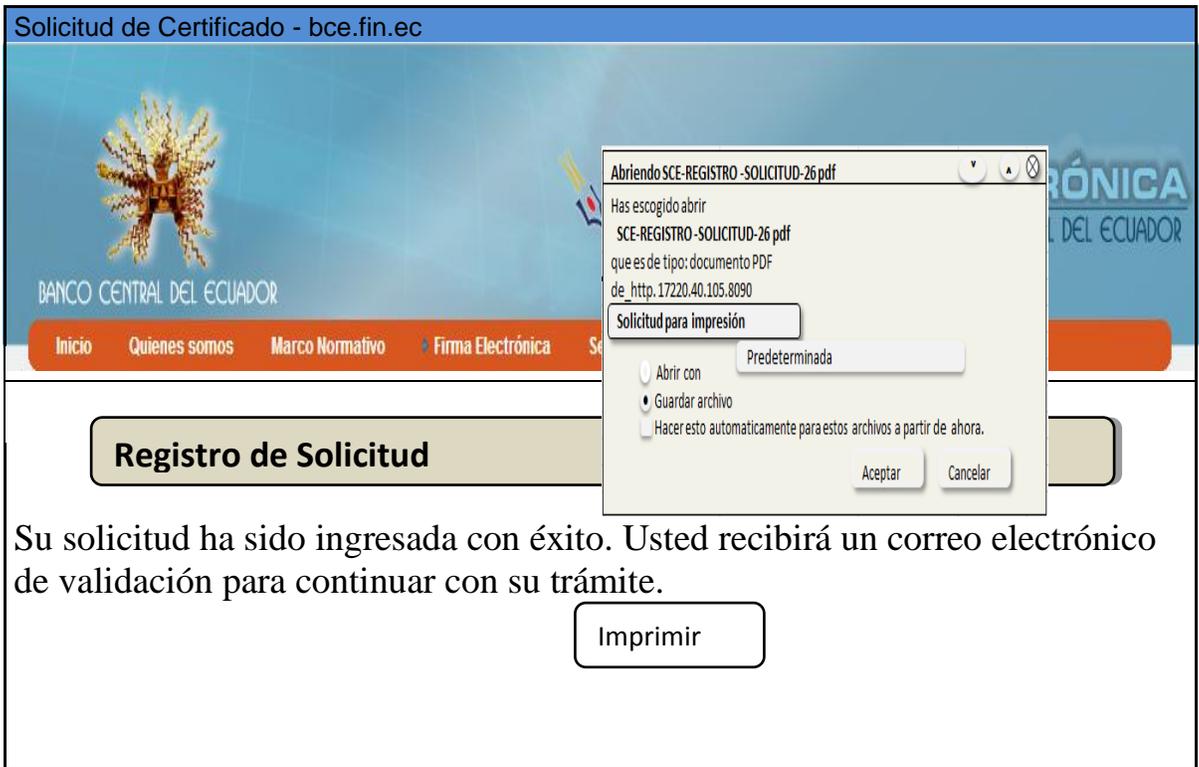
Fuente: <http://www.bce.fin.ec/>
 Elaborado por: Chicaiza Jessica, Chugchilán Narcisa

ANEXO N° 4
REGISTRO PARA LA SOLICITUD DEL TOKEN O FIRMA ELECTRÓNICA



Fuente: //www.bce.fin.ec/
Elaborado por: Chicaiza Jessica, Chugchilán Narcisca

ANEXO N° 5
REGISTRO PARA LA SOLICITUD DEL TOKEN O FIRMA ELECTRÓNICA



Fuente: //www.bce.fin.ec/
Elaborado por: Chicaiza Jessica, Chugchilán Narcisca

ANEXO N° 6
INFORMACION DE LA EMPRESA

Información Empresa			
*Tipo de Empresa:	PUBLICA <input type="radio"/>	PRIVADA <input checked="" type="radio"/>	
*RUC:	172372589001		
*Razón Social:	ECORESES S.A.		
*Dirección:	MACHACHI KM 6 ½ PANAMERICANA SUR		
*Teléfono:	2310208	Extensión	Eliminar 
			Agregar 
*Fax:	314-2310208	Ext. Fax:	
*Provincia:	PICHINCHA		
*Ciudad:	MACHACHI		
Información Representante			
*Representante Legal - Nombre	DIANA ERAZO		
*Representante Legal - Cédula	723173589		
*Correo Electrónico	erazoroses@ec	Eliminar 	
		Agregar 	
Requisitos			
Copia del RUC de la Empresa	Documento 1 PDF	Limpiar	
Copia certificado del nombramiento del Representante Legal	Documento 2 PDF	Limpiar	
Copia de la cédula de ciudadanía del Representante Legal	Cédula 1 PDF	Limpiar	
Nombre de accionistas de la empresa	Documento 3 PDF	Limpiar	
Copia negociada de constitución de la empresa	Cédula 2 PDF	Limpiar	
√ Toda la información contenida en este formulario es real y autorizo a la ECIBCE la verificación de la misma.v			
Por favor llenar todos los campos que contiene el asterisco			
Registrar	Cancelar	Imprimir	Ayuda

Fuente://www.bce.fin.ec/

Elaborado por: Chicaiza Jessica, Chugchilán Narcisa

ANEXOS N° 7

REGISTRO PARA LA SOLICITUD DEL TOKEN O FIRMA ELECTRÓNICA

Información Empresa		
*Tipo de Empresa:	PUBLICA <input checked="" type="radio"/>	PRIVADA <input type="radio"/>
*RUC:		
*Razón Social:		
*Dirección:		
*Teléfono:	Extensión	Eliminar
		Agregar
*Fax:	Ext. Fax:	
*Provincia:		
*Ciudad:		
Información Representante		
*Representante Legal - Nombre		
*Representante Legal - Cédula		
*Correo Electrónico	Eliminar	
	Agregar	
Requisitos		
Copia del RUC de la Empresa	Documento 1 PDF	Limpiar
Copia del nombramiento del Representante Legal	Documento 2 PDF	Limpiar
Copia de la cédula de ciudadanía del Representante Legal	Cédula 1 PDF	Limpiar
√ Toda la información contenida en este formulario es real y autorizo a la ECIBCE la verificación de la misma.v		
Por favor llenar todos los campos que contiene el asterisco		
<input type="button" value="Registrar"/>	<input type="button" value="Cancelar"/>	<input type="button" value="Imprimir"/>
<input type="button" value="Ayuda"/>		

Fuente://www.bce.fin.ec/

Elaborado por: Chicaiza Jessica, Chugchilán Narcisa

ANEXO N° 8
SECURITY DATA

FORMULARIO DE SOLICITUD			
Fecha: 20 de mayo de 2013			
A. Datos del Suscriptor del Certificado			
Nombres y Apellidos*: Diana Erazo Villegas			
No. Cédula / No. Pasaporte*: 172317258-9	Nacionalidad*: Ecuatoriana		
Email*: erazoroses@ec			
¿Ya tiene un certificado a su nombre con Security data?: <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
B. Tipo de Certificado*(favor llenar solo b.1.1. o b.1.2.)			
<i>B.1.1. PERSONA NATURAL ingresarlos datos de la planilla o los que consten en el RUC:</i>			
Persona Natural			
Dirección*:		Código Postal*:	
País*:	Provincia*:	Ciudad*:	
Teléfono*:		FAX*:	
RUC*:		¿TIENE RUP?* <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
<i>B.1.2. REPRESENTANTE LEGAL, MIEMBRO DE EMPRESA o FUNCIONARIO PÚBLICO ingresar los datos de la Empresa/Institución:</i>			
Representante Legal	Diana Erazo	Miembro de Empresa	<input checked="" type="checkbox"/> X <input type="checkbox"/>
Razón Social(tal como consta en el ruc)*: ECOROSSES S.A.			
Dirección*: Machachi, panamericana sur km. 6 1/2		Código Postal*:	
Provincia*: Pichincha		Ciudad*: Machachi	
Nombre del Representante Legal*: Diana Erazo			
Teléfono*: 2310208		Cargo que Desempeña el Suscriptor*: Director de Recursos Humanos	
RUC*: 1723173589001		¿TIENE RUP?* <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	

C. Tiempo de validez del certificado(por defecto 2 años)*	
a. Por defecto 2 años	OTRO (especificar):.....
D. Uso del Certificado*	
a. ECUAPASS (ADUANA)	b. PETROAMAZONAS
c. OAE	d. SUPER. DE COMPAÑIAS
e. FACTURACIÓN ELECTRÓNICA	f. OTRO(especificar):.....
E. Token*	
	a. Token Security Data (si es la primera vez que va a adquirir un token)
	b. Token Propio (si ya tiene un token anterior - ver modelos)
	c. Sin Token (para firma masiva de facturas, mails o documentos)
FIRMA DEL SUSCRIPTOR	

Fuente: //www.bce.fin.ec/

Elaborado por: Chicaiza Jessica, Chugchilán Narcisa

ANEXO N° 9
DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN

Numero de DAE	055 2013 4000
---------------	---------------

INFORMACIÓN GENERAL

Código de la Distrito	QUITO	Código de Régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del Declarante	

INFORMACIÓN DEL EXPORTADOR

Nombre del Exportador		Teléfono del exportador	
Dirección del Exportador			
Numero de documento de	RUC.	Cuidad del exportador	LATACUNGA
CIU	CULTIVO DE ROSAS	Numero de documento de	RUC
Nombre del declarante	ECOROSSES S.A.		
Dirección del declarante	MACHACHI, km 6 1/2 de la panamericana sur		
Código de forma de pago	A CONSIGNACION	Código de moneda	ESTADOUNIDENSE

INFORMACIÓN DE CARGA

Puerto de carga	GYG	Puerto privada desde	
Puerto de llegado o de	UCRANIA	Fecha de la carta de	30/05/2014
Nombre del consignatario	VARIO UCRANIA		
Dirección del	UCRANIA		
Cuidad del contribuyente	UCRANIA	Tipo de carga	CARGA GENERAL
Almacén de lugar de	(310000-1)	Medio de transporte	AEREO
País de destino final	UCRANIA		

TOTALES

Código de moneda	DÓLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción(FOB)	8000	Cantidad de ítem	1

Peso neto total	900	Peso total	1000
Cantidad total de bultos	10	Cantidad de contenedores	0
Cantidad total de unidades físicas	800	Cantidad total de unidades comerciales	5
Código de mercancías de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	
Fecha del primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Firma del Contribuyente

Firma del Declarante

Fuente: <http://www.aduanasdelecuador>
 Elaborado por: Chicaiza Jessica, Chugchilán Narcisa

**ANEXO N° 10
ECUAPASS**

SOLICITUD DEL USO – REPRESENTANTE				
Información de empresa				
RUC empresa	RUC	1723173589001	Comprobar Disponibilidad	
Razón Social	ECOROSSES S.A			
Dirección de la empresa	MACHACHI KM 6 1/2 PANAMERICANA SUR			
Teléfono empresa	2310208			
información de representante				
ID Usuario	1723173589		Comprobar disponibilidad	
Nombre Usuario	Diana Erazo			
Contraseña	XXXXXXXX	Confirmación de contraseña	XXXXXXXX	
Preguntas de Clave	XXXXXXXX	Respuesta de clave	XXXXXXXX	
Dirección	MIRAFLORES ALTO, ALOASÍ PSJ GUERRERO			
Teléfono	2309612			
Celular	967097789	Recibir mensaje SMS	Recibir	No recibir
Correo Electrónico	erazoroses@ec			
Confirmación de Correo electrónico	XXXXXXXX			
Recibir correo electrónico		Recibir	No recibir	SENAE Correo Electrónico
Tipo de OCEs	Agente de Aduana			Solicitar nuevo código
				Agregar
				Quitar
Código de OCEs		En el informe se clasifican		Solicitar nuevo código

Registrar
Imprimir

Fuente: <http://www.aduanasdelecuador>
 Elaborado por: Chicaiza Jessica, Chugchilán Narcisa

	47	21	ROSES	A	0603,11,00,60	06003,11,00,00	5,75	\$ 0,20	\$ 1,15
HB	25	12,5							
QB	40	10	GYP SOPHILA	A	0603,19,01,20	0603,19,10,00	4,3	\$ 0,11	\$ 0,49
FB	2	2	COMBO						
			Aistromeria	A	0603,19,01,10	0603,19,40,00	75	\$ 0,15	\$ 11,25
			Spray Camation	A	0603,12,30,00	0603,12,10,00	85	\$ 0,17	\$ 14,45
			Lities	A	0603,15,00,00	0603,19,90,10	45	\$ 0,25	\$ 11,25
HB	8	4	COMBO						
			Snapdragons	A	0603,19,01,40	0603,19,90,00	50	\$ 0,18	\$ 9,00
			Pompom	A	0603,14,00,10	0603,14,10,00	35	\$ 0,15	\$ 5,25
			Gypsophila	A	0603,19,01,20	0603,19,10,00	155	\$ 0,11	\$ 17,67
			Anthuniums	A	0603,19,01,05	0603,19,90,00	22	\$ 0,28	\$ 6,16
HB	20	10	BOUQUET						
			ROSES	A	0603,11,00,60	0603,11,00,00	1.325	\$ 0,20	\$ 265,00
			LILIS	A	0603,15,00,00	0603,19,90,10	2.250	\$ 0,10	\$ 225,00
QB	35	8,75	BOUQUET						
			Spray Roses	A	0603,11,00,10	0603,11,00,00	400	\$ 0,18	\$ 72,00
			Lilies	A	0603,15,00,00	0603,19,90,10	400	\$ 0,22	\$ 88,00
			Spray Camations	A	0603,12,30,00	0603,12,10,00	400	\$ 0,15	\$ 60,00
			Gypsophila	A	0603,19,01,20	0603,19,10,00	800	\$ 0,10	\$ 80,00
FB	4	4	CANATIONS	A	0603,12,70,00	0603,12,10,00	1.600	\$ 0,18	\$ 288,00
HB	12	6	HYPERICUM	A	0603,20,00,80	0603,19,90,00	1.800	\$ 0,20	\$ 360,00

TOTAL	102	46	\$ 1.514,67
BILL TO	EVEREST CORP		
	Name and Tide of person Preparing Invoice		
	Carmen Perez		
	Sales Assistant		
	CUSTOM USE ONLY		USDA,APHIS, P.P.Q Use Only

Fuente: <http://www.aduanasdelecuador>

Elaborado por: Chicaiza Jessica, Chugchilán Narcisa

	Tax		
	Total other charges Due Agent		Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods such parts is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations
	Total Other Charges Due Carrier		
		1791326202001	DEI JL CARGO DC Signature of Shipper or this Agent
total prepaid	total collect		
AS AGREED	AS AGREED		
Currency conversion rate	CC Charges in Dest Currency		
For carrier Use only at Destination	Charges at Destination	Total Collect Charges	

Fuente: <http://www.aduanasdelecuador>

Elaborado por: Chicaiza Jessica, Chugchilán Narcisa

ANEXOS N° 13
SOLICITUD DE REGISTRO DE OPERADOR PARA EXPORTACIÓN DE PLANTAS, PRODUCTOS
VEGETALES Y ARTÍCULOS REGLAMENTADOS

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y
PESCA - MAGAP

AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD
DEL AGRO

SOLICITUD DE REGISTRO DE OPERADOR PARA EXPORTACIÓN DE PLANTAS, PRODUCTOS
VEGETALES Y ARTÍCULOS REGLAMENTADOS **N° 001**

I. TIPO DE SOLICITUD

Inscripción Modificación Ampliación Renovación Código de registro _____

II. REGISTRO COMO:

Productor Exportador Comercializador Acopiador Agencia de Carga
Otro Especifique.

III. INFORMACIÓN GENERAL:

1. Razón social/nombre del Productor : ECOROSSES S.A. 2. RUC: 1723173589001

3. Nombre del representante legal: Diana Erazo 4. Cargo: Director RR.HH.

5. Teléfono: 2310208 6. Fax: 314-310208 7. Celular: 0967097789

8. E-mail erazoroses@ec

9. Dirección de las oficinas: Machachi, Panamericana Sur Km 6 1/2

10. Ciudad: Machachi 11. Provincia: Pichincha 12. Cantón Mejía

IV. INFORMACIÓN DE LOS LUGARES DE PRODUCCIÓN (FINCAS) E INSTALACIONES:

13. Lugar de producción: 14. Centro de Acopio 15. Planta de Procesamiento 16. Patio de Consolidación

17. Planta de Tratamiento 18. Sala de pos cosecha 19. Agencia de Carga 20. Empacadora 21. Otro

22. Nombre del lugar de producción e instalación

ECOROSSES S.A.

23. Dirección:

Machachi, Panamericana Sur Km 6 ½

24. Provincia:

Pichincha

25.
Cantón:

Mejía

26. Parroquia:

Aloasí

27. Sector:

HDA. La Bolivia

28. Marcas comerciales:

29. Superficie total

30. Superficie de cultivos (Ha), e instalaciones

170000m²

Si marca con una X en el numeral IV indique lo siguiente

Presentación del producto	Nombre cultivo	Nombre botánico	País de destino	Ha cultivadas
Rosas	QB	Spray Roses	Ucrania	1
	FB	Lities	Ucrania	1
	HB	Pompom	Ucrania	1

--	--	--	--	--

VI. PROVEEDORES DE PRODUCTOS VEGETALES:

31. Número de proveedores:

Registro AGROCALIDAD	Razón Social	Nombre del Producto	Nombre botánico

En caso de requerir más espacio, llenar en una hoja adicional con el mismo formato

Nota: Si posee más de un lugar de producción, centro de acopio, etc, debe llenar una solicitud por cada uno
Adjuntar copia del certificado de registro como operador o la factura emitida por el proveedor.

Fecha de la solicitud

día mes año

Nombre, firma y sello

Av. Amazonas y Eloy
Alfaro,
Edif. MAGAP, piso 9.
Telf.: (593) 2 2567 232
www.agrocalidad.gob.
ec;
direccion@agrocalidad
.gob.ec

RAEAM-
01-AGC

Fuente: MAGAP

Elaborado por: Chicaiza Jessica, Chugchilan Narcisa

3.8 Conclusiones

- Las TICs es imprescindible para lograr operaciones del comercio internacional, ya que permite que las operaciones que se realizan sean honestas, precisas, seguras y con los costos de transacción más bajos, a la vez que sean rápidas tanto en los flujos de documentación como de mercancías, además hay que tomar en cuenta que una operación comercial en el ámbito de la información, implica la captura de los datos, el almacenamiento, el procesamiento y la transmisión de los mismos, la posibilidad de hacer un uso efectivo y eficiente de las TIC en estos procedimientos, ya que garantiza el ahorro de tiempo y recursos.
- Mediante la investigación de campo pudimos recolectar la información necesaria para llegar a tomar decisiones correctas que permita resolver problemas semejantes en el futuro.
- Con la información recolectada de la investigación de campo se procedió a la elaboración de la guía del exportador que ayudara a mejorar el proceso de enseñanza- aprendizaje de la cátedra de comercio exterior dentro de la carrera de ingeniería comercial.
- La elaboración de las fichas concernientes a los documentos que son necesarios para una exportación, los estudiantes podrán realizar casos prácticos sobre exportaciones, esto facilitara a que los futuros profesionales puedan defenderse en el mercado laboral.

- Gracias a esta propuesta de la creación de una guía y plantilla para una exportación permitirán mejorar satisfactoriamente la calidad de la enseñanza dentro de la carrera de ingeniería comercial en la cátedra de comercio exterior, dando paso a que los estudiantes sean más competitivos en la sociedad.
- La guía de exportación será de mucha ayuda para que los estudiantes puedan orientarse de cómo realizar una exportación, por cuanto la Guía les servirá como una herramienta de consulta rápida en la cátedra de comercio exterior, además tendrán la facilidad de desarrollar casos prácticos.
- Los estudiante podrán utilizar las plantilla para realizar caso prácticos relacionados con una exportación, esto les permitirá tener un criterio más amplio para que en un futuro no muy lejano, como profesionales, puedan seguir convenciendo y fomentando a nuevas empresas a que se motiven incursionar en el campo exportador.

3.9. Recomendaciones

- Poner en práctica los conceptos y definiciones citados durante el estudio de comercio exterior, para de esta manera satisfacer nuestras dudas con respecto a términos empleados en la investigación que no son de fácil entendimiento.
- Es necesario que tanto las autoridades como docentes de la universidad se capaciten con respecto a las NTICs, con el fin de que los procesos de enseñanza sean de calidad ya que en la actualidad no se aplican estrategias de estímulo o incentivo para que los futuros ingenieros comerciales puedan interactuar la teoría con la práctica.
- Realizar estudios constantemente para de esta manera mantener actualizados los conocimientos y poder incluir datos a la guía o modificar la misma.
- Es necesario realizar una investigación correcta, para que la información recolectada arroje resultados precisos y factibles.
- Se recomienda a los docentes encargados de la coordinación de la carrera de ingeniería comercial, que se dé un estudio de inversión en nuevas herramientas multimedia, para un mejor aprovechamiento de la guía que hemos propuesto.
- Utilizar de la mejor manera la guía de exportaciones ya que será de mucha ayuda no solo para los estudiantes, sino también docentes que deseen conocer acerca de la cátedra de comercio exterior.

3.10 Bibliografía

3.10.1 Bibliografía Cita

AYERDI Koldo – PÉREZ D. Jesús Ángel– MENDIGUREN G., Terese., 2011. 2011.

BALLESTEROS ROMAN, Alfonso. 2005. *Comercio Exterior.* 2005.

BARRO, NIETO y RODRÍGUEZ y. 2007, 2004 . 2007, 2004 .

BRINGUÉ y SADABA, PISCITELLI., 2008, 2009. 2008, 2009.

CABALLERO Iría, PADÍN Carmen, Néstor Javier Contreras Fierro. 2013. *Comercio Internacional.* s.l. : Ideas Propias SL, 2013.

CABELLO Miguel . 2009. *Las Aduanas y el Comercio Internacional.* España : s.n., 2009.

CARNEIRO Roberto, TOSCANO Juan, DIAZ Tamara. 2021. *Los Desafíos de las TIC para el Cambio Educativo.* s.l. : FUNDACION SANTILLANA, 2021. 978-84-7666-197-0.

CHAVERT Joan . 2005. *Manual de Comercio Exterior .* España : s.n., 2005.

CHIESA, Florencia. 2005. *Metodologia para Seleccion de Sistemas ERP.* Buenos Aires : s.n., 2005.

COLL César, ONRUBIA Javier, MAURI Teresa. 2009. *Hacia una modelización del proceso de enseñanza-aprendizaje mediado por las TIC.* s.l. : Ediciones Aljibe, 2009.

CORREA Alexander ,GÓMEZ Rodrigo . 2009. *Tecnologia de la Informacion en la Cadena de Suministro.* Medellin : Dyna, 2009. 0012-7353.

GONZÁLEZ, Sandy. 2011. *Principales Barreras a las Exportaciones.* 2011.

GUAYASAMIN, Fabian. 2009. *Aplicación de la Legislación Aduanera en el Comercio Exterior Ecuatoriano.* Quito : EDARIS CIA LTDA, 2009.

IBÁÑEZ, SALINAS Jesús., 2012. edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC. s.l. : Educación Mediática y TIC, 2012.

Isabel, FERRO SOTO Carlos y MARTINEZ SERNA Ana. 2009. 2009.

Ismael, ARRELANO., 2009. *RESTRICCIONES AL COMERCIO INTERNACIONAL.* Republica Boliviana de Venezuela : s.n., 2009.

Ma, FERRO SOTO Carlos y.

MARTIN , Rocio. *Las nuevas tecnologías en la educacion.* s.l. : Llaborda.

MARTIN, Rocio- FERNÁNDEZ GONZÁLEZ, RAMÓN M.F. 2012. *Las Nuevas Tecnologías en la Educación.* 2012.

MOLINA RAMÍREZ Ángela María. 2012. *Posibilidades que las NTICs ofrecen a través de la comunicación.* 2012.

TRONCOSO, Carlos. 2006. *Comercio y Exportacion.* Argentina : Mc Graw-Hill / Interamericana de España, 2006.

3.10.2 Bibliografía Consultada

AVEIGA Harry Luna; *Las TICs*, Universidad ECOTEC.

HEIZER y RENDER, 2009 *Teoría sobre la competitividad*, 2009.

MARTIN y ROMERO 2009. *Cinco problemas para la integración de las TIC*, 2009.

PALOMO, RUIZ y SANCHEZ 2008. *TIC en las aulas*, 2009.

SIGALÉS 2009. *Uso de las TIC en la aulas*, 2009.

3.10.3 Bibliografía Virtual

ADUANA DEL ECUADOR; *Exportaciones*, <http://www.aduana.gob.ec/index.action>,
Febrero-2013/ 10:35 am

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR; *Firma Electrónica*, <http://www.bce.fin.ec/>, Abril-
2013/13:15 pm.

**MINISTERIO COORDINADOR DE PRODUCCIÓN, EMPLEO Y
COMPETITIVIDAD;** *Solicitud de registro de operador para exportación de plantas,
productos vegetales y artículos reglamentados*, <http://www.produccion.gob.ec/comex2/>,
Mayo-2013/ 11.25 am.

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS; *Inscripción y Actualización Registro Único de
Contribuyentes RUC Sociedades Sector Privado y Público; Formulario 104*,
<http://www.sri.gov.ec/>, Febrero-2013/ 16:05 pm.