



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS**

**Escuela de Estudios Internacionales**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Licenciado en  
Estudios Internacionales Mención en Comercio Exterior Bilingüe**

**Tema:** *“Propuesta de viabilidad y funcionamiento del Centro de Información  
Comercial y del Club de Comercio y Negocios Internacionales en la  
Universidad del Azuay”*

**Autora:** Isabel Cordero Malo

**Director:** Economista Luis Tonon O.

CUENCA, ECUADOR

2009

## **DEDICATORIA.**

A Dios, por ser mi luz y guía en el camino de mi felicidad.

A todas las personas que me acompañaron en todos y cada uno de los momentos de mi vida, especialmente a Eugenio y Caty, mis padres, y a mi esposo Leo a quienes debo absolutamente todo.

## **AGRADECIMIENTO.**

Expreso mi sincero agradecimiento al Economista Luis Tonon Ordoñez, director de éste trabajo, por su incondicional apoyo y valiosos consejos.

A la Ingeniera María Inés Acosta Urigüen por su valiosa colaboración en la elaboración del presente trabajo.

Agradezco a la Universidad del Azuay por ser la institución que mediante sus reconocidos y nobles maestros me impartieron sus enseñanzas y me alentaron en mi afán de superación.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS.

DEDICATORIA. _____	ii
AGRADECIMIENTO. _____	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS. _____	iv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y ANEXOS. _____	vi
Índice de Ilustraciones. _____	vi
Índice de Anexos. _____	vi
RESUMEN. _____	vii
CAPÍTULO NO. 1: ESTRUCTURA BÁSICA Y NECESIDADES DEL CENTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL (CIC) EN LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY. _____	3
Introducción. _____	3
1. Estructura básica del CIC. _____	4
1.1 Definición, objetivos y servicios. _____	4
1.2 Organización interna. _____	17
1.3 Requerimientos básicos para el funcionamiento del CIC en la UDA. _____	20
1.4 Usos de la Tecnología de la Información (TIC's). _____	20
1.5 Infraestructura interna y externa del CIC. _____	21
1.6 Medición, Vigilancia y Evaluación de Resultados. _____	23
1.7 Análisis Financiero. _____	25
Conclusiones. _____	28
CAPÍTULO NO 2: ESTRUCTURA DEL CLUB DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES Y SU RELACIÓN CON EL CENTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL (CIC). _____	30
Introducción. _____	30
2.1 Necesidades básicas del Club de Comercio y Negocios Internacionales. _____	31
2.1.1 Recursos no materiales. _____	31
2.1.2 Recursos materiales. _____	32
2.2 Estructura organizacional del Club y su relación con el CIC. _____	36
2.3 Características de un miembro del Club de Comercio y Negocios Internacionales. _____	40
Conclusiones. _____	40

CAPÍTULO No. 3: LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY COMO MIEMBRO DE LA RED DE CONTACTO E INFORMACIÓN DE DOBLE VÍA (REDCO). _____	42
Introducción. _____	42
3.1 Antecedentes. _____	43
3.2 Miembros Actuales de la REDCO. _____	44
3.3 Relaciones de beneficio entre la UDA como miembro de la REDCO y CORPEI. _____	47
Conclusiones. _____	50
CONCLUSIONES FINALES. _____	51
REFERENCIAS. _____	77

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y ANEXOS.

### Índice de Ilustraciones.

ILUSTRACIÓN 1 PORTAL WEB DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - SECCIÓN COMERCIO EXTERIOR. _____	9
ILUSTRACIÓN 2 PORTAL WEB DE LA ADUANA DEL ECUADOR. _____	10
ILUSTRACIÓN 3 PORTAL WEB DE TRADEMAP. _____	11
ILUSTRACIÓN 4 PORTAL WEB DE TRADEMAP. _____	12
ILUSTRACIÓN 5 PORTAL WEB DE MARKET ACCESS MAP. _____	13
ILUSTRACIÓN 6 PORTAL WEB DE MARKET ACCESS MAP. _____	14
ILUSTRACIÓN 7 PORTAL WEB DE ECUADOR EXPORTA. _____	15
ILUSTRACIÓN 8 PORTAL WEB DE ECUADOR EXPORTA. _____	16
ILUSTRACIÓN 9 PORTAL WEB DE ECUADOR EXPORTA. _____	16
ILUSTRACIÓN 10 ORGANIGRAMA DEL CIC. _____	18
ILUSTRACIÓN 11 OFICINA DONDE FUNCIONARÁ EL CIC. _____	22
ILUSTRACIÓN 12 ANÁLISIS FINANCIERO DEL CIC _____	26
ILUSTRACIÓN 13 RECUPERACIÓN INVERSIÓN INICIAL. _____	27
ILUSTRACIÓN 14 OFICINAS DONDE FUNCIONARÁ EL CLUB DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES. _____	33
ILUSTRACIÓN 15 ORGANIGRAMA DEL CLUB _____	36
ILUSTRACIÓN 16 MUESTRA DEL CLUB DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DISEÑADA POR CORPEI. _____	39
ILUSTRACIÓN 17 MIEMBROS REDCO. _____	45
ILUSTRACIÓN 18 COMEX: PRIMER ENCUENTRO UNIVERSITARIO DE COMERCIO EXTERIOR. ____	49
ILUSTRACIÓN 19 PLAN DE ACTIVIDADES. _____	50

### Índice de Anexos.

ANEXO 1 ESTRUCTURA ORGÁNICO-FUNCIONAL DEL CIC. _____	54
ANEXO 2 ESTRUCTURA ORGÁNICO-FUNCIONAL DEL CLUB. _____	59

## **RESUMEN.**

El comercio internacional ocupa actualmente un lugar destacado en el panorama nacional, por ello la creación y puesta en funcionamiento del Centro de Información Comercial (CIC) en las instalaciones de la Universidad del Azuay, es de suma importancia, ya que dicho centro actuará como punto de contacto dentro de la Red de Contacto e Información de Doble Vía (REDCO) creada por CORPEI, formada por instituciones públicas, privadas y educativas; con el objetivo de que éstas funcionen como centros de apoyo al comercio para la generación, transmisión y difusión de información comercial de calidad. El centro estará a su vez integrado por estudiantes de la escuela de Estudios Internacionales, quienes conforman actualmente el Club de Comercio y Negocios Internacionales de la UDA.

## INTRODUCCIÓN GENERAL.

Cada día aumenta el número de países que encuentran en el comercio internacional la clave del éxito para su economía. Y es que las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales para la oferta nacional exportable resultan extremadamente atractivas. Existen en el país un sin número de personas interesadas en enviar sus productos al exterior, pero que lamentablemente carecen de los recursos necesarios para llevar a cabo una investigación propia y descubrir las oportunidades de mercado para sus productos. Es así que el análisis de los indicadores comerciales, así como de las oportunidades de mercado para productos ecuatorianos se ha convertido en el eje del comercio internacional del país.

Es en este contexto que surgen las instituciones de apoyo para el comercio, en el caso del Ecuador dicha institución la constituye CORPEI (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones), institución sin fines de lucro, cuyo objetivo principal es el de promover las exportaciones nacionales y atraer a la vez inversiones hacia los sectores productivos del país. Siguiendo este lineamiento CORPEI ha establecido como una de sus funciones básicas la creación de unidades de coordinación y apoyo conformados por instituciones privadas, públicas y educativas, con el objetivo de mejorar y fortalecer la prestación de servicios de apoyo al comercio.

Desde esta perspectiva surge el interés tanto de CORPEI como de la Universidad del Azuay de que ésta forme parte de la Red de Contacto e Información de Doble Vía (REDCO) que integra a varias instituciones nacionales para que funcionen como puntos de apoyo en la creación y difusión de inteligencia comercial. De esta manera se pretende la creación de un Centro de Información Comercial (CIC) como oficina adscrita a la Escuela de Estudios Internacionales de la Universidad del Azuay y que esté al servicio tanto de los estudiantes de dicha universidad que podrán empaparse del manejo de las transacciones comerciales internacionales, como de la ciudadanía en general

que podrá acudir a este centro con el fin de consultar información estadística de calidad que les permita tener una visión más clara de su situación comercial para la toma de decisiones futuras.

## **CAPÍTULO NO. 1: ESTRUCTURA BÁSICA Y NECESIDADES DEL CENTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL (CIC) EN LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.**

### **Introducción.**

A través del convenio interinstitucional suscrito por representantes tanto de la CORPEI como de la Universidad del Azuay el día 3 de enero del año 2007, se acordó la formación de un Centro de Información Comercial (CIC) en las instalaciones de la Universidad a fin de que éste funcione como punto de contacto dentro de la Red de Contacto e Información de Doble Vía (REDCO) creada por CORPEI. El objetivo principal de dicho centro es el de ser el encargado de crear y brindar su propia inteligencia comercial de manera que optimice los servicios de promoción de exportaciones e inversiones que ofrece CORPEI.

Si bien, el CIC funcionará dentro de las instalaciones de la Universidad del Azuay como oficina adscrita a la Escuela de Estudios Internacionales, es preciso determinar de qué manera estará estructurado y cuáles serán sus necesidades específicas, de manera que su implementación se lleve a cabo exitosamente. Al respecto surgen una serie de interrogantes que es preciso aclarar y definir en el contexto de éste capítulo. Dichas preguntas tienen que ver con el área específica que ocupará el CIC, quiénes serán las personas encargadas de su funcionamiento, cuál será su estructura organizacional, qué recursos materiales tendrá a su disposición, cuál será la forma de financiamiento, siendo éstas sus necesidades principales. Además, resulta necesaria la elaboración de un Estatuto en el cuál conste la reglamentación que se aplicará para el eficaz funcionamiento del centro.

## **1. Estructura básica del CIC.**

### **1.1 Definición, objetivos y servicios.**

El CIC es un Centro de Información y Asesoría Comercial, creado a través de un convenio de cooperación interinstitucional entre los socios estratégicos del sector privado, público y académico, con la finalidad de apoyar la internacionalización de la oferta exportable del país, asesorar y orientar tanto a pequeños y medianos empresarios, así como a futuros empresarios (estudiantes) en la exportación de productos nacionales, y en sí fomentar la generación de una cultura exportadora en la región y el país, todo esto a través de un servicio integral de información sobre productos, mercados, índices comerciales, entre otros (CORPEI, UDA, 2007, pág. 2).

En los últimos años se ha puesto un gran interés en el comercio internacional, llegando a ocupar un lugar destacado en el panorama nacional. Y es que a través de los años se ha demostrado la importancia que tiene el comercio internacional para el crecimiento de la economía y progreso de los países, ya que éste contribuye en gran medida al crecimiento económico de un país, promoviendo la competitividad entre las empresas del mercado interno, generando nuevos puestos de trabajo y ofreciendo una mayor variedad de bienes a los consumidores (Arosemena Guillermo, 2008, pág. 1). Si bien existen todavía ciertos detractores del comercio internacional por encontrarlo perjudicial para las sociedades (Millet, pág. 13), la mayoría de naciones del mundo, y en especial aquellas en vías de desarrollo, dependen en distinta medida del comercio exterior.

En el caso particular del Ecuador, a través de su historia el país ha dependido de la exportación de materias primas como ha sido el caso del cacao, banano y actualmente el petróleo, con el fin de generar ingresos que reactiven el crecimiento económico del país (Ortega; Rosas; Arias, 1999, pág. 1); sin embargo, ésta situación ha hecho que el Ecuador se vea obligado a importar

grandes cantidades de productos manufacturados y tecnología, situaciones que han dado como resultado muchas de las veces, el déficit de la balanza comercial ecuatoriana (Sánchez, Zambrano y Bocca, 2003, pág. 3). Precisamente, según el informe del Banco Central del Ecuador correspondiente al período enero - noviembre del presente año, la balanza comercial ecuatoriana registró un déficit de USD -510.01 millones, mientras que en el mismo período del año 2008 se contabilizó un superávit de USD 2, 408.68 millones (Banco Central del Ecuador, 2009, pág. 1). En esta misma línea las exportaciones totales ecuatorianas durante enero - noviembre de 2009 tuvieron una caída de -37.09% con respecto a las ventas externas del mismo período del año anterior. La razón de éste descenso, según lo explica el informe, es la caída de las exportaciones petroleras, principal componente de la canasta exportable del país, producto de la crisis financiera mundial. (Banco Central del Ecuador, 2009, pág.5). Por su parte las exportaciones no petroleras, siendo las principales el banano, camarón, enlatados de pescado y flores, registraron también un nivel inferior en -5.64% comparado con el año anterior (Banco Central del Ecuador, 2009, pág. 6). Adicional a dicho análisis se debe señalar que los principales socios comerciales del país son Estados Unidos, Colombia, Venezuela, Perú y Chile, países que se vieron afectados por la crisis financiera mundial, limitando así la demanda de los productos de exportación ecuatorianos(Castillo Carolina, 2009, pág. 1).

Es ante esta realidad que resulta urgente reestructurar e incrementar el comercio internacional, principalmente a través de la diversificación de mercados y productos. Todo esto se logrará teniendo como base que dicha intensificación del comercio internacional requiere del trabajo conjunto de individuos y empresas, y esto sólo es posible si se dispone de instituciones de apoyo al comercio, como es el caso de CORPEI, bien establecidas y que funciones con eficiencia y eficacia (Observación propia). En este contexto, la creación de un Centro de Información Comercial (CIC) en la Universidad del Azuay, que funcione como parte de una red nacional de centros de apoyo al comercio de los sectores privado y público, resulta imprescindible, ya que

actuará principalmente en la preparación y aplicación de una estrategia nacional de comercio, ofreciendo sus servicios a los estudiantes universitarios y a la ciudadanía en general, quienes podrán obtener información de calidad, fomentando así un liderazgo y espíritu exportador.

Por lo tanto, la creación y mantenimiento del Centro de Información Comercial en la UDA, será de gran utilidad no solo para aquellas personas que utilicen sus servicios, sino que servirá también como medida para descentralizar el conocimiento que maneja de forma exclusiva la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), como la organización nacional de promoción comercial, haciendo así posible la transferencia de cierta parte de dicha información comercial a los centros de apoyo (CIC's) para que sean estos quienes generen su propia inteligencia comercial (Observación propia), contribuyendo de esta manera a la formación exportadora del país.

Además, cabe señalar que serán los estudiantes universitarios, futuros empresarios, quienes deberán llevar a cabo dichas tareas, asumiendo el compromiso de actuar con excelencia y responsabilidad, de manera que las actividades que cumplan como miembros del Centro de Información Comercial, contribuyan a su formación académica y personal.

Ahora bien, conforme a lo establecido en el convenio de cooperación interinstitucional entre la CORPEI y la Universidad del Azuay, el CIC tiene como principales objetivos los siguientes:

- Descentralizar el conocimiento del CICO (Centro de Inteligencia Comercial de CORPEI).
- Transferir el know-how de ciertos servicios que ofrece CORPEI a los centros, para que sean ellos mismos los encargados de crear su propia inteligencia comercial que esté disponible para los usuarios del centro.
- Brindar a los estudiantes relacionados con el Comercio Exterior en especial y al público interesado en general, información y asesoría en

temas relacionados con el Comercio Exterior, con la finalidad de promover las exportaciones nacionales y generar una fuerte y sólida cultura exportadora.

- Servir de centro de acopio de estudiantes interesados en realizar pasantías semi-presenciales, no remuneradas, como un servicio que se ofrece a CORPEI.
- Proponer y desarrollar conjuntamente con CORPEI temas de investigación relacionados con el comercio internacional, que sean de interés para dichas instituciones.
- Construir relaciones de beneficio mutuo entre las distintas instituciones, tanto públicas, privadas como académicas, que conforman la Red de Información y Contacto de Doble Vía (REDCO) (CORPEI, UDA, 2007, pág. 3).

Cabe señalar el segmento de usuarios al cual pretende atender el CIC, de igual manera debe especificarse cuáles serán los servicios que el Centro brindará para atender de manera eficiente y satisfactoria a sus futuros usuarios.

En primer lugar el CIC estará dirigido a los empresarios ya sea de grandes, medianas o pequeñas empresas de la región o del país, que estén orientados hacia la internacionalización o comercialización de un producto(s) en el exterior; por otro lado, el CIC prestará sus servicios a aquellos estudiantes, docentes y terceras personas afines al comercio exterior y por lo tanto interesadas en la exportación de uno o varios productos.

A sabiendas de que el objetivo principal del Centro es el de brindar a sus usuarios apoyo, asesoría e información sobre comercio exterior, el CIC ha clasificado los servicios que brindará a sus usuarios de la siguiente manera:

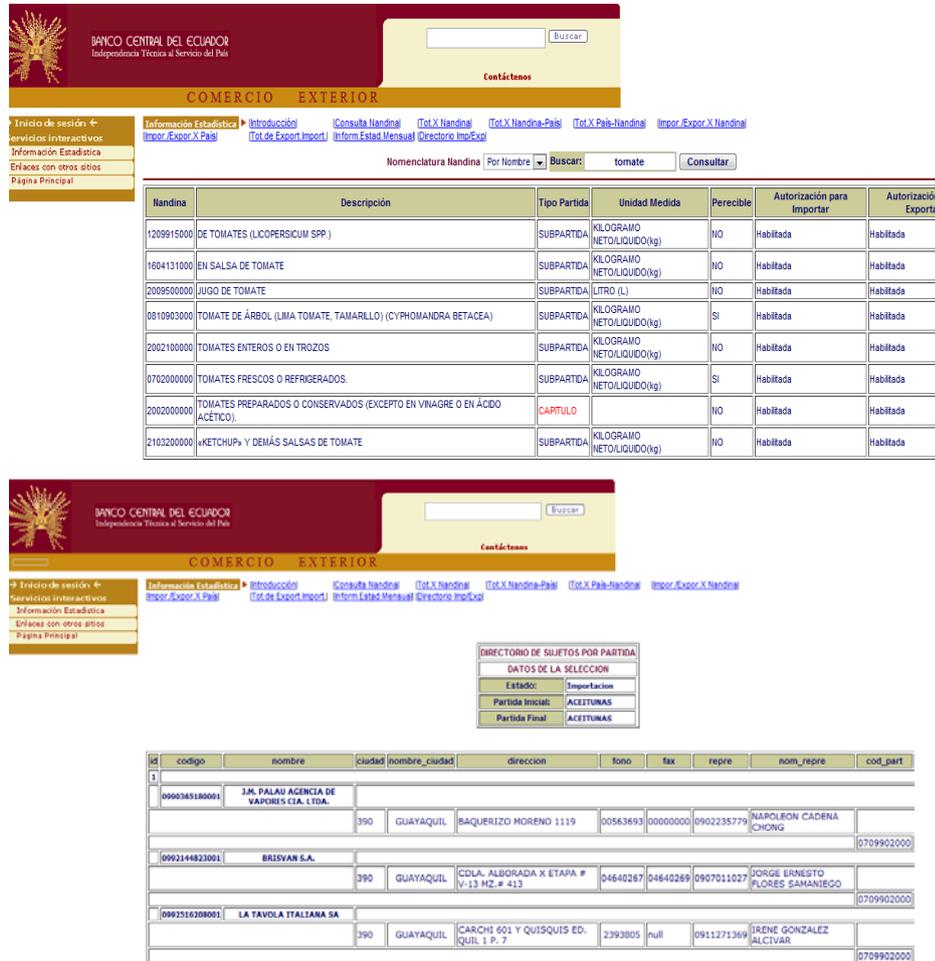
- **Oferta Exportadora:** se ofrecerá bases de datos de posibles importadores para determinado producto, competidores, oportunidades comerciales y de inversión (Jara).

- **Estudios:** este servicio se encargará de poner a disponibilidad de quien lo necesite una serie de estudios, ya sea realizados por estudiantes que conforman el CIC o ejecutados por terceros, que contengan temas de interés que abarquen estudios de mercado, acuerdos comerciales, perfiles de productos, publicaciones y boletines relacionados con el comercio exterior.
- **Centro de llamadas:** el objetivo de este Centro es el de proporcionar un servicio eficaz y eficiente para la realización de consultas telefónicas por parte de los usuarios. El personal encargado de dicho centro utilizará una base de datos de conocimientos que registra toda la información sobre los distintos servicios y actividades del CIC (Jara). Sin embargo, cabe especificar que el centro de llamadas resolverá aquellas consultas que se relacionen con información puntual y disponible por el CIC, mientras que aquellas que requieran de información más detallada, deberán ser atendidas acercándose a la entidad indicada para el caso.

Tomando en consideración los servicios anteriormente señalados que ofrecerá el CIC a sus usuarios, resulta oportuno determinar que para la obtención de dicha información comercial, los miembros que conforman el CIC deberán trabajar con ciertas herramientas electrónicas, determinadas por CORPEI, a través de las cuales se hará posible la investigación de datos que permitirá el posterior análisis de los mismos para la obtención de la información comercial solicitada. En este sentido, las herramientas principales con las que trabajará el CIC son las siguientes:

- **BANCO CENTRAL DEL ECUADOR** (<http://www.bce.fin.ec>): sitio web de gran utilidad para la búsqueda de partidas arancelarias, estadísticas de comercio del Ecuador y base de exportadores / importadores por partida arancelaria (CORPEI, 2007,1).

## Ilustración 1 Portal Web del Banco Central del Ecuador - Sección Comercio Exterior.



**BANCO CENTRAL DEL ECUADOR**  
Independencia Ética al Servicio del País

**COMERCIO EXTERIOR**

Inicio de sesión | Servicios interactivos | Información Estadística | Enlaces con otros sitios | Página Principal

Información Estadística | Introducción | Consulta Nandina | Tot.X Nandina | Tot.X Nandina-País | Tot.X País-Nandina | Impor.Expor.X Nandina | Impor.Expor.X País | Tot.de Export.Import | Inform.Estad.Mensual | Directorio Imp/Exo

Nomenclatura Nandina Por Nombre Buscar:  Consultar

Nandina	Descripción	Tipo Partida	Unidad Medida	Percibible	Autorización para Importar	Autorización Exportar
1209915000	DE TOMATES (LICOPIESCIUM SPP.)	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETOLÍQUIDO(kg)	NO	Habilitada	Habilitada
1604131000	EN SALSA DE TOMATE	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETOLÍQUIDO(kg)	NO	Habilitada	Habilitada
2009500000	JUGO DE TOMATE	SUBPARTIDA	LITRO (L)	NO	Habilitada	Habilitada
0810903000	TOMATE DE ÁRBOL (LIMA TOMATE, TAMARILLO) (CYPHOMANDRA BETACEA)	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETOLÍQUIDO(kg)	SI	Habilitada	Habilitada
2002100000	TOMATES ENTEROS O EN TROZOS	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETOLÍQUIDO(kg)	NO	Habilitada	Habilitada
0702000000	TOMATES FRESCOS O REFRIGERADOS.	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETOLÍQUIDO(kg)	SI	Habilitada	Habilitada
2002200000	TOMATES PREPARADOS O CONSERVADOS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO).	CAPTULO		NO	Habilitada	Habilitada
2103200000	«KETCHUP» Y DEMÁS SALSAS DE TOMATE	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETOLÍQUIDO(kg)	NO	Habilitada	Habilitada

**DIRECTORIO DE SUJETOS POR PARTIDA**  
DATOS DE LA SELECCIÓN  
Estado:   
Partida Inicial:   
Partida Final:

id	codigo	nombre	ciudad	nombre_ciudad	direccion	fono	fax	repre	nom_repre	cod_part
1										
	0000365180001	J.M. PALAU AGENCIA DE VALORES CIA. LTDA.	390	GUAYAQUIL	BAQUERIZO MORENO 1119	00563693	00000000	0902235779	NAPOLEON CADENA CHONG	0709902000
	099214823001	BRISVAN S.A.	390	GUAYAQUIL	CDLA. ALBORADA X ETAPA # V-13 MZ.# 413	04640267	04640269	0907011027	JORGE ERNESTO FLORES SAMANTIGO	0709902000
	0992516300001	LA TAVOLA ITALIANA SA	390	GUAYAQUIL	CARCHI 601 Y QUISQUIS ED. QUIL 1 P. 7	2393805	null	0911271369	IRENE GONZALEZ ALCIVAR	0709902000

Permite obtener información sobre un producto de acuerdo a su subpartida Nandina, totales de exportaciones e importaciones de un producto, bases de datos de importadores/exportadores de determinado producto e información estadística comercial del Ecuador en general.

Fuente: Portal Web del Banco Central del Ecuador.

- **ADUANA DEL ECUADOR** (<http://www.aduana.gov.ec>): permite la búsqueda de subpartidas arancelarias, así como las mercancías prohibidas o restringidas y las tarifas que se aplican a determinado producto (CORPEI, 2007,1).

## Ilustración 2 Portal Web de la Aduana del Ecuador.

Ingrese un criterio de Búsqueda para la Consulta

Partida :  y/o Descripción :

Partida	Verif	Descripción Partida	Descripción TNAN
0603110000-0000-0000	2	ROSAS	

Permite buscar la subpartida arancelaria del producto determinado.

Ingrese un criterio de Búsqueda para la Consulta

Partida :  y/o Descripción :

impregnados o preparados de otra forma

SubPartida Sist. Armoniz. :  
SubPartida Regional :

Código Producto Comunitario (ARIAN)  
0603110000-0000 :

Código Producto Nacional (TNAN)  
0603110000-0000-0000 :

Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	20 %
FDI	0.5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Salvaguardia por Porcentaje	0 %
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	0 %
Afecto a Derecho Especifico	
Unidad de Medida	UN
Observaciones	Decreto Ejecutivo 1459, R.O. 4891, 16/12/2008
Es Producto Perecible	SI

[Convenios](#) | [Restricciones](#) | [Medidas](#) | [Excepciones](#) | [Historial de Tasas](#)

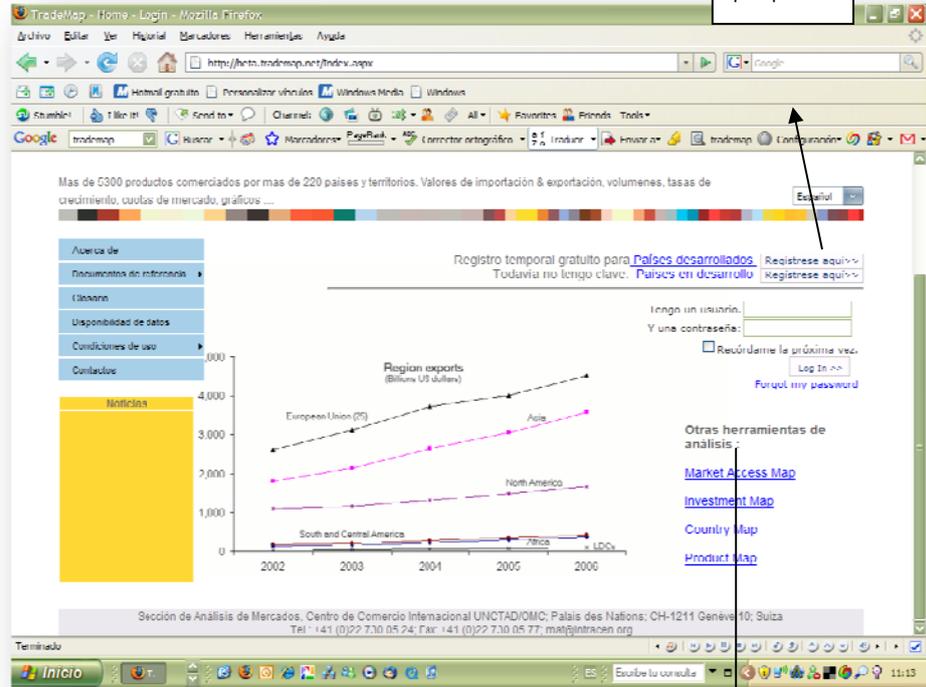
Ofrece información acerca de las tarifas impuestas al producto, de los convenios internacionales existentes para dichos producto, las restricciones y medidas que se aplican para el mismo.

Fuente: Portal Web de la CAE.

- **TRADEMAP** (<http://www.trademap.org>): Ofrece información acerca de estadísticas de comercio de 5.300 productos de 220 países del mundo (CORPEI, 2007,1).

Ilustración 3 Portal Web de TradeMap.

Se necesita crear cuenta propia.



Permite ingresar a otras herramientas de mercado

Fuente: Portal Web de TradeMap.

Ilustración 4 Portal Web de TradeMap.

Comercio actual y potencial entre Ecuador y Estados Unidos de América en 2006

Tabla Gráfico Mapa

numero de lineas por página Por defecto (25 por página)

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador importa desde Estados Unidos de América				Estados Unidos de América exporta hacia el mundo			Ecuador importa desde el mundo			Comercio potencial indicativo en miles de USD
		Valor 2006, en miles USD	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2002-2006, % D.A.	Participación en las importaciones de Ecuador, %	Arancel equivalente al valor aplicado por Ecuador a Estados Unidos de América	Valor 2006, en miles USD	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2002-2006, % D.A.	Participación en las exportaciones munduales, %	Valor 2006, en miles USD	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2002-2006, % D.A.	Participación en las importaciones munduales, %	
711711	gemelos y similares, de metales comunes, incluso plateados, dorado o p	0	0	0	15	7.231	13	869	33	2	0,04	3
711719	inscripciones de bronce	156	6	2,47	20	112.207	8	354	6.309	15	0,17	6,15
711730	la domas bisutoria	519	38	48,1	20	182.436	22	8	1.079	41	0,06	68

Sección de Análisis de Mercados, Centro de Comercio Internacional, Palais des Nations, CH-1211 Ginebra 10, Suiza  
Tel: +41 (0)22 730 05 24; Fax: +41 (0)22 730 05 77; mct@intracen.org

La partida arancelaria señalada con azul **711719** es la correspondiente a la búsqueda. Además, se indican las partidas arancelarias anteriores y siguientes a la misma.

A continuación se presenta una lista de resultados obtenidos de la búsqueda solicitada.

 Éste icono permite obtener una lista de los mercados desde los cuáles determinado país importa aquel producto.

 Muestra una lista de los mercados hacia los cuáles determinado país exporta aquel producto.

Fuente: Portal Web de TradeMap.

- **MARKET ACCES MAP** (<http://www.macmap.org>): permite obtener datos sobre el acceso a mercados en cuanto a aranceles a nivel mundial se refiere (CORPEI, 2007,1).

**Ilustración 5 Portal Web de Market Access Map.**

The screenshot shows the Market Access Map website interface. The main navigation bar includes 'Quick Search', 'Compare Tariff and Trade', 'Detailed Analysis', 'Country Analysis', 'Trade Flows', 'My Options', and 'Log'. The 'Quick Search' tab is active, showing a 'Tariff Search' section. The search form includes fields for 'Select Importing Country\*', 'Select a Product\*', and 'Select Exporting Country'. The 'Select a Product\*' field has a dropdown menu with 'HS Level 0' and 'National Tariff Line Code' options. A 'Proceed >>' button is located below the form. A note at the bottom of the form states: '1. Please select the importing country first and then the product, since the products displayed in this module are based on the importers IIS revision.'

Three callout boxes provide additional information:

- Box 1 (left):** La primera opción "Quick Search (Tariff Search)" brinda la posibilidad de búsqueda de tarifas aplicadas por país a la importación de un producto.
- Box 2 (middle):** Al momento de seleccionar el producto se deberá conocer los 6 dígitos de la partida arancelaria correspondiente al producto.
- Box 3 (right):** Se deberá ingresar el país importador, la partida arancelaria y el país exportador.

## Ilustración 6 Portal Web de Market Access Map.

Market Access Map  
making tariffs and market access barriers transparent.

Quick Links: Home [Go]

Quick Search Compare Tariff and Trade Detailed Analysis Country Analysis Trade Flows My Options

Tariff Search Trade Regimes & Rules of Origin

Based on the data from 2000 using Harmonised System Nomenclature Rev. 07, importer Ecuador applies the following tariffs to imports of (520100) Cotton, not carded or combed originating from exporter United States of America

Records per page: Default (10 per page)

Product code	Product description	Trade regime description	Applied tariffs	Total ad valorem equivalent tariff (estimated)
5201001000	Algodón sin cardar ni peinar: De longitud de fibra superior a 34.92 mm (1 3/8 pulgada)	MFN duties (Applied)	5.00%	5.00%
5201002000	Algodón sin cardar ni peinar: De longitud de fibra superior a 28.57 mm (1 1/8 pulgada) pero inferior o igual a 34.92 mm (1 3/8 pulgada).	MFN duties (Applied)	5.00%	5.00%
5201003000	Algodón sin cardar ni peinar: De longitud de fibra superior a 22.22 mm (7/8 pulgada) pero inferior o igual a 28.57 .mm (1 1/8 pulgada).	MFN duties (Applied)	5.00%	5.00%
5201009000	Algodón sin cardar ni peinar: De longitud de fibra inferior o igual a 22.22 mm (7/8 pulgada)	MFN duties (Applied)	5.00%	5.00%

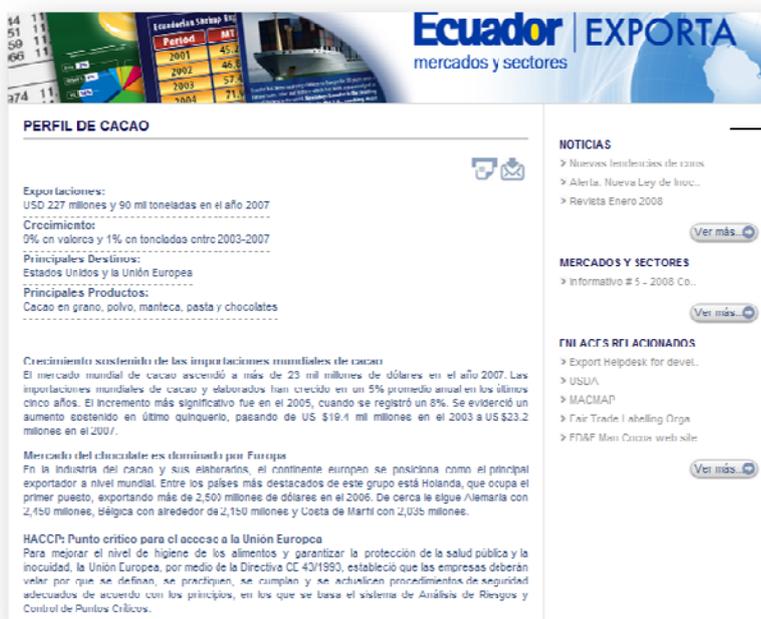
Se muestra una explicación muy detallada del producto que se consulta.

Se presenta una lista de las tarifas aplicadas al producto.

Fuente: Portal Web de Market Access Map.

- SIM-SISTEMA DE INTELIGENCIA DE MERCADOS** (<http://ecuadorexporta.org>): Sirve como fuente de información comercial sobre estadísticas de comercio del Ecuador, Bases de Datos de Exportadores (CORPEI, 2001, 1). (Esta fuente está basada en la información del BCE, con la diferencia que presenta los datos en una forma más dinámica).

Ilustración 7 Portal Web de Ecuador Exporta.



Fuente: Portal Web de Ecuador Exporta.

Presenta perfiles tanto de productos como de sectores comerciales del país.

Ilustración 8 Portal Web de Ecuador Exporta.



Ofrece estadísticas comerciales de diferentes países alrededor del mundo.

Ilustración 9 Portal Web de Ecuador Exporta.



Ofrece estudios sobre la evolución de las exportaciones ecuatorianas y otros estudios de interés para el exportador.

Fuente: Portal Web de Ecuador Exporta.

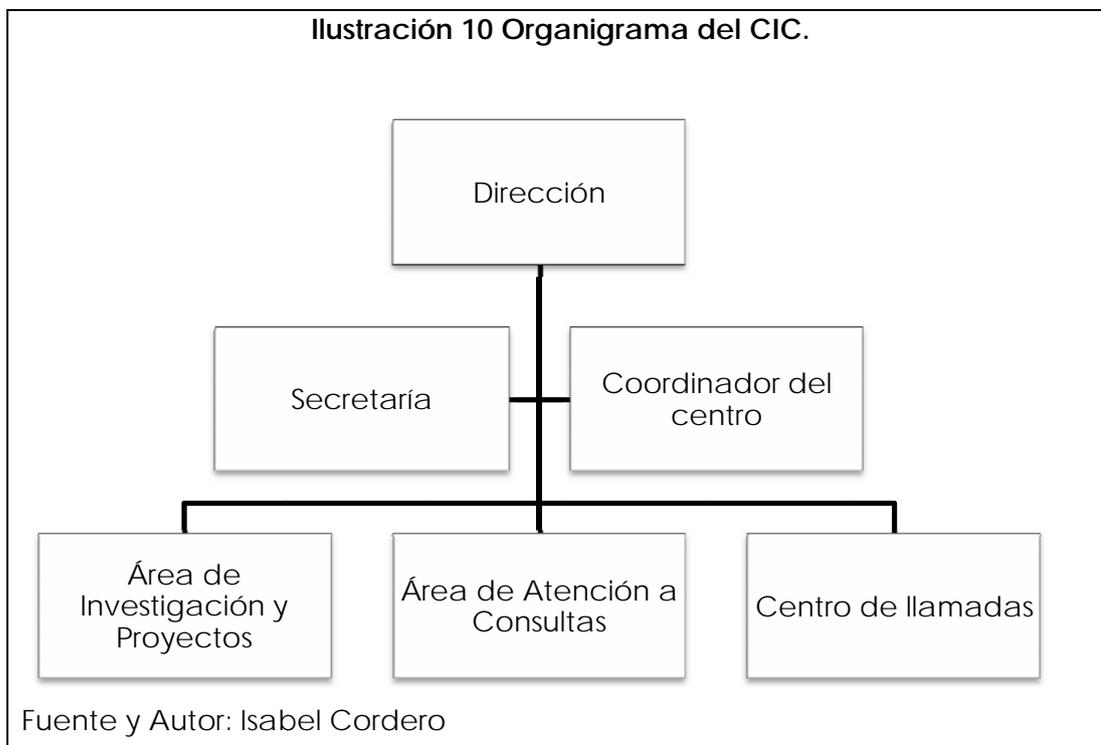
## **1.2 Organización interna.**

Al referirse este proyecto a la implementación de un Centro de Información Comercial, es necesario definir el recurso humano que se encargará de su adecuado funcionamiento, y de qué manera estará este organizado internamente para cumplir a cabalidad las actividades del Centro. En efecto, se pretende crear a la par del Centro, un Club de Comercio y Negocios Internacionales, integrado, en un principio por estudiantes de la Universidad del Azuay pertenecientes a la Escuela de Estudios Internacionales, para después incluir a estudiantes universitarios que cursen otras carreras, como es el caso de la Escuela de Administración de Empresas, Economía, Ingeniería de la Producción, Derecho, Comunicación Social, entre otras.

Los estudiantes que conforman el Club de Comercio y Negocios Internacionales serán los únicos responsables del funcionamiento del Centro, siendo ellos los encargados de brindar los servicios y cumplir los objetivos y propósitos para los cuales el Centro fue creado. Inicialmente el Club estará integrado por 70 estudiantes (Ullauri) de diferentes ciclos de la Escuela de Estudios Internacionales, teniendo como perspectiva su ampliación a través de la integración de estudiantes pertenecientes a otras escuelas.

Por lo tanto, para el correcto funcionamiento del CIC se necesitó la elaboración de un Estatuto que contuviera las líneas de funcionamiento de sus miembros, el mismo que se encuentra en el anexo No.1 del presente trabajo, en la página 52. Asimismo, cabe señalar que la estructura organizacional del Centro estará compuesta de la siguiente manera:

Ilustración 10 Organigrama del CIC.



**Dirección:** la dirección del Centro de Información Comercial de la UDA estará a cargo de un profesor de dicha Universidad, especializado en el tema de Comercio Exterior y Negocios Internacionales; además de contar con disponibilidad de tiempo en las tardes y durante el día para liderar y direccionar el mismo. Su función principal será la de organizar internamente a los miembros del Centro a fin de que cada uno realice tareas específicas (Observación propia).

**Secretaría:** considerando la experiencia en la secretaría de la Escuela de Estudios Internacionales, además de su disponibilidad de tiempo, resulta beneficioso para el Centro emplear como secretaria a la misma persona que actualmente labora como tal en dicha escuela. Entre las tareas principales que realizará la secretaria, estarán la elaboración de oficios, registro de actas, entre otras (Observación propia).

**Coordinador del Centro:** el Centro contará con un coordinador de actividades, quien apoyará al director del mismo en la tarea de organización y dirección del mismo, de manera que aquella persona sea la encargada de coordinar el trabajo de todas las áreas del Centro, velando por su cumplimiento y presentando informes de resultados al director (Ullauri). Para este fin, es preciso que se designe como coordinador a un estudiante de último año de la carrera de Estudios Internacionales, que cuente con amplios conocimientos sobre los temas que se tratan en el Centro, de manera que su experiencia sea una ayuda para el funcionamiento satisfactorio del mismo.

**Área de Investigación y Proyectos:** esta área será la encargada del proceso de recolección de información, análisis y estructuración de los diferentes proyectos que el CIC decida realizar, de manera que atienda satisfactoriamente a las solicitudes de información de los usuarios del centro (Ullauri). Entre los proyectos que los miembros de esta área realizarán, estarán los de levantamiento de perfiles de producto y mercado, estudios de mercado, etc.

**Área de Atención a Consultas:** considerando que el Centro recibirá un gran número de consultas a diario, es necesario que el personal que trabaje en esta área sea mayor, de manera que se les divida de acuerdo al tipo de información que brindarán (Ullauri). Así por ejemplo, habrá ciertas personas encargadas de dar información acerca de perfiles de productos/mercados, otras acerca de inquietudes sobre cómo exportar, etc. De tal manera, que el trabajo sea eficiente y se ahorre tiempo. Para llevar un control óptimo de los servicios que se ofrecen en el CIC será necesario el uso de un formato estándar para recepción de solicitudes de información y formato de respuestas, además es preciso llevar un control o registro estadístico de las demandas, categorizado por: productos, mercados, temas, tipo de requerimiento, usuarios, entre otras, esto con el fin de conocer los mayores requerimientos de sus usuarios.

**Centro de Llamadas:** existirá un grupo de personas asignadas a esta área, quienes serán las encargadas de atender las consultas telefónicas que realicen los usuarios, haciendo uso eficiente y efectivo de la base de datos que tendrán a su disposición para resolver dichas consultas.

### **1.3 Requerimientos básicos para el funcionamiento del CIC en la UDA.**

Según lo establecido por CORPEI, los requerimientos básicos para el funcionamiento del Centro de Información (CIC) de la UDA serían los siguientes:

- Estudiantes para atención del Centro (de 3 a 4 estudiantes diarios).
- Disponibilidad de por lo menos un computador con conexión a Internet, adicional al ya existente en la Secretaría de Estudios Internacionales.
- Conectividad telefónica.
- Biblioteca física: que disponga de distintas publicaciones tanto de CORPEI como de otras instituciones, por ejemplo: del Banco Central del Ecuador, Ministerio de Industrias y Productividad, Cámara de Comercio de Cuenca, Cámara de Industrias de Cuenca, FEDEXPOR, entre otras; las cuales servirán para investigaciones de cualquier índole.
- Colección de PUDELECO: Arancel, Índice, Diccionario de Términos de Economía Internacional - Ecuador.
- Disponibilidad en digital o impreso de los perfiles de CORPEI, disponibles en el sitio Web de CORPEI, para investigaciones sobre comercio exterior e internacional (CORPEI).

### **1.4 Usos de la Tecnología de la Información (TIC's).**

En un mundo como el actual que usa incesantemente la tecnología, explorar y explotar los recursos tecnológicos disponibles ya no es una opción sino una necesidad. La utilización de la tecnología de la información y las comunicaciones repercute actualmente en todos los aspectos de las

empresas, incluido el servicio de apoyo comercial (UNCTAD; OMC, 2004, pág. 13). De esta manera, es preciso la implementación y utilización de las herramientas tecnológicas, de manera que contribuyan a la rapidez y eficiencia de la prestación de servicios brindados por el CIC.

Teniendo en consideración lo anterior, y de acuerdo a lo exigido por la CORPEI como requisito para el funcionamiento del CIC, se hará uso de dos computadores conectados a Internet ilimitado y con acceso a banda ancha, de manera que los equipos estén conectados en línea entre ellos para promover los servicios y ampliar su alcance, a fin de llegar a un público más amplio y responder a las necesidades de los usuarios de manera oportuna. Se hará uso de ciertas herramientas tecnológicas de comunicación como son el Messenger, el Skype, Facebook, las cuales brindarán la posibilidad de una comunicación mucho más efectiva y rápida no sólo entre los integrantes del CIC de la UDA, sino entre los distintos puntos de contacto que forman parte de la REDCO, logrando que la transmisión de información sea precisamente de doble vía. Por otra parte, el Centro contará con línea telefónica propia, requerida para poner en funcionamiento el servicio del centro de llamadas.

Para la correcta implementación y funcionamiento de las tecnologías de información que se utilizarán en el Centro, se contará con la asesoría y el respaldo de los técnicos del área de la Universidad del Azuay.

### **1.5 Infraestructura interna y externa del CIC.**

Tomando en consideración los requisitos establecidos por CORPEI para la implementación y funcionamiento del CIC, es preciso contar con instalaciones físicas disponibles dentro de las cuales podrá funcionar el CIC. Según se pudo observar e investigar, la UDA cuenta con la estructura física disponible para la implementación del Centro, la cual se encuentra ubicada al interior de la Facultad de Ciencias Jurídicas, en la oficina designada a la Dirección de Escuela de Estudios Internacionales (Observación propia).

Si bien, se hace uso de dicha oficina durante las mañanas para fines de la Escuela de Estudios Internacionales, existe el suficiente espacio para que ésta sea utilizada también como Centro de Información Comercial. En su interior se cuenta con dos computadores disponibles para el uso de los miembros del Club, conexión a Internet con banda ancha, línea telefónica para el funcionamiento del Centro de Llamadas, publicaciones entregadas por COPREI y una estantería que haría las veces de biblioteca del CIC. Adicionalmente a dicha oficina, se podrá hacer uso también de la oficina designada como biblioteca de la Escuela de Derecho, ya que en su interior existe suficiente espacio para ser usado por los miembros del CIC, facilitando el almacenamiento de libros y publicaciones que pertenezcan al mismo.

**Ilustración 11 Oficina donde funcionará el CIC.**

**Foto No.1 Biblioteca de Derecho**



Foto No.2 Biblioteca de Derecho



Foto No.3 Dirección de Estudios Internacionales



Fotos No. 1, 2 y 3 tomadas por: Isabel Cordero.

### 1.6 Medición, Vigilancia y Evaluación de Resultados.

Un Centro que brinda Información Comercial y que está al servicio de toda la comunidad está en la obligación de dar seguimiento al trabajo que realiza, con el objetivo de lograr una alta satisfacción en el usuario (UNCTAD; OMC, 2004, pág. 24). Si bien, éstas son cuestiones delicadas pero esenciales en el CIC, es preciso desarrollar instrumentos de evaluación eficaces, de manera

que los resultados se utilicen de modo positivo para mejorar los servicios del CIC.

De esta manera, se proponen algunos métodos para la vigilancia y evaluación de los servicios prestados por el Centro:

- A sabiendas de que el Club de Comercio y Negocios Internacionales, que será el encargado de realizar todas las tareas del Centro, estará formado por un conjunto de personas que hacen aportes individuales y que a la vez trabajan en equipo, es necesario implementar un sistema de debates (Ullauri), los cuales se llevarán a cabo dos veces en el semestre con una duración de dos horas aproximadamente cada uno. Para la realización de dichos debates se deberá contar con una atmósfera abierta, tranquila y confidencial, de manera que sus participantes puedan discutir acerca de los resultados del centro y tomar decisiones al respecto.
- Evaluar la satisfacción del usuario por los servicios prestados a través del envío por correo electrónico a las empresas y estudiantes (Observación propia), de un cuestionario muy detallado sobre su satisfacción después de haberles prestado el servicio.
- Además, es posible medir la eficiencia del servicio prestado y la satisfacción del usuario, de acuerdo al número de usuarios atendidos, del número de usuarios que regresan y del número de quejas recibidas, todo ello mensualmente.

La información que se obtenga por éstos métodos deberá ser canalizada de la mejor manera para que se corrijan los errores, se aprenda de ellos y se alcancen mejoras oportunas.

## **1.7 Análisis Financiero.**

La implementación del Centro de Información Comercial en la UDA se justifica teniendo en cuenta las exigencias del desarrollo, ya que se trata de ayudar a la generación de una verdadera cultura exportadora, a través del asesoramiento y orientación a empresarios y estudiantes en los diferentes temas relacionados al comercio y negociación internacional.

Sin embargo, si bien el CIC ofrece sus servicios de manera gratuita, como cualquier proyecto requiere de un monto de inversión inicial, además de una cantidad mensual de dinero que debe ser inyectada al Centro para su correcto funcionamiento (Observación propia). Por lo tanto, es necesario plantear la forma de financiamiento de dichos costos y poder así garantizar el funcionamiento eficiente del mismo.

Es así cómo, el realizar un análisis financiero resulta esencial para la implementación del proyecto, de manera que permita identificar las necesidades esenciales de liquidez y fondo de inversión para la puesta en marcha del Centro, esto es, inversión inicial y costo mensual del Centro, para así poder construir el plan de financiamiento del proyecto.

<b>Ilustración 12 Análisis Financiero del CIC</b>	
<b>INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor(\$)</b>
Computador	500,00
Impresora	120,00
Línea Telefónica	148,00
Implementos de oficina varios	15,00
Arancel ALADI	258,72
Índice del Arancel	96,32
Diccionario de Términos de Economía Internacional	80,64
Manual de Importaciones-Exportaciones	170,24
<b>TOTAL</b>	<b>1388,92</b>
<b>COSTOS MENSUALES</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor(\$)</b>
Sueldo del Director (4 horas)	350,00
Sueldo de la secretaria (4 horas)	271,50
Implementos de oficina (papel, esferográficos, tinta impresora, grapas, carpetas)	30,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>651,50</b>
Fuente y Autor: Isabel Cordero	

Al ser éste un proyecto que beneficiará en especial a los estudiantes de la Universidad del Azuay, y puesto que forma parte del convenio suscrito entre la Universidad y la CORPEI como miembro de la REDCO, se encontró pertinente realizar las consultas necesarias con los directivos administrativos de la Universidad del Azuay para definir las formas de financiamiento del proyecto.

Al efecto, se determinó que la inversión inicial del proyecto del CIC va a ser financiada en su totalidad por la Universidad del Azuay, como parte de su vinculación a la comunidad; mientras que, la manera de costear los gastos mensuales que exige dicho Centro consistirá en cobrar a cada estudiante de la Escuela de Estudios Internacionales (puesto que ellos serán sus principales integrantes y usuarios), una cantidad extra como concepto de mantenimiento del Centro de Información. Dicha cantidad será de 28 dólares semestrales por cada estudiante, el mismo monto que actualmente se cobra a los estudiantes de la carrera de Derecho por mantenimiento del Consultorio Jurídico. Suponiendo que la Escuela de Estudios Internacionales en promedio tiene anualmente un total de 150 estudiantes, multiplicada ésta cantidad por los 28 dólares y a su vez por los dos semestres del año lectivo, se obtiene un total de 8,400 dólares anuales, cantidad que cubriría en mayor parte el costo anual del Centro. De igual manera, y con el objetivo de determinar el plazo de recuperación de la inversión inicial del proyecto, se realizó un cálculo del total de los ingresos (8400 dólares), así como de sus egresos anuales, provenientes de multiplicar por los 12 meses del año el costo mensual del Centro, dando un resultado de 7818 dólares. La diferencia entre estos dos montos da como resultado un remanente de 582 dólares, lo que significa que dicha inversión inicial podrá ser recuperada en un plazo de casi 3 años.

**Ilustración 13 Recuperación Inversión Inicial.**

Total Ingresos	\$8400,00
Total Egresos	\$7818,00
Remanente	\$582,00

Fuente y Autor: Isabel Cordero.

## **Conclusiones.**

Una vez delimitadas las necesidades básicas requeridas para la implementación y funcionamiento del Centro de Información Comercial en la Universidad del Azuay, se llegó a la conclusión de que la implementación de dicho Centro resulta beneficiosa tanto para la Universidad como para el progreso del país. Y es que, como se analizó brevemente en éste capítulo, el Ecuador depende en gran medida de los ingresos generados por su comercio exterior, resultando indispensable la existencia de centros de apoyo al comercio que se encarguen de colaborar en la reestructuración e intensificación del comercio internacional.

Con este fin, se estudiaron las opciones más convenientes que permitan el adecuado funcionamiento del centro, seleccionando las opciones más adecuadas y viables para su fin. Así, en primer lugar se llegó a la conclusión de que el lugar físico más apto para el funcionamiento del CIC corresponde a las instalaciones de la oficina designada a la Escuela de Estudios Internacionales, a la cual se le dotará de los implementos necesarios para poner en marcha el Centro, así como el espacio correspondiente a la Biblioteca de Derecho, que facilitará el almacenamiento de las publicaciones que posea el CIC.

Además, es preciso recordar que el centro estará integrado por estudiantes de la Universidad del Azuay, quienes conforman el talento humano de la entidad, por lo tanto resultó necesaria la elaboración de un ordenamiento interno que sirva de base para la correcta constitución y futuro funcionamiento del mismo. Por un lado se elaboró el organigrama, de manera que sus miembros conozcan claramente sus funciones y su vinculación con las demás áreas con las que contará el CIC; y por otro, se dio la creación de un Estatuto, en el que se reunieron en un único documento los artículos y estatutos necesarios para la constitución legítima de dicho Centro.

Finalmente, como se explicó anteriormente, el CIC no tiene finalidad lucrativa, es decir, su función es la de prestar servicios de comercio exterior de manera gratuita a sus usuarios; no se puede negar las necesidades financieras que tendrá el centro, tanto las correspondientes a su inversión inicial como las que resultan de sus actividades diarias. Ante dicha realidad se llegó a la conclusión de que la Universidad del Azuay por su parte realizará el financiamiento total del monto correspondiente a la inversión inicial del centro, mientras que los costos mensuales del mismo se financiarán a través de un cobro extra en la matrícula semestral de los estudiantes de Estudios Internacionales como concepto de mantenimiento del Centro de Información.

## **CAPÍTULO NO 2: ESTRUCTURA DEL CLUB DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES Y SU RELACIÓN CON EL CENTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL (CIC).**

### **Introducción.**

Sin duda, la puesta en marcha del Centro de Información Comercial de la Universidad del Azuay no podrá llevarse a cabo sin el personal estudiantil requerido para su funcionamiento. De esta manera, la creación paralela del Club de Comercio y Negocios Internacionales de la Universidad del Azuay resulta evidente, dicho Club no será más que la agrupación de estudiantes de la Universidad del Azuay.

Los estudiantes constituirán el capital humano necesario para que el Centro cumpla con los objetivos para los cuales fue creado, siendo preciso establecer la relación directa que existirá entre el Club y el CIC, de manera que se especifiquen y organicen las actividades que deben ser realizadas para que el Centro brinde sus servicios de una manera satisfactoria para el usuario.

En esta misma línea, al igual que el Centro de Información Comercial, el Club deberá contar con una estructura organizacional que permita establecer un sistema de roles que deberán ser desarrollados por los miembros del Club, con el fin de trabajar juntos de forma óptima para alcanzar las metas fijadas por el Centro.

Resulta entonces necesario desarrollar en el presente capítulo las necesidades básicas, así como la estructura organizacional del Club, con el propósito de que éste se convierta en una red de estudiantes, que contribuya a enriquecer la cultura exportadora de la ciudad y del país.

## **2.1 Necesidades básicas del Club de Comercio y Negocios Internacionales.**

Una vez formado el Club de Comercio y Negocios Internacionales el día 7 de abril de 2009 (Ullauri), surgen una serie de necesidades tanto materiales como no materiales para que su implementación sea efectiva. Tomando en consideración lo anterior resulta preciso determinar cada una de éstas necesidades y la manera en que éstas serán satisfechas.

### **2.1.1 Recursos no materiales.**

- Capacitación: a sabiendas de que el Club de Comercio y Negocios Internacionales estará integrado por estudiantes de la Escuela de Estudios Internacionales, y que serán ellos quienes a su vez dirigirán el Centro de Información Comercial, dichos estudiantes requerirán de una capacitación integral por parte de miembros de CORPEI en lo que al manejo del Centro de se refiere (Jara). Razón por la cual, y como se estableció en el convenio interinstitucional suscrito entre las dos entidades, se determinó la realización de un cierto número de capacitaciones dictadas por personal delegado por CORPEI para dicho fin.

La primera capacitación que se realizará se centrará en brindar información acerca del manejo del sistema informático requerido para el manejo del Centro de Información Comercial; en especial, se enseñará el manejo de herramientas del International Trade Center (ITC) con las que trabaja CORPEI, como son Market Access Map, Trade Map, entre otras (Jara). Dicha capacitación se realizará por única vez a principios del mes de enero del año 2010, a la cual asistirá un número limitado de miembros escogidos por el Comité Ejecutivo del Club de Comercio y Negocios Internacionales. La responsabilidad de aquellos estudiantes asistentes a la capacitación será la de retroalimentar lo aprendido a los demás miembros del Club; además, cabe recalcar que

a la capacitación asistirá también la Ingeniera María Inés Acosta, docente de la Escuela de Estudios Internacionales, quien gracias a sus conocimientos en el área de informática se encargará de apoyar a los estudiantes en el manejo del CIC.

Posteriormente, se planea realizar una segunda capacitación durante el mes de marzo del año 2010, la cual se basará en enseñar a los estudiantes acerca de la manera de levantar información comercial requerida para el funcionamiento del Centro, como por ejemplo, perfiles de productos, estudios de mercado, entre otros (Jara).

- Link en la página web de la UDA: con el objetivo de promocionar tanto al Club de Comercio y Negocios Internacionales como al CIC, surgió la idea de que en la página web de la Universidad del Azuay se brinde un espacio al Club bajo el ícono que llevará el nombre de Club de Comercio y Negocios Internacionales (Observación propia), a través del cual se accederá a información relacionada con todas las actividades que el club realice y toda aquella información que crea necesaria publicar para comunicar y atraer cada vez más un mayor número de usuarios.

### **2.1.2 Recursos materiales.**

Como principal requerimiento físico para la puesta en marcha del Club se precisa contar con un espacio físico para realizar las actividades del mismo, dicho espacio estará ubicado al interior de las instalaciones del edificio de la Facultad de Administración de la Universidad del Azuay, específicamente en el segundo piso, en la oficina No. 105 asignada a la Asociación de la Escuela de Estudios Internacionales.

En lo que se refiere a los instrumentos necesarios para el funcionamiento del Club, la oficina anteriormente señalada cuenta ya con tres computadores con

conexión a Internet ilimitado, e impresora a disposición de los estudiantes de la Escuela de Estudios Internacionales, y por lo tanto, a los miembros del Club. Además, existe un escritorio, sillas y un archivero, materiales que definitivamente serán de gran utilidad para las actividades diarias que llevará a cabo el Club. Sin embargo, es preciso señalar que de manera mensual el Club requerirá de un cierto monto de capital necesario para cubrir costos en lo que a implementos de oficina se refiere, cantidad que no superaría los 30 o 40 dólares aproximadamente (Observación propia). Para paliar dicha necesidad financiera, se determinó que del monto total que se cobrará a los estudiantes de Estudios Internacionales como concepto de mantenimiento del centro de información, el 3% de este monto irá destinado a financiar las necesidades mensuales del Club (Observación propia).

**Ilustración 14 Oficinas donde funcionará el Club de Comercio y Negocios Internacionales.**

**Foto No.1 Oficina de Estudios Internacionales**

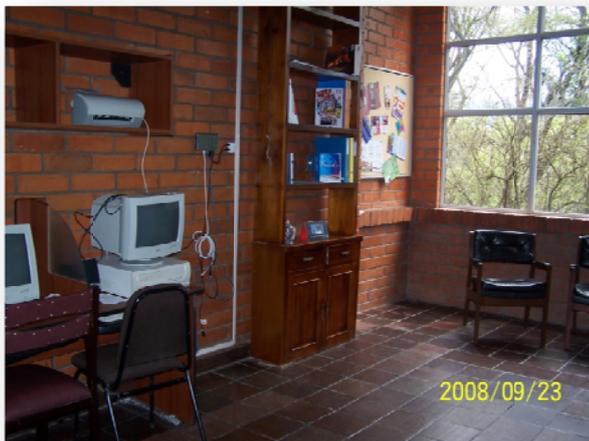


Foto No.2 Oficina de Estudios Internacionales



Foto No.3 Oficina de Estudios Internacionales

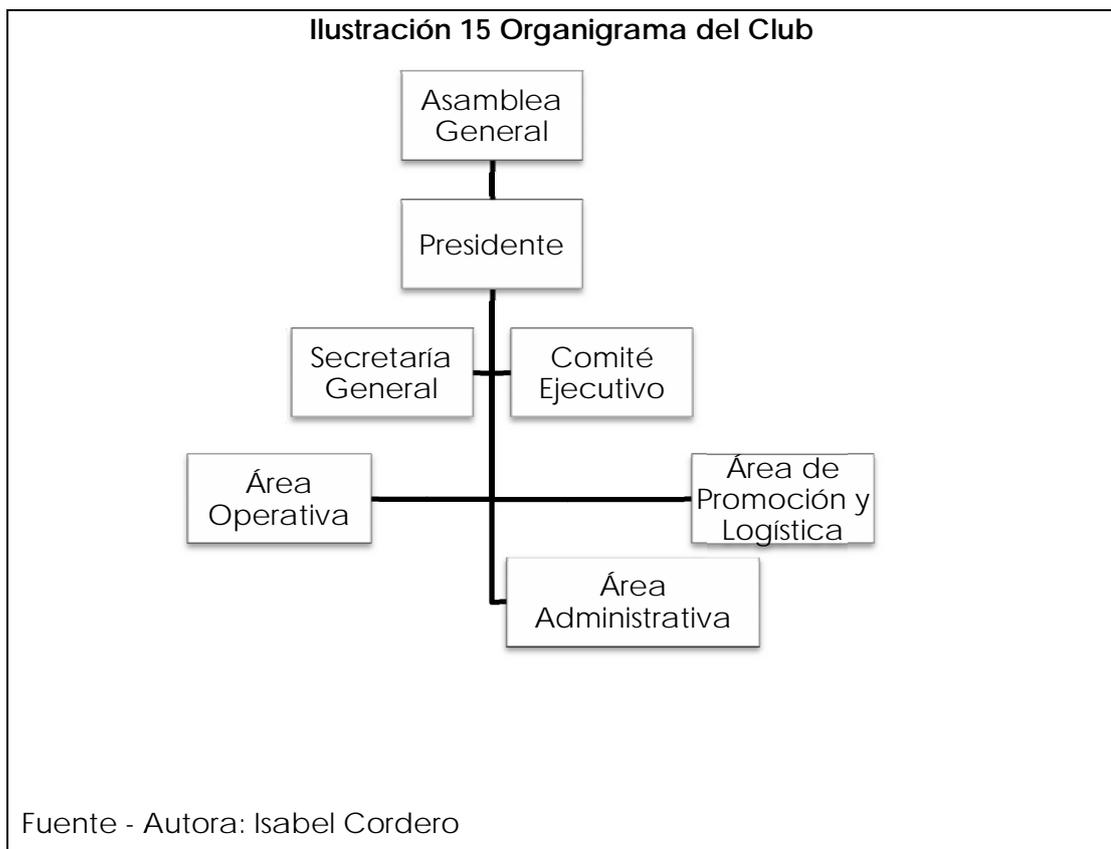


Fotos No. 1,2 y 3 tomadas por: Isabel Cordero



## 2.2 Estructura organizacional del Club y su relación con el CIC.

El objetivo de desarrollar un organigrama para el Club de Comercio y Negocios Internacionales es que éste sirva de instrumento en el que se determinen los roles y funciones que los diferentes miembros del Club realizarán y la manera en que estos estarán relacionados directamente con el CIC.



**Presidente:** la persona que desempeñe la función de Presidente del Club será la misma que se encuentre desempeñando el cargo de coordinador del CIC, de manera que pueda existir una estrecha relación entre las dos entidades (Ullauri). El Presidente del Club tendrá bajo su responsabilidad la dirección general del mismo, de manera que sea él quien coordine y oriente las actividades de sus miembros.

**Secretaría General:** la Secretaría General será desempeñada por un estudiante miembro del Club, quien mantendrá a la vez comunicación directa con la Secretaría del CIC para realizar un trabajo conjunto e interrelacionado. La Secretaría General será la encargada de convocar a las reuniones de la entidad, además de realizar el trabajo burocrático diario de la institución (Comité de Damas de la Cámara de Construcción de Cuenca, 2007, pág. 18).

**Comité Ejecutivo:** este es el órgano ejecutivo del Club, el cual estará conformado por el Presidente, Secretario, y los Presidentes de las tres áreas que forman parte de la estructura interna del Club. La función principal de dicho órgano es la de deliberar en asuntos trascendentales que afecten a toda la asociación como lo es la admisión de nuevos miembros, las sanciones correspondientes, así como asuntos de suma relevancia, que se determinarán en los estatutos del mismo (Comité de Damas de la Cámara de Construcción de Cuenca, 2007, pág. 22).

**Área Administrativa:** ésta área tendrá bajo su responsabilidad la gestión administrativa y financiera del Club, de tal manera que este pueda mantenerse en el tiempo y dar continuidad a su trabajo y función. Dicha área estará integrada por 4 miembros (Ullauri), además de su Presidente que deberá ser elegido por voto directo de los miembros de dicha área.

**Área Operativa:** Con el objetivo de realizar las investigaciones pertinentes y elaborar los documentos y la información necesaria para que el CIC cumpla con su objetivo de satisfacer las consultas de información de sus usuarios, el área operativa del Club contará con estudiantes encargados de realizar dichas tareas investigativas y de elaboración de proyectos.

**Área de Promoción y Logística:** Como cualquier otra entidad, ya sea pública o privada, el Club de Comercio y Negocios Internacionales necesita ser promocionado no solo a nivel académico, sino también a nivel local y nacional, de manera que se garantice su sostenibilidad en el tiempo

(Observación propia). Por esta razón, el Área de Promoción y Logística desempeñará un papel fundamental en lo que a promoción del Club se refiere.

Cabe destacar que para un mejor funcionamiento del Club, sus miembros, al interior de cada área, estarán organizados en comisiones de trabajo designadas por el Presidente del área respectiva, con el objetivo último de garantizar eficacia y eficiencia en el trabajo que se realice y en el servicio que se brinde a los usuarios.

Con la idea de conformar un Club de Comercio y Negocios Internacionales a nivel nacional, integrado por los distintos miembros de la REDCO, CORPEI tomará en cuenta la organización del Club propuesta en este trabajo como referente para todo el país, siendo así que CORPEI ha diseñado ya una muestra de lo que precisamente se pretende sea el Club de Comercio y Negocios Internacionales a nivel país:

**Ilustración 16 Muestra del Club de Comercio y Negocios Internacionales diseñada por CORPEI.**



Fuente: CORPEI

En esta misma línea y para un mejor funcionamiento del Club, surgió la necesidad de elaborar un Estatuto que contenga los reglamentos y líneas de acción de sus miembros, dicho Estatuto se encuentra en el anexo No. 2 de la página 57 del presente trabajo.

Ahora bien, es preciso aclarar que la labor que los estudiantes miembros del Club desempeñarán para el funcionamiento del Centro de Información Comercial servirá como pasantías, teniendo que cumplir un mínimo de 4 créditos de pasantías, equivaliendo cada crédito a 40 horas de trabajo.

### **2.3 Características de un miembro del Club de Comercio y Negocios Internacionales.**

Si bien, está claro que para ser miembro del Club de Comercio y Negocios Internacionales de la Universidad del Azuay, y por lo tanto integrante del CIC, es necesario ser estudiante de la Universidad, existen una serie de características que debe reunir dicho estudiante con el fin de que su aporte sea valioso para el funcionamiento del centro. Entre éstas características se encuentran las siguientes:

- Proactivo.
- Que trabaje en equipo.
- Entusiasta.
- Organizado.
- Responsable.
- Que tenga conocimiento del acontecer mundial y nacional (Observación propia).

### **Conclusiones.**

La conformación del Club de Comercio y Negocios Internacionales de la Universidad del Azuay está estrechamente relacionada con la implementación y funcionamiento del Centro de Información Comercial de dicha entidad, ya que los miembros del Club serán quienes tendrán bajo su responsabilidad el manejo adecuado del CIC; razón por la cual, se llegó a la conclusión de la urgente necesidad que existe de definir las necesidades principales del Club tanto materiales como no materiales, a la vez que resultó indispensable la elaboración tanto del organigrama como del Manual de Funcionamiento del mismo, los cuales constituirán la base de la existencia del Club.

Por lo tanto, el Club necesitará de estudiantes que tengan ciertas cualidades y aptitudes adecuadas para cumplir con las funciones y propósitos del Centro; siendo también indispensable su constante capacitación por parte de funcionarios de CORPEI, con la finalidad de que instruyan tanto a los estudiantes como a los docentes encargados de apoyarlos, en cuanto al manejo de las herramientas informáticas y material necesario para el funcionamiento del Centro de Información Comercial.

Por otro lado, tomando en consideración que el Club de Comercio y Negocios Internacionales será el primero de su tipo a nivel local, se llegó a la conclusión de que su difusión y promoción son de enorme importancia, tanto al interior de la UDA como de manera externa, considerando conveniente la posibilidad de crear en la página web de la UDA un espacio en el que se informe sobre las actividades, novedades, etc., del Club de Comercio y Negocios Internacionales.

Finalmente, a sabiendas de que el Club está formado por un conjunto de personas reunidas para determinado propósito, aparece la necesidad de determinar con claridad cada una de sus áreas, así como los roles y funciones que cada miembro deberá cumplir dentro de ellas, de manera que su trabajo encuentre estrecha relación y coordinación con las áreas del CIC.

### **CAPÍTULO No. 3: LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY COMO MIEMBRO DE LA RED DE CONTACTO E INFORMACIÓN DE DOBLE VÍA (REDCO).**

#### **Introducción.**

Sería un error, hoy en día, no participar en el auge del desarrollo de las nuevas tecnologías de comunicación, las cuales han llevado a la sociedad a migrar hacia un nuevo concepto: la sociedad del conocimiento, donde la información se convierte en un factor clave de competitividad. Ante tal situación, surge la necesidad de que tanto empresas como personas naturales se preparen para afrontar nuevos retos, relacionados a los continuos avances tecnológicos que permiten transmitir información con cada vez mayor fluidez.

Es en este contexto que surge la idea de crear comunidades conectadas en red, cuyos integrantes no se encuentran precisamente cercanos entre ellos, sino más bien a miles de kilómetros de distancia, pero unidos por una plataforma tecnológica como Internet. La idea central de trabajar en red es precisamente transmitir información con mayor rapidez, de manera que cada miembro pueda disponer de dicha información y gestionarla para transmitirla nuevamente, desarrollando relaciones de mutuo beneficio.

Tomando en consideración lo anterior, la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversión (CORPEI) creó la Red de Contacto e Información de Doble Vía (REDCO), con el fin de integrar a distintas instituciones y organismos públicos y privados del país, para consolidar una red de contactos que facilite el intercambio de información comercial, contribuyendo así a promover la cultura exportadora del país.

Con el fin de aprovechar tales oportunidades, la Universidad del Azuay como institución académica pasó en el año 2007, a formar parte de la REDCO a través de un convenio interinstitucional suscrito entre la Universidad y CORPEI. En el presente capítulo se detallarán los beneficios de pertenecer a dicha red, y las relaciones que desarrollará la UDA como su miembro.

### 3.1 Antecedentes.

La idea central de CORPEI al crear la Red de Contacto e Información de Doble Vía es que sus miembros trabajen y se interrelacionen a través de la red, es decir, que trabajen a través del *networking*, término que se refiere a la conexión de individuos mediante redes, ayudando a los grupos humanos afines a compartir servicios, productos e información (Glosario Net). De esta manera, y aprovechando la plataforma tecnológica de la que se dispone hoy en día, los miembros de la REDCO, todos ellos relacionados al área del comercio y las relaciones internacionales, pueden establecer vínculos entre sí e intercambiar experiencias, proyectos, puntos de vista, y difundir información relacionada al comercio internacional, sin necesidad de hacerlo físicamente.

Los objetivos específicos por los que fue creada la REDCO incluyen:

- Fortalecimiento de la relación con otras instituciones de prestigio a nivel nacional.
- Llegar de manera directa y más efectiva a exportadores, potenciales exportadores y en general a la sociedad civil de distintas regiones y ciudades del país.
- Difundir el rol y el trabajo realizado por las instituciones miembros de la REDCO a nivel nacional.
- Difundir de manera proactiva, descentralizada y directa los productos y servicios que ofrece la CORPEI a nivel nacional.
- Intercambiar información de interés, servicios y productos entre las dos instituciones.
- Apoyar a la creación o consolidación de Centros de Información Comercial (CIC's) en las instalaciones de los miembros de la Red, para que estos puedan generar su propia inteligencia comercial y brindar estos servicios a sus usuarios.

- Incentivar la relación y el trabajo conjunto entre instituciones públicas, privadas y educativas con el fin de ahorrar tiempo y recursos. (CORPEI, UDA, 2007, pág. 3)

Al participar la Universidad del Azuay en dicho proyecto, lo que pretende es actuar como un punto de contacto, dentro del cual se implemente un Centro de Información Comercial, capaz de generar su propia información comercial a través de sus estudiantes, con el apoyo continuo de CORPEI.

### **3.2 Miembros Actuales de la REDCO.**

En su objetivo por consolidar una red nacional que genere y facilite el intercambio de información comercial, la REDCO ha ido sumando cada vez un mayor número de miembros, provenientes de distintos puntos del país, de tal manera que su diversidad contribuya al enriquecimiento individual de cada uno de ellos. Es así como, actualmente existen 40 instituciones tanto públicas, privadas y educativas, afiliadas a la REDCO (CORPEI, 2009), capaces de trabajar en red, contribuyendo así a la generación de un Centro de Información y de asesoría en comercio internacional.

**Ilustración 17 Miembros REDCO.**

NACIONAL	Federación de Exportadores (FEDEXPOR)
	Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE)
	Federación de Cámaras Binacionales del Ecuador (FECABE)
	Asociación de Municipios del Ecuador (AME)
CARCHI/ TULCAN	Gobernación de la Provincia del Carchi
IMBABURA/ IBARRA	Agencia de Desarrollo Local de Imbabura (PROIMBABURA)
PICHINCHA/ QUITO	Corporación de Promoción Económica (CONQUITO)
	Cámara de Industriales de Pichincha (CIP)
	Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (CAPEIPI)
	Cámara de Agricultura de la I Zona
	Cámara de Comercio Ecuatoriano Americana (ECAMCHAM)
	Federación Ecuatoriana de Industriales del Metal (FEDIMETAL)
	Observatorio de Comercio Exterior (OCE)
	Universidad de las Américas (UDLA)
TUNGURAHUA/AMBATO	Agencia de Desarrollo Local de Ambato (CORPOAMBATO)
	Cámara de Calzado de Tungurahua (CALTU)
	Universidad Tecnológica Indoamericana (UTI)
CHIMBORAZO/ RIOBAMBA	Cámara de Comercio de Riobamba (CCR)
	Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH)
	Escuela Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)
BOLIVAR/ GUARANDA	Corporación de Desarrollo Competitivo de Bolívar (CODECOB)
AZUAY/CUENCA	Agencia de Desarrollo Local de Cuenca (ACUDIR) y Cámara de Comercio de Cuenca (CCC)
	Universidad del Azuay (UDA)
	Cámara de Industriales de Cuenca (CIC)
	Oficina de FEDEXPOR de Cuenca
	Fundación Municipal de Turismo para Cuenca
	Cámara Ecuatoriano - Canadiense del Austro (ECUCAN - Austro)
LOJA	Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL)
	ADE: Agencia Desarrollo Empresarial
ESMERALDAS	Corporación de Desarrollo y Apoyo Provincial de Esmeraldas

MANABI/MANTA	Autoridad Portuaria de Manta
	Oficina de FEDEXPOR de Manta
SANTO DOMINGO	Cámara de Comercio de Santo Domingo (CCSD)
LOS RIOS/ BABAHOYO	Municipio de Babahoyo
GUAYAS/ GUAYAQUIL	Cámara de Agricultura de la II Zona
	Ministerio del Litoral
	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
	Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES)
EL ORO/ MACHALA	Asociación de Cámaras de Producción de Machala (ASOCAPRORO) CORPEI Machala
AMAZONIA	ECORAE

Fuente y Autor: Francisco Andrade-Coordinador Nacional de la REDCO.

La Universidad del Azuay es la única institución educativa de la provincia del Azuay que se encuentra afiliada a esta Red, de manera que tiene ante sí la responsabilidad de actuar como promotora de la misma en la región, a través de la implementación; y posteriormente, exitoso funcionamiento de su propio Centro de Información Comercial (CIC), el cual será manejado exclusivamente por los estudiantes de dicha Universidad y estará al servicio de toda la localidad y el país (Observación propia).

Ante tal situación, es preciso que la Universidad del Azuay inicie la promoción de la REDCO a nivel local, de manera que cada vez exista un mayor número de usuarios que se beneficien de los servicios ofrecidos por el Centro de Información Comercial de la UDA. Uno de aquellos medios de promoción que se propone en este trabajo, es la creación de una base de datos de posibles usuarios de la Red, a los cuales los miembros del Club de Comercio y Negocios Internacionales enviarán de manera constante, información promocionando los servicios y beneficios de utilizar el Centro de Información Comercial de la UDA. Para dicho fin es preciso contar con bases de datos elaboradas por CORPEI, las cuales contienen datos de los posibles usuarios del CIC.

### **3.3 Relaciones de beneficio entre la UDA como miembro de la REDCO y CORPEI.**

La idea central de la REDCO es la de crear puntos de contacto comercial en donde se implementen Centros de Información Comercial (CIC's), de manera que se logre descentralizar el conocimiento del Centro de Inteligencia Comercial (CICO) que funciona dentro de CORPEI; sin embargo, CORPEI no busca protagonismo alguno, sino más bien su intención es la de apoyar a los distintos miembros de la red para que sean ellos quienes generen su propia inteligencia comercial, creando un centro de documentación en cada punto (CORPEI, 2009).

Una de aquellas maneras a través de las cuales CORPEI busca colaborar con los puntos de contacto, o miembros de la REDCO, es la de servir de conector con las distintas redes internacionales de centros de información comercial, como por ejemplo, la Red de Organismos de Promoción Comercial de Iberoamérica, de manera que se puedan establecer relaciones de retroalimentación entre sus miembros y los de la REDCO (Jara). Así mismo, cualquier miembro de la REDCO puede solicitar a CORPEI su apoyo en el acercamiento a consultores, ya sean éstos nacionales o internacionales, gracias a su contacto con redes de consultores internacionales, como son la RECEX (Red de Consultores de Comercio Exterior) o la REDEX (Red de Oficinas Comerciales de CORPEI en coordinación a nivel internacional), entre otras.

Otra de las maneras en las que CORPEI apoyará a la REDCO es a través de la convocatoria y organización de una reunión anual, financiada por dicha entidad (Jara), que busca juntar a los diferentes puntos de contacto pertenecientes a la red ubicados en distintas partes del país, con la idea de estrechar lazos entre ellos y generar ideas que contribuyan a aumentar la cultura exportadora del Ecuador.

Ilustrando lo señalado anteriormente, la Universidad del Azuay, ya como miembro de la REDCO, organizó en el mes de mayo del presente año el primer encuentro universitario de Comercio Exterior (COMEX) en las instalaciones de la Universidad, con la participación de estudiantes universitarios relacionados al área de comercio y relaciones internacionales provenientes de distintas universidades del país, con la idea de fomentar el intercambio y difusión de información relacionada con el comercio exterior. De dicho encuentro se obtuvieron grandes beneficios, que concluyeron con la idea de continuar con dichos encuentros a realizarse cada vez en una ciudad distinta del país. Este hecho pone en evidencia algunas de las ventajas que la Universidad ha podido experimentar al ser miembro de la REDCO, la cual después de este exitoso encuentro pasó a ser tomada a nivel nacional como referente de calidad y como el punto de contacto a nivel universitario, más activo dentro de la REDCO (Observación propia).

Así mismo, los beneficios que en un futuro podrá experimentar la Universidad del Azuay por ser miembro de la REDCO no terminan allí, sino que se prevé aumenten a medida que la Universidad se vaya involucrando cada vez más en la Red, siendo posible el desarrollo de nuevos proyectos conjuntos con los demás miembros de la Red, como por ejemplo, la posibilidad de enviar a estudiantes de la Universidad a que realicen pasantías en las instalaciones de la Cámara de Comercio de Cuenca, Cámara de Industrias de Cuenca, FEDEXPOR, CORPEI, etc.; también, el desarrollo de nuevos encuentros y conferencias sobre comercio exterior, existiendo con ello la posibilidad de que tanto estudiantes como docentes de la Universidad, puedan asistir para recibir o para dictar conferencias sobre este tipo, etc. (Observación propia).

Ilustración 18 COMEX: Primer encuentro universitario de Comercio Exterior.



Fuente: Economista Luis Tonon.

Siguiendo esta misma línea de colaboración conjunta entre CORPEI y los miembros de la REDCO, existe la idea de desarrollar un plan de actividades mensuales, conformado por las actividades que el Centro de Información Comercial realizará, un indicador que mida su resultado, el presupuesto que se necesitará para realizar dicha actividad y su forma de financiamiento; y que además, indique el nombre de la persona delegada por CORPEI para apoyar la realización de tal actividad. A sabiendas de que el trabajo de la REDCO es de doble vía, es decir, existe una retroalimentación entre sus miembros y CORPEI, la elaboración de dicho plan servirá de guía para el trabajo mensual que realice el Centro de Información Comercial (Jara). De tal manera que cuando cualquiera de las partes, ya sea CORPEI o bien los miembros del CIC, encuentren determinadas necesidades de investigación, las propondrán para ser incluidas en el plan de actividades mensual.

**Ilustración 19 Plan de Actividades.**

<b>PLAN DE ACTIVIDADES MENSUAL DEL CIC DE LA UDA</b>						
Actividad	Inicio de actividad	Fin de actividad	Indicador	Costo	Financiamiento	Representante CORPEI

Fuente y Autor: Isabel Cordero

### **Conclusiones.**

No cabe duda que al participar la Universidad del Azuay como miembro activo de la red de centros de apoyo al comercio: REDCO, que promueve CORPEI, se está aprovechando una oportunidad de crecimiento y enriquecimiento que beneficiará no solo a los estudiantes universitarios, sino también a la ciudadanía en general, ya que se brindará un servicio de calidad.

Ahora bien, integrar la REDCO implica un compromiso de excelencia y responsabilidad; es así, que se determinó la importancia que cada miembro funcione como punto de contacto en el que se desarrolle un programa de formación exportadora, cuyo objetivo es capacitar a estudiantes y empresarios en liderazgo y espíritu exportador; para ello, el trabajo en equipo ocupa un lugar primordial, debiendo existir la continua retroalimentación entre los diferentes miembros de la REDCO.

Si bien, cada miembro tendrá la facultad de generar su propia inteligencia comercial con el fin de servir al usuario, CORPEI como la organización nacional de promoción comercial, será la encargada de apoyar a cada punto de contacto en el cumplimiento de sus actividades, ya sea proporcionando información, brindando capacitación, o contactando a especialistas en temas relacionados al comercio exterior, de manera que se facilite el levantamiento y difusión de información comercial.

## **CONCLUSIONES FINALES.**

Tras analizar la importancia que ha adquirido hoy en día el desarrollo del comercio internacional, se llegó a la conclusión de que, la existencia de centros de apoyo al comercio que generen y ofrezcan información comercial de calidad, es imperante; razón por la cual, es necesario que se fomente la implementación y puesta en funcionamiento del Centro de Información Comercial (CIC) en la Universidad del Azuay, tanto para la institución como para la ciudadanía ecuatoriana en general, ya que su objetivo principal es precisamente apoyar al levantamiento e intercambio de información comercial, contribuyendo así al desarrollo de una cultura exportadora en el país.

Por su parte el CIC estará organizado de tal manera que sus miembros, estudiantes de la Universidad del Azuay, trabajen en equipo de manera eficiente y responsable, ofreciendo diferentes servicios de manera gratuita, que ayudarán a sus usuarios a empaparse de conocimientos e información comercial de interés. Para este fin, se estableció la importancia de que el Centro cuente con un espacio físico para desarrollar sus actividades, estando éste ubicado al interior del edificio de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UDA, específicamente en la oficina designada a la Dirección de la Escuela de Estudios Internacionales.

Si bien, los servicios que prestará el CIC son gratuitos, requiere de un monto de inversión inicial y un gasto mensual para su correcto funcionamiento. Ante esta situación, y tras realizar las consultas respectivas, se determinó que la Universidad del Azuay financiará en su totalidad el monto de inversión inicial del proyecto, mientras que el financiamiento de los gastos mensuales que se incurra en el mismo, se realizará mediante el cobro a cada estudiante de la carrera de Estudios Internacionales, de una cantidad extra, la cual servirá para cubrir en su mayoría los costos mensuales del Centro.

Ahora bien, resulta necesario fomentar, paralelamente a la implementación del CIC, la consolidación del Club de Comercio y Negocios Internacionales, que actuará como una red de estudiantes encargados de llevar a cabo las tareas del CIC. Para ello, al igual que el CIC, el Club tendrá a su disposición la oficina designada a la Asociación de Escuela de Estudios Internacionales, ubicada al interior del edificio de la Facultad de Administración de la Universidad del Azuay. Además, se pensó que era conveniente que los estudiantes miembros del Club reciban las capacitaciones necesarias por parte de personal de CORPEI en cuanto al manejo del Centro se refiere, de manera que la prestación de servicios se la realice con excelencia. Cabe señalar también, que el Club de Comercio y Negocios Internacionales estará estructurado internamente, de tal manera que la coordinación con el CIC sea directa y continua, estando sus distintas áreas estrechamente relacionadas con las del CIC.

Finalmente, y no por ello menos importante, cabe mencionar que la Universidad del Azuay con su Centro de Información Comercial, actuará como punto de contacto dentro de una red de centros de apoyo al comercio, creada por CORPEI, denominada REDCO. Como miembro de dicha red, la UDA tendrá la oportunidad de intercambiar información con distintas instituciones tanto públicas como privadas, también miembros de la misma, de manera que se consolide una red de comunidades interconectadas, cuyo objetivo es el levantamiento y difusión de información comercial a través del uso de las plataformas tecnológicas existentes, contribuyendo así a la formación exportadora del país.

Tomando en consideración las conclusiones a las que se ha podido llegar a lo largo de este trabajo, aspiro a que se apruebe lo antes posible este proyecto y se implemente el Centro de Información Comercial en las instalaciones de la Universidad del Azuay, de manera que, tanto los estudiantes como la Universidad en general puedan percibir las ventajas y beneficios de pertenecer

y actuar como miembro de una comunidad nacional de contactos de comercio internacional.

## **ANEXOS.**

### **Anexo 1 Estructura orgánico-funcional del CIC.**

El presente Manual de Organización y Funciones ha sido elaborado con el propósito de reflejar los objetivos, líneas de responsabilidad y coordinación, así como las principales funciones de cada una de las áreas del Centro.

Dada la importancia que reviste el Centro de Información Comercial y su incidencia para la Universidad del Azuay y sus estudiantes, se hace necesario contar con un documento que sirva de referencia formal para regular la posición y campos de actuación de cada instancia específica; de manera que se convierta en una herramienta de consulta permanente que permita a los miembros del Centro, orientarse en la ejecución de su trabajo.

#### **Estructura orgánico-funcional del CIC.**

##### **TITULO I**

##### **Generalidades**

El Manual de Funcionamiento del Centro de Información Comercial de la UDA está diseñado para describir la conformación estructural del Centro, en sus diferentes niveles jerárquicos de autoridad, responsabilidad, amplitud de decisiones, ámbito de acción y relaciones de dependencia, así como determinar las funciones básicas que corresponden ejecutar a cada una de las unidades (Club de Profesionales Universitarios Concordia, pág. 1). Este documento básico que regula el funcionamiento de la estructura orgánico-funcional del CIC, pretende contribuir a la consolidación y fortalecimiento de una cultura organizacional, a través de un trabajo mancomunado de todos sus miembros, en beneficio del Centro y de sus miembros, y de la comunidad en general.

## TITULO II

### Del Centro de Información Comercial

**Artículo 1. Definición.** El CIC es un Centro de Información y Asesoría Comercial, creado a través de un convenio de cooperación interinstitucional entre los socios estratégicos del sector privado, público y académico, con la finalidad de apoyar la internacionalización de la oferta exportable del país, asesorar y orientar tanto a pequeños y medianos empresarios, así como a los futuros empresarios (estudiantes) en la exportación de productos nacionales y así fomentar la generación de una cultura exportadora en la región y el país, todo esto a través de un servicio integral de información sobre productos, mercados, índices comerciales, entre otros (CORPEI, UDA, 2007, pág. 2).

**Artículo 2. Objetivos.** Son fines y objetivos del Centro:

- Descentralizar el conocimiento del CICO (Centro de Inteligencia Comercial de CORPEI).
- Transferir el know-how de ciertos servicios que ofrece CORPEI a los centros para que sean ellos mismos los encargados de crear su propia inteligencia comercial que esté disponible para los usuarios del Centro.
- Brindar a los estudiantes relacionados con el Comercio Exterior en especial, y al público interesado en general, información y asesoría en temas relacionados con el Comercio Exterior, con la finalidad de promover las exportaciones nacionales y generar una fuerte y sólida cultura exportadora.
- Servir de centro de acopio de estudiantes interesados en realizar pasantías presenciales, no remuneradas, como un servicio que se ofrece a CORPEI.
- Proponer y desarrollar conjuntamente con CORPEI, temas de investigación relacionados con el comercio internacional, que sean

de interés para dichas instituciones.

- Construir relaciones de beneficio mutuo entre las distintas instituciones tanto públicas, privadas, como académicas, que conforman la Red de Información y Contacto de Doble Vía (REDCO) (CORPEI, UDA 2007, pág. 3).

### TITULO III

#### Organización Administrativa

#### DEL DIRECTOR

**Artículo 3.** Corresponderá al Director del Centro la dirección y administración del instituto, conforme al reglamento de la Universidad del Azuay, de la Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversión y el presente manual.

**Artículo 4.** El Director del Centro deberá por reglamento ser un docente de la Universidad del Azuay, con los conocimientos necesarios para administrar un centro como el mencionado.

**Artículo 5.** El Director durará dos años en funciones, siendo sujeto de reelección.

**Artículo 6.** Son funciones del Director:

- a) Velar por el correcto funcionamiento y cumplimiento de objetivos del Centro, para lo cual deberá nombrar a un Coordinador del Centro y colaborar en conjunto para la obtención de las metas institucionales.
- b) Coordinar quincenalmente una reunión ordinaria con el Coordinador del Centro para conocer el estado actual de éste y tomar decisiones futuras.
- c) Fomentar convenios entre el Centro y otros organismos, tanto públicos como privados que pertenezcan a la REDCO (Club de excelencia en sostenibilidad, 2002, pág. 5).

## DEL COORDINADOR DEL CENTRO

**Artículo 7.** Corresponderá al Coordinador del Centro, además de aquellas funciones designadas por el Director, las siguientes funciones:

- a) Coordinar el trabajo de todas las áreas del Centro, debiendo velar por el cumplimiento de todos y cada uno de los objetivos, metas reglamentos que aplican para el mismo.
- b) Nombrar coordinadores para cada área, designar conjuntamente las funciones para los miembros de cada área del Centro y supervisar directamente su trabajo.
- c) Dictar, modificar y actualizar conjuntamente con el Director, los manuales de funcionamiento, de ética, de procedimientos, y demás que rijan para el Centro.
- d) Elaborar los informes que solicite el Director.
- e) Desarrollar y coordinar la difusión de los servicios que brinda el Centro.

## DE LA SECRETARIA

**Artículo 8.** Son atribuciones y deberes de la Secretaria:

- a) Llevar los libros de registro de las solicitudes atendidas, el número de quejas recibidas y el registro del número de miembros del Club.
- b) Ser el medio de comunicación entre el Director y los demás miembros, en cuanto a la fecha y hora de las reuniones, y debates sobre cumplimiento de objetivos.
- c) Encargarse de enviar por correo electrónico los cuestionarios sobre satisfacción del usuario.
- d) Realizar las demás funciones que el Director o el Coordinador del Centro le encomienden (Comité de Damas de la Cámara de Construcción de Cuenca, 2007, pág. 18).

## DE LOS DEMÁS MIEMBROS DEL CENTRO

**Artículo 9.** El Centro de Información estará constituido por un Club de Comercio y Negocios Internacionales, integrado por aquellos alumnos de la Universidad del Azuay, estudiantes de la carrera de Estudios Internacionales que se hayan inscrito como miembros del mismo.

**Artículo 10.** Serán funciones de los miembros del Centro:

- a) Asumir las funciones que les fueren asignadas y colaborar con las tareas que se les encomiende.
- b) Asesorar y orientar al usuario acerca de cualquier inquietud que solicite.
- c) Brindar un servicio excelente, pensando siempre en el usuario.
- d) Someterse a los métodos de vigilancia y evaluación de resultados que utilizará eventualmente el Director conjuntamente con los coordinadores de área (Comité de Damas de la Cámara de Construcción de Cuenca, 2007, pág. 6).

## TITULO IV

### Costos del servicio

**Artículo 11. De la gratuidad de los servicios.** Los servicios que ofrecerá el Centro de Información Comercial serán gratuitos, no teniendo que costear el usuario ningún importe por el servicio recibido.

**Artículo 12.** El presente Manual entrará en vigencia tan pronto se apruebe el proyecto.

Dado en la Universidad del Azuay, el día...

Fuente y Autor: Isabel Cordero

## **Anexo 2 Estructura orgánico-funcional del Club.**

### **Estructura orgánico - funcional del Club.**

El Club de Comercio y Negocios Internacionales es una agrupación de estudiantes de la Universidad del Azuay, que en conjunto con la CORPEI desarrollarán proyectos de investigación de mercados, capacitación a sus miembros, elaboración de conferencias, seminarios sobre comercio exterior, y brindarán información sobre exportaciones e importaciones del Ecuador a personas y empresas que la requieran, para realizar cualquiera de estas actividades.

El Club de Comercio y Negocios Internacionales espera alcanzar solidez a nivel local y convertirse en una red de beneficios a nivel nacional tanto para los miembros como para las empresas dedicadas al comercio internacional. Constituido formalmente el "Club De Comercio y Negocios Internacionales" a continuación se da información de los acuerdos estatutarios.

#### **TÍTULO I**

#### **Denominación, domicilio, duración, ámbito y finalidades del Club**

##### **Artículo No.1 Denominación**

Con la denominación de CLUB DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES de LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY, se constituye un Club, sin ánimo de lucro, que goza de personalidad jurídica propia y con plena capacidad de obrar.

##### **Artículo No. 2 Domicilio**

El domicilio del Club se establece en el Campus de la Universidad del Azuay, ubicado en el cantón Cuenca, Provincia del Azuay, en la Avenida 24 de Mayo y Hernán Malo. El citado domicilio podrá ser trasladado mediante acuerdo

del Comité Ejecutivo (Club de excelencia en sostenibilidad, 2002, pág.2).

### **Artículo No. 3 Duración**

El Club se constituye por tiempo indefinido. Su disolución podrá ser acordada a tenor de lo dispuesto en el presente Estatuto.

### **Artículo No. 4 Ámbito territorial**

La Asociación tiene un ámbito principal de actuación en la ciudad de Cuenca, aunque podrá realizar actividades a nivel nacional, pudiendo establecer las delegaciones que estime oportunas a nivel internacional.

### **Artículo No. 5**

El Club, en ejercicio de su personalidad jurídica, gozará de plena capacidad para obrar, adquirir, poseer, recibir y disponer de toda clase de bienes, así como para contraer obligaciones y ejercitar acciones civiles, administrativas o penales, sin más limitaciones que las establecidas en las leyes(Club de Leones, 2009, pág. 3).

### **Artículo No. 6**

El Club, aún teniendo en cuenta su carácter no lucrativo, podrá establecer convenios o contratos con los Organismos de la Administración Universitaria en sus distintos niveles, con los Organismos o Entidades Nacionales o Internacionales, que tengan como contenido la promoción y el desarrollo de la actividad de comercio exterior.

### **Artículo No. 7 Objetivos**

Constituyen objetivos primordiales del Club:

1. Ser el grupo estudiantil de mayor reconocimiento en la localidad.
2. Ser el grupo de referencia dentro de las Universidades del país, en el campo de Comercio Exterior.

3. Fomentar los vínculos entre la Universidad y la empresa privada.
4. Fomentar el comercio internacional dentro de la ciudad.
5. Incentivar a la comunidad universitaria el interés por el comercio internacional.
6. Desarrollar actividades que permitan la correcta capacitación de los miembros del Club.
7. Obtener auto sustentabilidad financiera tanto de corto como de largo plazo.
8. Coordinar oportunidades de negocio entre los asociados, de mutuo acuerdo, y la suma de sinergias exportadoras y de inversión entre los asociados (Club de Profesionales Universitarios Concordia, pág. 1).
9. El Club igualmente tendrá carácter formativo, cultural, docente y social.

Perseguirá los siguientes fines:

- a) Fomentar y desarrollar todo tipo de actividades relacionadas con la educación, cultura, formación, enseñanza e investigación en general.
- b) Promover, patrocinar y desarrollar actividades científicas de perfeccionamiento e investigación de las enseñanzas en todos sus grados, mediante formulación de programas, así como asesoramiento y colaboración con otras sociedades e instituciones de todo tipo, autonómicas, nacionales o extranjeras, existentes o que se creen en el futuro.

c) Fomentar y desarrollar actividades de colaboración entre diferentes Empresas, Instituciones, Asociaciones, Organismos nacionales, autonómicos, extranjeros o internacionales, existentes o que se creen en el futuro.

d) Impulsar, estimular y desenvolver acciones en la esfera privada, que faciliten la implantación y el desarrollo de las políticas de empleo establecidas por las administraciones públicas; llevar a buen término actuaciones que posibiliten la información, la orientación, la formación y la promoción profesionales(Club de Profesionales Universitarios Concordia, pág. 1).

e) Aconsejar los temarios y cursos extracurriculares en materia de comercio exterior, exportación, importación, ventas internacionales y cualquier materia de habilidades empresariales o directivas, que tengan como fin el incremento de las exportaciones ecuatorianas.

## TITULO II

### **Ámbito profesional, miembros, admisión, baja, separación y régimen disciplinario**

#### **Artículo No. 8 Ámbito profesional**

La actividad de los miembros del Club consistirá en aportar sus servicios a terceros, para la solución de los problemas relativos a comercio exterior.

#### **Artículo No. 9 Composición**

El Club se constituirá de:

1. Miembros Fundadores: serán Miembros Fundadores las personas físicas que lleven a cabo su constitución, y que firmen al pie de los presentes Estatutos (Club de Profesionales Universitarios Concordia, pág. 2).

2. Miembros Activos: serán todas las personas físicas interesadas directamente en el desarrollo del Club, las cuales serán aceptadas como tales por el Comité Ejecutivo (Club de Profesionales Universitarios Concordia, pág.2).
3. Miembros Honorarios: serán quienes honren al Club con su presencia por el hecho de su situación personal, profesional o servicios que haya podido prestar a éste, y que por acuerdo del Comité Ejecutivo sean así reconocidos (Club de Profesionales Universitarios Concordia, pág. 2).

#### **Artículo No. 10 Miembros**

Podrán ser Miembros del Club los estudiantes de la Universidad del Azuay que cumplan los siguientes requisitos:

1. Ser estudiante matriculado en la Universidad del Azuay
2. Haber aprobado por lo menos un ciclo en cualquiera de las carreras de la Universidad del Azuay.

#### **Artículo No.11 Admisión**

Las personas físicas que deseen ingresar al Club deberán presentar la correspondiente Solicitud por escrito, dirigida al Presidente del Club, manifestando su voluntad de integrarse al mismo, acompañando además a la solicitud, la documentación y justificativos requeridos, que en este caso serían, el Comprobante de pago del ciclo en curso, la Cédula de Identidad, y el Carnet Estudiantil. A la vista de la documentación recibida, el Comité Ejecutivo del Club decidirá, por mayoría de dos tercios de sus miembros, sobre la admisión o no del solicitante. En caso positivo se informará del alta a todos los miembros de la Asociación. El acuerdo deberá ser ratificado en la primera Reunión General que se celebre.

Contra la negativa de admisión, el solicitante afectado podrá recurrir ante el

propio Comité Ejecutivo que decidirá en última instancia. En el domicilio del Club existirá un Libro de Registro de Miembros, en el que se consignarán las altas y bajas que se produzcan, con anotación de su correspondiente fecha (Club de leones, pág. 3).

#### **Artículo No. 12 Derechos y obligaciones**

Los miembros del Club tendrán derecho a:

1. Participar en las Asambleas Generales, con voz y voto libre y secreto.
2. Ser elegibles para los cargos del Club.
3. Recibir y disfrutar los beneficios derivados de las actividades que desarrolla el Club.
4. Solicitar la convocatoria de reuniones deliberatorias para tratar temas determinados, siempre que la solicitud venga suscrita como mínimo por la quinta parte de los votos que integran los miembros (Comité de Damas de la Cámara de Construcción de Cuenca, 2007, pág. 7). La condición de miembro del Club llevará implícito el compromiso de aceptación y cumplimiento de los presentes Estatutos, de las decisiones tomadas por el Club sobre la base de los mismos, así como de todas las obligaciones impuestas como consecuencia de acuerdos válidamente adoptados y, entre ellas, las de carácter económico.

#### **Artículo No. 13 Bajas**

Los Miembros podrán ser sujetos de baja en el Club por desaparición de su actividad estudiantil, petición propia, o exclusión.

En el caso de baja a petición propia, deberán comunicarlo por escrito con al menos un (1) mes de antelación.

Los miembros del Club podrán dejar de pertenecer a la misma, notificando su deseo por escrito certificado dirigido al Presidente.

Si la baja se da por exclusión, los motivos para ello podrán ser uno o varios de los siguientes:

- Dejar de tener como actividad relevante, la que es objeto del Club.
- Dejar de cumplir algunas de las condiciones de admisión fijadas en estos Estatutos.
- Haber cometido una grave violación del correspondiente Estatuto. El Comité Ejecutivo del Club analizará y decidirá, por mayoría de dos tercios, si procede la situación de baja del Miembro, el cual podrá recurrir ante la primera Asamblea General que se celebre (Comité de Damas de la Cámara de Construcción de Cuenca, 2007, pág. 10).
- Los Miembros que causen baja, o que sean separados del Club, perderán todo derecho.
- De la baja de cualquier miembro del Club se dará cuenta a todos los miembros de la misma, para su conocimiento.

#### **Artículo No. 14 Faltas**

Se considerarán faltas cometidas por los Miembros:

- El incumplimiento de cualquier obligación impuesta en el Estatuto del Club.
- La infracción de cualquier acuerdo válidamente adoptado por la Asamblea General, o por el Comité Ejecutivo del Club.

- Las que atenten al prestigio y buen nombre del Club, o de alguno de sus miembros.

- Cometerá falta un miembro al no asistir a más de tres reuniones consecutivas y/o a los eventos organizados por el Club.

#### **Artículo No.15 Sanciones**

Las sanciones que se podrán imponer al Miembro, por el Comité Ejecutivo del Club, y siempre con motivación debidamente acreditada, serán las siguientes(Club de Profesionales Universitarios Concordia, pág.3) :

- Pérdida de los derechos de asociado por un plazo máximo de un año.

- Inhabilitación para cargos representativos y directivos del Club.

- Separación del Club.

El Club y sus componentes quedarán exentos de toda responsabilidad en razón de eventuales perjuicios que, directa o indirectamente, pudieran resultar de la separación ocasionada.

En caso de separación, el Miembro aludido no podrá ser readmitido bajo ninguna circunstancia.

### **TÍTULO III**

#### **Órganos de Gobierno**

#### **Artículo No. 17 Órganos rectores**

Se establecen como órganos rectores del Club:

- La Asamblea General

- El Comité Ejecutivo

### **Artículo No.18 De la Asamblea General**

La Asamblea General, debidamente convocada y constituida, es el órgano supremo del Club, y sus acuerdos serán obligatorios para todos sus miembros.

1. Carácter: Las Asambleas Generales podrán ser ordinarias y extraordinarias, y a las mismas deberán asistir la totalidad de los miembros.

2. Convocatorias: Las Asambleas Generales serán convocadas por el Presidente, mediante cualquier medio que permita informar fehacientemente a los miembros de su celebración, con una antelación mínima de ocho días laborables. Si no existiere el quórum estatutario, la Asamblea General se dará por válida luego de veinte minutos de espera, con los miembros presentes (Club de excelencia en sostenibilidad, 2002, pág. 4).

En la convocatoria se incluirá el Orden del Día a tratar.

Las Asambleas que tengan carácter de Extraordinarias, se reunirán cuando lo estime pertinente el Presidente del Club, o por acuerdo adoptado por mayoría simple del Comité Ejecutivo, o a solicitud de, al menos, el cincuenta por ciento de los votos de los miembros, en fecha en que se presente la solicitud, proponiendo en este caso un Orden del Día concreto (Comité de Damas de la Cámara de Construcción de Cuenca, 2007, pág. 11).

La Asamblea General Ordinaria se reunirá por lo menos una vez cada trimestre.

El Club se reunirá en Asamblea General Extraordinaria, en los supuestos

previstos en los presentes Estatutos.

3. Constitución: La Asamblea General, tanto Ordinaria como Extraordinaria, quedará válidamente constituida en primera convocatoria, cuando concurran a ella la mitad más uno de los votos de los miembros que integran la totalidad del Club, y en segunda convocatoria, con cualquiera que sea el número de miembros presentes.

4. Votos: cada miembro dispondrá de un voto.

5. Facultades:

Es competencia tanto de la Asamblea General Ordinaria como de la Extraordinaria:

1°. La aprobación o modificación de Estatutos. Cuando la modificación afecte a los derechos u obligaciones de los miembros, se requerirá para su validez la aprobación mayoritaria de dos tercios de los votos de los miembros que estuvieren presentes en la Asamblea.

2°. Escoger a los miembros componentes del Comité Ejecutivo.

3°. Elegir mediante voto libre y secreto a los socios miembros que constituirán el Comité Ejecutivo.

4°. La fijación de aportaciones económicas excepcionales.

5°. La incorporación o separación del Club respecto a cualquier organización de ámbito más amplio.

6°. Acordar el cese del Presidente, Vicepresidente o Vocales del Comité Ejecutivo, ante propuestas suscritas por mayoría absoluta de los miembros del Comité Ejecutivo o dos tercios de los votos de los Miembros

del Club.

7°. La disolución del Club, aprobada por el noventa por ciento de la totalidad de los miembros.

8°. Aprobar el Presupuesto anual de ingresos y gastos, así como las cuotas a satisfacer por parte de los miembros.

9°. Aprobar el Reglamento Interno, atendiendo las propuestas que haga el Comité Ejecutivo.

10°. Ratificar la admisión y baja de miembros.

11°. Aprobar el nombramiento de Socios de Honor y Entes Colaboradores y Adherentes, a propuesta del Comité Ejecutivo.

12°. Cualquier otro acuerdo que el Comité Ejecutivo, por su importancia o urgencia, acuerde someterle (Club de Profesionales Universitarios, pág. 6).

6. Acuerdos:

Las decisiones de la Asamblea General se adoptarán mediante sufragio libre y secreto, por mayoría simple de los votos emitidos, salvo lo establecido en determinados casos en los presentes Estatutos.

Un resumen de las discusiones y acuerdos de la Asamblea General, así como la relación de miembros presentes, se hará constar en un Libro de Actas firmado por el Presidente y el Secretario General del Club. Las certificaciones de las Actas serán expedidas por el Secretario General con el visto bueno del Presidente.

## **Artículo No.19 Del Comité Ejecutivo**

### 1. Constitución:

El Comité Ejecutivo estará constituido por el Presidente del Club, el Secretario General y los Presidentes de las tres áreas que conforman la estructura del Club.

### 2. Convocatorias:

El Comité Ejecutivo se reunirá una vez al mes obligatoriamente. No podrá transcurrir más de tres meses sin que se hubiese convocado y reunido en sesión el Comité Ejecutivo.

Las convocatorias se cursarán a nombre del Presidente con cuarenta y ocho horas de antelación, por lo menos, al día de la reunión. El Comité Ejecutivo se entenderá válidamente constituido en primera convocatoria, cuando se encuentren presentes, al menos, la mitad más uno de sus miembros, y en segunda convocatoria luego de quince minutos, con los miembros presentes(Club de excelencia en sostenibilidad, 2002, pág. 5).

Un miembro podrá conceder su representación en favor de otro miembro del Comité Ejecutivo, por escrito y con carácter específico para cada reunión.

### 3. Facultades:

El Comité Ejecutivo estará investido de los más amplios poderes y plenas facultades para obrar en nombre del Club frente a terceros, regular los procedimientos correspondientes y realizar las actuaciones necesarias en todos los órdenes de hecho y esferas de derecho; incluye, por tanto, en el ámbito de su competencia, todo cuanto haga referencia a los fines y objetivos del Club, siempre que no esté reservado a otros órganos por los presentes Estatutos.

El Comité Ejecutivo, como órgano de gobierno del Club, tiene, entre otras,

las siguientes facultades:

- 1º. Dirigir y controlar las actividades del Club.
- 2º. Presentar a la Asamblea General el presupuesto anual de ingresos y gastos, proponiendo las cuotas excepcionales de los miembros.
- 3º. Acordar la adquisición o pérdida de la condición de miembro, sometida a la ratificación de la Asamblea General.
- 4º. Asumir la representación jurídica del Club, otorgar poderes, ejecutar derechos y acciones en juicio y fuera de él, ante toda clase de Autoridades, Corporaciones y Tribunales (Club de excelencia en sostenibilidad, 2002, pág. 11), con la más amplia representación y sin excepción alguna, así como realizar toda clase de actos de disposición y dominio y contraer obligaciones respecto a sus bienes, cualquiera que sea su naturaleza.
- 5º. Preparar la Memoria anual de las actividades, así como las cuentas del ejercicio para su presentación a la Asamblea General.
- 6º. Proponer a la Asamblea General el programa de actuación para cada ejercicio, así como las políticas a desarrollar a mediano y a largo plazo.
- 7º. Ejecutar o hacer que se ejecuten los acuerdos de la Asamblea General.
- 8º. Proponer para su ratificación a la Asamblea General, el Reglamento Interno que pueda regular sus procedimientos, así como su modificación.
- 9º. Crear Delegaciones, informando a la Asamblea General.
- 10º. Juzgar actuaciones y disponer sanciones según los presentes Estatutos,

y especialmente en el caso en que exista una denuncia por otro miembro o por terceros.

11°. Recopilar, para su difusión entre sus miembros, la información sobre la situación y evolución del mercado, así como cualquier innovación técnica, comercial o de calidad, que se produzca dentro del ámbito que le es propio.

12°. Fomentar la cooperación entre los miembros del Club, promoviendo medidas de orden interno que mejoren las posibilidades e imagen de la misma.

13°. Cualquier actuación no reservada a la Asamblea General y a otros órganos, por los presentes Estatutos, se hará constar en un Libro de Actas que será firmado por el Presidente y el Secretario. Las certificaciones de las actas serán expedidas por el Secretario General, con el visto bueno del Presidente.

#### 4. Causas de Cese:

Los miembros del Comité Ejecutivo podrán cesar por fallecimiento de la persona física, renuncia voluntaria, transcurso del plazo para el que fueron elegidos y acuerdo adoptado por los miembros reunidos en Asamblea General Extraordinaria convocada a tal efecto.

#### **Artículo No. 20 De la Presidencia**

El Presidente es el representante del Club ante los diferentes organismos y el principal ejecutor de las actividades y programas del Club, y quien elige a los miembros de su Comité Ejecutivo.

Para poder optar al cargo de Presidente del "Club de Comercio y Negocios Internacionales" es necesario cumplir con los requisitos necesarios para ser miembro del Club.

Las funciones del Presidente del Club serán las siguientes:

1°. Ostentar la representación legal de la misma en actos oficiales, públicos, corporativos y privados, pudiendo delegar su representación (Comité de Damas de la Cámara de Construcción de Cuenca, 2007, pág. 17).

2°. Convocar, presidir y dirigir toda clase de reuniones de los órganos rectores del Club, siendo su voto de calidad en caso de empate.

3°. Fijar el Orden del Día a tratar en las reuniones a celebrar por los órganos rectores, de conformidad con lo dispuesto en estos Estatutos.

4°. Desempeñar la Presidencia del Club, ejecutando los acuerdos del Comité Ejecutivo y de la Asamblea General (Comité de Damas de la Cámara de Construcción de Cuenca, 2007, pág. 17).

5°. Cumplir las funciones o la ejecución de actos o acuerdos que la Asamblea General o el Comité Ejecutivo puedan encomendarle con carácter específico.

#### **Artículo No. 22 De la Secretaría General**

El Comité Ejecutivo nombrará un Secretario General, a quien corresponderá las siguientes funciones:

1°. Velar por la observancia de los Estatutos, el Reglamento Interno y otras normas de funcionamiento del Club.

2°. Asumir la jefatura directa de todo el personal y servicios del Club.

3°. Actuar como Secretario del Comité Ejecutivo y de la Asamblea General, con voz y voto, pudiendo ser asistido por un Secretario de Actas.

## TITULO IV

### Régimen Económico

#### **Artículo No. 23 Recursos**

Los recursos del Club procederán de cualquiera de las siguientes fuentes:

1°. Las subvenciones y ayudas recibidas de la Administración Pública y otros Organismos, nacionales o internacionales (Club de excelencia en sostenibilidad, 2002, pág. 9).

2°. Las donaciones, legados y aportaciones financieras diversas que pudieran ser otorgadas al Club.

3°. Los ingresos derivados de acuerdos, conciertos, contratos y convenios, establecidos con la Administración en sus distintos niveles, y otros Organismos Públicos, nacionales, internacionales, o de terceros países, como contrapartida no lucrativa al desarrollo de estudios y otras actividades de interés para el Club.

4°. Los ingresos que pueda obtener por sus propios medios, tales como cursos, publicaciones, audiovisuales, etc.

El Club en el momento de su constitución carece de Patrimonio Inicial.

#### **Artículo No. 24 Administración**

El ejercicio económico dará comienzo el día 1 de Enero y se cerrará el 31 de Diciembre de cada año.

En el curso del primer trimestre de cada año, el Comité Ejecutivo rendirá informe a la Asamblea General sobre la actividad del Club durante el ejercicio anterior, y someterá a la aprobación de la Asamblea General la Cuenta de

Ingresos y Gastos efectuados durante dicho ejercicio, así como el Presupuesto para el ejercicio en curso, que será aprobado o rectificado por la Asamblea General (Club de excelencia en sostenibilidad, 2002, pág. 9).

La Secretaría General del Club, auxiliada por el personal administrativo correspondiente, llevará los libros de cuentas que estarán a disposición de todos los miembros, dirigiendo la contabilidad y el régimen económico.

#### **Artículo No. 25 Cuotas**

Todo miembro del Club estará obligado a satisfacer las cuotas excepcionales que se establezcan.

El Comité Ejecutivo propondrá a la Asamblea General, para su aprobación, tanto la fijación de las cuotas anuales, como el Presupuesto de ingresos y gastos para cada ejercicio.

La Asamblea General podrá acordar el pago de una cuota de ingreso así como de las cuotas extraordinarias que se precisen, para cubrir las obligaciones que puedan contraerse.

### **TÍTULO V Disolución del Club**

#### **Artículo No. 26**

El Club se disolverá por la siguiente causa:

- Por voluntad de los miembros expresada en la Asamblea General Extraordinaria, con acuerdo del noventa por ciento de la totalidad de los miembros del Club.

#### **Artículo No. 27**

En caso de disolución, la Asamblea General designará una Comisión

Liquidadora que procederá, en primer lugar, a la liquidación del pasivo pendiente, si lo hubiere, y el remanente se destinará a ser repartido entre las entidades benéficas que se acuerde(Club de excelencia en sostenibilidad, 2002, pág. 10).

## **TÍTULO VI**

### **Disposiciones Finales**

#### **Artículo No. 28**

En el supuesto de una inexistencia de norma estatutaria o reglamentaria aplicable a situaciones concretas, se atenderá a la legislación específica de clubes vigente en ese momento.

Fuentes y Autores: Andrés Ullauri – Isabel Cordero

## REFERENCIAS.

- Andrade, Francisco. Presentación Networking. Guayaquil, 2007.
- . Presentación REDCO-CORPEI. Guayaquil, 2007.
- . Presentación Unidades de Apoyo (REDCO). Guayaquil, 2008.
- Arosemena, Guillermo. «Ecuador Exporta.» 2008. 10 de 2009 <<http://www.ecuadorexporta.org>>.
- Banco Central del Ecuador. «Banco Central del Ecuador.» 2009. Noviembre de 2009 <<http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000935>>.
- Castillo, Carolina. «Club de Negocios Internacionales UDLA.» 02 de 2009. 10 de 2009 <<http://clubnegociosudla.blogspot.com/2009/02/las-medidas-arancelarias-y-las.html>>.
- «Club de excelencia en sostenibilidad.» 30 de 09 de 2002. 06 de 2009 <[www.clubsostenibilidad.org/documentacion/estatutos.pdf](http://www.clubsostenibilidad.org/documentacion/estatutos.pdf)>.
- «Club de Leones.» 06 de 2009 <[www.lionsclubs.org/SP/common/pdfs/la2.pdf](http://www.lionsclubs.org/SP/common/pdfs/la2.pdf)>.
- «Club Profesionales Universitarios Concordia.» 06 de 2009 <[www.profesionalesclub.com.ar/formularios/ESTATUTO.doc](http://www.profesionalesclub.com.ar/formularios/ESTATUTO.doc)>.
- Comité de Damas de la Cámara de Construcción de Cuenca. Estatuto del Comité de Damas de la Cámara de Construcción de Cuenca. Cuenca, 2007.
- CORPEI. CORPEI. 2008. 06 de 2009 <<http://www.corpei.org>>.
- . «Fuentes de Información Comercial.» Cuenca.
- Glosario Net. 2003 - 2009. 23 de 09 de 2009 <<http://tecnologia.glosario.net/>>.
- Jara, Estefanía. Cómo funciona un Centro de Información Comercial Isabel Cordero. Julio de 2009.
- Millet, Montserrat. «La Caixa.» 2009. Septiembre de 2009 <<http://www.lacaixa.comunicacions.com/se/pbei.php?idioma=esp&llibre=24>>.
- Ortega, Grace, Paola Rosas y Hugo Arias. «La estructura del comercio exterior ecuatoriano y su incidencia en el desarrollo económico y social.» 1999. Septiembre de 2009 <[www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/334/1/595.pdf](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/334/1/595.pdf)>.

Portal PIPE. 2005. 06 de 2009

<[http://www.portalpipe.com/icex/applications/PIPE2000/cda/controller/pagePIPE/0,4651,5112418\\_40142604\\_5118022\\_0,00.html](http://www.portalpipe.com/icex/applications/PIPE2000/cda/controller/pagePIPE/0,4651,5112418_40142604_5118022_0,00.html)>.

PROEXPORT Colombia. 2002-2009. 05 de 2009

<[www.proexport.com.co/.../contenidoDetalleConMenu.aspx?...SobreZeiky...Zeiky...Zeiky](http://www.proexport.com.co/.../contenidoDetalleConMenu.aspx?...SobreZeiky...Zeiky...Zeiky)>.

«Propeller Club de Valencia.» 28 de 06 de 2001. 06 de 2009

<[www.propellerclub-valencia.com/.../estatutos\\_propeller\\_club.pdf](http://www.propellerclub-valencia.com/.../estatutos_propeller_club.pdf)>.

Sánchez, Zambrano y Bocca. «El rol del comercio internacional en el crecimiento económico del Ecuador.» 2003. 10 de 2009

<[www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/531/1/1035.pdf](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/531/1/1035.pdf)>.

Tonon, Economista Luis. Conclusiones del COMEXI Isabel Cordero. Junio de 2009.

UDA, CORPEI -. «Convenio de cooperación interinstitucional entre CORPEI-UDA.» Cuenca, 2007. 8.

Ullauri, Andrés. La conformación del Club de Negocios y Comercio Internacional en la UDA Isabel Cordero. Junio de 2009.

UNCTAD/OMC, Centro de Comercio Internacional. Mejores prácticas de las OPC. Ginebra: CCI, 2004.

**\*Nota metodológica de las referencias:**

« »: Documento de Sitio Web.

——— .: Sitio Web, Presentación de Microsoft Power Point.

Nombre sin ningún signo: Libro o documento.