



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN  
HACIA BRASIL DE TABLILLAS DE  
MÁRMOL ELABORADAS POR LA EMPRESA  
EXPOMARMOLES C.A. UBICADA EN  
EL ESTADO CARABOBO**

**Autor:**  
Anthony J. Goncalves P.

Urb. Tuma II, calle N° 3. Municipio San Diego  
Teléfono: (0241) 8714240 (master) – Fax: (0241) 8712394



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE MERCADEO

**PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN HACIA BRASIL DE TABLILLAS  
DE MÁRMOL ELABORADAS POR LA EMPRESA EXPOMARMOLES C.A.  
UBICADA EN EL ESTADO CARABOBO**

Trabajo de grado como requisito para optar al título de Licenciado en Mercadeo

**Autor:**

Anthony J. Goncalves P. 21215067

**Tutor:** Econ. Humberto Annunziata

San Diego, Agosto 2018

## ANEXO M

### ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Humberto Annunziata, portador(a) de la cédula de identidad N° V-5.375.696, en mi carácter de tutor del **trabajo de grado** presentado por el(la) ciudadano(a) Anthonny Goncalves, portador(a) de la cédula de identidad N° V-21.215.067, titulado **PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN HACIA BRASIL DE TABLILLAS DE MÁRMOL ELABORADAS POR LA EMPRESA EXPOMARMOLES C.A. UBICADA EN EL ESTADO CARABOBO**, presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciado en Mercadeo, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En San Diego, al sexto día del mes de agosto del año dos mil dieciocho.

Humberto Annunziata

C.I.V.-5.375.696,

## ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO.....	pp.
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	ix
RESUMEN INFORMATIVO.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAP.

#### I EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema.....	3
1.2. Formulación del Problema.....	7
1.3. Objetivos.....	7
1.3.1. Objetivo General.....	7
1.3.2. Objetivos Especificos.....	7
1.4. Justificación.....	8

#### II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes.....	10
2.2. Bases Teóricas.....	14
2.2.1. Mercado Internacional.....	14
2.2.2. Exportación.....	15
2.2.3. Aduanas.....	15
2.2.3.1. Seniat.....	16
2.2.4. Organismos de Integración Económica.....	16
2.2.4.1. Mercado Común del Sur.....	16
2.2.4.2. Organización Mundial de Comercio.....	17
2.2.4.3. Incoterms.....	17
2.2.4.4. Organización Mundial de Aduanas.....	18
2.2.5. Ley Orgánica de Aduana.....	18
2.2.6. Arancel de Aduanas.....	18
2.2.7. Auxiliares de la Administración Aduanera.....	19
2.3. Definición de términos.....	19

### III MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de y Diseño de la Investigación.....	22
3.2. Fases de la Investigación.....	55

### IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Fase I.....	32
4.2. Fase II.....	62
4.3. Fase III.....	66

### V LA PROPUESTA

5.1. Justificación.....	68
5.2. Objetivos de la Propuesta.....	69
5.2.1. Objetivo General de la Propuesta.....	69
5.2.2. Objetivos Específicos de la Propuesta.....	71
5.3. Factibilidad de la Propuesta.....	73
5.3.1. Factibilidad Técnica - Operativa.....	78
5.3.2. Factibilidad Económica.....	79
5.4. Desarrollo de la Propuesta.....	la
5.4.1. Perfil del Producto a Exportar.....	a
5.4.2. Aspectos Legales y Logísticos del Procedimiento.....	
5.4.3. Presentación del Procedimiento.....	
CONCLUSIONES.....	85
RECOMENDACIONES.....	86
REFERENCIAS.....	87
ANEXOS.....	89

## ÍNDICE DE TABLAS

### TABLA

1	Procedimientos para exportar.....	33
2	Situación de exportación en Expomarmoles.....	34
3	Autorización a Agentes de Aduanas.....	35
4	Departamento de mercadeo internacional.....	36
5	Conocimiento de las normativas aduaneras.....	37
6	Conocimiento de las actividades aduaneras.....	38
7	Organismos de Integración Económica.....	39
8	Conocimientos de las Bondades Fiscales del Mercosur.....	40
9	Conocimiento de los Incoterms.....	41
10	Capacidad de producción para exportar.....	42
11	Conocimiento del mercado brasilero.....	43
12	Conocimiento de la Logística de Transportación.....	44
13	Factibilidad económica y financiera.....	45
14	Condicionamientos en los procesos de exportación.....	46
15	Consideraciones referenciales.....	47
16	Requerimientos del mercado brasilero.....	49
17	Ventajas y/o desventajas de las tablillas en el mercado brasilero.....	50
18	Exigencias en el mercado brasilero.....	51
19	Conocimientos de las bondades fiscales del Mercosur.....	52
20	Agencia Aduanera.....	53
21	Conocimiento de los Incoterms.....	54
22	Posibles restricciones del Mercosur.....	55
23	Ventajas competitivas en el mercado brasilero.....	56
24	Valor al proveedor.....	57
25	Condiciones de negociación.....	58
		60
		62
		67
		70
		71

26	Lista de cotejo.....
27	Análisis de aspectos legales.....
28	Representación icónicas de los diagramas de flujo.....
29	Método cualitativo de puntos.....
30	Gestión de costos.....

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

### GRÁFICO

1	Procedimientos para exportar.....	33
2	Situación de exportación en Expomarmoles.....	34
3	Autorización a Agentes de Aduanas.....	35
4	Departamento de mercadeo internacional.....	36
5	Conocimiento de las normativas aduaneras.....	37
6	Conocimiento de las actividades aduaneras.....	38
7	Organismos de Integración Económica.....	39
8	Conocimientos de las Bondades Fiscales del Mercosur.....	40
9	Conocimiento de los Incoterms.....	41
10	Capacidad de producción para exportar.....	42
11	Conocimiento del mercado brasilero.....	43
12	Conocimiento de la Logística de Transportación.....	44
13	Factibilidad económica y financiera.....	45
14	Condicionamientos en los procesos de exportación.....	46
15	Consideraciones referenciales.....	47

## ÍNDICE DE CUADROS

### CUADRO

1	Actividades en el proceso de producción.....	74
2	Actividades en el proceso de almacenaje.....	76
3	Descripción del producto.....	77
4	Estudio de mercado.....	80
5	Actividades en las condiciones de la venta.....	81
6	Actividades en la contratación de la Agencia Aduanera.....	82
7	Actividades en la Aduanas.....	83
8	Actividades posteriores a la exportacion.....	84



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE MERCADEO

**PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN HACIA BRASIL DE TABLILLAS  
DE MÁRMOL ELABORADAS POR LA EMPRESA EXPOMARMOLES C.A.  
UBICADA EN EL ESTADO CARABOBO**

Autor: Anthony José Goncalves Pestana

Tutor: Humberto Annunziata

San Diego, Agosto 2018

**RESUMEN INFORMATIVO**

El presente estudio, tiene como objetivo mostrar los procedimientos logísticos y legales que debe abordar una compañía, en materia de exportación, entendiéndose por ella misma, que es la comercialización de un bien o producto, en un mercado fuera de las barreras fronterizas del estado país en el que se desempeña la organización a exportar, que en este caso es la República Bolivariana de Venezuela, donde a través de la compañía Expomarmoles C.A. buscará activar el proceso de exportación para tablillas de mármol travertino, producidas en la fábrica de dicha organización, con objetivo de entrega en la República Federal de Brasil, ambos países miembros de organismos de integración socioeconómica como el Mercado Común del Sur (MERCOSUR). En dicha investigación se deberá analizar los aspectos legales de las aduanas venezolanas, entes competentes por imposición de ley, de regular y fiscalizar todo tipo de intercambio de bienes, personas o servicios entre el estado venezolano y cualquier otro país.

**Descriptor:** Mercado Internacional, Exportación, Aduanas, Mercosur

## INTRODUCCIÓN

La mercadotecnia es actualmente ya considerada como una ciencia, sin embargo no es para nadie sorpresa la gran vinculación que tiene con la economía, la cual para muchos es la madre de esta disciplina. Dentro de las ramas de la mercadotecnia, las más demandadas en función son las herramientas usadas para el posicionamiento de una marca y/o empresa, como también los planes promocionales enfocados a algún producto, del mismo modo que las diversas estrategias que puede un mercadólogo desempeñar en su área. Sin embargo, no son solo estas las áreas en las que un licenciado en mercadotecnia se puede desenvolver, y es en base a ese criterio que el investigador de este trabajo de grado, buscó un enfoque distinto, a la mayoría de los trabajos de grados presentados, con un tópico muy demandado en el área del mercado internacional, materia además, que se presenta en el pensum de la carrera de Mercadeo de la Universidad José Antonio Páez.

En el presente trabajo de grado, se plantea el procedimiento de exportación en una compañía dedicada a la compra, venta, manufactura y distribución de mármoles y granitos, con destino de sus productos hacia la República Federal de Brasil, hermano estado de Venezuela, ambos miembros de instituciones mundiales que buscan el fomento, esparcimiento y la integración tanto política, social, como la económica, esta última la más importante ya que es en el ámbito en donde se desarrolló la investigación, a través de análisis logísticos y legales instaurados principalmente en el Estado Venezolano, mediante las organizaciones que regulan estas actividades comercializadoras con otras fronteras, como las aduanas, del mismo modo que los organismos mundiales a los que se le debe cumplimiento.

Partiendo de ese análisis, se creó un expediente en la compañía Expomarmoles, para la comercialización internacional de tablillas de mármol, que puedan ser posicionadas en el mercado brasilero a través de los siguientes capítulos:

**Capítulo I.** Se presenta la reseña de la empresa Expomarmoles C.A. conjuntamente con la problemática acarreada, presentando ante ella los objetivos que dieron formación a este trabajo de investigación en conjunto con su justificativo.

**Capítulo II.** A modo documental, este capítulo recolecta todo tipo de información, que se requirió para la elaboración del presente trabajo de grado, pasando por antecedentes y bases legales que involucra todo el proceso de exportación.

**Capítulo III.** Es aquí en donde se plantea la manera en la que se abordó la problemática, detallando cada uno de las herramientas aplicadas conjuntamente con su instrumentación, que ayudaron a la recolección de datos.

**Capítulo IV.** Posterior a la recolección de los datos, en este capítulo se expone la interpretación de los análisis recaudados en el anterior capítulo.

**Capítulo V.** El capítulo cinco nos proyecta el desenvolvimiento del presente trabajo, a manera de propuesta, para darle solución a los objetivos planteados, y así erradicar la problemática diagnosticada.

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA

#### 1.1. Planteamiento del Problema

La ciudad de San Diego, capital del Municipio San Diego, donde se desarrolla la presente investigación, ubicada en el Estado Carabobo región central del país, al norte del Lago de Valencia consta con un total de 122.893 habitantes para el último censo suministrado en el año 2014. En el municipio de San Diego se encuentra la zona industrial más grande del país, considerada también la más importante del mismo, convirtiendo así, a esta ciudad en una de las más productivas a nivel nacional en el sector industrial, debido a su gran aporte numérico de compañías y corporaciones que se radican en esta zona.

Entre las compañías que desarrollan actividades en esta localidad, las más abundantes se clasifican en el rubro de manufactura para la construcción. Expomarmoles C.A. es una compañía dedicada a la compra, venta y distribución de mármoles, granitos y productos afines, así como también dedicada a la producción en las líneas de topes, revestimientos y pisos hechos con mármoles y granitos. Constituida en el año 1997, en la localidad de *Montelavar*, consejo de Sintra, una villa del distrito de Lisboa, Portugal. Adoptando el nombre de Expomarmoles en referencia a la Exposición Universal de Lisboa en aras de la preparación para su lanzamiento en el siguiente año “Expo 98”.

Una vez constituida la compañía, el posicionamiento en el mercado portugués se logró debido a la gran demanda en materia de construcción, gracias al impacto de modernización por la que atravesó el país, mediante la llegada de la Expo 98 a la ciudad lisboeta; esto fue clave para entrar al mercado de manera rápida y acelerada,

sin embargo tres (3) años más tarde, la Junta Directiva, encabezada por el accionista principal, el Sr. José Manuel Figueira, oriundo de la isla de Madeira, pero habiendo pasado ya algunos años atrás de su vida en Venezuela, plantea a la corporación la migración de la marmolería hacia este nuevo mercado, en donde luego de varios análisis detallados, se toma la decisión de incursionar en este país (Venezuela).

Es de este modo que se funda la compañía Expomarmoles C.A. el 6 de noviembre del año 2000, en la ciudad de San Diego, Estado Carabobo, como una marmolería dedicada a la manufactura e instalación de topes para cocinas, baños, como también revestimientos para paredes y pisos. Al cabo de 7 años, Expomarmoles C.A. había dominado el mercado nacional, en aras de la construcción, teniendo en su catálogo de trabajos emblemáticas obras como la cooperación en los Automercados San Diego, Hotel Dinastía, Hotel Cristal Park, Hotel Península de Paraguaná, ciudad portuaria Puerto Varadero, Aeropuerto Nacional Ezequiel Zamora de la ciudad de San Carlos, Estado Cojedes, y muchas otras más pero no menos importantes.

Una vez establecidos en el mercado Venezolano, se plantea la posibilidad de elevar el nicho, de manufactura, a distribuidor mayorista de mármoles y granitos, ocupado en el mercado por pocas compañías, un mercado monopólico, muy cerrado y difícil de penetrar, sin embargo no fue obstáculo para la visión audaz de los socios José Figueira y Eduardo Abreu, quienes desde el momento en que plantearon la posibilidad, no dudaron en armar un equipo especializado para el esparcimiento de esta compañía en este nuevo objetivo. Una vez consolidado el equipo, se les asignan ir en representación de la compañía a las dos mayores y más grandes ferias en el rubro, una con inclinación en el granito realizada anualmente en Cachoeiro de Itapemirín, Brasil (Cachoeiro Stone Fair), y la otra con una esencia más establecida en el mármol esta última en la ciudad de Verona, Italia (Marmomacc).

En ellas, como es de costumbre, se tienen los primeros contactos con quienes serán sus proveedores y posterior a ello, sus aliados estratégicos. De manera muy peculiar,

es en Italia, que el equipo consigue el enlace con una de las más prestigiosas compañías de explotación y exportación del travertino, uno de los mármoles más cotizados y demandados en el mercado mundial, que aún no tenía pleno auge en Venezuela, dato que sirvió a motivación al equipo como parte de la investigación, para concretar compras de este producto en masas, y así poder penetrar el mercado monopólico establecido en Venezuela en el rubro de importación y venta de mármoles y granitos.

Con la llegada del material a Venezuela, siendo de las muy pocas compañías que contenían en su catálogo el mármol travertino, que aparte comprendían de la mejor calidad otorgada por una de las compañías más antiguas y prestigiosas en Roma, con la que se realizaría una alianza específica como clientes únicos en el país, por medio de la acreditación de los proveedores, Expomarmoles C.A. vuelve a dominar el mercado de mármol y granito junto a otras grandes compañías en el territorio nacional, a las que consecutivamente se tornarían aliados, una estrategia más del mercado monopólico.

Sin duda con la aberrante entrada de este producto en el país, de entre 40 a 45 contenedores mensuales solo de travertino, no tardan en surgir competidores que pretendían igualar el producto, que ya estaba casado con Expomarmoles, apareciendo en el mercado travertinos de clase baja, pero sin embargo no dejando de ser travertino. La compañía de manera rápida busca una estrategia para adelantarse a lo que en el mercado aparecía, analizando la posibilidad de traer el producto crudo, y procesarlo en la planta de San Diego. Una vez estudiada esta posibilidad, y aceptada por la Junta Directiva, se encomienda la compra de la maquinaria que haría impulsar a Expomarmoles al mercado rotundo, obteniendo así la única maquina en el país, que otorga distinguidos tipos de acabados, para material crudo de travertino.

Con esta maquinaria nueva, y la capacitación del personal que la operaria, se crea en Expomarmoles C.A. un acabado muy peculiar, llamado anticato, dando forma así,

a un nuevo producto que consiste en una cara totalmente nueva y fresca en la piedra, pero con sensación de antigüedad.

Este sería el producto que acabaría por posicionar a Expomarmoles como una de las más innovadoras e importantes marmolerías del país, obteniendo un impulso acelerado en las ventas, gracias a la aceptación en los consumidores, tras la aparición de esta nueva categoría para revestimientos de fachadas.

Para el año 2017 ya la compañía tendría una trayectoria de 17 años establecidos en Venezuela, con líneas de importación y producción nacional, en productos elaborados en mármol, granito y afines. Sin embargo a la altura, ya habiendo dominado el mercado nacional, aun no se ha registrado la primera línea de producción, para crear una carpeta de exportación en la organización, y es aquí que mediante la crisis económica atravesada por el país, debido a las políticas agresivas tomadas en el año 2015 por el ejecutivo nacional, en el sector de la construcción, surge la necesidad de tomar otras medidas para mantener latente a la compañía en el mercado.

Dicha iniciativa nacida de una necesidad, se plantea mediante el escenario de crisis, en llevar el producto creado en Expomarmoles, hacia un nuevo mercado fuera de Venezuela, y de este modo poder obtener retribución en divisas. De este modo poder manejar un catálogo preparado únicamente para obtención de moneda internacional, como medida que haga frente a la constante desvalorización de la moneda venezolana, otorgando así una expansión corporativa a mercados internacionales.

Es así como de este modo, se estipula por medio de este trabajo de investigación, el procedimiento logístico y legal, para abrir un expediente de exportación en la compañía Expomarmoles cara a su planteamiento de expansión, en donde se expresara por que la escogencia como país meta, la República Federal de Brasil, país fronterizo con Venezuela y ambos pertenecientes a organizaciones internacionales,

que promueven el intercambio de bienes y servicios entre estos dos o más países, encontrando entre ellos:

- Mercado Común del Sur (Mercosur).
- Organización Mundial de Aduanas (OMA).
- Organización Mundial de Comercio (OMC).
- Unión de naciones Suramericanas (Unasur).
- Organización de Estados Americanos (OEA).
- Asociación latinoamericana de integración (Aladi).
- Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (Sela).
- Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (Celac).

Partiendo de lo expuesto, se tomaron estrategias abordadas como convenios y tratados a través de la o las organizaciones internacionales que mejor conveniencia de negociación ofrezcan para una mejor integración e interacción con estas dos naciones, analizando también el mercado potencial del mármol, en uno de los mayores productores de granitos en el mundo (Brasil).

## **1.2. Formulación del Problema**

Siguiendo la línea de lo manifestado, mediante el previo conocimiento de la intención de abrir un expediente de exportación, para la empresa Expomarmoles C.A. surge la consecuente interrogante:

¿Cuál es el procedimiento para la exportación de tablillas de mármol?

## **1.3. Objetivos de la Investigación**

### **1.3.1. Objetivo General**

Proponer el procedimiento para la exportación de tablillas de mármol hacia Brasil elaboradas por la empresa Expomarmoles C.A.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- ❖ XPO Diagnosticar la situación de la empresa *Expomarmoles C.A.* en cuanto a su capacidad para exportar.
- ❖ XPO Analizar los aspectos legales y logísticos para la exportación de tablillas de mármol.
- ❖ XPO Diseñar el proceso de exportación hacia Brasil para la empresa Expomarmoles C.A. en el rubro de tablillas de mármol.

#### **1.4 Justificación de la Investigación**

A lo largo de la trayectoria de la universidad José Antonio Páez, específicamente en la carrera de mercadeo, han sido distintos y numerosos los trabajos de grados presentados por los estudiantados, para la obtención del título de licenciados en mercadeo. En ellos se han exhibidos trabajos de alta investigación, con excelentes aportes que ayudan al desarrollo de otros jóvenes en esta casa de estudio, sin embargo, previo análisis realizado se ha categorizado a la mayoría de los trabajos de investigación presentados, en líneas de investigación casi similares, ostentando como fomento, temas como: estrategias de promoción, estrategias de publicidad, estrategias de posicionamiento, conjuntamente con otras áreas como el *merchandising* y el marketing digital.

Esta búsqueda ha generado un sistema de información, que a dato arrojado nos señala que el 80% de las tesis aprobadas, desarrolladas y presentadas, siguen esas líneas de investigación planteadas en el párrafo anterior lo que conlleva a unas series de interrogantes suscitadas por algunos estudiantes de mercadeo:

¿Es solo el mercadeo temas de promoción y posicionamiento?

¿Cuál es el área de limitación de un licenciado en mercadotecnia?

¿La mercadotecnia es solo una disciplina diseñada para la venta?

Solo algunas de ellas, pero entre las más importantes para el desarrollo de esta justificación, obliga a dar respuesta a aquellos estudiantes investigadores que aman a esta considerada ciencia actualmente, y buscan expandir como también explotar todo el potencial que esta implícitamente inmergido en la hija de la economía, la mercadotecnia. Partiendo de este criterio, se ha llevado a cabo un riguroso escogimiento en áreas de estudio demandadas por los mismos estudiantes, como: administración, producción, distribución y mercado internacional (solo algunas de las más solicitadas) en donde han calado algunas rubricas para la determinación de este trabajo de grado, enfocándose en el comercio internacional, con un proceso que acarree distintos tipos de áreas en la mercadotecnia, que deban ser suplidas y especificadas para el desarrollo de prestigiosa tesis.

Es de este modo que se plantea la creación de una carpeta de exportación para una organización, detallando así los procedimientos que este tema conduce, así como también todas las áreas que involucra un canal de exportación para una compañía, entendiendo que exportar, es estar posicionado en un mercado nacional, es diseñar y poner en marcha un canal de producción en una compañía y es un riguroso procedimiento logístico y legal, para colocar por medio de la distribución, un producto hecho en un mercado a otro, tocando como otro punto de la mercadotecnia la penetración de mercado, que la misma acarrea una previa investigación en el mismo.

Una vez especificado la intención que conllevó a este trabajo de grado, nombramos la finalidad la presente investigación, colocando en primer lugar, el aporte que se genera a la masa estudiantil en el área de mercadeo de la Universidad José Antonio Páez, como también el diseño de una herramienta que suplirá una necesidad en una organización, cara a exportar.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes

Como precursor a los antecedentes de este proyecto, fue de suma importancia la revisión y análisis de proyectos con componentes metodológicos, puestos ya en práctica, tomando en cuenta así las palabras de Tamayo Mario (2006) donde cita: “los antecedentes de investigación tratan de hacer una síntesis conceptual de las investigaciones o trabajos realizados sobre el problema formulado con el fin de determinar el enfoque metodológico de la misma investigación” (p.246). De esta manera se presentan a continuación, trabajos de grados con temas en exportación, y fiscalización aduanera.

Para dar inicios a los antecedentes bibliográficos de esta investigación, fue considerado el trabajo de grado presentado por Valdez (2017), titulado: **Planificación estratégica como herramienta de gestión para la inserción de la empresa Intecol, C.A en los procesos de exportación**. Presentado en la Universidad José Antonio Páez, para optar al título de licenciado en mercadeo, comunicándonos así el acaparamiento en el mercado mundial de las multinacionales, que desplaza a las pequeñas y medianas empresas, comúnmente conocidas como pymes.

Este proyecto se llevó a cabo bajo la modalidad de proyecto factible, apoyado en un diseño de investigación de campo, usando una población finita para un total de 17 personas, considerando solo aquellos cargos que forman parte del área administrativa, aplicándoles un cuestionario con un total de 26 preguntas algunas cerradas y otras de selección múltiple.

En este trabajo se muestra la intención de la incursión de la compañía Intecol, en un mercado internacional como tomando los procesos de exportación, como planes estratégicos de impulso, suministrando aportes precisos acerca de cómo abordar un proceso de exportación, mediante planes estratégicos diseñados en una corporación, como impulso en la incursión de mercados internacionales.

Simultáneamente exhibía Tello (2017) su trabajo de grado titulado: **Plan de Exportación de Maquinas Productoras**. Presentado en la Universidad Alejandro de Humboldt, núcleo Valencia, para optar al título de licenciado en comercio internacional, hablando del proceso de exportación, como método planificado, para el logro de objetivos en una compañía, donde expone los puntos legales que deben ser abordados por una organización que esté dispuesta a desarrollar esta actividad internacional comercializadora, describiendo detalladamente el proceso desde el punto con un enfoque planificado, para el logro de dicha meta según una logística eficiente y eficaz.

Este trabajo se llevó a cabo bajo la metodología de proyecto factible, con análisis documental, debido a la recolección de instrumentos y materiales informativos, que ayudaron a la construcción del proceso, como guía de exportación en que sirvió y fue presentado como resultados en la investigación.

El aporte de este trabajo de investigación, es muy puntual al mostrar los aspectos legales y logísticos que debe desempeñar una organización, que este incursionando en la puesta de productos fuera de sus fronteras, vinculándose con exactitud hacia los objetivos planteados de esta tesis.

Por otro lado presenta Siso (2016), en su trabajo de grado titulado: **Diseño de un departamento de exportación para la empresa Pierlusi C.A. ubicada en Maracay, Estado Aragua.** Presentado en la Universidad Alejandro de Humboldt, núcleo Valencia, para optar al título de licenciado en comercio internacional, donde detalladamente explica el principal objetivo de un departamento de exportación en una compañía, conforme a las tareas que contribuyen a generar ventas internacionales, considerando que las ventas no son más que los resultados de las políticas del marketing, expresando como se optimizan y concretan las labores correspondientes al precio, producto, plaza y promoción obligándolos a un segmento orientado al mercado internacional.

Del mismo modo el proyecto presentado por Siso, se desarrolló como proyecto factible, en el contexto de una investigación de campo descriptiva, debido a que los datos los obtuvo directamente de la realidad estudiada en la empresa Pierlusi, consultando a 10 trabajadores de la empresa, a través de un cuestionario dicotómico que aportó información para la elaboración de la propuesta en la creación del departamento de exportación, otorgando así una solución al problema.

De esta manera observamos el aporte mediante la conclusión de la importancia del diseño de este departamento en esta y otras compañías, como herramienta fundamental para el logro de los objetivos y metas a alcanzar en una organización, por lo que la vinculamos directamente con este trabajo de grado, al tener la visión de penetrar el mercado brasilero, como meta visionaria.

Asimismo, mencionamos otro antecedente que nos genera un vínculo con un gran aporte elaborado por Pérez (2014) titulado: **Diseño de un plan estratégico para promover las exportaciones hacia Brasil de envases plásticos para la industria farmacéutica.** Presentado en la Universidad Alejandro de Humboldt, núcleo Valencia, para optar al título de licenciado en comercio internacional, informándonos de la función de los planes estratégicos, como instrumentos gerenciales de

programación y control, en la ejecución anual de los proyectos y actividades que debe llevar a cabo una compañía, para dar cumplimiento a la gestión de dichas diligencias establecidas por la dirección. En ella se plasma la necesidad de contar con una serie de técnicas, estratégicas como herramientas que contribuyan al óptimo aprovechamiento de los procesos.

Nuevamente el estudio se llevó a cabo por medio de la modalidad de proyecto factible, apoyado en un trabajo de campo, pero esta vez se ha sustentado el material haciendo uso de la modalidad documental, para poder establecer análisis más concretos en la búsqueda de conclusiones, mediante informes ya realizados que promueven exportaciones hacia la hermana república de Brasil. En él se demostró el diagnóstico en la potencialidad de la industria del plástico en Venezuela, con respecto a las posibilidades de exportación de envases plásticos para el área farmacéutica.

El aporte de este trabajo de investigación, influye directamente en los aprovechamientos potenciales de eficiencia y eficacia, que retribuye la implementación de un plan de exportación, debido a las estrategias de producción que se deben establecer en una organización, para poder suplir un mercado nacional, factor decisivo al momento de incursionar de manera internacional en un nuevo mercado, promoviendo así esta herramienta clave en el pro de la evolución de las fábricas.

Del mismo modo Pérez (2014) nos plantea otra temática que se relaciona con el área en su trabajo de grado titulado: **Análisis del proceso de gestión de importación y exportación en la aduana marítima de Puerto Cabello**. Presentado en la Universidad Alejandro de Humboldt, núcleo Valencia, para optar al título de licenciado en comercio internacional, en donde su finalidad es dar a conocer a manera de análisis el proceso de gestión de importaciones y exportaciones, en la aduana marítima de Puerto Cabello como ya es mencionado en el título de la autora, la misma menciona los cambios ocurridos en los anteriores años en materia política y

económica, que han incidido de manera directa en los procesos de las importaciones y exportaciones en las aduanas.

Dicho proyecto se establece a partir de una metodología documental, donde a través de investigaciones en diferentes materiales impresos y electrónicos se da a conocer los aspectos centrales relacionados con el tema investigado. Como vinculo en este proyecto se da a conocer el proceso de gestión de importación y exportación en la Aduana Marítima de Puerto Cabello, mostrando las conceptualizaciones claras y precisas de lo que es este proceso comercial, estudiando también las debilidades del procedimiento en dicha aduana, para concretar una visión clara, las maneras más eficientes de activar planes de importación y exportación, como una guía que ayude a la eficiencia de estos programas llevados a cabo en una compañía que desee emprender en temas de importación y exportación.

## **2.2. Bases Teóricas**

Entiéndase por bases teóricas, la composición de una serie de conceptos, que definirán de mejor manera, aquellos tópicos más emblemáticos, mediante una recopilación bibliográfica, que ayudaran con el aporte de establecer una mejor orientación hacia las definiciones optadas por un trabajo de investigación, en el planteamiento del problema, tal cual como lo muestra Arias Fideas (2012), en su definición diciendo que “las bases teóricas implican un desarrollo amplio de los conceptos y proporciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado” (p.107).

### **2.2.1. Mercado Internacional**

Como lineamiento principal en este trabajo de investigación, es pertinente aclarar algunos conceptos, en donde sin lugar a duda el de *Mercado Internacional* es uno de los primordiales a definir citando a Stanton, William. (2004), en su libro *Fundamentos de Marketing* nos indica que:

El mercado internacional describe cualquier tipo de negocio que hagan las empresas más allá de sus fronteras nacionales. De modo más específico para el interés del investigador, la precitada base teórica está íntimamente relacionada, ya que el proyecto se inserta en el mercado internacional tiene lugar cuando una organización comercia productos en más de un país (p.59).

Para el interés del investigador, la precitada base teórica está íntimamente relacionada ya que el proyecto en cuestión se desarrolla, dentro de la concepción de mercados internacionales.

### **2.2.2. Exportación**

Conforme a las características del presente trabajo de investigación, se requiere definir el término de exportación, que según el artículo 28 de la Ley Orgánica de Aduanas de Venezuela publicada en la Gaceta Oficial Extraordinario N° 6.115 dice que:

...La exportación es el régimen aduanero por el cual las mercancías nacionales o nacionalizadas salen del territorio nacional para uso o consumo definitivo en el exterior previo cumplimiento de las formalidades y requisitos establecidos en este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley y su Reglamento. No se considerara exportación cuando dichas mercancías sean destinadas a zonas o áreas sometidas a regímenes aduaneros territoriales, ubicadas dentro del territorio nacional. (p.67)

Asimismo se describe a la exportación con inclinación en terminología hacia el *marketing* con el concepto determinado por Mercado Salvador (2001) en su libro *Comercio Internacional I año*, en donde expresamente indica que “la exportación es una venta que se realiza más allá de las fronteras arancelarias en las que está situada la empresa” del mismo modo dice que “exportar es vender y solo vender, y la misma tecnología usada para la venta debe ser utilizada para exportar” (p.27). De esta manera una de las variables dependientes de la presente investigación, es la definición

de este término, ya que se procederá a establecer el procedimiento idóneo para la exportación de las tablillas de mármol, para la empresa Expomarmoles C.A

### **2.2.3. Aduana**

Como ente encargado del control en la entrada permanencia y salida de mercancías como también de la aplicación de las normas vigentes, el Instituto Nacional de Aprendizaje y Formación Especializada por sus siglas (INAFE) define esta institución en un artículo presentado en su página web inafecursos.com (2008) como “un ente público de carácter nacional prestador de servicios, y cuyas actividades de control están destinadas a lograr que el paso por el territorio nacional de mercancías extranjeras, nacionales o nacionalizadas se realice conforme a la normativa legal”. La base teórica anteriormente descrita, en igual forma se vincula con este proyecto, ya que es el ente encargado para la regulación de actividades comerciales internacionales.

#### **2.2.3.1. SENIAT**

Es el ente encargado de la recaudación y el control de los tributos fiscales en el territorio nacional del Estado Venezolano, denominado Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria, por sus siglas SENIAT.

### **2.2.4. Organismo de Integración Económica**

Neves Vianca (2009) nos dice que “la integración latinoamericana, es el conjunto de acciones de integración con la finalidad de consolidar la integración de los países de América Latina y del Caribe, acorde a sus similitudes, políticas, sociales, económicas, culturales, religiosas, lingüísticas, ideológicas y geográficas”. Dentro de este marco, se destaca el Mercado Común del Sur (Mercosur) organismo de integración encargada de la regulación en tono a incentivos fiscales y aspectos de intercambio al que pertenecen las naciones Venezuela y Brasil, conjuntamente con

Argentina, Paraguay, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú, lo que hacen de vital relevancia estos aportes, ya que se busca una comercialización entre estos dos países.

#### **2.2.4.1. Mercado Común del Sur**

Es una organización intergubernamental usualmente llamada Mercosur, que promueve integraciones políticas, económicas y culturales en Suramérica. Creada en el 26 de marzo de 1991 a través del tratado de asunción. Actualmente la conforman los denominados “Miembros Plenos” conteniendo entre ellos a Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay t Venezuela, conjuntamente con los “Estados Asociados” que son conjugados por Chile, Bolivia, Perú, Colombia y Ecuador.

#### **2.2.4.2. Organización Mundial de Comercio**

La Organización Mundial de Comercio (OMC) es una estructura internacional que promueve los acuerdos comerciales entre países, del mismo modo que aporta apoyo a los conflictos económicos entre naciones, por medio de comercializaciones que abarcan mercancías, servicios y propiedad intelectual, buscando establecer principios de la liberalización, como algunas otras excepciones que puedan permitirse. Dentro de los tópicos más destacados que busca la OMC entre las negociaciones de naciones, se encuentra la reducción de los aranceles aduaneros conjuntamente con otros obstáculos al comercio, para lograr un mercado abierto global.

#### **2.2.4.3. INCOTERMS**

Son términos comerciales internacionales, que condicionan las transacciones de negociación entre naciones, a través de unas reglas usadas por medio del Comercio Internacional, suministrando la factibilidad de acoplar la normativa de mejor parecencia hacia un proceso de compraventa y transportación. Estos establecen responsabilidades y obligaciones del comprador y del vendedor con respecto a las condiciones pactadas para suministrar mercancía y licencias, como también las autorizaciones y formalidades aduaneros entre los países originarios y destinatarios.

Son trece los tipos de contratos que ofrecen los Incoterms, vinculando entre ellos el precio, el lugar y la condición a entregar el bien, la responsabilidad del seguro, conjuntamente con su pago y todos sus trámites legales, que el comprador y el vendedor acordaran implementar según su aceptación y preferencia.

#### **2.2.4.4. Organización Mundial de Aduana**

Al igual que el Mercosur la Organización Mundial de Aduanas (OMA) es un organismo intergubernamental con independencia, que busca la eficiencia de las administraciones de aduanas, contribuyendo con la armonía económica conjuntamente con la protección social de los miembros que la integran. De los principales objetivos de esta organización es la lucha contra las actividades y transporte de productos ilícitos. Actualmente está complementada por 165 países.

#### **2.2.5. Ley Orgánica de Aduana**

Según el artículo primero de este decreto con rango, valor y fuerza de ley de reforma de la Ley Orgánica de Aduanas (LOA) son:

Los derechos y obligaciones de carácter aduanero y las relaciones jurídicas derivadas de ellos, se regirán por las disposiciones de este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley y su Reglamento, así como por las normas de naturaleza aduanera contenidas en los Tratados y Convenios Internacionales suscritos y ratificados por la Republica, en las obligaciones comunitarias y en otros instrumentos jurídicos vigentes, relacionados con la materia.

La Administración Aduanera tendrá por finalidad intervenir, facilitar y controlar la entrada, permanencia y salida del territorio nacional, de mercancías objeto de tráfico, internacional y de los medios de transporte que la conduzcan, con el propósito de determinar y aplicar el régimen jurídico al

cual dichas mercancías estén sometidas, así como la supervisión de bienes inmuebles cuando razones de interés y control fiscal lo justifiquen. (p. 51-52)

### **2.2.6. Arancel de Aduanas**

Tal cual lo expone la Organización Mundial de Comercio a través de su portal cibernético, los aranceles de aduana son “Los derechos de aduana aplicados a las importaciones de mercancías se denominan aranceles”. Es decir, son tarifas aplicadas a las mercancías que son comercializadas internacionalmente.

### **2.2.7. Auxiliares de la Administración Aduanera**

Nuevamente la Ley Orgánica de Aduana nos expresa que:

Son Auxiliares de la Administración Aduanera: los agentes y agencias de aduanas; las empresas de almacenamiento o depósitos aduaneros; las tiendas o depósitos libres de impuestos (*Duty Free Shops*); las empresas de mensajería internacional Courier, consolidación de carta, transporte; y aquellos que la Administración Aduanera designe como tales mediante Providencia. (p.84).

## **2.3. Definición de términos básicos**

**Anticato:** es un acabado creado por la fricción de cepillos diamantados, sobre las piedras de mármol o granito.

**Cabezal:** es un dispositivo móvil, situado en un extremo de algunos aparatos que sirven para poner en él, piezas que realizan alguna función.

**Cepillos diamantados:** son herramientas de cerdas con partículas de diamantes, usadas en máquinas mecánicas que crean fricción, para conseguir un efecto en piedras como el mármol y el granito. Estos cepillos pueden ser de distintas durezas y tamaños, que con el juego de sus modelos se creara un resultado buscado.

**Discos diamantados:** son herramientas circulares montados o instalados en el cabezal de alguna maquina mecánica, que emplean cortes en materiales de dureza considerable. Su corte en estos materiales de alto grado de solidez, es posible debido a las partículas de diamantes que contienen los dientes de estos discos, lo que otorga también mayor precisión y limpieza en su corte.

**Estucar:** es la acción de aplicar el estuco en superficies que ameriten tapar o disimular orificios, como también aquellas que requieran arte decorativa para por medio de un diseño artístico.

**Estuco:** es una pasta de grano fino compuesta por polvo de mármol, yeso y pigmentos naturales, que al entrar en contacto con el hidróxido de calcio de la cal conjuntamente con el dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) se endurece gracias a su reacción.

**Formato:** es un conjunto de características aportadas por un elemento, considerando así la forma, el tamaño y modo de presentación.

**Fresadora:** es una maquina electromecánica, que se emplea mediante la acción rotativa de su cabezal, que realizara cortes a través de los discos que disponga.

**Granito:** es una roca ígnea plutónica, formada principalmente por cuarzo, feldespato, alcalino, y mica. Es una roca de aspecto granular y de distintos colores. La misma contiene distintas proporciones de minerales.

**Lamina:** son piezas planas y delgadas de algún material.

**Loseta:** son losas pequeñas, con un formato, que es empleada para cubrir alguna área específica, mediante su instalación. Es comúnmente usada en la pavimentación de suelos y el recubrimiento de paredes.

**Mármol:** es una roca metamórfica, que debe su formación a altas temperaturas y presiones a partir de rocas calizas compactadas. El principal componente de esta roca es el carbonato cálcico, el cual está presente en un 90% en su formación.

**Mastique:** es una sustancia viscosa que se emplea como sellante de juntas o laminas impermeables y no uniformes.

**Piedra:** la definición de piedra, hace referencia a las rocas ya trabajadas por el ser humano, en donde su proceso comienza a través de la explotación generalmente en canteras, a través de explotaciones mineras, uno de los oficios más antiguos de la humanidad.

**Revestimiento:** es la definición que se les dan a las capas de algún material con la que se cubre una superficie, usando comúnmente los azulejos, el mármol o los granitos.

**Roca:** las rocas son materiales solidos formados por cristales, granos y minerales, esta se encuentra en el manto y la corteza del planeta tierra.

La piedra es el material que mejor conservación tiene y la que a través de los años más se ha usado para llevar a cabo construcciones.

**Roca metamórfica:** son formadas por la modificación de otras rocas existentes en el interior de la tierra, que por medio del proceso de metamorfismo, a través del calor, presión y fluidos químicamente activos, se produce esta transformación gracias a presiones que van de menos 1000 hasta 16.000 bar, conjuntamente con temperaturas de entre 200 a los 1.000 °C.

**Rocas plutónicas:** son formadas por el enfriamiento del magma (materia rocosa fundida). Estas rocas forman parte del tipo de rocas ígneas, pero se les adjudica el nombre “plutónicas” gracias a los afloramientos que yacen en este tipo de roca, como

los batolitos, los lacotipos, los sills y los diques, que son visibles en el producto de la erosión que han emanado otras rocas que cubrían esa corteza previamente.

**Travertino:** es la denominación de una roca sedimentaria biogenica, formada gracias a depósitos de carbonato de calcio, que es usada principalmente con el propósito de ornamento en la construcción, mayormente a través de revestimientos. La zona con mayor visibilidad del uso de este material es la ciudad de Roma, justo donde se encuentra el más auténtico travertino.

### **CAPÍTULO III**

#### **MARCO METODOLÓGICO**

El marco metodológico se establece por un procedimiento, que secuencialmente activa unos pasos, para lograr eficazmente el logro de los objetivos planteados por el autor en el capítulo primero de la investigación. De esta manera se expone lo presentado por Fideas Arias (2012) donde dice que “la metodología del proyecto incluye el tipo o tipos de investigación, las técnicas y los instrumentos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. Es el ‘cómo’ se realizara el estudio para responder al problema planteado” (p.110).

En ese sentido, en el presente capítulo se describe detalladamente todo el conjunto de actividades con sus respectivos procedimientos, así mismo con las herramientas utilizadas para la elaboración del trabajo de investigación que ayudaron al desenlace de los objetivos planteados, logrando con ellas así la solución de los mismos, mediante el almacenamiento técnico que se tradujeron en posibles resultados. Dicho procedimiento se desglosa en un conjunto de pasos que se muestran a continuación.

### **3.1. Tipo y Diseño de la Investigación**

Para dar inicio a esta secuencia, se debe comprender lo que plantea Tamayo Mario (1984) referente a este proceso, como:

La estructura a seguir en una investigación ejerciendo el control de la misma a fin de encontrar resultados confiables y su relación con los interrogantes surgidos de la hipótesis del problema. Construye la mejor estrategia a seguir por el investigador para la adecuada solución del problema planteado. (p.41-113)

Por otra parte Tamayo Mario (1987), dice que el diseño metodológico “nos ayuda en el logro opcional de la investigación, indicando las estrategias de cómo lograr los objetivos específicos” (p.71).

En este mismo orden y dirección de acuerdo a la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) (2008), un proyecto factible es definido como:

Investigación, elaboración y desarrollo de la propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos, necesidades de la organización o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. (p.82).

Por lo consiguiente la presente investigación se orienta dentro de la modalidad de proyecto factible, debido a que el proyecto está orientado a la solución de los problemas planteados en la realidad, concluyendo con la presentación de un portafolio de exportación, como expediente y guía para el desarrollo de las actividades comerciales de Expomarmoles C.A. en el exterior, que fue elaborado a través de distintos pasos expuestos en este trabajo.

En otro sentido, el Manual de Trabajos de Grado, Tesis Doctorales y Maestría de la UPEL (2005), define a las investigaciones de campo como:

El análisis sistemático de problemas en la realidad con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza, factores constituyentes, explicar sus causas y efectos o producir su ocurrencia, haciendo usos de métodos característicos de cualquier paradigma o enfoques de investigaciones conocidas en desarrollo” (p.14.).

Siguiendo el patrón descrito, la presente investigación se categoriza dentro de un diseño de campo, debido a las aplicaciones *in situ* de herramientas escogidas por el investigador, compuestas por encuestas que según Arias Fidias (2006) es “una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular.” (p.72). Esta técnica se implementó a través de un cuestionario que el mismo autor lo define de la siguiente manera:

Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador. (p.74)

Por otro lado el presente trabajo de grado, no solo contiene la aplicación de la técnica ya descrita, el mismo se complementa en el campo de investigación por medio de la observación, que Arias Fidias (2006) la manifiesta de la siguiente manera:

La observación es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzcan en la naturaleza o en la sociedad en función de unos objetos de investigación preestablecidos. (p.69)

El instrumento que se ha escogido para llevar a cabo el desarrollo de esta técnica de recopilación de datos, es la lista de cotejo, debido a la característica de observación estructurada que contiene, que no es más que una guía de observación

diseñada previamente que especifica elementos a evaluar, esta misma se debe estructurar en tres (03) renglones que son:

- a) Una columna izquierda para mencionar los elementos o conductas que se pretenden observar.
- b) Una columna central que dispone de un espacio para indicar si la conducta es positiva.
- c) Una columna derecha que dispone de un espacio para indicar si la conducta es carente o nula.

De esta manera, se obtuvo no solo la información pertinente y buscada a través de la interacción objetiva que proveen los cuestionarios, sino una visión más amplia en análisis, gracias al estudio visual que se produjo directamente en el campo a estudiado, es decir en las instalaciones de Expomarmoles C.A.

Por otro lado, se recurrió al apoyo por medio de análisis documentados que Arias Fidias (2006) lo define de la siguiente manera:

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales como: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (p.27)

De esta manera se buscó el aporte de nuevos conocimientos, que vinculen cualquier información que deba abordar la compañía Expomarmoles en materia legal y logística, para el diseño del proceso de exportación de tablillas de mármol desde Venezuela hacia

### **3.2. Fases de la Investigación**

Una vez aclarado el tipo y diseño de investigación, se da paso al siguiente proceso para dar cumplimiento a los objetivos específicos, donde se desarrollaron a través de las siguientes fases metodológicas:

**Fase I: Diagnóstico de la situación en la empresa Expomarmoles C.A. en cuanto su capacidad a exportar.**

El siguiente objetivo es seleccionado con la finalidad de descubrir cuáles son las fuentes, recursos y herramientas con las que cuenta la organización Expomarmoles C.A. para exportar, haciendo referencia a la determinación en su gestión de producción mediante los modelos aplicados en la fábrica de la compañía, del mismo modo que la preparación administrativa en el marco legal, englobando ambas características como una cualidad logístico – legal que requiere cualquier empresa que se destine o decida incursionar sus actividades económicas hacia nuevas fronteras, usando la exportación en procedimiento ya sea como plan estratégico motivando al impulso, o carpeta referente de procesos para el establecimiento de dicha herramienta.

Es justo aquí donde se tomó en cuenta, qué y cómo se evalúa la situación para poder determinar aquellos factores que influirán en las fases siguientes, citando así lo dicho por Ramírez Tulio (1999) quien expresa que “en primera instancia de debe evaluar si es posible hacer el estudio tomando en cuenta toda la población” (p.89), en donde partiendo de este criterio y con el modelo a utilizar en la presente investigación, se abordaran dos tipos de poblaciones a usar en este proyecto, definidas como: población “a” conformada por clientes internos; que son todas aquellas personas que se desempeñen de manera administrativa dentro de la compañía, es decir; una población finita, que descrita por Arias Fidias (2006) es “una población en la que se conoce la cantidad de unidades que integran además, existe un registro documental de dichas unidades” que comprendidos en las áreas administrativa y directiva se apunta a un total de diez (10) personas , y población “b”

conformada por clientes externos, en los cuales se destacan los clientes y colaboradores fuera de esta organización, considerando a tres (03) compañías en una manera muy específica, ya que son los potenciales clientes de Expomarmoles en Brasil la cuales son estas: *Angramar Granitos e Marmores, Granitos Naturais do Brasil Ltda. Y Andrade S.A.* en donde para la recolección de datos las poblaciones son iguales a su muestra.

En este mismo orden de ideas, para concluir con la exposición de la muestra se resalta lo descrito por Ramírez Tulio (1997) en donde establece que “la muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra” (p.139) complementado lo explicado hasta ahora en donde se precise como muestra censal, por ser simultáneamente universo, población y muestra, tal como lo expresa Arias (2006):

El procedimiento se inicia confeccionando una lista de todas las unidades que configuran el universo, numerando correlativamente cada una de ellas. Luego, mediante cualquier sistema se va sorteando al azar estos números hasta completar el total de unidades que deseamos que entren en la muestra. De este modo la probabilidad que cada elemento tiene de aparecer en la muestra, es exactamente la misma (p83).

Como método en la investigación, se usa la técnica de la encuesta escrita, a través de los cuestionarios que ya han sido explicados anteriormente, estos cuestionarios fueron diseñados de la siguiente manera:

La primera parte realizada a los denominados clientes “a”, quienes están conformados por el personal directivo y administrativo de la organización, comprendidos en un total de diez (10) personas, a los que se les consumara una secuencia de quince (15) preguntas de tipo dicotómicas, para evaluar la integridad de

la compañía con referentes de capacidad de producción, conocimientos y manejo de procesos aduaneros.

La parte segunda, efectuada a los denominados clientes “b”, compuestos por las tres (03) compañías situadas en Brasil (*Angramar Granitos e Marmores, Granitos Naturais do Brasil Ltda. Y Andrade S.A.*), con la cual se ha hecho el enlace para el ofrecimiento y venta del producto a exportar. A este cuestionario se le adjudicó la característica de las preguntas abiertas, que no dejan de ser objetivas al enmarcarse únicamente en respuestas de “sí” o “no”, pero no obstante se da la libertad de argumentar la respuesta de ser necesario el aporte, por lo que no es considerado un cuestionario dicotómico. En esta técnica se buscó conocer el apreciamiento acerca del material ofrecido en el mercado brasilero, como también los posibles conocimientos y educación en materia aduanera, que incidan como aporte de manera positiva al proceso que se busca diseñar.

Con el uso de estos instrumentos que aportaran informaciones como herramientas determinantes, para los resultados que posteriormente fueron analizados, entendiéndose por instrumentos lo explicado por Arias Fidias (2006) como “los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar información” (p.25). Se recogieron datos fundamentales que determinaron la preparación de la empresa en algunos términos, como el potencial de producción para suplir las necesidades del mercado nacional, así como también la capacidad que tiene la organización hacia la gestación en el marco legal con el objetivo de exportar.

Asimismo, a través de las respuestas obtenidas, de los cuestionarios se procede a la tabulación y análisis de los datos, para que la información recolectada tenga algún significado dentro de la presente investigación, se efectuó un conjunto de operaciones en esta fase, con el propósito de organizarlos y así dar respuesta a los objetivos planteados en ésta que según Serna Luz (2006):

Cuando los datos se recogen directamente de la realidad, por lo cual los denominados primarios, su valor radica en que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, lo cual facilita su revisión o modificación en caso de surgir dudas” (p110).

En este orden de ideas, con lo planteado anteriormente, se usó otro tipo de metodología la cual constituye una tercera parte en el diseño de la investigación, proyectado con la observación directa que planteada por Arias Fidias (2006) describe a la observación como “una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática cualquier hecho, fenómeno, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos” (p.70). Esta técnica se lleva a cabo a través de una lista de cotejo estructurada en tres columnas que especifica; en la columna de la izquierda los elementos o conductas a observar, la columna central es un espacio para presentar la respuesta afirmativa en el caso de que así sea, y en la columna derecha se indican si los elementos o conductas no están presentes. A través de esta lista de cotejo, se determinaron debilidades y fortalezas de la compañía, mediante el análisis visual del observador, quien ha interactuado permisiblemente en la compañía para la obtención de datos más profundos, y así alcanzar análisis más concluyente como resultados de los objetivos planteados.

## **Fase II: Análisis de los aspectos legales y logísticos que se deben emplear en la exportación de tablillas de mármol.**

Para dar cumplimiento con este objetivo, se hizo un análisis documental que versado por Arias Fidias (2006) es “un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios” (p.27), del tipo descriptivo que según el mismo autor “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (p.24), tomando en cuenta las normativas vigentes que regulan la actividad de exportación en

Venezuela, como la Ley Orgánica de Aduana conjuntamente con su reglamentación y toda la documentación legal indispensable, que forman parte de las bases legales de la exportación y de este trabajo de investigación, así como también el análisis del perfil del producto a exportar.

En esta fase es importante no solo mencionar la reglamentación interna del Estado venezolano, sino destacar así los reglamentos en las organizaciones a las que el Estado venezolano forma parte, como el Mercado Común del Sur, la Organización Mundial de Aduanas, la Organización Mundial de Comercio y entre otras pero no menos importantes, como formas de convenios y tratados que allí estas organizaciones describen, como una mejor manera de mercadear, según los regímenes aduaneros implementados y controlados por cada país y las organizaciones planteadas, recopilando así, todo tipo de material legal que vincule un procedimiento de exportación.

### **Fase III: Diseño del proceso de exportación hacia Brasil para la empresa Expomarmoles C.A. en el rubro de tablillas de mármol.**

Según los resultados de la fase I y la fase II, en este objetivo, se presenta el diseño del proceso de exportación para la empresa Expomarmoles C.A. en el rubro de tablillas de mármol, cuyos resultados estarán plasmados y desarrollados mediante la presentación de la propuesta, el desarrollo de la misma será la siguiente: presentación de la propuesta, ventaja de la propuesta, desarrollo de la propuesta, beneficios de la propuesta, factibilidad técnica – operativa, como también la económica.

En este paso se formula el diseño del proceso buscado, mediante los análisis de las fases anteriores, constituidos por el alcance del objetivo general establecido por el investigador, que busca abrir un expediente legal y logístico como guía que sirva a la empresa para activar el proceso de exportación. Asimismo es necesario mencionar que los resultados de esta investigación se verán reflejados en el desarrollo de la propuesta.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

En este capítulo se presentan los resultados alcanzados mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, que fueron interpretados y analizados para darle validez al objetivo general de la investigación el cual fue; proponer el procedimiento para la exportación de tablillas de mármol elaboradas por la empresa *Expomarmoles C.A.* analizando así la situación actual de la empresa *Expomarmoles C.A.* frente a la posibilidad de la apertura comercial de exportación, mediante un

diseño como carpeta de procedimientos, que podrá ser levantada una vez se procesen dicha información.

Los datos recolectados son presentados estadística y descriptivamente a través de distribución de frecuencia y en diagramas circulares, teniendo en cuenta lo descrito por Tamayo Mario (2004) en donde especifica que “los datos tienen significado únicamente en función de las interpretaciones que les dé el investigador. De nada servirá una abundante o valiosa información si no se somete a un adecuado tratamiento analítico, para ello pueden utilizarse técnicas lógicas y estadísticas” (p.47), es por ello que a continuación se muestra los resultados inherentes a la primera fase de la investigación:

#### **4.1. Diagnóstico de la situación en la empresa Expomarmoles C.A. en cuanto su capacidad a exportar.**

En respuesta a esta primera fase, se ha estructurado el diagnostico en tres (03) partes que ayudan a una determinación analítica más compleja, mediante la aplicación de instrumentos de recolección de datos distintos, y acordes a lo buscado.

La primera parte obtenida mediante la recolección por medio de instrumentación tipo cuestionario dicotómico, para conocer la situación actual de en la empresa Expomarmoles en cuanto a su capacidad para exportar, en términos administrativos, logísticos y de manufactura a través de quince (15) preguntas, realizadas a un público

interno, conformado por diez (10) personas pertenecientes a la alta gerencia y al departamento administrativo de la organización, para poder así establecer un diagnóstico crítico y razonado, que ayude al diseño del procedimiento buscado.

A continuación se presentan las preguntas realizadas, conjuntamente con sus tablas referenciales y los gráficos circulares exhibidos en ítems con sus respectivos análisis:

**Ítem 1.** - ¿Conoce usted cuál es el procedimiento para la exportación de un producto?

**Tabla N° 1.** Procedimiento para exportar.

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
<b>SI</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>NO</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Goncalves (2018)



**Gráfico N° 1.** Procedimiento para exportar.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** Se observa en la gráfica como el 100% de las personas encuestadas, que constituyen un total de 10 personas, comprendidas en áreas administrativas y de dirección responden negativamente ante esta pregunta, dejando en evidencia la falta de conocimiento en las fases que activan un proceso de exportación.

**Ítem 2.** - ¿Ha exportado la empresa Expomarmoles en alguna oportunidad?

**Tabla N° 2.** Situación de exportación en Expomarmoles C.A.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	0	0%
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Goncalves (2018)



Gráfico N° 2. Situación de exportación en Expomarmoles C.A.

Fuente: Goncalves (2018)

**Análisis:** ante esta interrogante, se observa como el 100% de los encuestados coinciden con la respuesta negativa, para un total de 10 respuestas a la selección de “NO”, dejando en evidencia que la compañía Expomarmoles no ha comercializado de manera internacional a través de las exportaciones.

**Ítem 3.** - ¿Ha otorgado la empresa Expomarmoles poder a alguna Agencia de Aduanas para importar o exportar?

Tabla N° 3. Autorización a Agencias de Aduana.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

**Fuente:** Goncalves (2018)



**Gráfico N° 3.** Autorización a Agencias de Aduanas

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** en esta oportunidad las 10 personas encuestadas han respondido de manera afirmativa, lo que constituye un 100% para la opción “SI”, dejando claro que la compañía ha otorgado poder a agentes aduaneros con los que ha trabajado o trabaja.

**Ítem 4.** - ¿Cuenta la empresa Expomarmoles con un departamento de mercadeo internacional?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	0	0%
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

**Tabla N° 4.** Departamento de mercadeo internacional.

**Fuente:** Goncalves (2018)



**Gráfico N° 4.** Departamento de mercadeo internacional.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** ante la pregunta 4 las respuestas se inclinan hacia una sola opción, dando validez con un total de 10 personas que constituyen el 100% de los encuestados escogiendo la opción “NO”, hacia la pregunta de la existencia de un departamento de mercadeo internacional en la compañía, lo que servirá de dato para activar propuestas en el siguiente capítulo.

**Ítem 5.** - ¿Conoce usted la normativa aduanera para las exportaciones?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	1	10%
NO	9	90%
TOTAL	10	100%

**Tabla N° 5.** Conocimiento de la normativa aduanera.

**Fuente:** Goncalves (2018)



**Gráfico N° 5.** Conocimiento de la normativa aduanera.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** para el análisis de la pregunta número 5 de la encuesta, se pronuncia ante la opción “NO” un 90% constituido por 9 personas, y un 10% en representación de 1 persona, para un total universal de 10 personas encuestadas, que mostraron receptividad en conocimientos hacia la normativa aduanera, información elemental que se usará en la propuesta.

**Ítem 6.** - ¿Conoce usted las actividades que se realizan en la aduana para exportar?

**Tabla N° 6.** Conocimiento las actividades aduaneras.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	7	70%
NO	3	30%
TOTAL	10	100%

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Gráfico N° 6.** Conocimiento de las actividades aduaneras.



**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** referente al conocimiento de las actividades aduaneras, un número representativo de 7 personas representando un 70% de los encuestados, han respondido de manera afirmativa a la pregunta, dando en resto negativo para un total de 3 personas que representan el 30% faltante, lo que demuestra en mayoría conocer las actividades que se realizan en las aduanas.

**Ítem 7.** – ¿Tiene usted conocimiento de que son organismos de integración económica?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	1	10%
NO	9	90%
TOTAL	10	100%

**Tabla N° 7.** Organismos de integración económica.

**Fuente:** Goncalves (2018)



**Gráfico N° 7.** Organismos de integración económica.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** para la pregunta 7 se ha dado un total de 9 personas en respuesta a la selección “NO” representando un 90% de los encuestados, y un total de 1 persona en

la selección “SI” en representación de 10%, demostrando en esta pregunta, la falta de educación con respecto a organismos de integración económica, con los que se deben trabajar para proceder a comercializar a través de exportaciones, información que será procesada en la propuesta.

**Ítem 8.** – ¿Conoce usted las bondades fiscales que brinda el Mercosur para el exportador?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	0	0%
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

**Tabla N° 8.** Conocimiento de las bondades del Mercosur.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Gráfico N° 8.** Conocimiento de las bondades del Mercosur.



**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** en esta oportunidad de manera unánime el 100% constituido por 10 personas, se han manifestado negativamente en respuesta a la pregunta, mostrando la falta de información en materia fiscal con el tema, a pesar que en la pregunta anterior se mostraba conocimiento por organismos de integración económica en una persona.

**Ítem 9.** - ¿Conoce usted que son y para qué sirve las condiciones de negociación a través de los INCOTERMS?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	0	0%
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

**Tabla N° 9.** Conocimiento de los INCOTERMS.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Gráfico N° 9.** Conocimiento de los INCOTERMS.



**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** en referencia al conocimiento de los Incoterms un total de 10 personas en representación de un 100% de los encuestados han respondido de manera negativa, dejando en evidencia la carencia de conocimiento en tópicos aduaneros, y de comercialización internacional.

**Ítem 10.** - ¿Tiene la empresa capacidad de producción para exportación?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	9	90%
NO	1	10%
TOTAL	10	100%

**Tabla N° 10.** Capacidad de producción para exportar.

**Fuente:** Goncalves (2018)



**Gráfico N° 10.** Capacidad de producción para exportar.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** ante la misiva de exportación, el 90% de los encuestados constituido por 9 personas dentro de la administración y directiva, han manifestado que la compañía está completamente preparada en materia de manufactura que hará frente a la exportación, por otra parte un 10% representado en 1 persona, no coincide con el resto mostrándose perceptivo con esta pregunta.

**Ítem 11.** - ¿Tiene la empresa conocimiento de los estándares comerciales de calidad en el mercado de Brasil?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	7	70%
NO	3	30%
TOTAL	10	100%

**Tabla N° 11.** Conocimiento del mercado brasilero.

**Fuente:** Goncalves (2018)



**Gráfico N° 11.** Conocimiento del mercado brasileiro.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** en referencia a esta pregunta, el 70% de los encuestados reflejado en un total de 7 personas, admite conocer el mercado brasileiro, mientras que para un 30% reflejado en las 3 personas restantes manifiesta su desconocimiento en este tema.

**Ítem 12.** - ¿Conoce usted la logística de transportación desde Venezuela hacia Brasil?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	2	20%
NO	8	80%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Tabla N° 12.** Conocimiento de logística de transportación.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Gráfico N° 12.** Conocimiento de logística de transportación.



**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** en esta oportunidad se observa el resultado de un 80% totalizado en 8 personas, en respuesta a la selección “NO” y un total de 20% reflejado en las 2 personas restantes de manera afirmativa manifestando una vez más el patrón de desconocimiento con temas referentes al proyecto de exportación,

**Ítem 13.** - ¿Existe factibilidad económica y financiera por parte de la empresa para llevar a cabo el proyecto de comercialización internacional de tablillas de mármol a través del procedimiento de exportación?

**Tabla N° 13.** Factibilidad económica y financiera de la empresa.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	10	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	10	100%

**Fuente:** Goncalves (2018)



**Gráfico N° 13.** Factibilidad económica y financiera de la empresa.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** en respuesta a la factibilidad económica con respecto al proyecto, entre directivos y personal administrativo, han reconocido de manera positiva, el estar preparados desde el punto de vista financiero para las actividades de comercialización internacional a través de la exportación, con un total de 10 personas que reflejan el 100% de la población en respuesta a la selección de “SI”, datos que se comprobaran en la propuesta.

**Ítem 14.** - ¿Considera que los procesos de exportación están condicionados?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	6	60%
NO	4	40%
TOTAL	10	100%

**Tabla N° 14.** Condicionamientos en los procesos de exportación.

**Fuente:** Goncalves (2018)



**Gráfico N° 14.** Condicionamientos en los procesos de exportación.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** como dato curioso, se observa que ha sido esta la pregunta más equitativa, dando como resultado un resultado de 6 personas representadas en un 60% de los encuestados afirmando que los procesos de exportación pudieran estar condicionados por la situación política y económica que atraviesa país, otorgando un 40% reflejados en 4 personas quienes no consideran determinantes las condiciones políticas y económicas actuales en el tema de exportación.

**Ítem 15.** - ¿Considera viable y factible el proceso de exportación y comercialización en el exterior, de material producido en Expomarmoles ante la problemática económica de la organización?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	7	70%
NO	3	30%
TOTAL	10	100%

**Tabla N° 15.** Consideraciones referenciales.

**Fuente:** Goncalves (2018)



**Gráfico N° 15.** Consideraciones referenciales.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** para dar por concluido esta fase de preguntas se toma en cuenta las consideraciones referenciales de los encuestados con respecto a la factibilidad del proyecto, en respuesta a la problemática planteada, proyectando un total de 7 personas representadas en un 70% de manera afirmativa ante la misiva de exportación

como solución, y 3 personas reflejadas en el 30% restante, que muestran no estar de acuerdo con lo planteado.

Una vez presentado el resultado de esta primera parte con la análisis de las encuestas a los denominados clientes “a” conformados por 10 personas que comprendidas entre las áreas laborales de la directiva y administración de la empresa Expomarmoles C.A. recolectando datos de suma relevancia que serán procesados para la propuesta que dará solución a la problemática.

Concluida la primera parte de la Fase I de la investigación, se da inicio a la parte segunda, que analiza las preguntas que conforman las encuestas que se llevaron a cabo con los denominados clientes “b”.

Estos clientes conformados por las compañías que realizan el enlace con Expomarmoles, para la compra de las tablillas de mármol travertino, a los cuales se les ha enviado a través del departamento de mercado internacional en cada una de ellas; son *Angramar Granitos e Marmores*, *Granitos Naturais do Brasil Ltda.* Y *Andrade S.A.* los responsables de las respuestas que a continuación se presentan, para del mismo modo procesarlas, analizarlas y de esta manera obtener un sistema de información más amplio, para el desarrollo y solución de la problemática planteada en el capítulo I:

A continuación es presentado el desarrollo de la parte dos (2), presentado cada una de las respuestas desarrolladas por las tres (03) empresas anteriormente mencionadas, enmarcadas cada una de ellas en un cuadro que permite una visual más directa, al momento de establecer el análisis comparativo entre cada una de las preguntas presentadas.

**Ítem 1.** - ¿Considera usted que la calidad del producto a exportar desde Venezuela hacia Brasil por Expomarmoles C.A. cumple con los requerimientos del mercado brasilero?

<p><i>Angramar Granitos e Marmores</i></p>	<p>R.- Si, nuestra compañía se destaca en calidad, y el producto ofrecido por Expomarmoles es un producto que cumple con los requerimientos de nuestra empresa.</p>
<p><i>Granitos Naturais do Brasil Ltda</i></p>	<p>R.- El producto ofrecido por Expomarmoles ya ha sido aceptado por nuestra compañía calificando con los mejores patrones de indicadores.</p>
<p><i>Andrade S.A.</i></p>	<p>R.- Si, es un material de primera con altos estándares de calidad, muy raro y difícil de encontrar además.</p>

**Tabla N° 16.** Requerimientos del mercado brasilero.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** ante la pregunta realizada en referencia a los estándares de calidad establecidos en el mercado brasilero, se nota como los encuestados coinciden en criterio frente al producto que oferta Expomarmoles, dejando claro que el mismo cumple a la medida y perfectamente con las características buscadas en este mercado. Asimismo se destaca el plus ofrecido en respuestas, donde se observa la positiva aceptación del material por las tres (3) compañías encuestadas, obteniendo así dos respuestas similares entre *Angramar Granitos e Marmores* y *Granitos Naturais do*

*Brasil Ltda.* En donde demuestran su conocimiento por el producto y además destacan aun la calidad del mismo.

**Ítem 2.** - ¿Qué tipo de ventajas y desventajas considera usted que acarrea la incursión de tablillas de mármol travertino con el acabado envejecido en el mercado brasilero?

<i>Angramar Granitos e Marmores</i>	R.- La oferta en el material ofrecido por Expomarmoles es muy escasa en el mercado brasilero sin duda constituye una de las ventajas en la incursión de este producto en el mercado.
<i>Granitos Naturais do Brasil Ltda</i>	R.- El travertino en Brasil está muy mermado, más aun con el acabado que ofrece Expomarmoles, en cuanto a las desventajas no discernimos de ninguna gracias a la carencia del mismo en el mercado brasilero.
<i>Andrade S.A.</i>	R.- Brasil es un país en crecimiento constructivo, y productor de granito, por lo que la demanda de estas piedras siempre es elevada. En cuanto a sus desventajas pudiera ser una barrera el precio bajo en el que se consigue el granito puesto que no se importa, lo que le otorga un valor más alto al mármol, sin embargo el mármol se caracteriza siempre por estar en costos por encima del granito.

**Tabla N° 17.** Ventajas y/o desventajas de las tablillas en el mercado brasilero.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** en esta oportunidad, explican las tres (3) compañías la carencia de oferta para con este producto en el mercado brasilero, un mercado abultado de granito pero mermado en mármol, ambas piedras similares pero distintas en características, arrojando nuevamente otros factores determinantes, como la demanda en productos de construcción por el crecimiento en este sector que impulsa al país en estos

momentos. Sin embargo se deberá tomar nota de la respuesta de *Andrade S.A.* en donde informa que una posible desventaja pudiera ser el costo de este producto, puesto que el ser Brasil un país productor de granito, y este ser un material para ellos producido e importado desde las inmediaciones territoriales del estado, acarrearía costos un tanto elevados para la obtención del mismo.

**Ítem 3.** - ¿Existe demanda en el mercado brasilero de tablillas de mármol travertino?

<p><i>Angramar Granitos e Marmores</i></p>	<p>R.- Claro, es un mercado mermado de mármol, somos productores de granitos no de mármol, por lo que la demanda de mármol en Brasil es un tanto elevada.</p>
<p><i>Granitos Naturais do Brasil Ltda</i></p>	<p>R.- Brasil es un país con mucho potencial comercial de granito y mármol, en cuanto a su demanda siempre está latente.</p>
<p><i>Andrade S.A.</i></p>	<p>R.- Si, en Brasil la demanda del mármol y el granito es siempre alta.</p>

**Tabla N° 18.** Exigencias del mercado brasilero.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** en esta oportunidad se revela nuevamente la falta de oferta de mármoles en el mercado brasilero, dato que ya ha sido reflejado en preguntas anteriores, información que será procesada para la elaboración de la propuesta.

**Ítem 4.** - ¿Conoce usted las bondades fiscales que brinda el Mercosur?

<p><i>Angramar Granitos e Marmores</i></p>	<p>R.- Si, en este caso optamos por la libre circulación de las exportaciones e importaciones entre los países pertenecientes, obteniendo beneficios a través de los aranceles.</p>
<p><i>Granitos Naturals do Brasil Ltda</i></p>	<p>R.- Claro, gracias al Mercosur las negociaciones con los países miembros son más eficientes y no tan elevadas en costo.</p>
<p><i>Andrade S.A.</i></p>	<p>R.- Si, gracias a ellos las compañías brasileras han podido expandir su visión, al igual que con la de nuestros países hermanos, el Mercosur es una organización muy óptima para los países de América.</p>

**Tabla N° 19.** Conocimiento de las bondades del Mercosur.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** una vez más, en unanimidad se muestra el conocimiento acerca de las bondades fiscales del Mercosur entre las tres (03) compañías entrevistadas, punto importante que se debe recalcar en comparación a la misma pregunta llevada a cabo en Expomarmoles C.A. en donde la respuesta fue negativa. Del mismo modo no solo

se nota la respuesta afirmativa en conocimiento, sino aportes de los tres (03) entrevistados conforme a algunos tópicos referente a lo preguntado.

**Ítem 5.** - ¿Trabaja usted con alguna Agencia de Aduanas para el desaduanamiento?

<i>Angramar Granitos e Marmores</i>	R.- Si, actualmente trabajamos con Grupo Martins.
<i>Granitos Naturais do Brasil Ltda</i>	R.- Sí.
<i>Andrade S.A.</i>	R.- Si, no solo para el desaduanamiento sino para todo tipo de documentación y actividad aduanera.

**Tabla N° 20.** Agencias Aduaneras.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** ante la encuesta número cinco (05) las tres (03) compañías encuestadas se muestran de manera positiva en respuesta a lo planteado, lo que pudiera constituir factores decisivos en pro de la comercialización de tablillas de mármol hacia Brasil a través de la exportación.

**Ítem 6.** - ¿Conoce usted que son y para qué sirve las condiciones de negociación a través de los INCOTERMS?

<i>Angramar Granitos e Marmores</i>	R.- Si, es un proceso crucial al momento del contrato de compra para establecer porque medio y bajo qué condiciones se llevara a cabo la transportación.
<i>Granitos Naturais do Brasil Ltda</i>	R.- Trabajar sin establecer los Incoterms a usar es trabajar a ciegas, por lo que recomendamos ampliamente anexarlos al contrato.
<i>Andrade S.A.</i>	R.- Si, es imposible manejar transacciones internacionales sin determinar mediante que características acordaremos la entrega del material.

**Tabla N° 21.** Conocimiento acerca de los INCOTERMS.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** curiosamente las tres (03) empresas encuestadas parecen manejar buena información sobre las condiciones de negocios a través de los Incoterms, lo que será

fundamental al momento de determinar que Incoterms recomiendan usar para proceder al contrato.

**Ítem 7.** - ¿Ha tenido alguna restricción por medio del Mercosur en exportación de sus productos?

**Tabla N° 22.** Posibles restricciones del Mercosur.

<i>Angramar Granitos e Marmores</i>	R.- No, las especificaciones en la comercialización de mármol y granito es muy objetiva.
<i>Granitos Naturais do Brasil Ltda</i>	R.- No, nunca.
<i>Andrade S.A.</i>	R.- No hemos tenido ninguna restricción por parte del Mercosur hacia los países miembros con los cuales trabajamos, las restricciones casi siempre se dan con productos de comida.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** las tres (03) compañías coinciden con la negación ante la posibilidad de alguna restricción establecida anteriormente por el Mercosur, a alguna negociación

que se haya dado a través de este organismo de integración. Lo que genera un dato positivo ante la misiva planteada.

**Ítem 8.-** ¿Existe alguna ventaja competitiva en el mercado brasilero por el ofrecimiento de tablillas de mármol travertino envejecidas?

<i>Angramar Granitos e Marmores</i>	R.- Si, todo aquel que introduzca travertino en el mercado brasilero obtendrá buen posicionamiento con cualquier marmolería.
<i>Granitos Naturais do Brasil Ltda</i>	R.- El material que se pretende comprar, es un material de alto impacto que no se ve mucho en Brasil, lo que otorga un plus de innovación en el mercado.
<i>Andrade S.A.</i>	R.- Si, como ya comentamos Brasil es un país productor y exportador de granito, no de mármol y el acabado que produce Expomarmoles en este material es sin duda único y muy llamativo.

**Tabla N° 23.** Ventajas competitivas en el mercado brasilero.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** Una vez más las tres (03) industrias se muestran positivas ante la incursión del mármol en tablillas sobre el mercado brasilero, en donde con esta pregunta se busca obtener muy bien la información de la apreciación del producto ofrecido por Expomarmoles a Brasil, como información que apoye a la investigación de mercado obteniendo así una mayor precisión en el pronóstico de la penetración al mercado brasilero.

**Ítem 9.-** ¿Qué características valora de sus proveedores?

<p><i>Angramar Granitos e Marmores</i></p>	<p>R.- La honestidad es fundamental para negociar. Nos gusta aclarar todo tipo de dudas en cuento a las transacciones comerciales, del mismo modo que apreciamos la sinceridad de los proveedores.</p>
<p><i>Granitos Naturais do Brasil Ltda</i></p>	<p>R.- La responsabilidad es uno de nuestros valores, consideramos que el ser atento y dedicado con la atención que se brinda es muy importante.</p>
<p><i>Andrade S.A.</i></p>	<p>R.- Cuando cumplen con lo que ofrecen. No nos gusta que nos dejen mal, aquellas compañías que no son precisas en lo que ofrecen, no forman parte de nuestro catalogo futuro de clientes.</p>

**Tabla N° 24.** Valor al proveedor.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** para el resultado de esta interrogante, con palabras distintas, casi coinciden las tres (03) organizaciones encuestadas, tomando en cuenta que entre los valores a

resaltar destacan; la honestidad, la responsabilidad y la buena comunicación entre las dos partes negociantes, un plus que otorga fidelidad en los compradores.

**Ítem 10.-** ¿Bajo qué condiciones no negocia usted con una compañía?

<i>Angramar Granitos e Marmores</i>	R.- No negociamos si consideramos que la empresa no es fiable.
<i>Granitos Naturais do Brasil Ltda</i>	R.- Si el material físico no es lo ofrecido, de negociar con una compañía y esta vender un material que no cumple con los requerimientos, damos por concluida las comercializaciones con esa empresa.
<i>Andrade S.A.</i>	R.- Grupo Andrade no pacta ningún acuerdo sin conocer perfectamente la calidad del producto y la empresa que lo venda.

**Tabla N° 25.** Condiciones de negociación.

**Fuente:** Goncalves (2018)

**Análisis:** en respuesta a la última incógnita planteada *Angramar Granitos e Marmores* y *Andrade S.A.* coinciden con su planteamiento, dejando claro que no

negocian de no tener información certera, precisa y segura tanto del proveedor, como del producto. Por otro lado casi al mismo planteamiento, *Granitos Naturais do Brasil Ltda.* proyecta que puede llegar a negociar, pero de no cumplir con las expectativas buscadas da por finalizada cualquier negociación futura.

Para dar por finalizado el diagnóstico de la situación en la empresa Expomarmoles C.A. en cuanto su capacidad a exportar, correspondiendo al desarrollo de la fase primera de la investigación, se presenta la tercera parte de la estructura, a través del análisis de una lista de cotejo, instrumento que concluye con las herramientas que suministraron datos e informaciones para este trabajo de investigación.

Una vez presentado el cuadro conjuntamente con su análisis, se dará por concluido lo que corresponde a la proyección de la Fase I de este trabajo de investigación.


**Ítem 1.-** Lista de cotejo llevada a cabo en las instalaciones de Expomarmoles C.A.

Aspectos a evaluar	Si	No
1.- ¿Tiene la empresa buen servicio de atención al cliente?	X	
2.- ¿Tiene la empresa fácil acceso a la materia prima?	X	
3.- ¿Tiene la empresa toda documentación legal en regla?	X	
4.- ¿Dispone la compañía de maquinaria destinada a la producción de las tablillas de mármol?	X	
5.- ¿Existe capacidad de producción para las tablillas de mármol en la fábrica?	X	
6.- ¿Trabaja Expomarmoles con compromiso de entrega al cliente según lo solicitado por los compradores?	X	
7.- ¿Es apto el empaque de las tablillas surtidas a nivel nacional al planteamiento de comercialización internacional?		X
8.- ¿Capacita la empresa al personal en sus procesos laborales?		X
9.- ¿es frecuente el recibimiento de material a través de la importación?		X
10.- ¿Existe un orden de trabajo en cada uno de los procesos laborales de la empresa?	X	

Tabla N° 26. Lista de cotejo.

Fuente: Goncalves (2018)

**Análisis:** en el cuadro recientemente presentado, se proyectan los análisis visuales que el investigador ha realizado en el campo correspondiente a las instalaciones de la empresa Expomarmoles C.A. donde a través de diez (10) preguntas de observación, se logró concluir con que:

-  La empresa Expomarmoles C.A. consta de un buen servicio de atención al cliente

- ❖ XPO A la organización no se le hace difícil conseguir materia prima para la producción de tablillas de mármol travertino.
- ❖ XPO Expomarmoles C.A. consta de todos los trámites legales al día.
- ❖ XPO Expomarmoles C.A. cuenta con maquinarias de alta tecnología, muy escasas en el territorio latinoamericano, dentro de ellas se destaca la pulidora marca *Pedrini* modelo m636 de 9 cabezales única en Venezuela.
- ❖ XPO La fábrica posee una capacidad de producción capaz de soportar la demanda nacional, conjuntamente con lo solicitado por el mercado internacional.
- ❖ XPO El sistema de entrega de Expomarmoles C.A. es eficaz y se acopla a la demanda sugerida; con flota que distribuye en todo el territorio nacional, con una rigurosa logística, como también la opción de la entrega inmediata en el establecimiento.
- ❖ XPO El empaque de tablillas que se ofrecen en el mercado nacional, no consta de estándares internacionales dentro de la logística de transportación.
- ❖ XPO La compañía no tiende a capacitar a su personal en cada uno de los procesos laborales, trabajan directamente con profesionales ya destacados en las áreas, y desempeño por autodidaxia.
- ❖ XPO Las importaciones, según registros observados y analizados en los archivos de la compañía, bajaron de manera alterante, sin embargo la adquisición del material a pesar de no ser frecuente, es aberrante.
- ❖ XPO La organización cuenta con distintos encargados en áreas específicas, que aportan un desempeño de laboral organizado, eficiente y eficaz.

Tras el análisis de las interrogantes implementadas por el investigador, a través de una lista de cotejo, se da por concluida la respuesta a la Fase I de este proyecto.

**4.2. Análisis de los aspectos legales y logísticos que se deben emplear en la exportación de tablillas de mármol.**

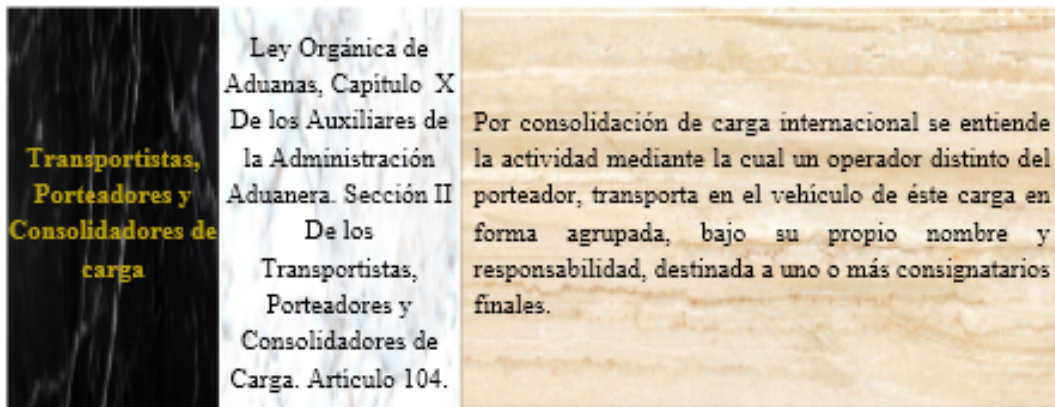
Descripción	Normativa Legal	Aspectos Legales
<b>Agencia de Aduana</b>	Ley Orgánica de Aduanas. Capítulo X De los Auxiliares de la Administración Aduanera. Artículo 98.	El agente o agencia de aduanas es la persona natural o jurídica autorizada por la Administración Aduanera para actuar ante los órganos competentes en nombre y por cuenta de quien contrata sus servicios, en los diversos trámites relacionados con los regímenes aduaneros.
<b>Almacén In Bond</b>	Reglamento de la Ley Orgánica de Aduana. Liberación, Suspensión y otros Regímenes Aduaneros Especiales. Artículo 89.	Se entiende por depósitos aduaneros (In Bond) el régimen especial mediante el cual, las mercancías extranjeras, nacionales o nacionalizadas, son depositadas en un lugar destinado a este efecto bajo control y potestad de la aduana, para su venta en los mercados nacionales e internacionales, previo cumplimiento de los requisitos legales.
<b>Arancel de Aduana</b>	Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.281. Capítulo I Artículo 3.	Para la declaración de las mercancías en Aduanas, la clasificación arancelaria se ajustara en todo al ordenamiento previsto en el Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Aduanas, sus Reglamentos, en este Decreto y sus modificaciones; y estará conformada, por: 1 El Código. 2. La Descripción de las Mercancías. 3. La Tarifa Ad Valorem. 4. El Régimen Legal codificado. 5. La Unidad Física de comercialización.
<b>Auxiliares de la administración aduanera</b>	Ley Orgánica de Aduanas. Capítulo X De los Auxiliares de la Administración Aduanera. Artículo 89.	Son Auxiliares de la Administración Aduanera: los agentes y agencias de aduanas; las empresas de almacenamiento o depósitos aduaneros; las tiendas y depósitos libres de impuestos (Duty Free Shops); las empresas de mensajería internacional Courier, consolidación de carga y transporte; y aquellos que la Administración Aduanera designe como tales mediante Providencia. Estos auxiliares deberán estar autorizados y registrados por la Administración Aduanera, según corresponda de conformidad con las disposiciones establecidas en el Reglamento. Salvo los casos previsto en este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley, los Auxiliares de la Administración Aduanera no podrán ser autorizados para realizar conjuntamente actividades de agentes de aduana transporte, consolidación de carga y almacenaje.

Tabla N° 27. Análisis de aspectos legales.

<p><b>Certificado de Origen</b></p>	<p>Guía de Origen de las Mercancías. Capítulo I Origen de las Mercancías. Artículo 2 Normas de Origen.</p>	<p>Se pueden definir como el conjunto de reglas establecidas por un país o fijadas de mutuo acuerdo entre dos países (o grupo de países) que llevan a la determinación del país que debe ser considerado como el originario de la mercancía obtenida o elaborada.</p> <p>Este conjunto de reglas puede enmarcarse en una serie de criterios básicos, criterios complementarios y consideraciones especiales que configuran de forma generalizada el sistema de las normas de origen existentes en la legislación aduanera comunitaria para la determinación del origen y que se presentan en el siguiente apartado</p>
<p><b>Convenio cambiario 34</b></p>	<p>Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 41.102. Artículo 1.</p>	<p>Las personas naturales y jurídicas privadas, dedicadas a la exportación de bienes y servicios, podrán retener y administrar libremente hasta el ochenta por ciento (80%) del ingreso que perciban en divisas, en razón de las exportaciones realizadas, para atender gastos, pagos y cualquier otra erogación que deban realizar con ocasión de sus actividades, incluidas aquellas necesarias para el cumplimiento de las obligaciones tributarias conforme a la normativa que rige la materia. El resto de las divisas serán vendidas al Banco Central de Venezuela, al tipo de cambio complementario flotante de mercado, que rija para la fecha de la respectiva operación, reducido en un cero coma veinticinco por ciento (0,25%). Dicha venta deberá efectuarse dentro de los cinco (5) días hábiles bancarios siguientes al cumplimiento del lapso establecido en las condiciones de pago pactadas en la relación comercial o contractual de que se trate, que en ningún caso podrán exceder de los ciento ochenta (180) días.</p>
<p><b>Draw Back</b></p>	<p>Reglamento de la Ley Orgánica de Aduana. Liberación, Suspensión y otros Regímenes Aduaneros Especiales. Artículo 66.</p>	<p>De conformidad con el ordinal 22 del artículo 4° de la Ley, las personas que realicen exportaciones podrán obtener en los términos previsto en esta Sección la devolución de los impuestos arancelarios que hayan gravado a las mercancías utilizadas en el proceso productivo de los bienes objeto de la respectiva operación que hubiesen sido pagados directamente por el exportador, o cuyo pago haya sido soportado por este en el precio de adquisición de tales mercancías.</p>
<p><b>Empaque</b></p>	<p>Norma ISO (Organización Internacional de Normalización) 4180</p>	<p>Envases y embalajes. Embalajes de expedición completos y llenos y unidades de carga. Ensayos de vibración a baja frecuencia fija. (ISO 2247:2000).</p>

<p><b>Factura Comercial</b></p>	<p>Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 38.997.          Capítulo III De los Documentos. Sección I De las Facturas.          Artículo 17.</p>	<p>Las facturas que se emitan a los fines de documentar las operaciones de exportación, deben cumplir los siguientes requisitos: 10 1. Contener la denominación "Factura". 2. Numeración consecutiva y única. 3. Número de Control preimpresos. 4. Total de los Números de Control asignados, expresado de la siguiente manera "desde el N°... hasta el N°... ". 5. Nombre y Apellido o razón social, domicilio fiscal y número de Registro Único de Información Fiscal (RIF) del emisor. 6. Fecha de emisión, constituida por ocho (8) dígitos. 7. Nombre y Apellido o razón social del adquirente del bien o receptor del servicio. 8. Descripción de la venta del bien o de la prestación del servicio, con indicación de la cantidad y del monto. 9. En los casos que se carguen o cobren conceptos en adición al precio o remuneración convenidos o se realicen descuentos, bonificaciones, anulaciones y cualquier otro ajuste al precio, deberá indicarse la descripción y valor de los mismos. 10. Especificación del monto total de la base imponible, la alícuota aplicable y el valor total de la exportación, expresado en moneda extranjera y su equivalente en moneda nacional, con indicación del tipo de cambio. 11. Razón social y el número de Registro Único de Información Fiscal (RIF), de la Imprenta autorizada, y nomenclatura y fecha de la Providencia Administrativa de autorización. 12. Fecha de elaboración por la imprenta autorizada, constituida por ocho (8) dígitos.</p>
<p><b>Incoterms</b></p>	<p>Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías.          Parte I Ámbito de aplicación y disposiciones generales. Capítulo I Ámbito de aplicación          Artículo 1</p>	<p>La presente Convención se aplicará a los contratos de compraventa de mercaderías entre partes que tengan sus establecimientos en Estados diferentes: a) cuando esos Estados sean Estados Contratantes; o 2 Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías b) cuando las normas de derecho internacional privado prevean la aplicación de la ley de un Estado Contratante. 2) No se tendrá en cuenta el hecho de que las partes tengan sus establecimientos en Estados diferentes cuando ello no resulte del contrato, ni de los tratos entre ellas, ni de información revelada por las partes en cualquier momento antes de la celebración del contrato o en el momento de su celebración. 3) A los efectos de determinar la aplicación de la presente Convención, no se tendrán en cuenta ni la nacionalidad de las partes ni el carácter civil o comercial de las partes o del contrato.</p>
<p><b>Mercosur</b></p>	<p>Artículo 1° del "Protocolo de Ouro Preto" Complementado por el Tratado de Asunción.</p>	<p>Sobre la Estructura Institucional del MERCOSUR, los órganos con capacidad decisoria, de naturaleza intergubernamental del MERCOSUR son: el Consejo del Mercado Común, el Grupo Mercado Común y la Comisión de Comercio del Mercosur.</p>

<b>Orden de Despacho</b>	<p>Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 38.997.</p> <p>Sección II De las órdenes de entrega o guías de despacho.</p> <p>Artículo 13.</p>	<p>En las órdenes o guías deben detallarse los bienes que se trasladan señalando la capacidad, peso o volumen, descripción, características y su precio. En los traslados que no representen ventas puede omitirse el precio, indicándose el motivo, tal como: reparación, traslado a depósitos, almacenes o bodegas de otros o del propio emisor contribuyente, traslado para su distribución u otras causas. Igualmente, debe indicarse el nombre y apellido o razón social y el número de Registro Único de Información Fiscal (RIF) del receptor de los bienes, o, en su caso, del mismo emisor. Las órdenes de entrega o guías de despacho emitidas por los sujetos que no califiquen como contribuyentes ordinarios del impuesto al valor agregado, deben contener adicionalmente la expresión "contribuyente formal" o "no sujeto al impuesto al valor agregado", según sea el caso.</p>
<b>Poder legal</b>	<p>Ley Orgánica de Aduanas, Capítulo XI Del Operador Económico Autorizado.</p> <p>Artículo 111.</p>	<p>Con el objeto de garantizar la seguridad en la cadena logística y coadyuvar con la agilización de las operaciones de comercio internacional la Administración Aduanera podrá implementar el Programa de Operador Económico para instituir procedimientos simplificados de control y despacho aduanero.</p>
<b>Regímenes aduaneros</b>	<p>Ley Orgánica de Aduanas. Capítulo III De los Regímenes Aduaneros.</p> <p>Artículo 28.</p>	<p>Las mercancías que ingresen o egresen del territorio nacional pueden ser destinadas a cualquiera de los regímenes aduaneros autorizados de acuerdo con los términos de la declaración ante la aduana, o a cualquier otro destino previsto en este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley.</p> <p>Se entiende por régimen aduanero el tratamiento jurídico aplicable a las mercancías sometidas al control aduanero, de acuerdo a la manifestación de voluntad contenida en la declaración ante la aduana. De conformidad el Reglamento, toda mercancía que ingrese al territorio nacional o egrese del mismo, podrá ser objeto de uno de los regímenes aduaneros previsto en la legislación aduanera.</p>
<b>Registro de Exportador</b>	<p>Ventanilla Única de Comercio Exterior.</p>	<p>Documento de la Administración Pública, normalmente expedido por el Ministerio de Comercio de cada país, que garantiza a la empresa beneficiaria el derecho a exportar una cantidad determinada de un producto a un país concreto o a una empresa de ese país.</p>



Fuente: Goncalves (2018)

Una vez detallado el análisis legal en los procesos logísticos de exportación, se procede a la última fase del presente capítulo.

#### **4.3. Diseño del proceso de exportación para la empresa Expomarmoles C.A. en el rubro de tablillas de mármol.**

Ulteriormente al análisis de los resultados obtenidos, por medio de los instrumentos ejecutados para su obtención, se presentó una estructura legal mediante una tabla, que proyectó cada uno de los aspectos logísticos más emblemáticos en este procedimiento, conjuntamente con su soporte legal, que ayudaron al diseño del procedimiento que se concebirá en el siguiente capítulo (Capítulo V “La Propuesta”) a través de diagramas de flujos de manera generalizada y detallada. El diseño allí presentado, es la respuesta a los análisis llevados a cabo en la fase I de este capítulo.

Para poder tener una mejor comprensión sobre el procedimiento que es presentado, se recomienda tener un previo conocimiento en las connotaciones icónicas que representa cada una de las formas y figuras en un diagrama de flujo, para poder tener una perfecta percepción de lo proyectado, por lo que se explicará brevemente cada una de las representaciones que saldrán en los esquemas inmersos en los diagramas de flujo, presentados en el próximo capítulo, detallados en el siguiente cuadro:

Descripción	Forma	Significado
Rectángulos con bordes redondeados		Actividades con acciones
Rombos		Opciones con dos posibles resultados
Círculos		Actividad final
Círculos dobles		Actividad media (una a la que se regresa y se retroalimenta)
Icono de Información		Actividad sin acción física, solo informática
Símbolo en Cruz		Especifica que esa actividad integra un sub-conjunto de actividades
Flechas		Muestra la conexión y la secuencia del proceso entre una actividad y otra
Flechas bidireccionales		Muestra la retroalimentación de dos pasos específicos
Digito uno		Informa en que actividad inicia un proceso que se retroalimenta

**Tabla N° 28.** - Representaciones icónicas de los diagramas de flujo.

**Fuente:** (Goncalves 2018)

Ya especificado cada una de las formas y figuras que aparecerán en los diseños, se da por concluido el capítulo IV dando inicio así, al último capítulo de este trabajo de investigación.

## **CAPÍTULO V**

### **LA PROPUESTA**

La presente propuesta tiene como indicación la proyección del diseño del procedimiento de exportación de tablillas de mármol travertino, desde la República Bolivariana de Venezuela hacia la hermana República Federativa Del Brasil, presentando el mismo a través de diagramas de flujos, ya previamente explicados icónicamente para su mejor comprensión.

#### **5.1. Justificación de la Propuesta**

Ante la problemática que atraviesan las compañías venezolanas, por las medidas económicas implementadas en el Estado a mano del Ejecutivo Nacional, en respuesta a esa situación, se pretende la apertura de un folio de exportación que haga frente a la misiva de la comercialización internacional de tablillas de mármol travertino hacia la República Federativa del Brasil, a manos de la empresa Expomarmoles C.A. buscando así la erradicación de la necesidad adquirida por la organización en la adquisición de divisas.

El siguiente procedimiento de exportación, pese a que se activa a través de una secuencia de pasos exigidos por la Administración Tributaria, requirió de un gran esfuerzo entre el investigador, la compañía sobre la que se desarrolló la investigación, conjuntamente con todas las organizaciones que se han descrito en el presente trabajo, ya que la activación y aceptación del producto a comercializar, requiere de gran recopilación de información en materia legal, que exhorta a la activación de distintos procesos, para la aceptación y activación de un folio de

exportación, como; procesos de producción únicos para exportar, procesos en logísticas de transportación nacional e internacional, dominio del mercado nacional, estudios e incursión de mercados internacionales y otras actividades no menos importantes que debieron ser estudiadas para la realización del diseño de exportación de tablillas de mármol travertino, que se proyectara a través de diagramas de flujo.




Asimismo se requirió del análisis legal en materia arancelaria, para determinar cual era el proceso más rentable financieramente, para la comercialización de las tablillas de mármol, hacia Brasil.

## **5.2. Objetivos de la Propuesta**

### **5.2.1. Objetivo General de la Propuesta**

Proponer el procedimiento para la exportación hacia Brasil de tablillas de mármol elaboradas por la empresa Expomarmoles C.A.

### **5.2.2. Objetivos Específicos de la Propuesta**

-  Definir el perfil del producto a exportar.
-  Determinar los aspectos legales y logísticos nacionales e internacionales para la exportación de tablillas de mármol travertino hacia Brasil.
-  Presentar el procedimiento para la exportación de las tablillas de mármol travertino hacia Brasil.

## **5.3. Factibilidad de la Propuesta**

Para el estudio de la factibilidad de la propuesta, se debió realizar análisis en distintos tópicos, que determinaron las posibilidades de la aplicación del objetivo,

### **5.3.1. Factibilidad Técnica - Operativa**

Para la factibilidad técnica - operativa, se debió tomar en cuenta todos los recursos con los que cuenta la organización sobre la cual se desarrolla la presente

investigación, enfatizando los requerimientos operacionales y técnicos para la producción de las tablillas de mármol travertino. Las siguientes características se han determinado a través de una tabla, aplicando el método cualitativo de puntos, el cual es una herramienta que permite analizar aspectos técnicos y operativos en factibilidad, a través de una lista con caracteres numéricos impuestos por el autor, que dan valor a cada uno de los aspectos necesarios. En esta oportunidad se diseñó tomando en cuenta 5 características que involucran el proceso de producción de tablillas en planta, con tres columnas de distintos valores, aplicando en la columna izquierda una ponderación de 15 puntos (el más alto valor), en la columna central una ponderación de 10 puntos (valor intermedio) y en la columna derecha una ponderación de cinco puntos (valor más bajo). Una vez indica cada una de las características se deben llevar a sumatoria los valores electos por el observador, y de este en su totalidad superar la mitad de la sumatoria del rango más alto el proyecto se considera factible operacionalmente.

<b>FACTORES</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>5</b>
Fácil acceso	X		
Espacio de trabajo satisfactorio	X		
Comodidad para los Consolidadores de cargas		X	
Equipamiento en áreas con maquinarias indispensable	X		
Personal de trabajo experto		X	
<b>Total parcial</b> :	<b>45</b>	<b>20</b>	
<b>Total General</b> :	<b>65</b>		

**Tabla N° 29.** - Método cualitativo de puntos.

**Fuente:** (Goncalves 2018)

Tomando en cuenta este caso, el 15 es el rango con mayor valor, multiplicado por las características a evaluar existentes que son 5 da un total de 75 puntos. Su división a la mitad da una ponderación de 37.5, rango que debe ser superado por la sumatoria que arrojó un total general de 65 puntos, un valor muy cercano al margen obtenido, considerándose así factible.

### **5.3.2. Factibilidad Económica**

Para determinar la factibilidad en materia económica del presente trabajo de investigación, se llevaron a cabo distintos análisis que promueven el determino financiero de los proyectos. Para ello es necesario mostrar los datos tomados en consideración para poder realizar el estudio. A continuación se presenta una tabla, que muestran las actividades financieras sobre el proceso de exportación, desde la compra de la materia prima, hasta el posicionamiento del producto en el territorio brasilero, con una plusvalía de veintiocho con doscientos tres milésimos por ciento (28,203%) de ganancia sobre el costo final de inversión de cada paleta de tablillas de mármol travertino anticado.

Gestión de Costos y Precios	Valores
Adquisición de materia prima	20.000 \$
Uso de materiales en la producción de tablillas	5.000 \$
Retribuciones laborales	100 \$
Proceso de Exportación	5.000 \$
Gastos adicionales	5.000 \$
Total Inversión	= 35.100 \$
Tasa de Ganancia (28.203%)	= 9.899 \$
Fijación de precio en el mercado	= 45.999 \$

**Tabla N° 30.** Gestión de Costos

**Fuente:** Goncalves (2018)

Para la fijación de precio por paleta de mármol travertino anticado, se aplicó el valor porcentual en ganancia de 28,203% para poder utilizar al valor final la estrategia de la psicológica de precios, obteniendo así, un atractivo precio final para la mercancía con un total de cuarenta y cuatro mil novecientos noventa y nueve dólares (44.999\$).

A continuación se presenta la factibilidad financiera a través del análisis arrojado por medio de la aplicación del valor actual neto (VAN), herramienta que permite proyectar el valor presente los flujos de caja futuros, originados por una inversión. Dicho instrumento se aplicó con los siguientes datos:

El periodo de retorno de inversión será de seis (6) meses, debido a que no puede ser menor a este tiempo ya que sobresaldrían las características de un proyecto, y no mayor a este por las situaciones de políticas cambiarias en materia económica establecidas en la República Bolivariana de Venezuela.

En la formula se percibe un primer valor en negativo (-35.100) la cual hace referencia al valor de la inversión realizada, siguiente a este valor una sumatoria con 6 fracciones internas, las cuales se conciben en cada una de ellas la retribución en ganancia, de lo fijado en el precio, cada fracción representa un mes, por lo que se avistan 6 para totalizar el semestre fijado en el periodo. La tasa de interés a usar en la formula será de cinco por ciento (5%). La escogencia de este valor, se remite a la tasa inflacionaria que prevé el Banco Mundial para el próximo semestre; la misma está inmersa en cada uno de los denominadores de las fracciones.

$$VAN = -35.100 + \frac{9.899}{(1+0,05)^1} + \frac{19.798}{(1+0,05)^2} + \frac{29.697}{(1+0,05)^3} + \frac{39.596}{(1+0,05)^4} + \frac{49.495}{(1+0,05)^5} + \frac{59.394}{(1+0,05)^6}$$

$$\therefore VAN = 140.207,54$$

Una vez concluida con la operación de la ecuación para determinar el valor actual neto de la inversión, es notado como el valor arrojado es superior al de la inversión exigida (140.207,54\$ > 34.100\$), esto es traducido en que la factibilidad económica del proyecto es positiva, no solo iguala a la recuperación de la inversión, sino la sobrepasa en ganancia por más de cien por ciento.

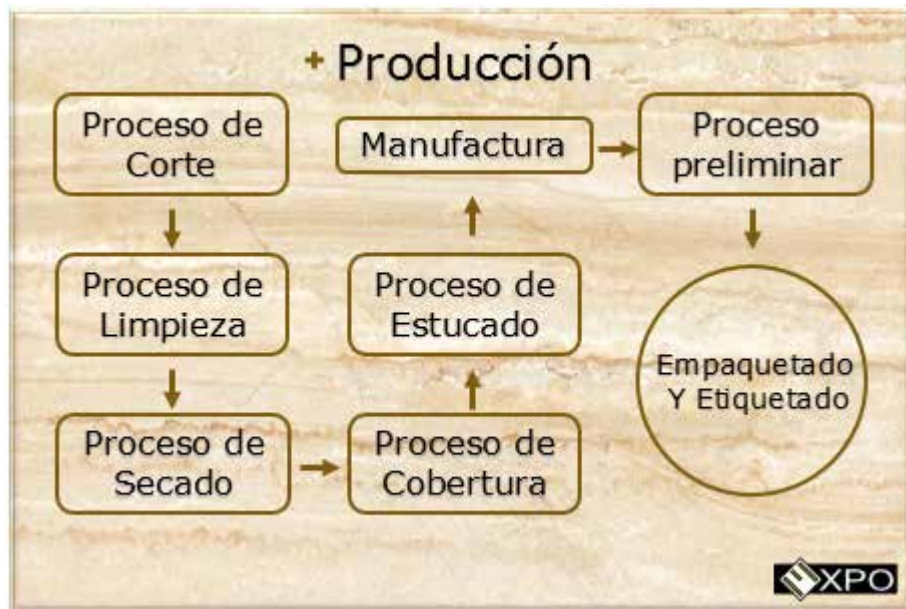
#### **5.4. Desarrollo de la Propuesta**

Para la presentación de la propuesta que da respuesta a los objetivos específicos fijados en este capítulo dando conclusión así a este presente trabajo de investigación, se desarrolló de la siguiente modalidad:

##### **5.4.1. Definir el perfil del producto a exportar.**

Las tablillas que se tienen previstas a exportar, para la incursión en el mercado brasilero, es un producto perteneciente al sector secundario, clasificado en el rubro industrial de la construcción. Las mismas son elaboradas de mármol travertino importado desde la República Italiana, hacia la República Bolivariana de Venezuela, explotado en la ciudad de Roma.

Las láminas de mármol travertino romano crudo, son procesadas en Expomarmoles C.A. a través del proceso de producción diseñado para este trabajo de investigación, que convierte la materia prima en tablillas con el acabado anticado. A continuación se presenta el proceso de producción, conjuntamente con el almacenaje y la definición del perfil del producto a través de diagramas de flujo conjuntamente con sus especificaciones.



**Cuadro N° 1.-** Actividades en el proceso de producción.

**Fuente:** Goncalves (2018)

Una vez presentado la proyección del diagrama, se especifica cada uno de estos procesos:

1.- Proceso inicial o proceso de corte: consiste en formatear las láminas de travertino de aproximadamente 5 m<sup>2</sup> en cortes de 30 cm.

2.- Proceso de limpieza: consiste en sanear completamente la lámina de impurezas, mediante un lavado a presión.

3.- Proceso de secado: consiste eliminar el agua situada en los orificios de la lámina, del mismo modo que el secado de la humedad de la misma, por medio de un expulsor de aire a presión.

4.- Proceso de cobertura: en este procedimiento se cubrirán los orificios más grandes y abundantes, con anime en la cara trasera de la lámina; esto se lleva a cabo, para que al momento de estucar la lámina, la pasta no se escurra por esos vanos.

5.- Proceso de estucado: en este procedimiento se activan 2 pasos, el estucado profundo y el superficial, consta con cubrir la lámina con dos capas (primeramente con la profunda y luego a su secado nuevamente con la superficial) de pasta para mármol elaborada por la compañía.

6.- Proceso de manufactura: trabajado con la pulidora de mármol horizontal; máquina de 6 cabezas que ejercerán fricción sobre el mármol. En ella trabajara el primer cabezal con *piedras número seis (6) modelo Frankfurt* para desbastar y emparejar todo el material, preparándolo para los siguientes 5 cabezales por los que transcurrirá el material, estos otros con *cepillos diamantados* que son los encargados de darle el efecto de envejecimiento.

7.- Proceso preliminar: en este paso se cortan las láminas, en formatos de 10 cm X 30 cm.

8.- Empaquetado: este es el último proceso de producción, que consiste en preparar las tablillas envejecidas de mármol, preparadas para revestimiento, en paletas de madera.

Una vez culminado el proceso de manufactura en Expomarmoles C.A. de las tablillas de mármol travertino anticado, se procede al almacenaje, que a continuación se proyecta nuevamente a través de un diagrama:



**Cuadro N° 2.-** Actividades en el proceso de almacenaje.

**Fuente:** Goncalves (2018)

Para este proceso, se dispone del almacenaje en bloques para su ubicación, un sistema de almacenamiento que consiste en apilar productos de gran peso, encima de otros, sin la necesidad de ubicación por fecha de expedición, por ser este un producto no perecedero. De esta manera se aprovecha las características del paletizado usado en las tablillas, para aprovechar el espacio en planta, haciendo de este sistema un proceso eficiente y eficaz.

Una vez ubicado el material, se procede al registrar la mercancía para determinar cuanta disposición existe al momento del ofrecimiento de este producto, que una vez destinado se agrupa según el pedido, a través de los procesos de solicitud de información al departamento de mercadeo y la actividad del Picking; el cual constituye en organizar por lote lo solicitado para la venta. Esto se consigue a través del orden que constituye el trabajo bajo el registro de un stock de inventario las

tablillas de mármol finalizadas para la exportación, a las que solo les faltara la búsqueda del transportista para su salida en planta hasta el destino final, el cual será la República Federativa de Brasil.



Cuadro N° 3.- Descripción del Producto.










Fuente: Goncalves (2018)

Una vez empaquetado y almacenado el producto, se dan las especificaciones completas del mismo, en dónde; cada tablilla de mármol anticato tiene un formato de 0.30 m de largo X 0.10 m de ancho X 0.02 m de altura para un total de 0.23 m<sup>2</sup>. En cada empaque de tablillas consta con de setecientos cincuenta (750) piezas, que da un total de cobertura de veinticinco metros cuadrados (25m<sup>2</sup>). Dichas especificaciones son primordiales en el departamento de mercadeo, para poder promocionar el producto al momento de su ofrecimiento en el mercado.

#### **5.4.2. Determinar los aspectos legales y logísticos nacionales e internacionales para la exportación de tablillas de mármol travertino hacia Brasil.**

La exportación es una actividad comercial con peso legal, que permite la salida de un producto nacional o nacionalizado fuera de las fronteras en el que el producto o servicio se encuentre. Para realizar esta actividad se requiere de distintos procesos que por imposición legal son obligatorios y otros logísticos que son indispensables, por medio de organizaciones que regulan esta actividad dentro del país, asimismo como las externas al estado que pretende exportar.

En esta oportunidad se someterá a explicación, los caracteres legales que en este procedimiento de exportación deben estar suscritos mediante un orden secuencial.

-  Registro en la Ventanilla Única del Comercio Exterior (VUCE).
-  Elaboración de un Poder Notariado al Auxiliar de la Administración Aduanera.
-  Solicitud de la clasificación arancelaria ante la Intendencia Nacional de Aduana a fin de determinar el Régimen Legal aplicable.
-  Obtención de la Factura Comercial.
-  Incoterms a usar según la modalidad del precio pactado en la factura comercial.
-  Certificado de Origen.
-  Registro ante Banco Central de Venezuela para activación del Convenio Cambiario 34.
-  Aplicación y alcance de las bondades Fiscales del Mercosur.
-  Presentación ante el Comando Antidrogas de la Guardia Nacional Bolivariana de Venezuela el Acta de Revisión de Mercancía de Exportación.

### **Pasos logísticos que destacaran en este procedimiento de exportación.**

- ✦ XPO Estudio de mercado de la compañía en el país a exportar.
- ✦ XPO Gestión de producción para exportación (Producción, empaquetado y almacenamiento).
- ✦ XPO Selección de la Agencia de Aduana.
- ✦ XPO Selección de la Aduana para exportar (Aérea, Marítima, Terrestre).
- ✦ XPO Negociación (Condiciones de la Venta)
- ✦ XPO Contratación del Consolidador de Carga.

#### **5.4.3. Presentar el procedimiento para la exportación de las tablillas de mármol travertino hacia Brasil.**

A continuación, es proyectada cada una de las especificaciones presentadas en los anteriores objetivos, con la finalidad de dar solución a la problemática del presente trabajo de investigación. Dicho procedimiento será concebido a través de diagramas de flujo para una mejor captación y percepción.

En los siguientes cuadros, se observa la culminación de la presente investigación, abordando temas logísticos y legales, que respondieron plenamente la problemática acarreada por Expomarmoles C.A. frente a las medidas económicas suscitadas en la República Bolivariana de Venezuela, creando así el procedimiento de exportación que ayudara a erradicar dichos inconvenientes.

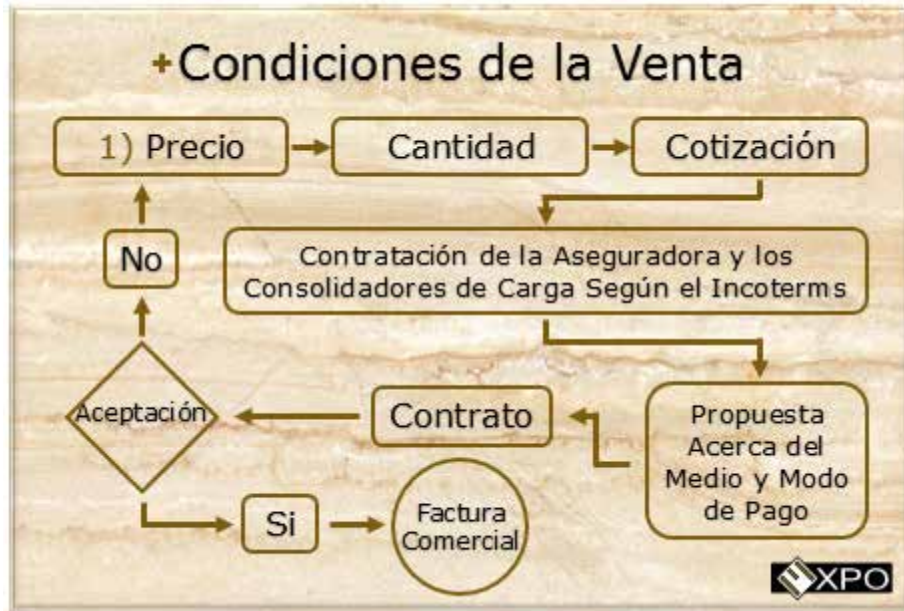


**Cuadro N° 4.-** Actividades en el estudio de mercado.

**Fuente:** Goncalves (2018)

Previo al estudio de mercado realizado y presentado en la investigación en desarrollo, observa la buena aceptación del producto pretendido a exportar en el mercado brasilero, con buena recepción en los aliados de la organización, futuros compradores del material.

Para un proceso de exportación, surge la necesidad del conocimiento y dominio total de los estándares en el mercado a incursionar para posicionar de una mejor manera lo requerido por la compañía.



**Cuadro N° 5.-** Actividades en las condiciones de la venta.

**Fuente:** Goncalves (2018)

Una vez concluido el estudio de mercado, posterior al ofrecimiento del material, se dan las condiciones de la venta del producto ofrecido, en donde ambas partes acordaran pactaran la negociación, tomando en cuenta los distintos tipos de características que en esta transcurran, tal cual es presentado en el cuadro de Condiciones de la Venta.



**Cuadro N° 6.-** Actividades en la contratación de la Agencia Aduanera.

**Fuente:** Goncalves (2018)

El paso siguiente una vez acordada la venta conjuntamente con sus condiciones, es la contratación del Auxiliar de la Administración Aduanera, quien intercederá ante la Aduana, para el cumplimiento de los requisitos expuestos por el cuadro de Contratación de Agencia Aduanera.



**Cuadro N° 7.-** Actividades en las Aduanas.

**Fuente:** Goncalves (2018)

Luego de otorgar el poder al Auxiliar, se decide la Aduana por la que se pretenda exportar, mediante la actividad requerida (en este caso el marítimo), confiscando secuencialmente todos los requisitos exigidos y expuestos en el cuadro de Aduana.



**Cuadro N° 8.-** Actividades posterior a la Exportación.

**Fuente:** Goncalves (2018)

Una vez llevada a cabo la primera exportación, se lleva a cabo el registro ante los entes competentes señalados en el anterior cuadro, para optar al reintegro de los impuestos mencionados.

Con este último cuadro se concluye lo que ha sido la propuesta del trabajo de investigación que tiene por título: Procedimiento De Exportación Hacia Brasil De Tablillas De Mármol Elaboradas Por La Empresa Expomarmoles C.A. Ubicada En El Estado Carabobo. Dándole así solución a los objetivos planteados desde el inicio del primer capítulo.

Las apreciaciones sobre la aplicación de la propuesta se podrán observar en las recomendaciones y conclusiones del presente trabajo de grado.

## CONCLUSIONES

Las conclusiones en el trabajo de grado llevado a cabo, se emiten con la finalidad de aclarar de manera directa las intenciones del investigador, en respuesta a la solución de la problemática planteada desde el inicio del planteamiento, detallando así los aspectos más importantes de llevar para un procedimiento de exportación en una organización que decida iniciar una gestión de comercialización internacional.

Mediante la intención de la apertura de un canal de exportación para la comercialización de mármol travertino anticado, producido por Expomarmoles C.A. es importante someter a análisis todos los aspectos legales y logísticos que engloban la negociación a través de la exportación de manera minuciosa, a manera de no recurrir a actos ilícitos por carencia de información.

Es necesario considerar la alta gestión que conlleva la creación de un portafolio de exportación, para comercializar internacionalmente, lo que acarrea una destacable demanda en puestos laborales de la compañía.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda primordialmente la ejecución inmediata de la propuesta planteada por el investigador como resultado del presente trabajo de grado.

Seguidamente es recomendada la creación de un departamento destinado al mercadeo internacional, que se encargue de cubrir y gestionar cada uno de los pasos en los procesos de negociación transnacional.

Según los estudios llevados a cabo a través de los instrumentos de recolección de dato, se recomienda a la empresa Expomarmoles C.A. la capacitación laboral a los trabajadores de la compañía, a través de talleres y cursos inductivos y educativos en las áreas aduaneras, tributarias y de logística, para una mejor eficacia y eficiencia en el desempeño del proceso.

## REFERENCIAS

Arias Fideas (2006), **“El Proyecto de Investigación”**, (3<sup>ra</sup> ed.). Caracas, editorial: Episteme.

Balestrini Mirian. (2013). **“Sistema y procedimiento Nueva Tendencia en la Contaduría”** (7<sup>ma</sup> ed.)

Carlos Asuaje (2000). **“Derecho Aduanero”**. (2<sup>da</sup> ed.). Caracas Venezuela. Editorial Consultores Asociados

Cano Saúl (2012), **“Las Alianzas Estratégicas en las Pequeñas Y Medianas Empresas Del Estado Carabobo”**, Universidad Alejandro De Humboldt, Valencia, [Trabajo de Grado].

Espinoza Eduardo (2006) **“Planeamiento y análisis de investigaciones”**, (9<sup>na</sup> ed.). Caracas, editorial: Quirón.

Fisher Laura y Espejo Jorge (2004), **“Mercadotecnia”**, (4<sup>ta</sup> ed.). Ciudad de México, editorial: McGraw – Hill.

**“Manual de trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales UPEL”**. (2006). (4<sup>ta</sup> ed.) Caracas Venezuela. Editorial: Fedupel.

Nicolás Maduro. (2014). **“Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Reforma de la Ley Orgánica de Aduanas”** Gaceta Oficial Extraordinario N°6.155 editorial: Distribuidora ML C.A.

Juan Sánchez Y Juan Campins. (2013). **“Gestión en la Producción de la empresa; planificación, programación y control”**. (1<sup>ra</sup> ed.). Madrid, España. Editorial: Pirámide.

Hernández Roberto, Fernández Carlos y Baptista Pilar (2006), **“Metodología de la Investigación”**, (5<sup>ta</sup> ed.). México, editorial: Mc. Graw - Hill.

Kotler Philip. (2002) **“Dirección de Mercadotecnia”**. (4<sup>ta</sup> ed.). Ciudad de México, editorial: Pearson Education.

Lerma Héctor, (2004). **“Como se elabora el proyecto de investigación”**, (5<sup>ta</sup> ed.). Caracas, editorial: Ecoes Ediciones.

Méndez Carlos (2006). **“Metodología. Diseño y Desarrollo del proceso de investigación”**. (3<sup>ra</sup> ed.). Bogotá, Editorial Mac Graw Hill

Romero Ricardo. (2005). **“Marketing”**. (3<sup>ra</sup> ed.). España. Editora: Palmir E.I.R.L.

## **ANEXOS**

## **Anexo N° 1**


**Cuestionario aplicado a:** personal administrativo y directivo de Expomarmoles C.A.

		Si	No
Aspectos a evaluar			
1.- ¿Conoce usted cuál es el procedimiento para la exportación de un producto?			
2.- ¿Ha exportado la empresa Expomarmoles en alguna oportunidad?			
3.- ¿Ha otorgado la empresa Expomarmoles poder a alguna Agencia de Aduanas para importar o exportar?			
4.- ¿Cuenta la empresa Expomarmoles con un departamento de mercadeo internacional?			
5.- ¿Conoce usted la normativa aduanera para las exportaciones?			
6.- ¿Conoce usted las actividades que se realizan en la aduana para exportar?			
7.- ¿Tiene usted conocimiento de que son organismos de integración económica?			
8.- ¿Conoce usted las bondades fiscales que brinda el Mercosur para el exportador?			
9.- ¿Conoce usted que son y para qué sirve las condiciones de negociación a través de los INCOTERMS?			
10.- ¿Tiene la empresa capacidad de producción para exportación?			
11.- ¿Tiene la empresa conocimiento de los estándares comerciales de calidad en el mercado de Brasil?			
12.- ¿Conoce usted la logística de transportación desde Venezuela hacia Brasil?			
13.- ¿Existe factibilidad económica y financiera por parte de la empresa para llevar a cabo el proyecto de comercialización internacional de tabillas de mármol a través del procedimiento de exportación?			
14.- ¿Considera que los procesos de exportación están condicionados?			
15.- ¿Considera viable y factible el proceso de exportación y comercialización en el exterior, de material producido en Expomarmoles ante la problemática económica de la organización?			

Zona Industrial Castillito- C.C. CEM, Local N° 4 – Avenida 73, Intercomunal San Diego, Estado Carabobo, Venezuela.  
Teléfonos: (0241) 871.83.43 (0241) 871.55.74 – E-mail expomarmoles1@gmail.com

**Anexo N° 2**


**Cuestionario aplicados a:** *Angramar Granitos e Marmores  
Granitos Naturais do Brasil Ltda.  
Andrade S.A*

		
Para quem possa interessar, é solicitada a resposta a cada um dos inquéritos e a própria argumentação dos mesmos.	Sim	Não
1. – Considera que a qualidade do produto a exportar para o Brasil da Venezuela por Expomarmoles C.A. cumpre os requisitos do mercado brasileiro?		
2. – Qual o tipo de vantagens e desvantagens você considera que traz a incursão das chapas de mármore travertino com acabamento envelhecido no mercado brasileiro?		
3. – Existe demanda no mercado brasileiro das chapas de mármore travertino?		
4. – Conhece os benefícios fiscais que las bondades fiscales que fornece Mercosul?		
5. – Trabalha com alguma Agência Alfandegária para o desembaraço alfandegário?		
6. – Conhece o que são e para o que servem as condições de negociação através dos INCOTERMS?		
7. – Teve alguma restrição por meio do Mercosur na exportação dos seus produtos		
8.- Existe alguma vantagem competitiva no mercado brasileiro pelo oferecimento de chapas de mármore travertino com acabamento envelhecido?		
9.- Quais as características que você valora dos seus provedores?		
10.- Sob que condições você não negociaria com uma companhia?		

Zona Industrial Castillito- C.C. CEM, Local N° 4 – Avenida 73, Intermunicipal San Diego, Estado Carabobo, Venezuela.  
Teléfonos: (0241) 871.83.43 (0241) 871.55.74 – E-mail expomarmoles1@gmail.com

**Anexo N° 3**

**Lista de Cotejo aplicada en Expomarmoles C.A.**

		Si	No
Aspectos a evaluar			
1.- ¿Tiene la empresa buen servicio de atención al cliente?			
2.- ¿Tiene la empresa fácil acceso a la materia prima?			
3.- ¿Tiene la empresa toda documentación legal en regla?			
4.- ¿Dispone la compañía de maquinaria destinada a la producción de las tablillas de mármol?			
5.- ¿Existe capacidad de producción para las tablillas de mármol en la fábrica?			
6.- ¿Trabaja Expomarmoles con compromiso de entrega al cliente según lo solicitado por los compradores?			
7.- ¿Es apto el empaque de las tablillas surtidas a nivel nacional al planteamiento de comercialización internacional?			
8.- ¿Capacita la empresa al personal en sus procesos laborales?			
9.- ¿es frecuente el recibimiento de material a través de la importación?			
10.- ¿Existe un orden de trabajo en cada uno de los procesos laborales de la empresa?			

Zona Industrial Castillito- C.C. CEM, Local N° 4 – Avenida 73, Intercomunal San Diego, Estado Carabobo, Venezuela.  
Teléfonos: (0241) 871.83.43 (0241) 871.55.74 – E-mail: expomarmoles1@gmail.com

## Anexo N° 4

### Método Cualitativo de Puntos aplicado a Expomarmoles C.A.



FACTORES	15	10	5
Fácil acceso	X		
Espacio de trabajo satisfactorio	X		
Comodidad para los Consolidadores de cargas		X	
Equipamiento en áreas con maquinarias indispensable	X		
Personal de trabajo experto		X	
<b>Total parcial</b>	<b>45</b>	<b>20</b>	
<b>Total General</b>		<b>65</b>	

Zona Industrial Castillito- C.C. CEM, Local N° 4 – Avenida 73, Intercomunal San Diego, Estado Carabobo, Venezuela.  
Teléfonos: (0241) 871.83.43 (0241) 871.55.74 – E-mail expomarmoles1@gmail.com