

**CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR EN
LA CÁMARA DE COMERCIO DE TUMACO
INFORME DE PASANTIA**

PAULINO OCORO RUIZ

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN ANDRÉS DE TUMACO
2002**

**CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR
EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE TUMACO
INFORME DE PASANTIA**

PAULINO OCORO RUIZ

**Informe final para optar al Título de profesional en
Comercio Internacional y Mercadeo**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN ANDRÉS DE TUMACO
2002**

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto (día __, mes __, año __)

DEDICATORIA

A DIOS, Por que medio la fuerza y la fortaleza para seguir adelante

A MIS PADRES.

JULIÁN OCORO GALLEGOS, por que sus mayores deseos fue poder Educar a sus Hijos.

LIPRICIA RUIZ DÍAZ, siempre mantuvo unida a la Familia aun en los momentos más difíciles.

A MIS HERMANAS Y HERMANOS, por que representamos una Familia Unida y un gran Equipo.

A MIS SOBRINOS Y DEMÁS FAMILIARES.

A FRANCISCA VALENCIA PAREDES

A MIS AMIGOS

A todas las personas que de una u otra forma contribuyeron con el logro de este Éxito.

PAULINO OCORO RUIZ

**En la vida aprendí, que la
constancia y la persistencia
son dos grandes aliados
que garantizan el éxito total**

PAULINO OCORO RUIZ

Profesional en Comercio Internacional y Mercadeo

AGRADECIMIENTOS

A LA **Dra. YANIRA VILLOTA BOTINA**, Secretaria Ejecutiva de la Cámara de Comercio de Tumaco.

A LOS DOCENTES.

Dra. GLADYS OMAIRA MELO MOSQUERA

Dra. CARMEN AMELIA CORAL

Dr. CARLOS MANUEL CÓRDOBA

Dr. PABLO CESAR ROJAS CAICEDO

A MIS AMIGOS.

A todas las Personas que de una u otra forma contribuyeron al logro de este Título.

PAULINO OCORO RUIZ

RESUMEN EJECUTIVO

La CÁMARA DE COMERCIO DE TUMACO es una entidad privada de orden gremial, sin animo de lucro, con autonomía y patrimonio propio, que por delegación del Estado lleva el registro mercantil de las personas que ejecutan actos de comercio en el territorio de su jurisdicción.

Durante la pasantía se elaboro una propuesta, para crear una UNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR en la Cámara de Comercio de Tumaco, se logro establecer los principales servicios en comercio exterior y en mercadeo requerido por las empresas, y se identificaron los principales productos y los mercados destinos de las exportaciones.

SUMMARIZE EXECUTIVE

The CAMERA OF TRADE DE TUMACO is a private entity of union order, without I encourage of lucre, with autonomy and own patrimony that it takes the mercantile registration of people that you/they execute trade acts in the territory of its jurisdiction for delegation of the State.

During the internship you elaborates a proposal, to create an UNIT OF EXTERNAL TRADE in the Chamber of Commerce of Tumaco, you achievement to establish the main services in external trade and in marketing required by the companies, and the main products and the markets destinations of the exports were identified

LISTA DE ANEXOS

	Pág
ANEXO A: encuesta para identificar los servicios de asesoría en comercio exterior y en mercadeo requeridos por las empresas exportadoras directas e indirectas de Tumaco	34
ANEXO B: propuesta para crear una unidad de Comercio Exterior en la Camara de Comercio de Tumaco	37

CONTENIDO

	Pág.
GLOSARIO	
INTRODUCCIÓN	
1. NUMERO DE EMPRESAS Y TIPO DE ASESORIA QUE DEMANDARON DURANTE LOS SEIS (6) MESES	18
1.1. INDUSTRIA DE MADERA EMPRESA UNIPERSONAL. (INDUMAD E.U)	18
1.2. CONFECCIONES MAICOL SPORT	20
1.3. TAGUAS DEL PACIFICO	22
2. ENCUESTA PARA IDENTIFICAR LOS SERVICIOS QUE REQUIEREN LAS EMPRESAS EN MATERIA DE COMERCIO EXTERIOR Y EN MERCADEO	24
2.1. EMPRESAS EXPORTADORAS DIRECTAS	24
2.2. EMPRESAS EXPORTADORAS INDIRECTAS	24
2.3. PRODUCTOS QUE EXPORTAN	26
2.4. MERCADOS DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES	26
2.5 PRODUCTOS POTENCIALES DE EXPORTACIÓN	26
3. LOGROS OBTENIDOS EN LA ENTIDAD	28
4. CONCLUSIONES	30
5. RECOMENDACIONES	31

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

GLOSARIO

ACUERDOS COMERCIALES :Convenio celebrado entre dos o más Países con el Objetivo de Intercambiar Bienes y Servicios con Preferencias Arancelarias.

ARANCEL: Impuesto Aduanero que graba el Valor de un determinado Bien o Servicio al momento de introducirlo al Territorio Aduanero Nacional.

ASESORIA: Proceso que consiste en orientar a una Persona o Empresa para que realice una Actividad sin contratiempo.

CONSULTORÍA: Proceso que consiste en Investigar a través de Fuentes Secundarias y/o Primarias la Información existente de un determinado Objeto.

ESTRATEGIAS: Conjunto de Reglas que conducen a la Efectividad en el logro de un Objetivo.

INTELIGENCIA DE MERCADO: La Inteligencia de Mercado consiste en realizarle un Análisis de Mercado no Profundo, para que el Empresario tome la decisión de seleccionar el Mercado más atractivo para sus Productos o Servicios.

LOGÍSTICA

Proceso que conlleva a la utilización de Unidades de Apoyo, que faciliten la Distribución de un determinado Bien o Servicios.

PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO : Es un Estudio Exhaustivo que analiza las cuatro Variables de un Estudio de Mercado, (Producto, Plaza, Precio, Promoción) y plantea las Estrategias para cada Variables.

PLAN EXPORTADOR: El Plan Exportador es una Herramienta diseñada para guiar e impulsar al Empresario a Exportar por sí mismo.

Tiene como Objetivo identificar las necesidades, fortalezas y debilidades de la Empresa y sus Productos para definir Mercado, Estrategias y Actividades a cumplir en un Tiempo determinado proyectando sus Metas de Exportación.

INTRODUCCIÓN

La CÁMARA DE COMERCIO DE TUMACO fue creada por el Decreto Ejecutivo No. 53 del 15 de enero de 1932 y reglamentada por el decreto 191 del 20 de abril de 1932 emanado de la Gobernación de Nariño.

La CÁMARA DE COMERCIO DE TUMACO es una Entidad privada de orden gremial, sin animo de lucro, con autonomía y patrimonio propio, que por delegación del Estado lleva el registro mercantil de las personas que ejecutan actos de comercio en el territorio de su jurisdicción, a si como también de las personas que realizan actos de comercio pero que solicitan inscribir sus nombres en ella, como algunas Entidades de beneficencia, sin animo de lucro, la CÁMARA DE COMERCIO DE TUMACO, al igual que las de mas CÁMARA fue creada por acto administrativo a iniciativa de los obligados a inscribirse en el registro mercantil y de acuerdo con la Ley ejerce las siguientes funciones:

- Sirve de órgano de los Intereses generales de todo los gremios de la comunidad ante el Gobierno y ante las demás Entidades estatales y privadas.
- Lleva el registro mercantil y certifica sobre los actos y documentos en el inscrito.
- Constituyen medio de información y publicidad de las inscripciones hechas en el registro mercantil y de toda modificación, cancelación o alteración que se haga de dichas inscripciones.

- Recopila las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su Jurisdicción y certifica sobre la existencia de las recopiladas.
- Designa él arbitro o árbitros o los amigables componedores cuando los particulares se lo solicitan.
- Organiza Foros Seminarios, Simposios, Conferencias y Edita o Imprime Estudios e Informes relacionados con sus objetivos.

Al desempeñar el cargo de asesor en Comercio Exterior en el Departamento de Promoción y Desarrollo Empresarial, sé llevo a la practica las funciones relacionadas con el campo ocupacional de la profesión de Comercio Internacional y Mercadeo, cumpliendo a cabalidad con las funciones asignadas, principalmente la de prestar asesoria en comercio exterior y en mercadeo a los empresarios que solicitaron los servicios.

Durante la pasantía se elaboro una propuesta, para crear una UNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR en la Cámara de Comercio de Tumaco, la propuesta fue presentada a la Junta Directiva de esta Entidad, la cual fue acogida por que se constituye en una alternativa para el desarrollo del sector exportador de Tumaco.

La propuesta para crear la Unidad de Comercio Exterior, es parte del resultado de la pasantía, y se presenta como un elemento adicional de la misma.

Por medio de un sondeo y/o encuesta que se le practicó, a las Empresas exportadoras directas e indirectas, pudimos identificarlas y constatar los principales servicios en Comercio Exterior y en Mercadeo que requieren estas Empresas, se lograron establecer los principales producto que exportan, los mercados destinos de las exportaciones.

En cuanto a los servicios de asesoría en Comercio Exterior, estos fueron solicitados por tres Empresas INDUMAD E.U, CONFECCIONES MAICOL SPORT, Y TAGUAS DEL PACIFICO el lector encontrará información sobre los tipos de asesoría prestada a estas Empresas.

La Cámara de Comercio de Tumaco y la Unidad de Comercio Exterior (Instalada transitoriamente), representaron un papel importante por que fueron las encargadas de promocionar el evento denominado SEMANA DEL EXPORTADOR, realizado el 13 de septiembre de 2001 en la Casa de la Cultura de Tumaco, ofrecido y organizado por EL MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR.

1. NUMERO DE EMPRESAS Y TIPO DE ASESORIA QUE DEMANDARON DURANTE LOS SEIS (6) MESES

Durante los seis (6) meses que estuvo Instalada la UNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR, se le prestaron los siguientes Servicios a Tres Empresas, que solicitaron estos Servicios.

A continuación se describen los Nombres de las Empresas, la Actividad Económica y los tipos de Asesorías que solicitaron.

1.1. INDUSTRIA DE MADERA EMPRESA UNIPERSONAL INDUMAD E.U

SECTOR ECONÓMICO: Manufacturero.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: Compra – Venta de Madera en General

PRODUCTOS: Partes de Muebles de Madera

Posición Arancelaria: 9403 90 10 00

POTENCIAL EXPORTADOR. 10 Toneladas al Mes

MERCADOS ATRACTIVOS: 3

Estados Unidos

Canadá

Francia

SERVICIOS SOLICITADOS:

- ❖ ASESORÍA EN INTELIGENCIA DE MERCADO. Los Tipos de Asesoría requeridos por la Empresa fueron los siguientes:

1. Identificación de Clientes

Se identificaron dos Empresas en Estados Unidos, una en Canadá y una en Francia.

2. Cantidad Demandada

Las Empresas norteamericanas demandan buenas cantidades de partes de muebles de maderas, sobrepasando los 10 contenedores al mes, seguida por las Empresas canadienses que se aproximan a los 4.8 contenedores, en cuanto a las Empresas Francesas se observan grandes variaciones en las cantidades demandadas.

3. Precios Internacionales

El precio promedio internacional de un kilogramo de partes de muebles de maderas, se sitúa en los us\$ 2.85.

Duración de las Asesorías: 2 Horas a la Semana durante Tres Semanas

Por petición del interesado los datos obtenidos en la asesoría sobre inteligencia de mercado no se pueden publicar para terceras personas, los interesados en estas informaciones deben solicitárselas a personas e instituciones encargadas de realizar este tipo de estudio.

❖ ASESORÍA EN EXPORTACIONES. Los Tipos de Asesoría requeridos por la Empresa fueron los siguientes:

1. Asesoría en la Documentación requerida para la Empresa convertirse en Comercializadora Internacional, se le suministro información sobre:

1.1 Registro ante la Cámara de Comercio y los Procedimientos para la obtención del NIT

1.2 Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Solicitud de Determinación de Origen, Diligencia que se debe realizar ante el Ministerio de Comercio Exterior.

2. Pasos para Exportar, se le Asesoro sobre los pasos que deben seguirse en el momento de realizar una Exportación

Duración de las Asesorías: 3 Horas a la Semana durante Dos Semanas

1.2. CONFECCIONES MAICOL SPORT

SECTOR ECONÓMICO: Manufacturero.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: Confección y Venta de Ropa en General

PRODUCTOS: Pantalones de Fibras Sintéticas para Hombres o Niños

Posición Arancelaria: 6203 43 00 00

POTENCIAL EXPORTADOR. 2 Toneladas al Mes

MERCADOS ATRACTIVOS: 3

Costa Rica

España

Finlandia

PRODUCTOS: Camisas de fibras sintéticas o artificiales para hombres o niños

Posición arancelaria: 6205 30 00 00

POTENCIAL EXPORTADOR. 1 Toneladas al Mes

MERCADOS ATRACTIVOS: 1

Suecia

SERVICIOS SOLICITADOS:

❖ **ASESORÍA EN INTELIGENCIA DE MERCADO.** Los Tipos de Asesoría requeridos por la Empresa fueron los siguientes:

1. Identificación de clientes

Se identificaron tres Empresas en Costa Rica, una en España, dos en Finlandia, y una en Suecia.

2. Cantidad demandada

Las Empresas de Finlandia, España. Suecia, cada día es más exigentes, las cantidades demandadas han tenido variaciones considerables en los últimos tres años, la tendencia es negativa, al pasar de 2.5 TN a 1.7 TN por Empresa.

3. Precios internacionales

los precios internacionales están en un promedio de us\$ 12.60 el kilogramo

Duración de las Asesorías: 2 Horas a la Semana durante Seis (6) Semanas.

Por Petición del interesado los datos obtenidos en la asesoría sobre inteligencia de mercado no se pueden publicar para terceras personas, los interesados en estas informaciones deben solicitárselas a personas e instituciones encargadas de realizar este tipo de estudio.

❖ **ASESORÍA EN EXPORTACIONES.** Los Tipos de Asesoría requeridos por la Empresa fueron los siguientes:

1. Asesoría en la Documentación requerida para la Empresa convertirse en Comercializadora Internacional, se le suministro información sobre:

1.1 Registro ante la Cámara de Comercio y los Procedimientos para la obtención del NIT

1.2 Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Solicitud de Determinación de Origen, Diligencia que se debe realizar ante el Ministerio de Comercio Exterior.

2. Pasos para Exportar, se le Asesoro sobre los pasos que deben seguirse en el momento de realizar una Exportación

Duración de las Asesorías: 2 Horas a la Semana durante Cuatro(4) Semanas

1.3 TAGUAS DEL PACIFICO

SECTOR ECONÓMICO: Manufacturero.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: Comercialización de Tagua semiprosesada

PRODUCTOS: Tagua semielaborada

Posición Arancelaria: 96.02.00.90.00

MERCADOS ATRACTIVOS: 1

República Popular China

SERVICIOS SOLICITADO:

❖ ASESORÍA EN INTELIGENCIA DE MERCADO. Los Tipos de Asesoría requeridos por la Empresa fueron los siguientes:

1. Identificación de clientes:

se identificaron cinco Empresas importadoras de taguas en el Ecuador, una en México y otra en República Popular China

Cantidad demandada:

Las Empresas Ecuatorianas demandan en promedio dos contenedores de 20.000 libras cada dos meses y medio, la Empresa Mexicana, demanda cuatro toneladas de Tagua mensual, nos permitimos informar que estos mercados no son tan atractivos, la Empresa de la República Popular China demanda un contenedor de 20.000 libras cada dos meses.

3. Precios internacionales

El precio internacional de la Tagua está en us\$ 0.72 ctv la libra

Duración de las Asesorías: 2 Horas a la Semana durante Seis (6) Semanas

A petición del interesado los datos obtenidos en la asesoría sobre inteligencia de mercado no se pueden publicar para terceras personas, los interesados en estas informaciones deben solicitarlas a personas e instituciones encargadas de realizar este tipo de estudio.

2. ENCUESTA PARA IDENTIFICAR LOS SERVICIOS QUE REQUIEREN LAS EMPRESAS EN MATERIA DE COMERCIO EXTERIOR Y EN MERCADEO

Las Empresas Identificadas como Exportadoras Directas e Indirectas en el Municipio de San Andrés de Tumaco son las siguientes.

2.1. EMPRESAS EXPORTADORAS DIRECTAS

Nombre de la Empresa	Producto	Mercado
1. C.I ISLA DORADA LTDA	Camarón	EE.UU.
2. C.I CARNES FRÍAS DEL MAR LTDA	Carnes de Jaiba	EE.UU
3. C.I TORATAGUA	Tagua	R. P. China
4. C.I LARVA MAR LTDA	Larva de C/ron	Costa Rica
5. C.I BALBOA S.A.	Camarón	EE.UU, U.E

2.2. EMPRESAS EXPORTADORAS INDIRECTAS

Nombre de la Empresa	Producto	Mercado
1. OCEANPAC S.A	Pescados	EE.UU
2. COMERCIALIZADORA GILMAR LTDA	Camarón	EE.UU
3. ASTORGA LTDA	Aceite de Palma	U.E
4. PALMAS DE TUMACO S.A	Aceite de Palma	U.E
5. PALMAR SANTA ELENA S.A	Aceite de Palma	U.E
6. ECOPETROL	Petróleo Crudo	EE.UU

En el sondeo realizado a las anteriores Empresas se pudo establecer que el 80% de las Empresas Exportadoras Directas y el 33% de las Empresas Exportadoras

Indirectas están dispuesta a demandar los servicios de asesoría en Comercio Exterior y Mercadeo.

Los tipos de asesoría que están dispuestas a demandar son:

Asesoría en la formulación del plan estratégico de Mercadeo, servicio requerido por el 60% de las Empresas Exportadoras Directas, y por el 16% de las Empresas Exportadoras Indirectas.

Asesoría en la formulación del Plan Exportador, el 60% de las Empresas Exportadoras Directas, y el 17% de las Empresas Exportadoras Indirectas.

Asesoría a través del sistema de inteligencia de mercado el 60% de las Empresas Exportadoras Directas y el 17% de las Empresas Exportadoras Indirectas.

Asesoría en exportaciones el 16% de las Empresas Exportadoras Indirectas y el 0% de las Empresas Exportadoras Directas.

Asesoría en Importaciones el 0% de las Empresas Exportadoras tanto Directas como Indirectas.

Se pudo establecer que el 45.5% de las Empresas son Exportadoras Directas y que el 54.5% de las Empresas son Exportadoras Indirectas.

Que el 36.4% de las Empresas desean asesoría para elaborar su Plan Exportador

De igual forma se estableció que el 45.5% de las Empresas desean un asesor transitorio en comercio exterior y en mercadeo, y el 54.5% de las Empresas no desean tener un asesor en Comercio Exterior y en Mercadeo. Vale recordar que ninguna de las Empresas desea tener un asesor permanente en Comercio Exterior y en Mercadeo.

2.3. PRODUCTOS QUE EXPORTAN

Los Productos que más se Exportan desde el Municipio de San Andrés de Tumaco son:

1. Aceite de palma
2. Camarón
3. Petróleo
4. Atún
5. Larva
6. Pescados
7. Tagua
8. Nauplios
9. Carnes de jaiba

2.4. MERCADOS DESTINO DE LAS EXPORTACIONES

1. Estados Unidos
2. Costa Rica
3. Unión Europea
4. Ecuador
5. Republica Popular China

2.5 PRODUCTOS POTENCIALES DE EXPORTACIÓN

1. Borojo
2. Pan del Norte
3. Pulpas de Frutas
4. Banano
5. Plátano

6. Chontaduro
7. Coco
8. Aceite de Coco
9. Partes de Muebles

3. LOGROS OBTENIDOS EN LA ENTIDAD

Organización de la semana del exportador

Este evento denominado SEMANA DEL EXPORTADOR, se realizó el 13 de septiembre en la Casa de la Cultura de Tumaco, asistieron las autoridades civiles, políticas y militares de la Región, los empresarios, estudiantes de educación superior y ciudadanía en general.

El evento contó con la presencia de la Ministra de Comercio Exterior MARTA LUCIA RAMÍREZ DE RINCÓN y su Comitiva, el embajador de la República Popular China, y los representantes de instituciones como:

La Alcaldía Municipal de Tumaco, el Banco Colombiano de Comercio Exterior (BANCOLDEX), la Organización para la Promoción de las Exportaciones Colombiana (PROEXPORT), entre otras.

Durante el evento se incluyeron dos talleres adicionales dirigidos especialmente a los exportadores y empresarios de la Región.

Un taller fue realizado por BANCOLDEX, en el se expusieron todas las líneas de créditos que ofrece esta entidad a los empresarios exportadores y potencialmente exportadores Directos e Indirectos.

Otro fue el de INTELEXPORT ofrecido por PROEXPORT Colombia, a través del cual se le capacito a los empresarios en la búsqueda de mercados atractivos para sus Productos.

Este evento fue una realidad, gracias a las gestiones realizadas con anterioridad por, La Cámara de Comercio de Tumaco, a petición de los empresarios, gremios y grupos de interés que buscan Promover las exportaciones de la Región, en especial las del Puerto de Tumaco.

Al evento asistieron más de 280 personas entre: estudiantes de las Universidades establecidas en Tumaco, empresarios, comerciantes, profesionales y ciudadanía en genera.

La UNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR (establecida transitoriamente), se encargo de promocionar el evento, se instalaron vallas publicitarias en las principales calles de la Ciudad, se repartió material publicitario y se le entrego invitaciones a los empresarios, comerciantes y demás asistentes al evento.

La Unidad de Comercio Exterior, con la ayuda de los estudiantes, del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo de la Universidad de Nariño, pudo instalar la logística utilizada durante el evento.

Es satisfactorio para nosotros haber participado en la organización y promoción del evento, contribuyendo con la promoción de las exportaciones y la cultura exportadora del País.

4. CONCLUSIONES

Con base en la información suministrada de acuerdo a la encuesta realizada a las empresas exportadoras directas e indirectas del Municipio de San Andrés de Tumaco, se concluye lo siguiente:

Existe un creciente Interés en los empresarios de Tumaco en utilizar los servicios de asesoría en Comercio Exterior y Mercadeo.

La falta de medios de transportes adecuados para la movilización de cargas Internacionales desde el Puerto de Tumaco, se constituye en una de las principales causas del bajo dinamismo exportador de la Región.

Se requiere la presencia de empresas e instituciones vinculadas o relacionadas con el Comercio Internacional y el Mercadeo, que faciliten los trámites aduaneros que requieren las operaciones de comercio exterior.

La mayoría de los empresarios consideran que exportar es una actividad muy compleja.

El ciento por ciento de las Empresas Tumaqueñas no desean tener un asesor permanente en Comercio Exterior y en Mercadeo.

5. RECOMENDACIONES

Se hace necesario que exista una Institución en la Región encargada de incentivar y promocionar la cultura exportadora que dinamice las operaciones de comercio exterior en este Municipio, bajo los lineamientos del Ministerio de Comercio Exterior.

Es necesario que la Cámara de Comercio de Tumaco, avale la creación de la Unidad de Comercio Exterior, que sirva de apoyo a los empresarios interesados en incursionar en los mercados internacionales.

Se debe tener claro que la UNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR, no genera grandes utilidades, ni a corto o mediano plazo, pero si a largo plazo se puede pensar en Proyectos de gran impacto Social, actividades que pueden generar utilidades lucrativas y promover el desarrollo de la Región.

La creación de la Unidad de Comercio Exterior, no se debe hacer con el objetivo de generar grandes utilidades, si con el de apoyar y promover el desarrollo del sector exportador de este municipio.

BIBLIOGRAFÍA

LEGIS Régimen de Importaciones y Exportaciones

LEGIS Régimen de Integración Económica

LEGIS Arancel Armonizado de Colombia

MICHAEL R Gzinkota ILKKA A Ronkainen Marketing Internacional Edit. Mc Graw Hill Cuarta Edición

PHILIP R Cateora Marketing Internacional Edit. Mc Graw Hill Octava Edición

STANTON William, Fundaments de Marketing Editorial Mc Graw Hill S.A 1991

WWW.PROEXPORT.COM Oportunidades Comerciales

WWW.INTELEXPORT.COM Inteligencia de Mercado

WWW.MINCOMEX.GOV.CO Normas sobre Comercio Exterior

WWW.OMC.ORG Organización Mundial del Comercio

ANEXOS

ANEXO A

CÁMARA DE COMERCIO DE TUMACO

NIT: 891.200.310

UNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR

**Encuesta para identificar los Servicios que requieren las Empresas
Exportadoras de Tumaco**

Señor empresario respetuosamente solicitamos nos colabore suministrando la siguiente información, con el fin de estructurar programas y los servicios institucionales. Garantizamos la reserva de la información suministrada.

Razón social: _____

Teléfono: _____ E- mail: _____

Representante legal: _____

Sector económico: _____ Actividad económica: _____

1. La Empresa es exportadora, directa, ____ Indirecta, ____ no exporta ____

2. Productos que exporta ____

PRODUCTOS	P/ON ARANCELARIA	MERCADOS

3. La Empresa tiene un Plan Exportador Sí ____ No ____

4. Desea asesoría para elaborar EL PLAN EXPORTADOR Sí ____ No ____

5. Indique el tipo de asesoría que requiere la Empresa en materia de Comercio Exterior y en Mercadeo

a) Asesoría en:

- ◆ Exportaciones ____ Plan Estratégico de Mercadeo ____
- ◆ Importaciones ____ Plan Exportador ____
- ◆ Inteligencia de Mercado ____
- ◆ ¿Otra Cual? _____

6. La Empresa desea tener un asesor permanente ____ o transitorio ____ en Comercio Exterior y en Mercadeo Sí ____ No ____

7. ¿Anunciaría los Productos de la Empresa en una Revista __ o Pagina Web __ que tenga como objetivo promover las exportaciones de Tumaco en el ámbito Mundial? Sí ____ No ____

8. ¿Estaría dispuesta a pagar la Empresa por la Publicidad de su Producto en la Revista o Pagina Web Sí ____ No ____

9. Asesorías, y capacitaciones que requiere la Empresa en materia de Comercio Exterior.

- ◆ Asesoría en la Formulación del Plan de Competitividad para la Empresa ____
- ◆ Capacitación en Negocios Internacionales _____
- ◆ Capacitación en Formulación de Proyecto de Exportación _____
- ◆ Capacitación en Franquicias _____
- ◆ Capacitación en Alianzas Estratégica _____
- ◆ Capacitación en Negocios por Internet _____
- ◆ Otra cual _____

10. Estaría dispuesto a asociarse en una Comercializadora Internacional que tenga como objetivo Exportar Productos que usted Produce u Ofrece Sí ____ No ____

ANEXOB

PROPUESTA : CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR EN LA CAMARA DE COMERCIO DE TUMACO

CONTENIDO:

1. UNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR
 - 1.1. MISIÓN
 - 1.2. VISIÓN
 - 1.3. OBJETIVOS
 - 1.3.1. Generales
 - 1.3.1.1. Específicos
 - 1.4. JUSTIFICACIÓN
 - 1.5. ANÁLISIS DOFA
 - 1.5.1. Debilidades
 - 1.5.2. Fortalezas
 - 1.5.3. Oportunidades
 - 1.5.4. Amenazas
 - 1.5.5. Estrategias
 - 1.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL
 - 1.6.1. Organigramas
 - 1.6.2. Perfil del Director
 - 1.6.3. Funciones del Director
 - 1.7. SERVICIOS DE COMERCIO EXTERIOR
 - 1.7.1. Actividades
 - 1.8. PRESUPUESTO
2. CONCLUSIONES
3. RECOMENDACIONES

RESUMEN EJECUTIVO

La Unidad de Comercio Exterior, promoverá el desarrollo del sector exportador de la costa pacífica del sur occidente colombiano, incentivará y estimulará la creación de nuevas Empresas, especialmente de aquellas que en forma directa e indirecta, contribuyen con el crecimiento de las exportaciones.

Realizará estudios relacionados con el comercio exterior, propendiendo por la integración del sector por medio de las alianzas estratégicas, asesorará al empresario en temas pertinentes que conlleven a realizar procesos de internacionalización y/o de exportación e importación.

SUMMARIZE EXECUTIVE

The Unit of External Trade, will promote the development of the sector exporter of the coast it pacifies of the south Colombian occident, it incentivated and it stimulated the creation of new Companies, especially of those that in direct and indirect form, they contribute with the growth of the exports.

he/she carried out studies related with the external trade, inclining for the integration of the sector by means of the strategic alliances, it advised the manager in pertinent topics that bear to carry out processes of internationalization export y/o and import.

1. UNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR

Tumaco requiere de instituciones, que promuevan el desarrollo socio – económico de la Región. Que incentiven y estimulen la creación de nuevas Empresas, especialmente de aquellas que en forma directa e indirecta, contribuyen con el crecimiento de las exportaciones.

Estas instituciones deben servir de base para que el empresario se apoye en ellas y pueda conseguir todas las informaciones pertinentes, que les permita realizar procesos de internacionalización y/o de exportación e importación de Bienes y Servicios.

En ellas el empresario debe encontrar la información necesaria, que le permita entre otras cosas:

Identificar mercados atractivos para sus productos, identificar oferentes y demandantes de Bienes y Servicios en el exterior, los precios internacionales de los principales Productos de la Región, normas sobre comercio exterior, actualidad sobre los beneficios que puede obtener, si al momento de exportar e importar se acoge al o a los acuerdos comerciales de los cuales Colombia hace partes, de los servicios que ofrece el Ministerio de Comercio Exterior a los empresarios.

Se requiere de una institución que, además de promover el desarrollo empresarial en el sector exportador, realice estudio de competitividad de la Región, formule posibles soluciones de comercio exterior ante el gobierno nacional, elabore y actualice juntamente con los empresarios el plan exportador regional, asesore al empresario en la formulación de su plan individual de exportación, presente ante el gobierno nacional proyectos de gran impacto regional, coordine los procesos de integración en el sector exportador, identificando las diferentes cadenas

productivas y proponer a los empresarios asociarse a través de las alianzas estratégicas en busca de un mejor desarrollo socio – empresarial.

1.1. MISIÓN

Promover el desarrollo del sector exportador de la costa pacífica del sur occidente colombiano, realizar estudios relacionados con el comercio exterior, propender por la integración del sector por medio de las alianzas estratégicas, asesorar al empresario en temas pertinentes que conlleven a realizar procesos de internacionalización y/o de exportación e importación, emplear los mejores recursos humanos y tecnológicos que le permita ofrecer un excelente servicio a los empresarios de la Región

1.2. VISIÓN

La Unidad de Comercio Exterior, será para el año 2007 reconocida en el ámbito Regional, como líder en la promoción del desarrollo del sector exportador.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1 Generales

1. Promover las exportaciones, en especial las no tradicionales, a través de la prestación de servicios de apoyo, y asesoría en comercio exterior y al mercadeo internacional de las empresas de la región.
2. Identificar y lograr la integración de las cadenas productivas a través de las alianzas estratégicas.

1.3.2 Específicos

1. Identificar las diferentes cadenas productivas que tengan potencial exportador
2. Convocar a los empresarios para que conformen alianzas estratégicas.
3. Asesorar en exportaciones e importaciones, formulación de plan exportador, inteligencia de mercado y en mercadeo internacional a los empresarios.
4. Realizar convenio con el Ministerio de Comercio Exterior para prestarle a los empresarios los servicios que el Ministerio le asigne.

1.4. JUSTIFICACIÓN

Con el objetivo de satisfacer las necesidades de asesorías en, comercio exterior y en mercadeo a los empresarios y comerciantes y darle respuesta eficiente y oportuna a sus solicitudes, se hace necesario crear una UNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR, en la Cámara de Comercio de Tumaco.

Esta Unidad debe estar adscrita al Departamento de Promoción y Desarrollo de esta entidad, la Unidad debe contar con un personal altamente calificado en Comercio Exterior y en Mercadeo, el personal debe poseer las mayores cualidades y destrezas que le permita encontrar la información requerida en la menor brevedad de tiempo posible.

La Unidad de Comercio Exterior deberá contar con los elementos básicos, como son los siguientes entre otros:

Un equipo de computación conectado a Internet con impresora. Un escritorio para oficina, tres sillas tapizadas de oficina, un equipo de fax, una línea telefónica. En

cuanto a bibliografía es indispensable tener el arancel armonizado de Colombia, el régimen de importaciones y exportaciones, el régimen de integración económica, y estar suscrito a las más importantes revistas especializadas en temas de comercio exterior y en mercadeo.

La Unidad de Comercio Exterior, tendrá como función entre otras, prestar los servicios de asesoría en Comercio Exterior, formular y poner a consideración del Sector empresarial el plan exportador, desarrollar actividades que busquen

Organizar el Sector Exportador, y promover la creación de las alianzas estratégicas del Sector exportador, identificar los clousters o cadenas productivas, apoyar y organizar eventos relacionados con el comercio exterior.

La Unidad de Comercio Exterior que se pretende crear, deberá cumplir con la función de. Servir de enlace entre el Sector empresarial y el Ministerio de Comercio Exterior, desempeñar funciones que el Ministerio de Comercio Exterior le asigne, como es registrar a los empresarios ante el registro Nacional de productores y oferta exportable, expedir el certificado de determinación de origen y las formas valoradas.

1.5. ANÁLISIS D O F A

1.5.1 Debilidades

1. Poca gestión de las autoridades locales que faciliten el desarrollo de operaciones de comercio exterior en el Puerto Tumaco
2. Falta de recursos económicos
3. Falta de equipos tecnológicos para conseguir información.

4. Insuficiente espacio locativo para desarrollar las funciones que requiere esta oficina
5. Falta del servicio de Internet, con línea propia para la Unidad de Comercio Exterior

1.5.2 Fortalezas

1. Registro de importadores y exportadores activos como empresas organizadas
2. Personal calificado, con amplios conocimientos en Comercio Exterior.
3. Infraestructura propia.
4. Presencia de Sociedades de Intermediación aduanera que facilita las labores de asesoría por la Unidad de Comercio Exterior.
5. Ubicación geográfica

1.5.3 Oportunidades

1. Posibilidad de conseguir apoyo económicos y tecnológicos en el Ministerio de Comercio Exterior.
2. Posibilidad de establecer convenios con entidades publicas y privadas.
3. Presentación de proyectos considerando los sectores económicos del municipio para facilitar las importaciones y exportaciones tendientes a mejorar el sector productivo de la región y por ende su desarrollo.

4. Realizar estudios de mercado que permitan mejorar el posicionamiento de los productos que son exportados y abrir mercados para nuevos productos.
5. Descentralizar las funciones de la Unidad de Comercio Exterior en La Sociedad Portuaria Regional Tumaco, a través de convenios interinstitucionales con esta entidad.

1.5.4 Amenazas

1. Una gran cantidad de empresarios, considera que los Servicios de Comercio Exterior deben ser ofrecidos en forma gratuita por el Estado.
2. Inseguridad de la región generada por la presencia de grupos al margen de la ley
3. Ausencia de políticas y programas de desarrollo por el nivel central que dificultan el progreso de la región
4. Desconocimiento del verdadero potencial del Puerto de Tumaco en operaciones de comercio exterior
5. Inhabilitación del Puerto de Tumaco para exportaciones del café que es producido en el Departamento de Nariño

1.5.5 Estrategias

1. Realizar Convenio con el Ministerio de Comercio Exterior, para conseguir recursos económicos que ayuden a financiar el sostenimiento de la Unidad de Comercio Exterior, algunas actividades y la dotación de equipos tecnológicos.

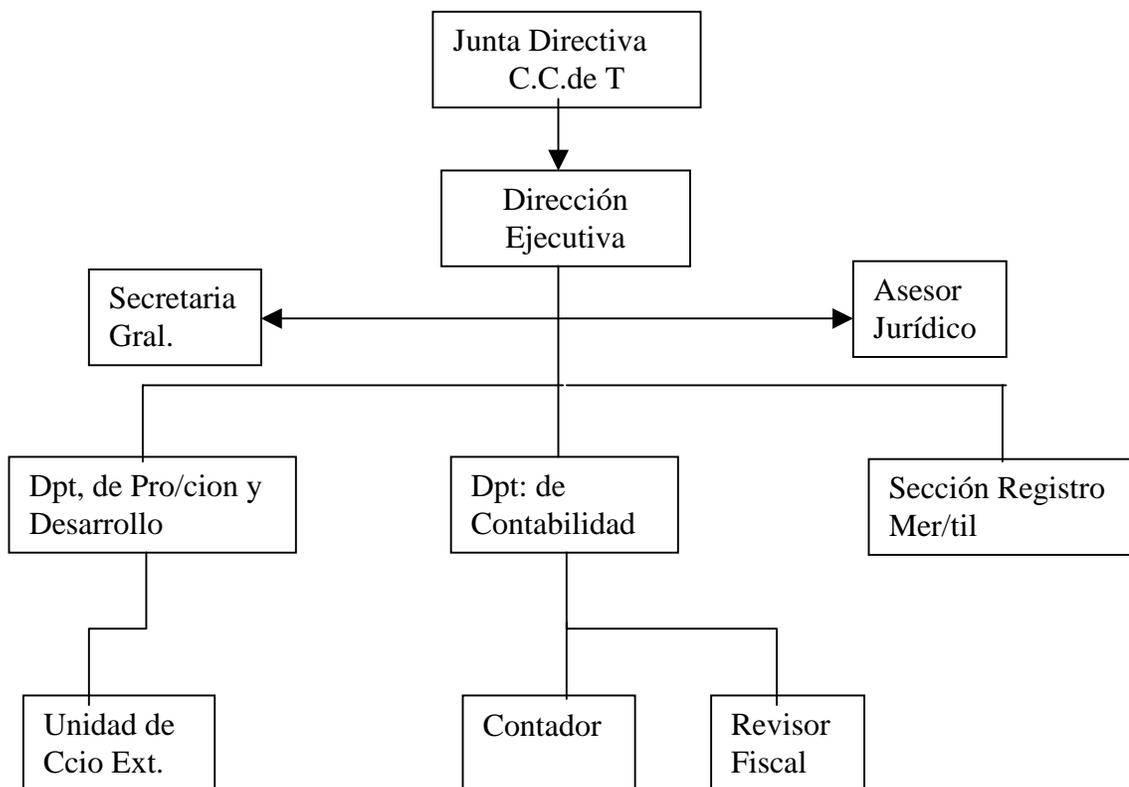
2. Realizar convenios con el Ministerio de Comercio Exterior y entidades relacionadas, como Proexport para mantener información actualizada y prestar los servicios que ellas puedan delegar.
3. Adelantar actividades que motiven a los empresarios a realizar procesos de internacionalización y/o procesos de exportación e importación de Bienes y Servicios.
4. Convocar a los empresarios para realizar por lo meno una Misión comercial y empresarial, al año a los mercados exteriores más atractivos.
5. Realizar y socializar la estructura de los diferentes Clusters o cadenas productivas ante los empresarios de la Región.
6. Ampliar los servicios de Comercio Exterior y realizar un cubrimiento de todo el Sector exportador.

1.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

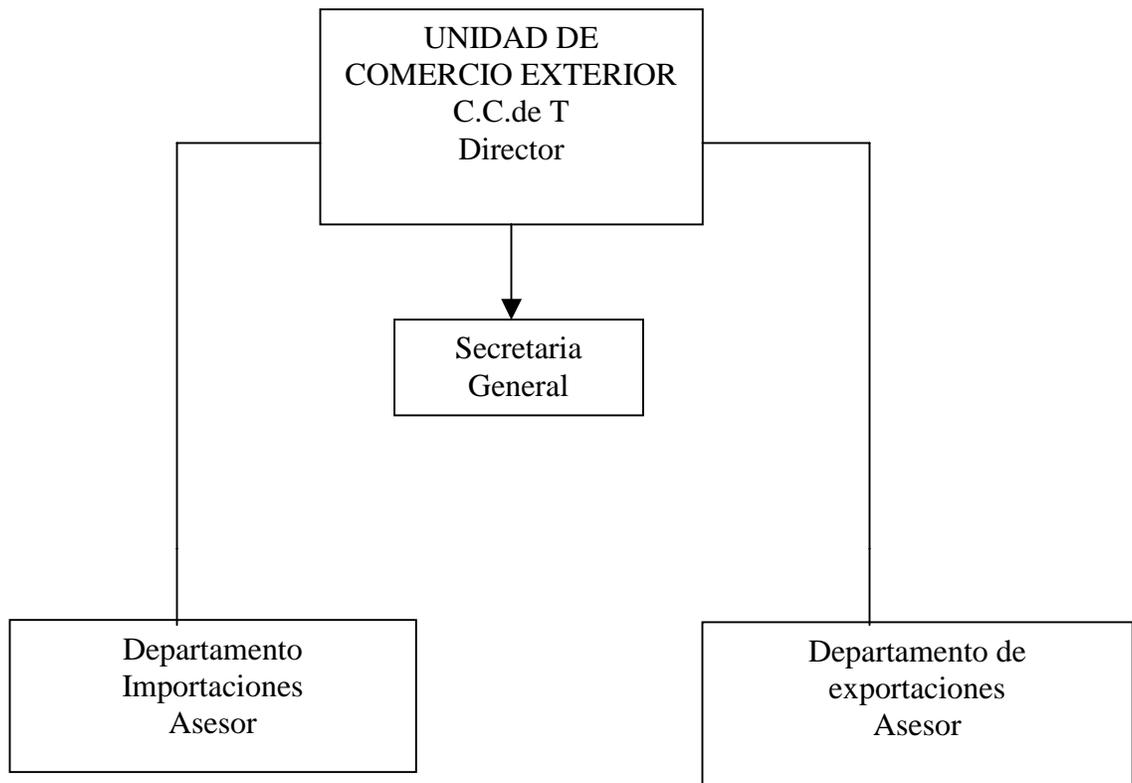
1.6.1 Organigramas:

La Planta de personal estará conformada por un director con conocimientos calificados en comercio exterior.

ORGANIGRAMA GENERAL CAMARA DE COMERCIO



UNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR ORGANIGRAMA GENERAL



1.6.2 Perfil del Director

La Dirección de la Unidad de Comercio Exterior, debe estar a cargo de un profesional, que cumpla con los siguientes requisitos:

Debe tener amplios conocimientos en:

Derechos aduaneros, derecho comercial internacional, integración económica, consolidación y desconsolidación de mercancías, importaciones, exportaciones,

franquicias, alianzas estratégicas, negociación internacional, inversión extranjera y transferencia de tecnologías, mercadeo internacional, distribución física internacional y tener conocimientos en procesos informativos.

1.6.3 Funciones del Director

El director de la Unidad de Comercio Exterior, tendrá como función entre otras:

- Prestar los servicios de asesoría en comercio exterior,
- Formular y poner a consideración del sector empresarial el plan exportador, Desarrollar actividades que busquen organizar el sector exportador, y promover la creación de las alianzas estratégicas del sector exportador.
- Identificar los clusters o cadenas productivas, apoyar y organizar eventos relacionados con el comercio exterior.

1.7. Servicios de Comercio Exterior

La Unidad de Comercio Exterior prestara los siguientes servicios de asesoría través de los Departamentos de Importaciones exportaciones.

Asesorías en:

1. Exportaciones
2. Importaciones
3. Formulación de planes de exportación
4. Inteligencia de mercado
5. Demás informaciones relacionadas con el Comercio Exterior

1.7.1. Actividades

1. Identificar las Empresas Exportadoras directas e indirectas
2. Identificar las cadenas productivas, con su potencial de producción y sus necesidades básicas.
3. Organizar misiones comerciales y establecer contactos con grupos empresariales en el Exterior.
4. Formular y socializar el plan de competitividad para Tumaco.
5. Organizar y apoyar eventos relacionados con el comercio exterior.

1.8. Presupuesto

Para el funcionamiento la Unidad de Comercio Exterior, se requiere de la siguiente inversión.

REQUERIMIENTOS TECNOLÓGICOS:

1 equipo de computación	\$ 2.000.000.00	
1 impresora	\$ 550.000.00	
1 equipo de fax	\$ 380.000.00	
1 línea telefónica	\$ 350.000.00	
1 línea de Internet	\$ 384.000.00	
1 software en comercio ext.	\$2.000.000.00	
Subtotal, requerimientos tecnológicos		<u>\$ 5.664.000.00</u>

EQUIPOS DE OFICINA

4 un escritorio	\$ 3.000.000.00	
4 tres sillas de oficina	\$ 450.000.00	
subtotal, equipos de oficina		<u>\$ 3.450.000.00</u>

REQUERIMIENTOS BIBLIOGRÁFICOS

1 Régimen de importación y exportación	\$ 700.000.00	
1 Régimen de integración económica	\$ 700.000.00	
1 Arancel armonizado de Colombia	\$ 700.000.00	
subtotal, requerimientos bibliográficos		<u>\$ 2.100.000.00</u>

NOMINA DE PERSONAL

1 Director de la Unidad de Comercio Exterior	\$ 10.800.000.00	
Secretaria	4.800.000.00	
Asesor Depto. Comercio Exterior Impo.	8.000.000.00	
Asesor Depto. Comercio Exterior Expo.	8.000.000.00	
Subtotal, nomina de personal		<u>\$ 31.600.000.00</u>

GASTOS VARIOS 8.000.000.00

TOTAL INVERSIÓN **\$ 50.814.000.00**

2. CONCLUSIONES

- La Unidad de Comercio Exterior, debe ser considerada como una Entidad sin animo de lucro, constituida con el objetivo de promover las Exportaciones, en especial las no tradicionales de la región. A través de la prestación de servicios de apoyo de comercio exterior, al mercadeo internacional de las empresas mediante el fomento de cultura exportadora.
- Este tipo de oficinas tiende a favorecer y fortalecer las operaciones de comercio exterior que se realizan en esta región del país y aprovechar el recurso humano con que cuenta el municipio.
- Posicionar el verdadero potencial del Puerto de Tumaco.
- Contribuir al desarrollo económico y social del municipio

3. RECOMENDACIONES

- Se hace necesario que exista una Institución en la Región encargada de incentivar y promocionarla cultura exportadora en este municipio
- Es necesario que la Cámara de Comercio de Tumaco, avale la creación de la Unidad de Comercio Exterior, para que de apoyo a los empresarios interesados en incursionar en los mercados internacionales.
- Se debe tener claro que la UNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR, no genera grandes utilidades, ni a corto o mediano plazo, a largo plazo se puede pensar en Proyecto de gran impacto Social, actividades que pueden generar utilidades lucrativas y promover el desarrollo de la Región.
- La creación de la Unidad de Comercio Exterior, no se debe hacer con el objetivo de generar grandes utilidades, si con el fin de apoyar y promover el desarrollo del sector exportador del Puerto de Tumaco.