



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO
EXTERIOR**

INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

Ingeniero en Comercio Exterior

TEMA:

“PLAN DE CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN EN LA EMPRESA BODEGAS BODPUYANGO CIA. LTDA. DE LA CIUDAD DE HUAQUILLAS, PROVINCIA DEL ORO, EN EL PERIODO 2014”

AUTOR:

WASHINGTON FABIAN SASIG SUNTASIG

RIOBAMBA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado y responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad, en cuya virtud, queda autorizada su presentación.

Ing. Bolívar Alexis Ricaurte Coto

DIRECTOR DE TRIBUNAL

Ing. Gino Geovanny Merino Naranjo

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, WASHINGTON FABIAN SASIG SUNTASIG, estudiante de la Escuela de Ingeniería en Comercio Exterior de la Facultad de Administración de Empresas. Declaro que la tesis que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de auditoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Washington Fabián Sasig Suntasig

DEDICATORIA

Doy gracias a Dios por permitirme ver cada día la luz del día y sobre todo tener la dicha de poseer una gran familia digna de admiración.

A mis dos hermanos WILLIAM SASIG SUNTASIG Y CHRITIAN SASIG SUNTASIG por apoyarme incondicionalmente, por su dedicación, amor, paciencia y preocupación, por estar siempre conmigo en los buenos y malos momentos de mi vida.

A mis sobrinos porque sé que en un futuro yo podre compartir este triunfo con ellos y compartirle mis experiencias.

A mi madre ROSA SUNTASIG CRIOLLO, porque mediante su ejemplo de amor, compañía, esfuerzo, lucha y consejos han sabido sentar buenos cimientos, para que pueda cumplir con las metas que me he propuesto.

A mi padre SEGUNDO SASIG TASIPANTA, que siempre guío mis pasos y mi camino del bien para continuar hacia adelante y cumplir mis metas.

Washington Fabián Sasig Suntasig

AGRADECIMIENTO

De manera especial quiero agradecer a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO por la formación profesional obtenida, a la FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y A LA ESCUELA DE INGENIERIA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR por los valiosos conocimientos obtenidos y por la ayuda brindada durante toda mi carrera profesional.

A todos y cada uno de los profesores que me han acompañado en el transcurso de la carrera por ser más que profesores ser amigos.

De manera especial quiero agradecer a mis padres y a mis hermanos quienes han sido los que me apoyaron durante mi carrera desde mis inicios, y que con el pasar de los años gracias a sus buenos consejos he podido superar todas los altibajos presentados.

A la empresa de Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda., por la apertura y apoyo brindado en el desarrollo del presente trabajo.

Washington Fabián Sasig Suntasig

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Certificación de autoría.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido	vi
Índice de tablas	xi
Índice de gráficos.....	xii
Índice de anexos.....	xiv
Resumen Ejecutivo	xv
Summary.....	xvi
Introducción	1
CAPÍTULO I: PROBLEMA	2
1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del problema	2
1.1.2 Delimitación del problema.....	2
1.2. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA	2
1.3. OBJETIVOS	3
1.3.1. Objetivo General	3
1.3.2. Objetivos Específicos.....	3
1.4. DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA	3
1.4.1. Antecedentes	3
1.4.2. Base legal	5
1.4.3. Objetivos de la empresa	5
1.4.4. Cobertura.....	6
1.4.5. Filosofía institucional.....	6
1.4.6. Políticas.....	7
1.4.7. Valores	7
1.4.8. Servicios que presta.....	8
1.4.9. Estructura orgánica – funcional	8
1.4.10. Organigrama Estructural	11
1.4.11. Las inversiones.....	12

1.4.12.	Procedimientos de gestión y control	12
1.5.	ANALISIS MACRO ENTORNO.....	12
1.5.1.	Económico	12
1.5.2.	Social.....	20
1.5.3.	Tecnológico.....	22
1.5.4.	Jurídico.....	23
1.6.	MICRO ENTORNO.....	24
1.6.1.	Análisis de las 5 fuerzas de PORTER.....	24
1.6.2.	Ubicación Geográfica Del Cantón Huaquillas	29
1.6.3.	Análisis FOLA	30
1.6.4.	Matriz De Operacionalizacion De Variables	31
1.6.5.	Factores Estratégicos.....	32
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO		33
2.1.	ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES ANTERIORES	33
2.1.1.	Creación del centro de asesoramiento ups para el desarrollo del pequeño exportador en la provincia del guayas, caso práctico: procedimientos de exportación en el ecuador para el café en grano teniendo como destino el puerto de Valparaiso-Chile.	33
2.1.2.	“Creación de una empresa de asesoría de comercio exterior en la ciudad de Quito”	34
2.1.3.	Diseño de un modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia organizacional de la Empresa Coralinas & Pisos S.A. en el Municipio de Turbaco, Bolívar.....	35
2.2.	FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	36
2.2.1.	Fundamentación epistemológica.....	36
2.2.2.	Fundamentación Legal	44
2.3.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	46
2.3.1.	Desarrollo histórico de la logística.....	46
2.3.2.	Exigencias y tendencias actuales para la logística	46
2.3.3.	El modelo de las 3c’s: de la teoría a la logística	47
2.3.4.	La teoría de las restricciones y la cadena logística como elementos indisolubles	48
2.3.5.	Importancia De La Logística.....	48
2.3.6.	Características De La Logística	49
2.3.7.	Logística Y Distribución De Productos	50
2.3.8.	Según La Logística ¿Cómo Se Debe Distribuirse Un Producto?.....	51
2.4.	MARCO CONCEPTUAL.....	52
2.4.1.	Definición de Logística:.....	52
2.4.2.	Tipos de logísticas.....	52

2.4.3.	¿Qué es la Logística Empresarial?	53
2.4.4.	Objetivos de la Logística Empresarial	54
2.4.5.	Que es la Logística? Las 7 C's	54
2.4.7.	Acceso a mercado	55
2.4.8.	Demanda	55
2.4.9.	Oferta exportable.....	55
2.4.10.	Exportación	55
2.4.12.	Consumidor.....	56
2.4.13.	Nicho de mercado	56
2.4.14.	Precio	56
2.4.15.	La Administración.....	56
2.4.16.	Almacenamiento	56
2.4.17.	Cadena de Suministro	56
2.4.18.	Almacén Particular.....	57
2.4.19.	Mercancía.....	57
2.4.20.	Mercancía Extranjera	57
2.4.21.	Mercancía Nacional	57
2.4.22.	Mercancía Nacionalizada.....	57
2.4.23.	Transporte	57
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		58
3.	HIPOTESIS	58
3.1	Hipótesis General.....	58
3.2	Hipótesis Específicas	58
3.3	Variables	59
3.3.1	Variable Independiente	59
3.3.2.	Variable Dependiente.....	60
3.4	MODALIDAD.	61
3.4.1	Cuantitativa	61
3.4.2	Cualitativa	61
3.5	TIPO DE INVESTIGACIÓN	61
3.5.1	Investigación de Campo	61
3.5.2	Investigación Bibliográfica – Documental.....	62
3.5.3	Investigación Descriptiva:.....	62
3.6.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	62
3.6.1.	Método lógico inductivo	62

3.6.2.	Método lógico deductivo.....	63
3.6.3.	Método hipotético-deductivo	63
3.7.	TÉCNICAS	63
3.7.1.	La observación	63
3.7.2.	La encuesta.....	64
3.7.3.	Entrevista semiestructurada	64
3.8.	INSTRUMENTOS.....	64
3.8.1.	Población y Muestra.....	64
3.9.	ENCUESTA.....	67
1.10.	Tabulación de resultados dela encuesta	68
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		76
4. PROPUESTA DE CREACION DE LA UNIDAD DE ASESORAMIENTO LOGISTICO DE EXPORTACION E IMPORTACION DE LA EMPRESA DE BODEGAS BODPUYANGO CIA. LTDA.....		76
4.1.	PRESENTACIÓN.....	76
4.2.	INTRODUCCIÓN	76
4.3.	OBJETIVO.....	77
4.4.	ALCANCE.....	77
4.5.	ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL.....	77
4.6.	POLÍTICA GENERAL.....	78
4.7.	FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN DE LA UNIDAD DE ASESORAMIENTO.....	78
4.8.	SISTEMA OPERATIVO	79
4.9.	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	80
4.10.	FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN.....	81
4.11.	ENCUESTA A LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PARA LA APROBACIÓN DE LA CREACIÓN DELA UNIDAD DE ASESORAMIENTO.....	82
4.12.	MODELO PARA LA UNIDAD DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN.....	83
4.13.	DESARROLLO DEL MODELO DE ASESORAMIENTO.....	84
4.13.3.	OBJETIVOS DEL MODELO ASESORAMIENTO	84
4.13.4.	Política	84
4.13.5.	Justificación de la propuesta	84
4.13.8.	Secretaria Asistente	89
4.14.	PROCESO DE TRÁMITES	91
4.14.1.	Contratación del servicio.....	91

4.14.2.	Manifiesto de carga.....	92
4.15.	GUÍA DE TRANSPORTE.....	93
4.16.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DE IMPORTACIÓN	94
4.16.1.	Regímenes De Importación.....	94
4.16.2.	Quienes pueden importar	96
4.16.3.	Registro de importador.....	96
4.16.4.	Restricciones de un producto a importar.....	105
4.16.5.	Desaduanización	106
4.16.8.	Servicio de transporte a lugar de destino	109
4.17.	SERVICIO DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN	113
4.17.1.	Requisitos para ser exportador en la aduana	114
4.17.2.	Obtención del registro de exportador	120
4.17.3.	Documentos a presentar.....	121
4.17.4.	Fase De Pre-Embarque.....	121
4.17.5.	Etapa Post-Embarque.....	133
4.18.	COSTOS DEL SERVICIO	135
4.18.1.	Costos en los servicios de asesoramiento en importación.....	135
4.18.2.	Costos de transporté de mercadería.....	135
4.18.3.	Costos en los servicios de asesoramiento en exportación	136
4.18.3.	Costo de transporte de mercadería	137
	CONCLUSIONES	138
	RECOMENDACIONES	138
	BIBLIOGRAFÍA	140
	ANEXOS	143

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Inversiones.....	12
Tabla 2: Estructura sectorial de la PEA en el Oro	13
Tabla 3: Otros Indicadores Económicos del Oro en Dólares.....	15
Tabla 4: El Oro, Principales Industrias Manufactureras.....	17
Tabla 5: Indicadores de Desarrollo Humano en El Oro.....	20
Tabla 6: Análisis FOLA.....	30
Tabla 7: Matriz de Operacionalizacion de Variables.....	31
Tabla 8: Variable Independiente.....	59
Tabla 9: Variable Dependiente	60
Tabla 10: Valores de Z (Margen de Error)	65
Tabla 11: Presupuesto de Inversión	80
Tabla 12: Costos en los Servicios de Asesoramiento en Importación.....	135
Tabla 13: Costos de Transporté de Mercadería	135
Tabla 14: Costos en los Servicios de Asesoramiento en Exportación.....	136
Tabla 15: Costos de Transporte de mercadería.....	137

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Organigrama Estructural	11
Gráfico 2: Producción Bruta El Oro	14
Gráfico 3: Usos del Suelo en el Oro	15
Gráfico 4: Participación de la Actividad Económica.....	18
Gráfico 5: Población del Oro	19
Gráfico 6: Población Ocupada por Rama de Actividad.....	19
Gráfico 7: Programas Sociales.....	20
Gráfico 8: Escolaridad y Analfabetismo.....	21
Gráfico 9: Vivienda en el Oro.....	21
Gráfico 10: Tecnologías de Información y Comunicación.....	22
Gráfico 11: Ubicación Geográfica del Cantón Huaquillas	29
Gráfico 12: Proceso de la Logística	53
Gráfico 13: Componentes de la Logística y sus Elementos.....	54
Gráfico 14: Origen de la Empresa	68
Gráfico 15: Sector que Pertenece la Empresa.....	69
Gráfico 16: Nivel Logístico del personal de la Empresa	70
Gráfico 17: Sistema de Información que Utiliza la Empresa	71
Gráfico 18: Aplicación del Plan de Asesoramiento.....	72
Gráfico 19: Conocimiento Sobre el Plan de Asesoramiento Logístico	73
Gráfico 20: Transporte para la Distribución de los Productos.....	74
Gráfico 21: Atención al Cliente	75
Gráfico 22: Creación del Organización Estructural.....	77
Gráfico 23: Sistema Operativo	79
Gráfico 24: Factibilidad de la Creación.....	81
Gráfico 25: Proceso de Asesoramiento.....	83
Gráfico 26: Platilla de Descripción del Cargo	87
Gráfico 27: Plantilla del Puesto de Trabajo	88
Gráfico 28: Plantilla de Descripción del Cargo	89
Gráfico 29: Plantilla de Puesto de Trabajo	90
Gráfico 30: Plantilla de Contratación de Servicio	91

Gráfico 31: Manifiesto de Carga	92
Gráfico 32: Guía de Transporte	93
Gráfico 33: Descripción de Servicio de Importación	94
Gráfico 34: Plantilla Pagina Web SRI para Importar	97
Gráfico 35: Plantilla Pagina Web Security Data para Importar.....	98
Gráfico 36: Página Web del Sistema ECUAPASS.....	103
Gráfico 37: Selección de Formulario	104
Gráfico 38: Impuestos Arancelarios	105
Gráfico 39: Declaración Aduanera de Importación	106
Gráfico 40: Tipos de Aforo.....	108
Gráfico 41: Rutas de Transporte	110
Gráfico 42: Contenedor de 40 Pies	112
Gráfico 43: Cabezal de Transporte	112
Gráfico 44: Descripción del Servicio de Exportación	113
Gráfico 45: Plantilla de Pagina Web SRI para Exportar	114
Gráfico 46: Plantilla Página Web Security DATA para Exportación	115
Gráfico 47: Documentos de Acompañamiento.....	122
Gráfico 48: Ejemplo de una Declaración Aduanera	123
Gráfico 49: Ejemplo de una Factura Comercial	124
Gráfico 50: Ejemplo de una Lista de Empaque	125
Gráfico 51: Ejemplo de Certificado de Origen para Comunidad Andina.....	126
Gráfico 52: Ejemplo de Certificado de Origen para la Unión Europea.....	127
Gráfico 53: Pasos de una Cotización	128
Gráfico 54: Ejemplo de Cotización de Exportación	129
Gráfico 55: Incoterms 2010	130
Gráfico 56: Formas de Pago	131
Gráfico 57: Ejemplo de Solicitud para la Apertura de una Carta de Crédito	132
Gráfico 58: Documentos de Acompañamiento de la DAE.....	134

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.....	144
Anexo 2.....	145

RESUMEN EJECUTIVO

El Plan De Creación De Una Unidad De Asesoramiento Logístico De Exportación E Importación En La Empresa Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda. De La Ciudad De Huaquillas, Provincia Del Oro, se enfatiza en la busca de nuevas alternativas de servicios ofrecidos por parte de la empresa hacia sus clientes de manera eficiente y eficaz.

La Unidad de Asesoramiento Logístico de Exportación e Importación estará incorporado al desarrollo socio-económico, contribuyendo efectivamente con su aporte, para el cumplimiento de los objetivos del plan nacional del buen vivir generando de esta manera plazas de trabajo y así generar divisas que ingresan al estado ecuatoriano para fortalecer la dolarización, y el cambio de la matriz productiva.

Una de las características más importantes que se observa en este mundo competitivo y globalizado es que las empresas se empeñan en ser cada vez más eficientes; es por eso que las empresas buscan nuevos servicios para ser ofrecidos a sus clientes que satisfagan las necesidades de los mismos, factores importantes para el logro de los objetivos empresariales y desarrollo del trabajador.

Existe una demanda insatisfecha para el Servicio de Asesoría logística de exportación e importación, donde se pretende captar un porcentaje importante del mercado de Huaquillas donde se encuentra localizada la empresa y así satisfacer las necesidades de este servicio en las empresas de la provincia del Oro, por lo que se hace imprescindible la creación de la unidad de asesoramiento logístico de importación y exportación de la Empresa Bodpuyango Cía. Ltda.

Con la implementación de este nuevo servicio dentro de la empresa, se lograra ser más competitivo frente a las demás empresas aledañas.

La puesta en marcha del proyecto es viable debido a que los criterios de evaluación en el Estudio Financiero, determinaron que existe una rentabilidad mayor a la que el mercado ofrece para una inversión de capital, tanto financiado con recursos propios o con crédito.

SUMMARY

The plan to set up a logistics support unit for process to export and import for warehouse of Bodpuyango Ltd located at Huaquillas city – El Oro Province, with the purpose to identify new alternatives for services offered by the Company to its customers by doing efficiently and effectively.

The logistics Support Unit to export and import will be incorporated into the socio-economic development contributing effectively to the fulfillment of objectives according to the national plan of “Buen Vivir” thus generating working places and create currencies in benefit of Ecuador, so that the dollarization becomes strengthen and changing the productive matrix.

One of the most important characteristics observed in this competitive and globalized world is that companies strive to become more efficient, that is why companies try to improve new services to be offered to customers and satisfy their needs, taking into account factors toward achieving business goals and employee development.

There is an unmet demand for the logistics export and import support service which aims to capture a significant percentage of Huaquillas market, where the company is located to satisfy the needs of this service in companies from El Oro province there by, it is essential the creation of the Logistics Support Unit which allows to improve “Bodpuyango Ltd” in the process to import and export.

Through the implementation of this new service for the company, it will be possible to be more competitive with other nearby businesses.

The implementation of the project is viable, due to the evaluation criteria in the Financial Study determined that there is a higher profitability, than the market which provides a capital investment with own resources or by credit.

INTRODUCCIÓN

En el pasado, la empresa bodegas Bodpuyango Cía. Ltda. Como muchas empresas, se basaba solo en la calidad ofrecida a sus clientes esto ya no se considera como un valor agregado sino como una condición necesaria de la empresa. El aumento de las exigencias de sus clientes a supuesto un cambio estratégico y de mentalidad, que ha llevado en los últimos tiempos a la continua incorporación de nuevos servicios que suponen un reto de adaptabilidad para sus procesos.

Las premisas fundamentales del comercio exterior en cuanto a las áreas de Exportación, Importación y Logística son de ser eficiente en su desempeño y eficaz en la respuesta de la demanda de la sociedad en productos bienes y servicios por cuanto es de vital importancia el asesoramiento a nuevos exportadores e importadores en el desarrollo de su actividad comercial.

La empresa carece de herramientas estratégicas, para brindar soluciones dentro de la cadena de suministros, cada industria tiene sus características y necesidades particulares y es de vital importancia, la creación de una unidad de asesoramiento logístico, que le permita el crecimiento empresarial.

Mediante el desarrollo de cada uno de los factores que intervienen en el desenvolvimiento del servicio de asesoramiento logístico de exportación e importación para un mejor entendimiento.

En los últimos años, el departamento de logística ha dado un giro en su mentalidad con el objetivo de adaptarse a las nuevas tendencias, incorporando a su estrategia la filosofía de mejora de la eficiencia en manufactura, Lean Manufacturing. Esta nueva mentalidad basada en la minimización del despilfarro, la flexibilidad, la calidad perfecta, la mejora continua de procesos, ha llevado al departamento, a considerar la logística interna como un eslabón clave dentro de la cadena de suministro.

A lo largo de este capítulo introductorio, presentaremos los objetivos que perseguimos con este proyecto, la metodología que vamos a utilizar en su desarrollo y una breve descripción de su estructura que facilite su lectura y comprensión.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

La Empresa de Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda. Cuenta con una matriz ubicada en la ciudad de Huaquillas, provincia del Oro la cual su actividad principal es el almacenamiento temporal de mercancías de exportación e importación, desde donde se realiza la entrega a los clientes de diferentes zonas aledañas y del vecino país del Perú. Siendo unos de los síntomas primordiales la carencia de una empresa que se dedique a entregar servicios de asesoramiento logístico para la comercialización, importación y exportación de productos bienes y servicios en la provincia fronteriza del Oro, el efecto es el encarecimiento de este servicio de asesoramiento de ahí la necesidad de crear esta unidad de asesoramiento logístico para reducir los costos que mantienen otras empresas que se dedican a esta actividad en esta región.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cómo el plan de creación de una unidad de asesoramiento logístico de exportación e importación en la Empresa Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda. De la ciudad de Huaquillas, provincia del Oro, incide en la competitividad.

1.1.2 Delimitación del problema

El presente trabajo de investigación se lo realizara en la ciudad de Huaquillas, provincia del Oro en el período 2014.

1.2. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA

La problemática radica, en que la empresa carece de herramientas estratégicas, para brindar soluciones dentro de la cadena de suministros, cada industria tiene sus características y necesidades particulares y es de vital importancia, la creación de una unidad de asesoramiento logístico, que le permita el crecimiento empresarial.

Considerándose ésta una de las barreras para el desarrollo permanente de la misma. Con la implementación de esta unidad se posibilita un ambiente estable y seguro para cada sector de la industria dentro del ámbito logístico, esto facilitara al mejoramiento de la Empresa BODPUYANGO CIA.LTDA. El interés puesto de manifiesto en esta investigación se circunscribe en la actualidad de la temática e importancia científica

originalidad y factibilidad que soluciona un impacto social en la provincia del Oro ya que el intercambio comercial con otras provincias, y con el vecino país del sur va en aumento a través de los convenios internacionales firmados entre Perú-Ecuador a raíz de la firma de la paz y esto es indiscutible que generara fuentes de trabajo para los ciudadanos de la ciudad de Huaquillas, solucionando un problema económico-social que es el desempleo y el sub empleo.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Desarrollar un plan de creación de la unidad de asesoramiento logístico de exportación e importación para mejorar la competitividad en la empresa bodegas Bodpuyango Cía. Ltda. De la Ciudad de Huaquillas, provincia del Oro,

1.3.2. Objetivos Específicos

- a) Determinar las bases conceptuales de un plan asesoramiento logístico de Exportación e Importación para sustentar y contrastar con la situación problemática de la Empresa de la Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda.
- b) Crear la unidad de asesoramiento logístico para mejorar la atención al cliente.
- c) Proponer un modelo logístico que permita a la Empresa Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda. Un servicio Competitivo en el mercado.

1.4. DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA

Generalidades

1.4.1. Antecedentes

Dentro de las posibilidades que la provincia del oro tiene en la producción, tenemos que considerar que tiene dos entradas internacionales, la primera se desarrolla por puerto bolívar por vía marítima, la otra vía terrestre por la zona fronteriza de hermano pueblo de Huaquillas. Conocemos que en las expectativas binacionales se contempla la creación de un puente internacional de mayor cobertura para atender el flujo de comercio exterior que se da por este lugar, si se atendiera con una misión profesional y turística, se le estaría dando importancia al transporte terrestre. Entonces debemos tener la visión necesaria para tomar en cuenta la relación de transporte por cualquiera de los

medios que se utilizan para el comercio porque nuestra provincia tiene transporte marítimo y terrestre. El cantón santa rosa cuenta con un aeropuerto, de esta manera tenemos la posibilidad de que este tipo de transporte funcione como un eje que atienda las necesidades de la materia de importación y exportación de las provincias del sur de la patria, Loja, Azuay y cañar y del norte del Perú como tumbes, paíta, talara, y Sullana, entonces es evidente la relación entre las maneras de transporta y esta actividad va a generar trabajo para todo este tipo d empresa entre las que destacamos la empresa Bodpuyango, asentada en nuestra provincia. En bodegas Bodpuyango no existe un manual que regule las funciones de personal que allí labora, por lo tanto no hay una debida distribución de tareas, las realizan por voluntad propia acorde a los pocos conocimientos en los diferentes departamentos y por ende no tienen un excelente rendimiento en la capacidad productiva de esta empresa por ello nos hemos visto en la necesidad de elaborar nuestro proyecto con el tema Diagnostica De La Gestión Administrativa De La Empresa Bodpuyango Cía. Ltda. De Huaquillas Y Diseño De Un Manual Orgánico Funciona. Este estudio lograra que bodegas Bodpuyango ampliara la visión en los servicios que brinda como asesoría de comercio exterior, coordinación de trámites de aduana y pasó de frontera y servicio de montacargas. El tema de transporte ha sido elaborado en algunas ocasiones pero el transporte pesado, embarque y desembarque de mercadería en bodegas Bodpuyango no he sido objeto de estudio en años anteriores, este se enfocara en determinar la forma de administrar la empresa y en mejorar dicha administración con la implementación de un manual de funciones. La línea de investigación en la que se enmarca nuestro tema es formulación de elaboración y ejecución de los protocolos para diversificar o ampliar la capacidad productiva de empresa y micro empresas por medio de los resultados obtenidos de dichos investigación los diversos directivos pueden adherirlos al manejo de su organización para mejorar la administración de los recursos humanos, tecnológicos, económicos y administrativos y así en fututo ser una de las principales empresas de embarque y desembarque de la mercadería en el país. Mediante esta investigación de temas escogidos nosotras como tesistas aportaremos información útil para que las futuras generaciones tengan una pauta en la realización de su proyecto, también para que podemos aplicar nuestro conocimiento adquiridos a lo largo de todos estos años de estudio y egresadas de administración tenemos los conocimientos suficientes para abordar todos los criterios de temas escogidos. Para la realización de esta investigación tenemos la autorización del gerente general, por lo que hay total acceso a las fuentes de

información, además que se cuenta con información documental y tecnológica para realizar el estudio, así también el tiempo y los recursos están al alcance del grupo de tesisistas.

1.4.2. Base legal

La EMPRESA BODEGAS BODPUYANGO CIA. LTDA al constituirse como una Compañía de Responsabilidad Limitada, se encuentra bajo la supervisión y control de la Superintendencia de Compañías, Órgano de Control, que ante la solicitud presentada por minuta elevada a Escritura Pública en la Notaria Sexta del Cantón Riobamba por sus socios la concede la personería jurídica, autorizándole funcionar con base legal en las actividades descritas en el documento anteriormente referido.

EXTRACTO DE LA ESCRITURA PÚBLICA

Razón Social: Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda.

Objeto Social: almacenamiento temporal de mercancías de exportación e importación, desde donde se realiza la entrega a los clientes de diferentes zonas aledañas y del vecino país del Perú

Capital Social: 400 aportaciones indivisibles de un dólar cada una \$400,00 (Cuatrocientos 00/100 dólares).

Tipo de Sociedad: Compañía Privada

Representante Legal: Burneo Macas Héctor Eduardo

Duración: Veinte años, desde la fecha de su inscripción.

Domicilio: Provincia del Oro ciudad de Huaquillas

1.4.3. Objetivos de la empresa

- La empresa pretende obtener un producto, proveer un servicio para recibir un ingreso que le permita retribuir a todos los factores que han intervenido en la producción.
- Realizar un estudio de mercado.

- Adquirir los bienes o productos para la venta.
- Obtener mayor producción, beneficios económicos y estabilidad.
- Indicar rentabilidad del negocio, el cuál debe dar un mínimo de rendimiento por el capital invertido.
- Crecer, lo que se logra aumentando las cifras de producción, venta y este crecimiento se puede lograr mediante inversión.
- Fomentar más fuentes de trabajo para que la sociedad se desarrolle

1.4.4. Cobertura

La empresa cubre el mercado de la provincia del Oro en cuanto al almacenamiento temporal de mercancías de exportación e importación, desde donde se realiza la entrega a los clientes de diferentes zonas aledañas y del vecino país del Perú., y en la distribución, repartición y comercialización de productos de consumo masivo su mercado es la Región Sierra Centro. Para el cumplimiento de sus actividades de distribución, comercialización y repartición cuenta con agencias en los distintos cantones de la provincia, así como en las cuatro provincias de la región central.

1.4.5. Filosofía institucional

La Misión Institucional

“Contribuir Al Desarrollo Socioeconómico De La Provincia Del Oro Con Responsabilidad Y Altos Estándares De Rentabilidad En El Almacenamiento Temporal De Mercancías De Exportación E Importación”.

La Visión Empresarial

La Visión Empresarial, señala el camino que permite a la Gerencia establecer el rumbo para lograr el desarrollo esperado de la Compañía en el futuro; para ello es muy necesario tener definido el horizonte de tiempo. La Empresa de Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda., visualiza su consolidación empresarial de la siguiente manera:

“seguir manteniendo el liderazgo en el mercado asignado por almacenamiento y comercialización de mercadería, a través de la implantación y desarrollo de nuevas

políticas comercialización y distribución mediante el mejoramiento continuo en cada una de las áreas de la distribuidora”

1.4.6. Políticas

Para el desarrollo de la Compañía, se ha establecido un conjunto de medidas e instrumentos disponibles para intervenir y mejorar determinados aspectos como: servicio y atención al cliente, laboral y social de la institución, ya que los problemas que se dan en torno a estos aspectos son de permanente preocupación por parte de la administración de la empresa. En el ámbito administrativo, se encuentra la elaboración del Plan Estratégico hacia el año 2012, constituyéndose en una herramienta de gestión gerencial y guías de acción en la conducción de la entidad. En el área financiera las políticas van orientada al fortalecimiento institucional, a través de la utilización de un programa denominado PEACH/TREE, que permite obtener información contable oportuna, confiable y veraz, para la toma de decisiones efectivas por parte de los directivos.

Se han establecido políticas sobre la integración institucional como los talleres de intercambio de experiencias con el talento humano de la empresa. En el ámbito técnico el mejoramiento continuo en la distribución y comercialización de los productos con valor agregado. Políticas que son fruto de las actividades llevadas a cabo por la gerencia de la Compañía; con el firme propósito que la capacitación de su gente como política general se extiende a todo el personal, con lo cual la implementación de medidas y planes de actuación son de fácil canalización, con el propósito de lograr el mejor funcionamiento de la institución.

1.4.7. Valores

La Empresa de Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda., se organiza teniendo como objetivos la coherencia entre valores corporativos empresariales y la conducta del personal, configuran la ética institucional, que diferencia sustancialmente a la Compañía de otras entidades de similares características.

Cuatro son los pilares sobre los que se asienta la estructura ético moral de la Compañía, y su dimensión organizacional.

1. Respeto a la persona humana. Implica no solo el reconocimiento objetivo a las capacidades de los demás y de uno mismo, sino la dimensión de educación, trato respetuoso, colaboración, uso adecuado de la autoridad, atención esmerada al cliente, civismo, interés por el desarrollo de la comunidad.

2. Prioridad del servicio al cliente. Regla de oro de una empresa líder, que asegura eficiencia y buen trato, así como un continuo afán de otorgar al cliente lo que éste necesita.

3. Mejoramiento continuo .Este valor busca perfeccionar cada vez más los Servicios de la Compañía, lo que implica la optimización de los procedimientos tecnológicos y de gestión administrativa, un continuo proceso de aprendizaje y una productividad cada vez mayor.

4. Filosofía Institucional. Valoramos a nuestro cliente por lo que es, más no por lo que tiene, considerando su talento y calidad humana como uno de los valores primordiales en el servicio.

1.4.8. Servicios que presta

Almacenamiento temporal de mercancías de exportación e importación

Es una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en almacenar las mercancías tanto de exportación e importación por un determinado tiempo para luego ser comercializados en el país de destino.

1.4.9. Estructura orgánica – funcional

NIVELES JERÁRQUICOS

Nivel Legislativo: Junta General de Socios

Nivel Directivo: Presidencia

Nivel Ejecutivo: Gerencia

Nivel Asesor: Asesor Jurídico

Comisario (Fiscalizador)

Nivel Operativo: Secretaria

Ventas, Comercialización y Distribución

Bodega

Contabilidad

Servicios

Junta General de Socios: La Junta General de Accionistas, está Conformada por todos los socios legalmente convocados y reunidos, es el supremo de la Compañía, y tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y tomar cualquier decisión que juzgue conveniente para la mejor marcha de la Compañía.

Son atribuciones de la Junta General de Socios:

- a) Designar, nombrar y remover al Presidente y Gerente;
- b) Aprobar las cuentas y los balances que presente el Gerente;
- c) Resolver acerca de la forma de reparte de utilidades;
- d) Resolver acerca de la amortización de las partes sociales;
- e) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- f) Decidir acerca del aumento o disminución de capital y la prórroga del Contrato social;
- g) Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía;
- h) Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- i) Acordar la exclusión del socio o de los socios de acuerdo con las Causales establecidas en la Ley;
- j) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de Los administradores o gerentes;

k) Las demás que no estuvieren otorgados en esta Ley o en el contrato Social a los gerentes, administradores u otro organismo.

Presidente: De acuerdo a lo que dispone el estatuto, las atribuciones del Presidente, son las siguientes:

a) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Socios;

b) Presidir las sesiones de la Junta General de Socios;

c) Intervenir con el Gerente en la compra venta o hipoteca de inmuebles.

Previa autorización de la Junta General de Socios;

d) Suscribir conjuntamente con el Gerente los Certificados de Aportación y actas de las Juntas Generales, siempre que este actúe como Secretario;

e) Subrogar al Gerente en caso de falta, ausencia o impedimento temporal de éste;

f) Supervisar las operaciones de la marcha económica de la Compañía;

g) En general las demás atribuciones que le confiere la Ley, el estatuto y la Junta General de Socios.

Gerente: La representación legal, jurídica y extrajudicial de la Compañía, es ejercida por el Gerente. El mismo que puede ser o no socio de la Compañía, y podrá durar en sus funciones cinco años, pudiendo ser reelegido por nuevos periodos indefinidamente. En caso de ausencia temporal o definitiva, lo reemplaza el Presidente con todas sus atribuciones. Son atribuciones del Gerente:

a) Representar a la Compañía judicial y extrajudicialmente;

b) Realizar todos los actos administrativos que le corresponden;

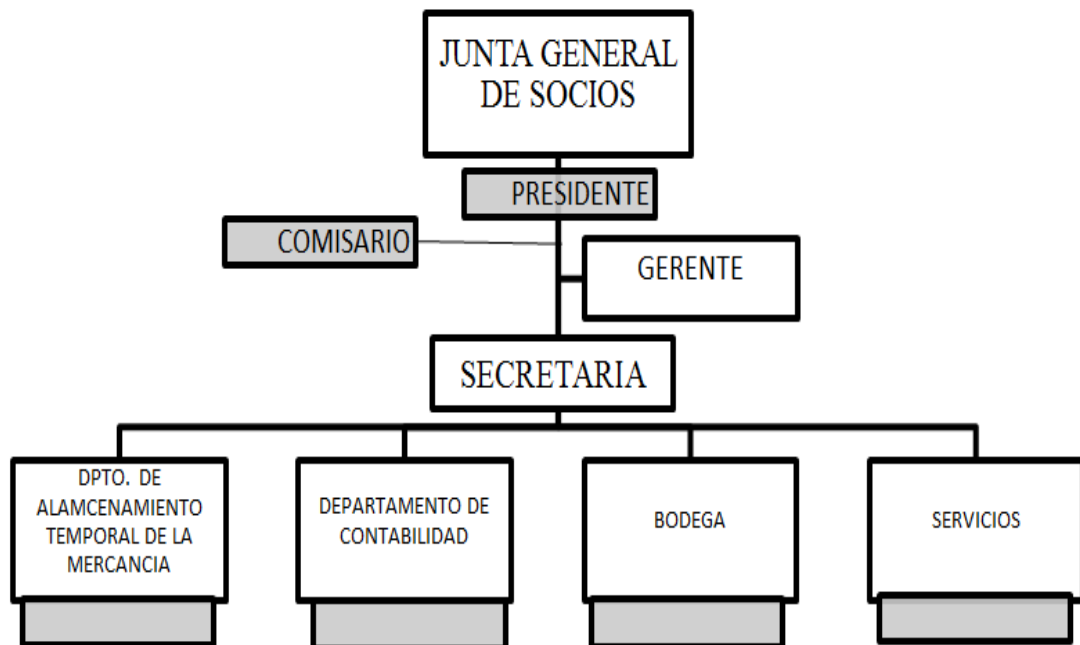
c) Presentar a consideración de la Junta General de Socios la proforma presupuestaria anual, para gastos generales, de sueldos y salarios y gastos de operación;

d) Manejar los fondos y bienes de la Compañía bajo su responsabilidad;

- e) Presentar una vez al año a consideración de la Junta General de Socios una memoria razonada sobre la situación de la Compañía, acompañada del balance, inventarios y cuenta de pérdidas y ganancias; así como las propuestas de distribución de beneficios;
- f) Cuidar que se lleven los libros de contabilidad, de actas y de socios de la Compañía;
- g) Ejecutar conjuntamente con el Presidente toda clase de actos, contratos y operaciones con los bancos o con otras personas naturales o jurídicas, suscribir pagarés, letras de cambio y contraer toda clase de obligaciones, hasta por un monto de mil salarios mínimos vitales como gastos de administración, firmar, facturas y más comprobantes relacionados con las operaciones de la compañía, celebrar contratos de trabajo, etcétera;
- h) Responder por todos los valores, dineros, archivos y demás bienes de la compañía;
- i) Intervenir conjuntamente con el Presidente en la compra - venta e Hipoteca de inmuebles, previa autorización de la Junta General de

1.4.10. Organigrama Estructural

Gráfico 1: Organigrama Estructural



Elaborado por: EMPRESA DE BODEGAS BODPUYANGO

1.4.11. Las inversiones

Inversiones en bienes muebles e inmuebles

EN LA EMPRESA BODEGAS BODPUYANGO CIA. LTDA para su actividad operativa ha realizado inversiones en activos fijos tangibles y en inventarios para la venta de la siguiente manera:

Tabla 1: Inversiones

Denominación	Valor USD \$
Instalaciones - Edificios y locales	10.300,00
Maquinarias y Equipos	150,32
Muebles y Enseres de Oficina	3.752,72
Vehículos	100.743,45
Equipos de Computación	5.258,39
Herramientas y Repuestos	673,00
Terrenos	118.811,23
Total	239.689,11

Elaborado por: EMPRESA DE BODEGAS BODPUYANGO

1.4.12. Procedimientos de gestión y control

La Compañía, no cuenta con instructivos especializados que permitan ejercer un control técnico y apropiado de las actividades administrativas y financieras.

La Gerencia para tomar decisiones se basa en su buen criterio personal y en las disposiciones que le atribuye la Escritura Pública de Constitución, las mismas que se han convertido en políticas empresariales para la conducción, marcha y control de la gestión administrativa y financiera de la Compañía.

1.5. ANALISIS MACRO ENTORNO

1.5.1. Económico

Situación productiva de El Oro

La Provincia de El Oro que al momento se la ubica dentro de la Zonas de Planificación 7. Cuenta con 5.879 Km² aproximadamente, es decir, el 21% de la ZP7 y el 2% a nivel nacional.

Según la división política actual esta provincia, tiene 14 cantones y 63 parroquias: Machala (2 parroquias), Arenillas (4 parroquias), Atahualpa (6 parroquia), Balsas (2 parroquias), Chilla (1 parroquia), Guabo (5 parroquias), Huaquillas (1 parroquia), Marcabelí (2 parroquias), Pasaje (7 parroquias) Piñas (7 parroquias), Portovelo (4 parroquias), Santa Rosa (8 parroquias), Zaruma (10 parroquias) y Las Lajas (4 parroquias)

PEA de El Oro

El 30% de la PEA de El Oro se encuentra concentrada en zonas rurales, especialmente desarrollando actividades agropecuarias, mientras que el resto se distribuye un 22% en comercio, hoteles y restaurantes, 17% en servicios personales y sociales, 11% en actividades no especificadas, 6% tanto en actividades de manufactura como en la construcción, 5% en servicios de transporte, almacenamiento y comunicaciones servicios, 2% en servicios financieros y finalmente el 2% en actividad minera

Tabla 2: Estructura sectorial de la PEA en el Oro

Actividad	% PARTICIPACION
Agricultura, caza y pesca	30
Minas y Canteras	2
Manufactura	6
Electricidad, gas y agua	0
Construcción	6
Comercio, hoteles y restaurantes	22
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	5
Servicios financieros	2
Servicios personales y sociales	17
No especificadas	11
Total	100

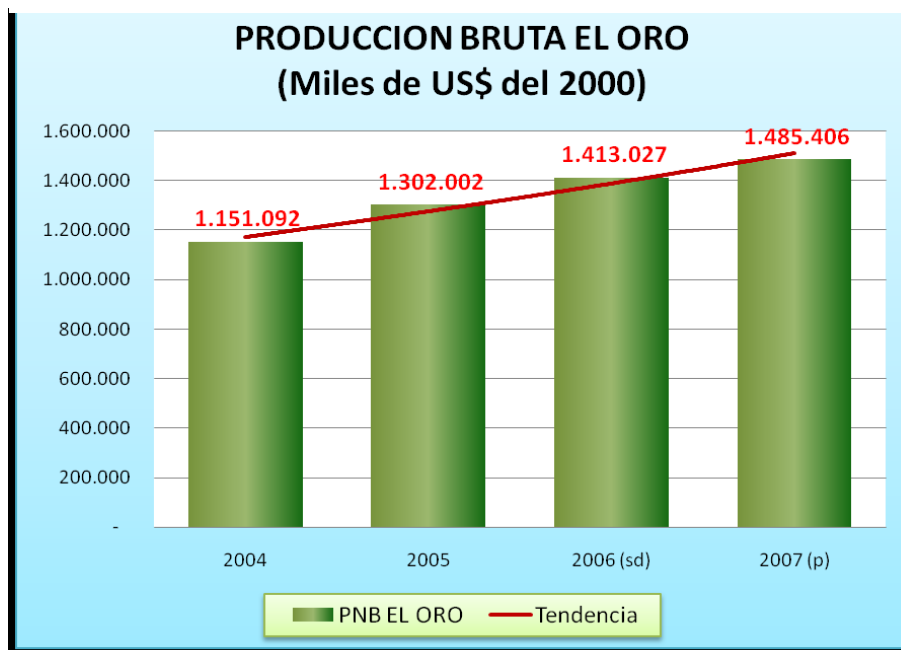
Fuente. INEC Senso de Población y vivienda

Elaborado por: OCE

La información recabada durante el último Censo del año 2010, determina provisionalmente que existen 23.659 establecimientos visibles que desarrollan actividades económicas en la provincia, lo que significa el 56% de la Región 7 y el 4% a nivel nacional, siendo esta una característica del gran dinamismo económico de la provincia.

En efecto, si se analiza la evolución del valor bruto de producción (PNB) generado en El Oro entre el período 2004 – 2007, se puede ver un crecimiento sostenido de las actividades productivas, ya que el PNB pasa de 1.151 millones de dólares constantes (2000) en 2004 a 1.485 millones de dólares constantes en el 2007.

Gráfico 2: Producción Bruta El Oro



Elaborado por: Ministerio de la coordinación de la producción, empleo y competitividad

Otros indicadores económicos

En el año 2010, los ciudadanos de El Oro residentes en el exterior, enviaron remesas por un valor de 74 millones de dólares, el 40% de las remesas generadas en la Región 7 y el 3% a nivel nacional.

En cuanto a la inversión pública, medida a través del Gasto de Inversión del Gobierno Central en las ejecuciones presupuestarias, para el año 2009, se destinó para El Oro la suma de 37.6 millones de dólares según el presupuesto codificado, lo que representa el 31% de la Región y el 2% de la Inversión Pública Nacional.

Tabla 3: Otros Indicadores Económicos del Oro en Dólares

RUBRO	DATO	% REGION 7	% NACIONAL
Impuestos	77.900.031	61	1,0
Remesas	74.124	40	3
Inversion Publica	37.636.932	31	2

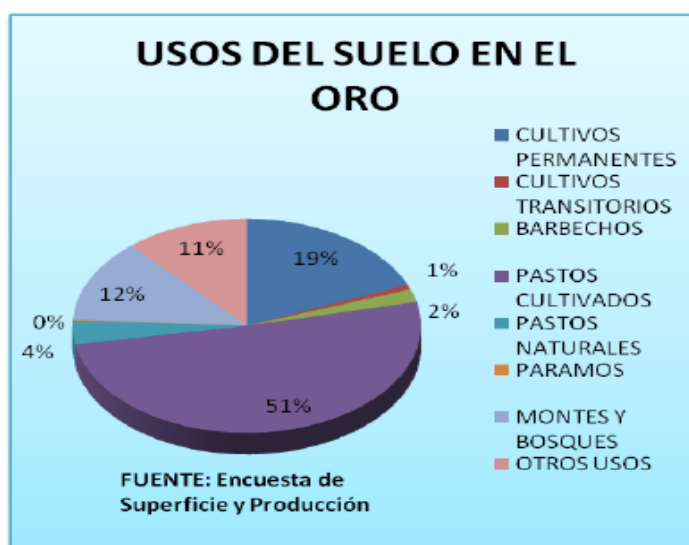
Fuente: SRI, BCE, Ministerio de Economía

Elaborado por: OCE

Actividades Productivas en El Sector Agropecuario

El Oro tiene 457 mil hectáreas de tierra utilizada, lo cual equivale al 24% del total de la región 7 y al 4% del total del país. Existe un predominio de pastos cultivados que representan el 51% de la superficie provincial utilizada, cultivos permanentes (19%), y montes y bosques (12%), lo que indica la gran cantidad de tierras que son destinadas para la actividad agrícola y ganadera.

Gráfico 3: Usos del Suelo en el Oro



Elaborado por: Encuesta de Superficie y Producción

En esta provincia existe una multiplicidad de climas, al norte predomina el clima tropical sub-húmedo, hacia el sur disminuye la pluviosidad evolucionando al tropical seco y muy seco por las áreas de Arenillas y Huaquillas. En esta zona los suelos son profundos, en las áreas que disponen de riego y un buen sistema de drenaje, están dedicadas a la producción de banano, cacao, café, cítricos, etc.

En relación con la estructura de las Unidades Productivas Agropecuarias (UPAs), el 76% de las fincas en la provincia son de pequeños productores (16.869 UPAs), lo que representa el 19% de la superficie con uso agropecuario (85.430 ha). En este grupo, el tamaño promedio por finca es de 5,1 ha/UPA.

Las fincas medianas comprendidas entre 20 y 100 ha, ocupan el 20% de las UPAs (4.344 UPAs), y ocupan 175.918 ha, es decir el 38% de la superficie agropecuaria de la provincia. En promedio el tamaño de estas fincas es de 40 ha/UPA. Por otra parte, las grandes explotaciones agrícolas mayores a 100 ha, representan el 4% de las fincas, es decir 903 haciendas, las mismas que concentran el 43% de la superficie (195.678 ha). Estas fincas tienen un tamaño promedio de 217 ha/UPA.

Actividades Productivas en El Sector Manufacturero

La producción manufacturera – industrial de El Oro es otro sector de vital importancia dentro del desarrollo de la provincia, según los datos oficiales presentados en la última Encuesta de Manufactura del año 2007, la producción bruta industrial de la provincia de El Oro fue de 265,7 millones de dólares, correspondiente a un consumo intermedio de materias primas de 216 millones de dólares, adicionalmente se recaudaron cerca de 50 millones de dólares en impuestos, además se generaron 2.743 plazas de trabajo para los habitantes de la región y finalmente la inversión dentro del sector se acercó a los 20 millones de dólares, de esta manera se pudo determinar que el sector manufacturero constituye una fuente de trabajo y de crecimiento para la provincia.

En la provincia de El Oro están presentes las siguientes industrias:

- Extracción de oro.
- Extracción de cuarzo y cuarcita.
- Crustáceos o moluscos sin envasar congelados (langostinos, camarones).
- Elaboración y conservación de frutas mediante envase en recipientes herméticos (enlatados).
- Elaboración y conservación de compotas, mermeladas, jaleas y puré de frutas.
- Elaboración de pan, panecillos frescos.
- Elaboración de especias y condimentos preparados: laurel, tomillo, albahaca, cilantro, comino, canela, pimienta, nuez moscada, jengibre, etc.
- Embotellado de aguas minerales o de manantial, purificadas o artificiales.
- Fabricación de prendas de vestir para hombres, mujeres, niños y bebés

- Fabricación de archivadores, cajones, cajas y estuches, envases, sobres para discos, artículos similares, etc.
- Fabricación de papel y cartón ondulado o corrugado.
- Edición e impresión de periódicos revistas y publicaciones de contenido técnico o general
- Fabricación de envases de plástico: bolsas, sacos, cajones, garrafrones, botellas, tanques, etc.
- Fabricación de artículos de hormigón, cemento o yeso para su uso en la construcción como: losetas, baldosas, ladrillos, bloques, planchas, láminas, tableros, tubos, postes, etc.
- Fabricación de muebles de madera para el hogar y oficina

Tabla 4: El Oro, Principales Industrias Manufactureras

Descripción de actividades	Producción	Consumo Intermedio	Valor Agregado	Formación Bruta de Capital FIJO	Personal Ocupado	% Participación
Fabricación de archivadores, cajones, cajas y estuches, envases, sobres para discos, artículos similares, etc.,. Armados o plegados de papel o cartón ondulado o corrugado.	103.316.098	64.828.828	38487270	6.774.986	271	39
Crustáceos o moluscos sin envasar congelados(langostinos, camarones)	71.650.762	59.564.302	12.086.460	4.311.208	1.296	27
Fabricación de papel y cartón ondulado o corrugado.	57.944.763	55.395.261	2.549.502	6.977.131	312	22
Fabricación de envases de plástico: bolsas, sacos, cajones, garrafrones, botellas, tanques, etc.	9.326.496	8.143.579	1.182.917	419.755	126	4

Fuente: INEC – Encuestas de Manufacturas y Minería

Elaborado por: OCE

Gráfico 4: Participación de la Actividad Económica

Participación de la actividad económica

Establecimientos económicos: 2.7 mil establecimientos (11.6% de la provincia de EL ORO).

Ingreso por Ventas: 160 millones (3.3% de la provincia de EL ORO).

Personal Ocupado: 6.1 mil personas (8.5% de la provincia de EL ORO).

Principales actividades que generan mayor ingreso

Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	%
Comercio al por mayor y al por menor - reparación de vehículos automotores y motocicletas.	75.4%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	6.2%
Transporte y almacenamiento.	4.7%

Fuente: INEC, Censo Económico 2010



Fuente: INEC, Censo Económico 2010

Elaborado por: Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad

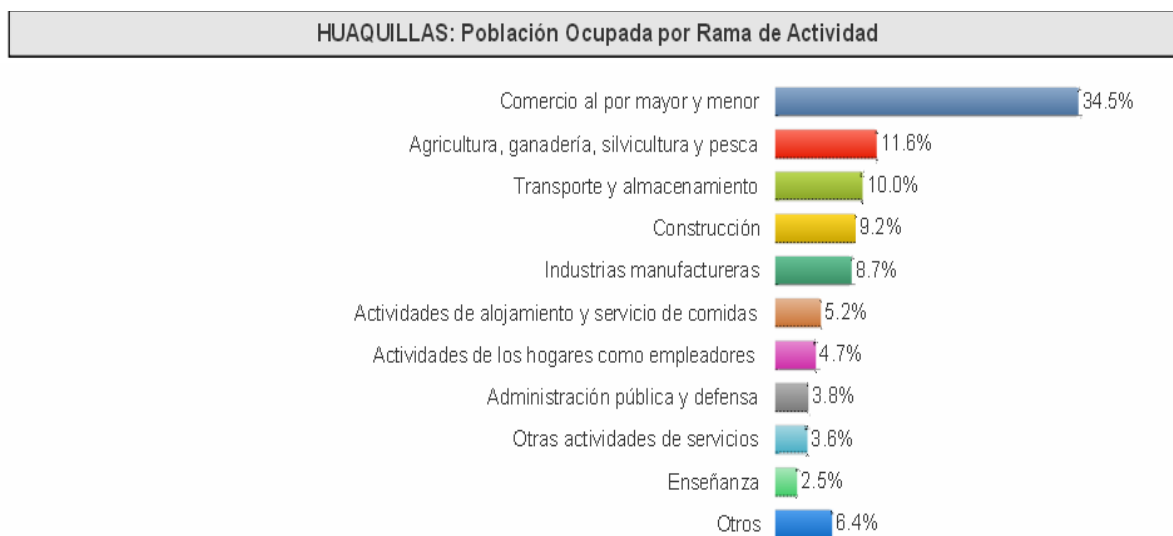
Gráfico 5: Población del Oro

Población:	48.3 mil hab. (8.0% respecto a la provincia de EL ORO).
Urbana:	98.8%
Rural:	1.2%
Mujeres:	50.0%
Hombres:	50.0%
PEA:	53.2% (7.9% de la PEA de la provincia de EL ORO)

Fuente: INEC, Censo Económico 2010

Elaborado por: Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad

Gráfico 6: Población Ocupada por Rama de Actividad



Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

• Recaudación de impuestos:

En el 2012 el Impuesto a la Renta recaudado en el cantón HUAQUILLAS representó el 4.9% del total de la provincia EL ORO. Respecto al 2010 creció en 42.1%.

HUAQUILLAS: Recaudación Impuesto a la Renta miles de dólares

Fuente: INEC, Censo Económico 2010

Elaborado por: Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad

1.5.2. Social

La importancia de este factor reside en que es el encargado del estudio de las características culturales y el comportamiento de los diversos grupos sociales dentro del territorio. Este factor va a tener un papel relevante para la para satisfacer las expectativas y necesidades de un grupo de clientes o consumidores, así que nos es necesario conocer los cambios en el estilo de vida, la moda, calidad y modos de vida, educación de la población, etc. Son muchos los factores que se engloban dentro del ámbito socio cultural pero algunos de los más importantes pueden ser la calidad de vida, distribución de ingresos, demografía, educación, modas, seguridad social y salud, etc. (Organización Mundial de la Salud).

Tabla 5: Indicadores de Desarrollo Humano en El Oro

	% El Oro	% Promedio Zona 7
Pobreza	28	46
Indigencia	5	20
Desigualdad (GINI)	0,39	0,44
Desnutrición crónica	18	32
Primaria completa	72	67

Fuente: SENPLADES, ECV, SIISE 2006, ENEMDU, 2009

Elaborado por: OCE

Gráfico 7: Programas Sociales

Programas sociales en HUAQUILLAS

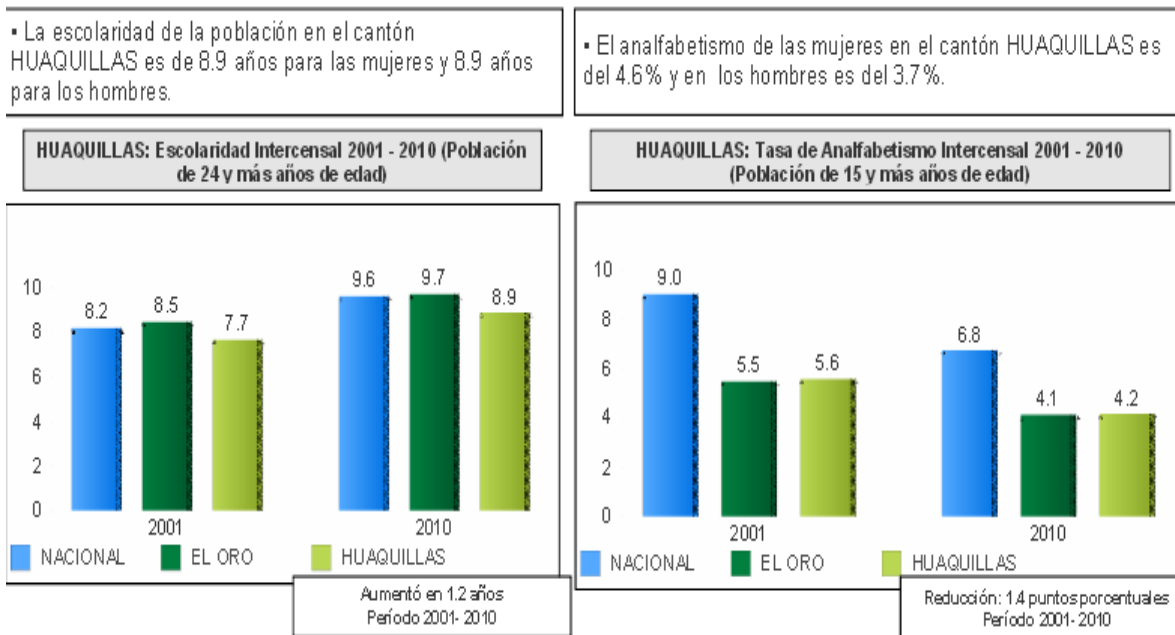
PROGRAMAS SOCIALES	BENEFICIARIOS EL ORO	BENEFICIARIOS HUAQUILLAS	UNIDADES	FECHA
Bono de Desarrollo Humano (BDH)	65668	5480	Madres, adultos mayores y personas con discapacidad	Enero 2014
Crédito de Desarrollo Humano (CDH)	58	4	Madres, adultos mayores y personas con discapacidad	Enero 2014
Instituto de la Niñez y la Familia (INF)	23565	2529	Niños y niñas	Enero - Marzo 2012

Fuente: MCDS - RIPS

Fuente: MCDS-RIPS

Elaborado por: Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad

Gráfico 8: Escolaridad y Analfabetismo

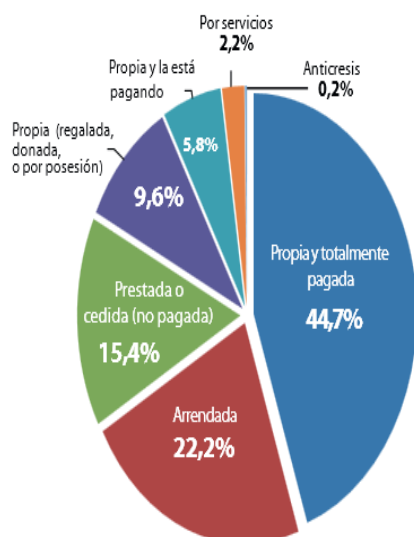


Fuente: INEC-Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad

Gráfico 9: Vivienda en el Oro

¿CUÁL ES LA TENENCIA DE LA VIVIENDA EN EL ORO?



Tenencia de vivienda 2010	Hogares	%
Propia y totalmente pagada	72.956	44,7%
Arrendada	36.169	22,2%
Prestada o cedida (no pagada)	25.102	15,4%
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	15.636	9,6%
Propia y la está pagando	9.502	5,8%
Por servicios	3.567	2,2%
Anticresis	358	0,2%
Total	163.290	100%

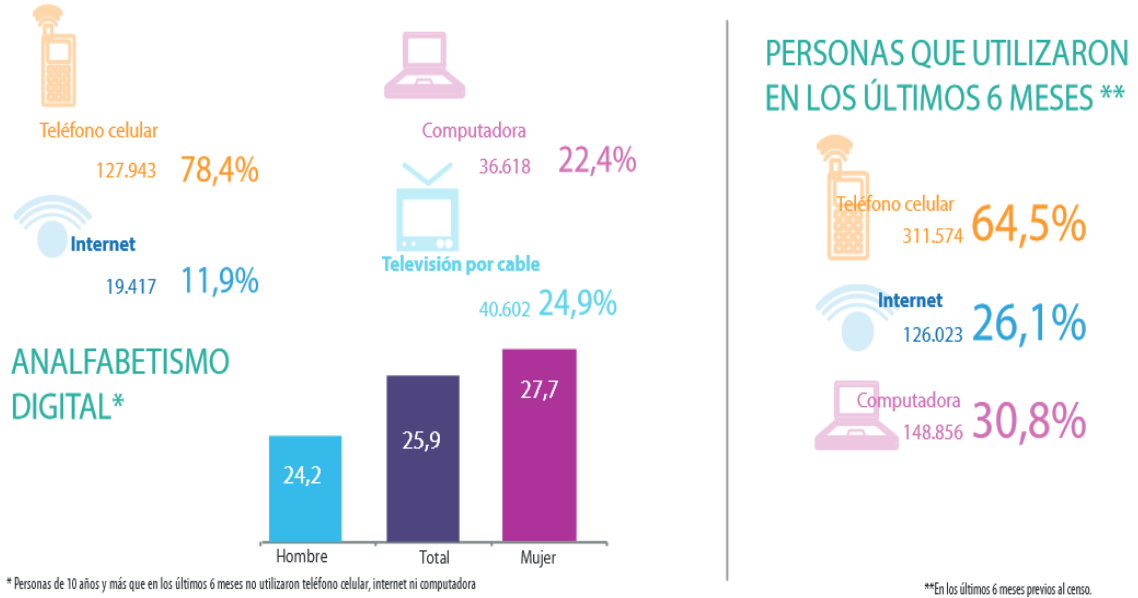
Fuente: INEC-Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad

1.5.3. Tecnológico

Gráfico 10: Tecnologías de Información y Comunicación

¿CÓMO ESTÁN LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN?



Fuente: INEC-Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad

Conjuntamente con el gobierno central existen otros organismos de apoyo en distintos niveles (financiamiento, información, tecnología, control de calidad, entre otras) que canalizan recursos y facilitan el desarrollo productivo, entre las que se cuentan:

- Corporación Financiera Nacional – CFN
- Banco Nacional de Fomento – BNF
- Banco del Estado – BEDE
- Corporación Aduanera Ecuatoriana
- Servicio de rentas Internas – SRI
- Secretaria Nacional de Ciencia y Tecnología – SENACYT
- Instituto de Agrocalidad (Antiguo SESA)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC
- Instituto Ecuatoriano de Normalización – INEN

En este apartado nos referimos a uno de los factores que tiene mayor efecto sobre la actividad empresarial, la tecnología, la cual está formada por todos los conocimientos que posee una empresa sobre la forma de hacer productos, funciones u otros procesos. Los factores tecnológicos dentro de una empresa son todos aquellos que se consideran para el crecimiento, funcionamiento y progreso de una empresa. Mediante la tecnología una empresa puede diferenciarse de la competencia (sobre la forma de hacer las cosas, cómo se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y los servicios, etc.) y por lo tanto obtener mayores beneficios y hacerse con el liderazgo del sector, siguiendo las palabras de Pablo Peñalver Alonso (documento “el entorno tecnológico”) se puede afirmar que algunos beneficios de la tecnología son: Mayor productividad, estándares más altos de vida, más tiempo de descanso y una mayor variedad de productos. La crisis económica ha causado que Ecuador reduzca su gasto considerablemente. Dentro de este gasto público se encuentra el gasto en investigación y desarrollo o más conocido como I+D+I, que es un elemento vital para el aumento de la competitividad empresarial. Es necesario incentivar a las empresas para que inviertan en investigación, ya que si miramos al pasado podemos observar que el impresionante crecimiento económico en el mundo desarrollado en los últimos 60 años ha sido el resultado de los esfuerzos combinados de la investigación básica financiada por los gobiernos en universidades y otros centros públicos y privados de investigación y la investigación aplicada en las empresas.

1.5.4. Jurídico

Es de suponer bodegas Bodpuyango tiene su sede empresarial en Huaquillas, situada dentro del territorio Ecuatoriano y por lo tanto se ve afectada por la estabilidad política del país en la que se encuentra. Dentro de la estabilidad política de un país podemos incluir factores como el riesgo de golpe militar, rebeliones, terrorismo político, guerra civil, conflictos armados, etc. El sistema político ecuatoriano se caracteriza por ser un sistema de partidos. Es muy importante para un país, no sólo ser políticamente estable sino también transmitir esta imagen al resto del mundo. La reducción del gasto público y la austeridad y el rigor en la gestión económica, la transparencia, como principio que inspira la acción del Gobierno y que debe inspirar también la de todos los poderes públicos, la aplicación de medidas de austeridad en todas las Administraciones Públicas, especialmente en las Comunidades Autónomas, la sostenibilidad, mediante medidas de racionalización y ahorro, del sistema del Bienestar, la flexibilidad y competitividad de la

economía, para estimular el crecimiento y la creación de empleo y el apoyo a las pequeñas y medianas empresas y a los emprendedores como motores de la recuperación económica. Por tanto, dentro de este apartado podemos observar que se da una gran importancia a los aspectos ideológicos así como a los distintos partidos políticos más relevantes dentro del territorio ecuatoriano, esto es así porque podemos encontrar diferentes tratamientos hacia el sector empresarial dependiendo de si gobierna un partido de una ideología o de otra, así pues normalmente los partidos de derecha o centro-derecha tienden a favorecer a las empresas rebajando los impuestos directos, y acentuando los indirectos, de forma que esto beneficia a los empresarios y por tanto a nuestra empresa (aunque no es una norma general ya que la situación económica y financiera del país va a condicionar en gran medida las políticas de un determinado gobierno).

1.6. MICRO ENTORNO

1.6.1. Análisis de las 5 fuerzas de PORTER

El modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta de gestión desarrollada por el profesor e investigador Michael Porter, que permite analizar una industria o sector, a través de la identificación y análisis de cinco fuerzas en ella.

Siendo más específicos, esta herramienta permite conocer el grado de competencia que existe en una industria y, en el caso de una empresa dentro de ella, realizar un análisis externo que sirva como base para formular estrategias destinadas a aprovechar las oportunidades y/o hacer frente a las amenazas detectadas.

Las cinco fuerzas que esta herramienta considera que existen en toda industria son:

Según Porter, el dividir una industria en estas cinco fuerzas permite lograr un mejor análisis del grado de competencia en ella y, por tanto, una apreciación más acertada de su atractivo; mientras que en el caso de una empresa dentro de la industria, un mejor análisis de su entorno y, por tanto, una mejor identificación de oportunidades y amenazas.

A continuación un resumen de cada una de estas fuerzas:

1. Rivalidad entre competidores

Generalmente la fuerza más poderosa de todas, hace referencia a la rivalidad entre empresas que compiten directamente en una misma industria, ofreciendo el mismo tipo de producto.

Una fuerte rivalidad entre competidores podría interpretarse como una gran cantidad de estrategias destinadas a superar a los demás, estrategias que buscan aprovechar toda muestra de debilidad en ellos, o reacciones inmediatas ante sus estrategias o movidas.

La rivalidad entre competidores tiende a aumentar principalmente a medida que éstos aumentan en número y se van equiparando en tamaño y capacidad.

Pero además de ello, la rivalidad entre competidores también suele aumentar cuando:

- la demanda por los productos de la industria disminuye.
- existe poca diferenciación en los productos.
- las reducciones de precios se hacen comunes.
- los consumidores tienen la posibilidad de cambiar fácilmente de marcas.
- los costos fijos son altos.
- el producto es perecedero.
- las fusiones y adquisiciones en la industria son comunes.

A medida que la rivalidad entre competidores se hace más intensa, las ganancias de la industria disminuyen, haciendo que ésta se haga menos atractiva y que, por tanto, disminuya el ingreso de nuevos competidores.

Analizar la rivalidad entre competidores nos permite comparar nuestras ventajas competitivas con las de otras empresas rivales, y así formular estrategias que nos permitan superarlas.

Algunos ejemplos de estas estrategias son:

- Aumentar La Calidad De Los Productos.
- Reducir Los Precios.
- Dotar De Nuevas Características A Los Productos.
- Brindar Nuevos Servicios.
- Aumentar La Publicidad.
- Aumentar Las Promociones De Ventas.

2. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Hace referencia a la entrada potencial a la industria de empresas que producen o venden el mismo tipo de producto.

Cuando las empresas pueden ingresar fácilmente a una industria, la intensidad de la competencia aumenta; sin embargo, ingresar a un mercado no suele ser algo sencillo debido a la existencia de barreras de entrada.

Algunos ejemplos de estas barreras de entradas son:

- la necesidad de lograr rápidamente economías de escala.
- la necesidad de obtener tecnología y conocimiento especializado.
- la falta de experiencia.
- una fuerte lealtad del consumidor hacia determinadas marcas.
- grandes necesidades de capital.
- falta de canales adecuados de distribución.
- políticas reguladoras gubernamentales.
- altos aranceles.
- falta de acceso a materias primas.
- posesión de patentes.
- saturación del mercado.

Pero a pesar de estas barreras, algunas veces las empresas logran ingresar fácilmente a una industria cuando cuentan con productos de una calidad superior al de los existentes, precios más bajos o una mejor publicidad.

Analizar la amenaza de entrada de nuevos competidores nos permite estar atentos a su ingreso, y así formular estrategias que nos permitan fortalecer las barreras de entradas, o hacer frente a los competidores que llegan a entrar.

Algunos ejemplos de estas estrategias son:

- aumentar la calidad de los productos.
- reducir los precios.
- aumentar los canales de ventas.
- aumentar la publicidad.

- ofrecer mejores condiciones de ventas, por ejemplo, ofrecer un mayor financiamiento o extender las garantías.

3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Hace referencia al ingreso potencial de empresas que producen o venden productos alternativos a los de la industria.

Ejemplos de productos sustitutos son las aguas minerales que son sustitutas de las bebidas gaseosas, las mermeladas que son sustitutas de las mantequillas, y los portales de Internet que son sustitutos de los diarios y las revistas.

La presencia de productos sustitutos suele establecer un límite al precio que se puede cobrar por un producto (un precio mayor a este límite podría hacer que los consumidores opten por el producto sustituto).

Los productos sustitutos suelen ingresar fácilmente a una industria cuando:

- los precios de los productos sustitutos son bajos o menores que los de los productos existentes.
- existe poca publicidad de productos existentes.
- hay poca lealtad en los consumidores.
- el costo de cambiar de un producto a otro sustituto es bajo para los consumidores.

El análisis de la amenaza de ingreso de productos sustitutos nos permite formular estrategias destinadas a impedir el ingreso de empresas que produzcan o vendan estos productos o, en todo caso, estrategias que nos permitan competir con ellas.

Algunos ejemplos de estas estrategias son:

- aumentar la calidad de los productos.
- reducir los precios.
- aumentar los canales de ventas.
- aumentar la publicidad.
- aumentar las promociones de ventas.

4. Poder de negociación de los proveedores

Hace referencia al poder con que cuentan los proveedores de la industria para aumentar sus precios y ser menos concesivos.

Por lo general, mientras menor cantidad de proveedores existan, mayor será su poder de negociación, ya que al no haber tanta oferta de materias primas, éstos pueden fácilmente aumentar sus precios y ser menos concesivos.

Pero además de la cantidad de proveedores que existan en la industria, el poder de negociación de éstos también tiende a aumentar cuando:

- existen pocas materias primas sustitutas.
- el costo de cambiar de una materia prima a otra es alto.
- las empresas realizan compras con poco volumen.

El análisis del poder de negociación de los proveedores nos permite formular estrategias destinadas a reducir su poder de negociación, y así lograr mejores condiciones o un mayor control sobre ellos.

Algunos ejemplos de estas estrategias son:

- adquirir a los proveedores.
- producir las materias primas que uno necesita.
- realizar alianzas estratégicas con los proveedores que permitan, por ejemplo, reducir los costos de ambas partes.

5. Poder de negociación de los consumidores

Hace referencia al poder con que cuentan los consumidores o compradores de la industria para obtener buenos precios y condiciones.

Cualquiera que sea la industria, lo usual es que los compradores siempre tengan un mayor poder de negociación frente a los vendedores; sin embargo, este poder suele presentar diferentes grados dependiendo del mercado.

Por lo general, mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos y mejores condiciones.

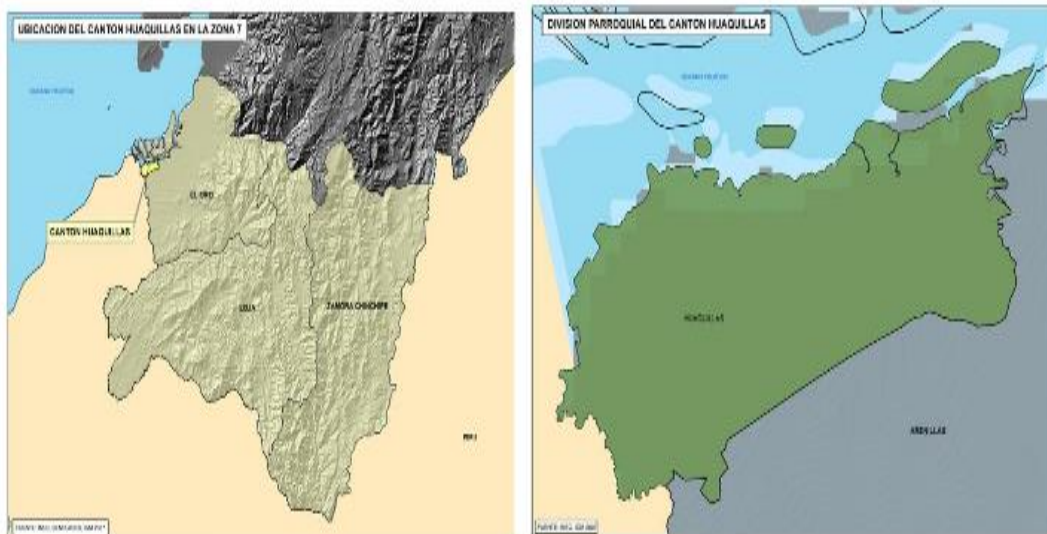
Pero además de la cantidad de compradores que existan en la industria, el poder de negociación de éstos también tiende a aumentar cuando:

- no hay diferenciación en los productos.
- los consumidores compran en volumen.
- los consumidores pueden fácilmente cambiarse a marcas competidoras o a productos sustitutos.
- los consumidores están bien informados acerca de los productos, precios y costos de los vendedores.
- los vendedores enfrentan una reducción en la demanda. (crecenegocios.com)

1.6.2. Ubicación Geográfica Del Cantón Huaquillas

Gráfico 11: Ubicación Geográfica del Cantón Huaquillas

▪ Cantón HUAQUILLAS, Provincia de EL ORO se encuentra en la Zona 7 de planificación.



▪ El cantón HUAQUILLAS cuenta con 1 parroquias.

▪ Representa el 1.1% del territorio de la provincia de EL ORO (aproximadamente 0.1 mil km²).

Fuente: INEC-Censo de Población y Vivienda2010

Elaborado por: Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad

1.6.3. Análisis FOLA

Tabla 6: Análisis FOLA

Fortalezas	Oportunidades
<p>F1 Experiencia de los recursos humanos.</p> <p>F2 Fidelidad del consumidor por el servicio.</p> <p>F3 Procesos técnicos y administrativos para alcanzar los objetivos de la organización.</p> <p>F4 Uso de planes estratégicos.</p>	<p>O1 Incremento de mercado consumidor</p> <p>O2 Confianza de los clientes</p> <p>O3 Incremento de la demanda</p> <p>O4 Falta de servicios de asesoramiento logístico dentro del mercado competitivo</p> <p>O5 Implementación de Modernos procesos en la cadena de suministros</p>
Limitaciones	Amenazas
<p>L1 Desconocimiento de la competencia</p> <p>L2 Segmento del mercado contraído</p> <p>L3 Falta de capacitación al personal</p> <p>L4 Falta de Estímulos personales</p> <p>L5 Carencia de Automatización de programas contables</p>	<p>A1 Cambios en la legislación de Importaciones.</p> <p>A2 Falta de mayor prestación de servicios al cliente</p> <p>A3 Cambio gerencial</p> <p>A4 No contar con la información necesaria dentro del asesoramiento logístico para el cliente</p>

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

1.6.4. Matriz De Operacionalizacion De Variables

Tabla 7: Matriz de Operacionalizacion de Variables

F Y L		FORTALEZAS				LIMITACIONES					SUMA	PROMEDIO
O Y A		F 1	F 2	F 3	F 4	L 1	L 2	L 3	L 4	L 5		
Oportunidades	O1	3	4	3	4	3	3	3	2	3	28	2,55
	O2	3	5	4	3	3	4	3	3	4	38	3,45
	O3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	32	2,91
	O4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	36	3,27
	O5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43	3,91
AMENAZAS	A1	2	3	3	3	3	2	2	3	2	26	2,36
	A2	3	4	4	3	5	2	2	3	3	31	2,82
	A3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	28	2,55
	A4	2	2	3	3	3	3	3	3	2	26	2,36
SUMA		26	33	30	30	30	25	24	26	26	288	100%
PROMEDIO		2,6	3,3	3	3	3	2,5	2,4	2,6	2,6		100%

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

1.6.5. Factores Estratégicos

Luego del análisis hemos determinado que los factores estratégicos son:

➤ **L1**

Desconocimiento de la competencia

➤ **F2 O2**

Fidelidad del consumidor por el servicio.

Confianza de los clientes

➤ **F3**

Procesos técnicos y administrativos para alcanzar los objetivos de la organización.

➤ **F4 O4**

Uso de planes estratégicos.

Falta de servicios de asesoramiento logístico dentro del mercado competitivo

➤ **O5**

Implementación de Modernos procesos en la cadena de suministro.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES ANTERIORES

2.1.1. Creación del centro de asesoramiento ups para el desarrollo del pequeño exportador en la provincia del guayas, caso práctico: procedimientos de exportación en el ecuador para el café en grano teniendo como destino el puerto de Valparaíso-Chile.

La presente investigación es generador a de prácticas sociales y laborales, la cual brinda a los estudiantes y productores proyecciones de crecimiento.

La Universidad Politécnica Salesiana está comprometida con la sociedad no sólo a formar profesionales para el momento actual sino para el futuro con visión humana teniendo como meta el desarrollo integral en lo académico, laboral y social, con conciencia para servir a su país, siempre buscando innovaciones dentro del campo profesional.

La Creación del Centro de Asesoría UPS repercutiría positivamente en la sociedad porque brindaría a los pequeños exportadores pautas y guías para que inicien su incursión en el mercado internacional mediante la innovación.

Con la intención de dar un ejemplo práctico sobre cómo encontrar soluciones para los exportadores en los desafíos de las actividades diarias de comercio internacional estableciendo estrategias dentro del proceso de exportación de café en grano al Puerto de Valparaíso Chile.

El centro de Asesoría UPS servirá para desarrollar habilidades en los estudiantes en el campo práctico de Comercio Exterior y complementando con la función social de la Universidad Politécnica Salesiana. Para la presente investigación fue necesaria la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en el aula de clases, es decir conocer los fundamentos teóricos nos permitió entender los conceptos básicos de los procesos del comercio exterior, permitiendo a los estudiantes asesorar a los pequeños productores del

Guayas y convertirlos en exportadores, enfrentándose al futuro con las herramientas adecuadas en la aplicación de las leyes. (Marisol Naranjo Benites, 2010)

Por qué la logística es un elemento importante para las exportaciones e importaciones de productos bienes y servicios de la empresa BOD PUYANGO CIA LTDA. De la ciudad e Huaquillas, al mercado interno como también a mercados externos de esta manera desarrollamos de una manera integral en la parte social laboral económica y productiva la provincia del Oro a través de la creación de puestos de trabajo de la apertura de nuevas empresas y dinamización del aparato productivo elementos fundamentales para la reactivación productiva de una región que generara ingresos de divisas a la economía del país.

2.1.2. “Creación de una empresa de asesoría de comercio exterior en la ciudad de Quito”

El comercio internacional desde el inicio de la historia de la humanidad ha sido una manera de unir a los pueblos, mediante el intercambio no solo de productos sino también de costumbres, tradiciones y sueños. El Ecuador ha sido un país netamente agrícola toda su historia, desde la época donde se exportaba cacao, azúcar y café hasta la actualidad donde las flores y las frutas han encontrado sus nichos de mercado en el gusto de los extranjeros. El propósito fundamental de este trabajo es brindar asesoría a las personas y empresas que demuestran que el Ecuador posee todas las condiciones necesarias para no mantenerse al margen del proceso de globalización en el contexto del comercio exterior.

La metodología empleada para la confirmación de la hipótesis esta sustentada en el mercado nacional donde se pudo evidenciar la demanda insatisfecha, así como también la capacidad exportable del país. (GORDILLO, 2012)

Una de las actividades primordiales de un país es el comercio exterior fundamentados en la importaciones y exportaciones de bienes productos y servicios que genera el Ecuador de ahí la necesidad la creación de unidad de asesoramiento logístico para brindar los elementos necesarios y conocimientos adecuados para incentivar las exportaciones a otros mercados de la región y de esta manera reactivar las actividades productivas de la región a través de la generación de empleo y la apertura de nuevas empresas en Huaquillas.

2.1.3. Diseño de un modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia organizacional de la Empresa Coralinas & Pisos S.A. en el Municipio de Turbaco, Bolívar.

A lo largo de la historia, la gestión logística ha sido parte fundamental de los procesos administrativos y organizacionales; desde que empezó a tomar forma en el ámbito militar hasta la actualidad, se ha convertido en un aliado imprescindible del sector empresarial, debido a que es considerada el conjunto de métodos necesarios para la correcta planificación y gestión de actividades.

La logística es importante para el desarrollo de las organizaciones; hoy en día, se está incluyendo entre los programas de acción de las empresas con el fin de mejorar sus actividades.

La logística es un modelo, un marco de referencia y un mecanismo de planificación que permite reducir la incertidumbre en un futuro desconocido. En logística se manejan diferentes técnicas, las cuales son necesarias para agilizar los procesos y reducir los costos.

Autores como (Bowerso, D. J et al 1986; Langley, C.J et al 1986; Cristopher 1994), aunque dan diversas definiciones de logística y la manera adecuada en que estas se deben manejar en dichas empresas, Hay un punto donde se ponen de acuerdo en definir que la logística es un proceso donde interactúan el aprovisionamiento de materia prima, insumos, servicios, etc.

La planificación y programación de la producción, sistemas de información y la distribución final hasta el cliente. (Ella Cecilia Bohorquez Vasquez, 2013)

La creación de una unidad de asesoramiento de logístico de exportación e importación se circunscribe en el marco referencial de una planificación que permitirá enfrentar y tomar las decisiones para disminuir el riesgo que conlleva todo plan logístico permite entregar los elementos necesarios y fundamentales para desarrollar el comercio exterior atreves de las exportaciones e importaciones y de esta manera reactivar la productividad y economía de una región en este caso Huaquillas.

2.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

2.2.1. Fundamentación epistemológica

Teoría De Relaciones Humanas Elton Mayo

Orígenes de la teoría de las relaciones humanas.

El origen lo podemos ubicar en la necesidad de humanizar y democratizar la administración, cuando en ésta surge la idea de desarrollar las llamadas ciencias humanas dentro de la filosofía pragmática de John Dewey, la psicología de Kurt Lewin y la experiencia y conclusiones de Hawthorne, son capitales para el humanismo en la administración.

La teoría de las relaciones humanas, también se conoce como escuela humanística de la administración, fue desarrollada por George Elton Mayo (1880-1949), científico australiano

Profesor y director del Centro de Investigaciones Sociales de la Harvard School of business Administration el cual tuvo gran apoyo por parte de sus colaboradores.

Esta teoría surge en los Estados Unidos y constituye un movimiento de reacción y oposición a la teoría clásica de la administración. Se crea la necesidad de corregir la fuerte tendencia de la des-humanización del trabajo, aparecida con la aplicación de métodos rigurosos, científicos y precisos, a los cuales los trabajadores debían someterse forzosamente.

De ésta manera poco a poco se libera de esos conceptos rígidos y mecánicos de la antigua teoría (clásica), y se adecua a nuevos patrones de vida, las relaciones humanas se convierten en un movimiento típica mente norteamericano, todo ello enfocado a una democratización de conceptos administrativos más fuertes. (Mayo, 1880)

Teoría De La Calidad Total Del Doctor William Deming

Los 14 puntos de Deming.- Los 14 puntos de Deming fueron la base para la modificación de la industria americana. La adopción y actuación sobre los 14 puntos es una señal de que la dirección tiene la intención de permanecer en el negocio y apunta a proteger a los inversores y los puestos de trabajo. Sirven en cualquier parte, tanto en las

pequeñas compañías como en las más grandes, en las empresas de servicios y en las dedicadas a la fabricación.

Los puntos se presentaron por primera vez en su libro *Out of the Crisis* (Salir de la Crisis).

1. Crear constancia en la mejora de productos y servicios, con el objetivo de ser competitivo y mantenerse en el negocio, además proporcionar puestos de trabajo.
2. Adoptar una nueva filosofía de cooperación en la cual todos se benefician, y ponerla en práctica enseñándola a los empleados, clientes y proveedores.
3. Desistir de la dependencia en la inspección en masa para lograr calidad. En lugar de esto, mejorar el proceso e incluir calidad en el producto desde el comienzo.
4. Terminar con la práctica de comprar a los más bajos precios. En lugar de esto, minimizar el costo total en el largo plazo. Buscar tener un solo proveedor para cada ítem, basándose en una relación de largo plazo de lealtad y confianza.
5. Mejorar constantemente y por siempre los sistemas de producción, servicio y planeamiento de cualquier actividad. Esto va a mejorar la calidad y la productividad, bajando los costos constantemente.
6. Establecer entrenamiento dentro del trabajo (capacitación).
7. Establecer líderes, reconociendo sus diferentes habilidades, capacidades y aspiraciones. El objetivo de la supervisión debería ser ayudar a la gente, máquinas y dispositivos a realizar su trabajo.
8. Eliminar el miedo y construir confianza, de esta manera todos podrán trabajar más eficientemente.
9. Borrar las barreras entre los departamentos. Abolir la competición y construir un sistema de cooperación basado en el mutuo beneficio que abarque toda la organización.
10. Eliminar eslóganes, exhortaciones y metas pidiendo cero defectos o nuevos niveles de productividad. Estas exhortaciones solo crean relaciones de rivalidad, la principal causa de la baja calidad y la baja productividad reside en el sistema y este va más allá del poder de la fuerza de trabajo.
11. Eliminar cuotas numéricas y la gestión por objetivos.

12. Remover barreras para apreciar la mano de obra y los elementos que privan a la gente de la alegría en su trabajo. Esto incluye eliminar las evaluaciones anuales o el sistema de méritos que da rangos a la gente y crean competición y conflictos.
13. Instituir un programa vigoroso de educación y auto mejora.
14. Poner a todos en la compañía a trabajar para llevar a cabo la transformación. La transformación es trabajo de todos. (Deming, 1989)

Las 7 enfermedades mortales de la gerencia

Los 14 puntos de Deming suponen una transformación en las organizaciones, sin embargo, junto con esta transformación aparecen las llamadas **7 enfermedades mortales de la gerencia** que se oponen al cambio. Existen enfermedades y obstáculos, la diferencia entre ambos se debe a la dificultad de erradicación, y la gravedad del daño infringido.

1. Falta de constancia en los propósitos. Las empresas se suelen centrar en los dividendos trimestrales en lugar de la mejora continua de los procesos, productos y servicios.
2. Énfasis en las ganancias a corto plazo y los dividendos inmediatos. Cuando se centran en los beneficios a corto plazo se lleva al fracaso de la constancia en el logro del propósito y crecimiento a largo plazo.
3. Evaluación por rendimiento, clasificación de méritos o revisión anual de resultados. La evaluación del comportamiento a través de la calificación por méritos está centrada en el producto final y no sobre el liderazgo para ayudar a la gente. Se destruye el trabajo en equipo y aumenta la rivalidad.
4. Movilidad de los ejecutivos. El cambio de la dirección hacia otras compañías hace que los directivos no se comprometan con la calidad y productividad. Esta movilidad lleva a crear una mala supervisión y gestión.
5. Gerencia de la compañía basándose solamente en las cifras visibles. Compañías que se centran únicamente en las cifras o datos numéricos, dejando de lado otros aspectos importantes a tener en cuenta.
6. Costos médicos excesivos. Costes adicionales que ha de enfrentar las compañías por aspectos relacionados con la salud y atención, como los días de baja. El

incremento de enfermedades y accidentes pueden desembocar en mayores gastos para las organizaciones.

7. Costo excesivo de garantías. Costes excesivos de responsabilidad, hinchados por los abogados que trabajan por minuta.

Además de estas enfermedades, encontramos una «categoría menor» de obstáculos que incluye:

1. Descuidar la planificación a largo plazo. Buscar resultados inmediatos, es decir, considerar que la mejora de la calidad y la productividad se logra instantáneamente por medio de un acto de fe.
2. Confiar solamente en la tecnología para resolver problemas. La suposición de que resolviendo los problemas, la automatización y nueva maquinaria, transformará la industria.
3. Buscar ejemplos que seguir en lugar de desarrollar soluciones. La mejora de la calidad se puede trasladar a diferentes problemas y circunstancias, sin embargo ningún ejemplo con buenos o malos resultados en relación con la calidad y productividad podrá asegurar el éxito en su compañía.
4. Excusas tal como «nuestros problemas son diferentes». La dirección de la empresa se excusa indicando que sus propios problemas son diferentes a los de otras compañías.
5. Una escuela obsoleta que creía que la habilidad de gestión se puede enseñar en la clase¹ Considerar que los estudiantes que recién salen de escuelas empresariales están preparados para ocupar puestos de responsabilidad, que pueden ser ya gestores de una organización.
6. Confianza en el departamento de control de calidad en lugar de en los gestores, supervisores, gerentes de compras y trabajadores. Considerar que el departamento de control de calidad es quién debe hacerse cargo de todos los problemas de la calidad sin tener en cuenta la importancia que supone la participación de los directores, supervisores, jefes de compra y trabajadores.
7. Culpar a los trabajadores que solamente son responsables del 15% de los errores, mientras el sistema deseado por los gerentes es responsable del 85% de las consecuencias indeseadas. Creer que no existirían problemas en la producción si

los trabajadores únicamente se centraran en hacer su trabajo de la manera en que se les especificó que debían hacerla.

8. Confiar en la inspección de calidad en lugar de mejorar la calidad del producto. Centrarse únicamente en la mejora de los procesos e inspección de la calidad en lugar de mejorar también constantemente el diseño y calidad de los productos.

El premio Deming es el más prestigioso premio que una empresa japonesa puede obtener. Se entrega, una vez al año, a la empresa que haya realizado el mayor avance en calidad, sobre la base de estándares tan exigentes que sobrepasan ampliamente el ISO 9000 o cualquier otro estándar en este. (Deming, 1989)

El enfoque humanístico.

El enfoque humanístico promueve una verdadera revolución conceptual en la teoría administrativa: si antes el énfasis se hacía en la tarea (por parte de la administración científica) y en la estructura organizacional (por parte de la teoría clásica de la administración), ahora se hace en las personas que trabajan o participan en las organizaciones. En el enfoque humanístico, la preocupación por la máquina y el método de trabajo, por la organización formal y los principios de administración aplicables a los aspectos organizacionales ceden la prioridad a la preocupación por el hombre y su grupo social: de los aspectos técnicos y formales se pasa a los aspectos psicológicos y sociológicos.

Necesidades de esta teoría.

- Necesidad de humanizar y democratizar la administración, liberándola de los conceptos rígidos y mecanicistas de la teoría clásica, la teoría de las relaciones humanas fue un movimiento dirigido a la democratización de los conceptos administrativos.
- El desarrollo de las llamadas ciencias humanas, en especial la psicología y la sociología, y sus primeros intentos de aplicarse a la organización industrial. Las ciencias humanas demostraron gradualmente lo inadecuado de los principios de la teoría clásica.
- Las ideas de la filosofía pragmática de John Dewey y de la psicología dinámica de Kurt Lewin fueron esenciales para el humanismo en la administración. Elton Mayo, considerado el fundador de la escuela; Dewey,

indirectamente, y Lewin de manera más directa, contribuyeron a su concepción.

- Las conclusiones del experimento de Hawthorne, llevado a cabo entre 1927 y 1932 bajo la coordinación de Elton Mayo, pusieron en jaque los principales postulados de la teoría clásica de la administración. (Deming, 1989)

Reingeniería de procesos

Introducción

La Reingeniería de Procesos, o BPR (Business Process Reengineering), puede considerarse como una de las ya mencionadas herramientas de gestión. De hecho, se trata de una de las más recientes puesto que aparece a finales de la década de los ochenta, de la mano de dos autores: Michael Hammer y James Champy. En capítulos posteriores veremos que la BPR no es, ni mucho menos, la única de estas herramientas de gestión que goza de importancia y aplicación práctica, sino que existen otras de cierta relevancia de entre las que destaca TQM (Total Quality Management), o lo que es lo mismo, Gestión de la Calidad Total. De hecho, ya veremos que hay bastantes más mecanismos de ayuda a la gestión cristalizados en doctrinas de diversas características y ámbitos de aplicación.

La BPR, como una más de las nuevas herramientas de gestión, debe entenderse como una reacción al cambio de las realidades empresariales. Pretende aportar soluciones que permitan combatir: los retos que imponen los clientes, las barreras que supone la competencia y sobre todo los riesgos que implica el cambio profundo y fugaz de la realidad empresarial.

A continuación entraremos de lleno en las características más importantes de la BPR, analizando detalladamente las mismas, y estudiaremos algunos de los conceptos introducidos por Hammer y Champy a partir de los cuales se sustenta la Reingeniería de Procesos. No obstante, este capítulo y el siguiente no serán los últimos en los que hablemos de la BPR, ya que en el capítulo destinado a analizar el resto de las herramientas de gestión modernas, destacando TQM, estableceremos una comparación directa entre la Gestión de la Calidad Total y la Reingeniería de Procesos.

2. definición de reingeniería de procesos

Para poder llegar a una definición válida de Reingeniería de Procesos debemos partir de una situación previa en la cual nos hacemos una pregunta: “Si tuviéramos que volver a crear la empresa desde cero, teniendo en cuenta lo que ya sé y la tecnología disponible, ¿cómo sería mi nueva empresa?”

”. A pesar de que existe un consenso generalizado acerca de que la BPR pasa necesariamente por un rediseño radical de los procesos de la empresa para alcanzar mejoras drásticas en la gestión, existen muy diversas definiciones de entre las cuales destacamos: “análisis y diseño de los flujos de trabajo y procesos dentro y entre organizaciones” (T. H. Davenport)

- “reconsideración, reestructuración y racionalización de las estructuras de negocio, procesos, métodos de trabajo, gestión de sistemas y relaciones externas, a través de los cuales creamos y distribuimos valor...” (R. Talwar) De todas estas nos quedaremos para analizar con profundidad cada uno de sus términos con la definición de los padres del concepto de Reingeniería de Procesos, Hammer y Champy:

- “Reingeniería es la revisión fundamental y el rediseño radical de procesos para alcanzar mejoras espectaculares en medidas críticas y contemporáneas de rendimiento, tales como costos, calidad, servicio y rapidez”

Profundizando en esta definición observamos que contiene cuatro conceptos claves:

1. Fundamental: Una vez se ha decidido proceder con la Reingeniería en un negocio, el individuo debe hacerse las preguntas más básicas sobre su empresa y su funcionamiento. ¿Por qué hacemos las cosas de esta manera?, ¿No hay una forma mejor de hacerlas?. Estas preguntas obligan al empresario a cuestionar los supuestos más básicos sobre los que se asienta su negocio.

Se lleva a cabo una revisión de todas las normas preestablecidas, que hasta el momento eran incuestionables. La Reingeniería inicialmente determina qué es lo que debe hacer la empresa y, posteriormente, cómo debe hacerlo. Un error muy frecuente se da cuando los responsables de implantar la BPR se centran exclusivamente en el cómo hacer las cosas, sin considerar en ningún momento la posibilidad de dejar lo que se está haciendo y empezar a realizar actividades completamente nuevas. La BPR se concentra en lo que una empresa “debe ser” y no en lo que “es”.

2. Radical: El rediseño planteado debe ser radical en el más literal sentido de la palabra, puesto que debe llegar a la raíz de las cosas. No se trata de hacer cambios superficiales o tratar de arreglar lo que ya está instalado, sino que se debe abandonar lo viejo. La BPR implica el descarte de todas las estructuras y procedimientos existentes para llegar a maneras absolutamente distintas de realizar el trabajo. Estamos ante un proceso de reinvención completa del negocio y no ante un intento de mejorarlo o modificarlo ligeramente.

3. Espectacular: Como tercer concepto clave de la definición, las mejoras que implica la Reingeniería de Procesos deben ser espectaculares y no marginales o incrementales (propias de procesos de mejora o modificación leve). Debemos asociar el concepto de BPR a saltos gigantescos en el rendimiento. Una compañía analizando sus resultados habituales puede llegar a intuir, al menos, si necesita o no emprender la Reingeniería de Procesos. Por ejemplo, si una empresa necesita alcanzar incrementos en la calidad del 10%, reducción de los costes del 15%, aumentos de la cuota de mercado del 5%, etc. no tiene sentido que se decida introducir la BPR en la compañía. En este tipo de situaciones bastaría con aplicar otras medidas como: programas de incentivos para los empleados, sistemas de incrementos de mejora de la calidad...

Según Hammer y Champy, existen tres tipos de compañía que emprenden la BPR. En primer lugar se encuentran las empresas con graves problemas de subsistencia, aquellas en situaciones desesperadas donde peligra la continuidad de la actividad económica. Estas compañías recurren a la Reingeniería porque no tienen más remedio que hacerlo. Debido a que se necesitan mejoras inmensas para seguir en el mercado y no ser eliminado por la competencia, se opta por emprender la BPR asumiendo que, si esta no resulta, es posible que el negocio conozca su fin en breve. (Saez Vaca. O. Garcia, 2003)

Siendo las ciencias administrativas conocidas y aplicadas universalmente desde la aparición de la primeras civilizaciones y existiendo una gama amplia de teorías administrativas que en su época han dado solución a problemas empresariales e institucionales, y con la evolución de la ciencia y la tecnología la administración permite enfrentar actualmente mercados más turbulentos y clientes más exigentes de ahí la necesidad de desarrollar la investigación la creación de unidad de asesoramiento logístico de exportación e importación para enfrentar con solvencia los retos del

mercado interno y externo del país sustentado en competitividad y calidad de los bienes productos y servicios de origen ecuatoriano. Siendo la logística el mecanismo para la entrega del marco referencial y elementos que permitan desarrollar habilidades a los comerciantes ecuatorianos en cuanto al comercio exterior.

2.2.2. Fundamentación Legal

Objetivos del plan nacional del buen vivir

Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible

Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva

Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI

Subsección II

Exportación temporal para reimportación en el mismo estado

Art. 159.- Exportación Temporal para Reimportación en el mismo estado.- Es el régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna.

Para acogerse a este régimen, las mercancías deberán ser susceptibles de identificación, de manera tal que la Autoridad Aduanera pueda constatar que la mercancía que salió del territorio aduanero es la misma que será reimportada al país.

La reimportación de las mercancías admitidas a este régimen podrá realizarse en cualquier distrito de aduana, y estará exento del cumplimiento de medidas de defensa comercial, así como de la presentación de documentos de acompañamiento y de soporte, a excepción del documento de transporte.

Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones

Título preliminar

Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 1.-Ámbito.-Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

Comité interinstitucional para cambio de la matriz productiva

Art. 3.- El Comité Interinstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva tendrá, las siguientes atribuciones:

- a) Aprobar la Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva y definir mecanismos para su operativización;
- b) En base a la referida Estrategia Nacional, desarrollar y articular políticas, planes, programas y proyectos tendientes a consolidar la transformación de la matriz productiva del país;
- c) Dar linchamientos de coordinación, seguimiento y evaluación de la Estrategia Nacional y de las políticas, planes, programas y proyectos relacionados;
- d) Conformar equipos intersectoriales de apoyo, quienes serán los encargados de procesar los insumos necesarios para la toma de decisiones del Comité;
- e) Aprobar los informes de la Secretaría Técnica y evaluar su gestión;
- f) Informar periódicamente al Consejo Nacional de Planificación, por intermedio del Vicepresidente de la República, el grado de avance y cumplimiento de sus objetivos; y,
- g) Las demás que le señale el Consejo Nacional de Planificación.

Para el cumplimiento de sus atribuciones el Comité podrá solicitar a las entidades públicas que corresponda, la información y asesoría técnica que fuere necesaria.

2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.3.1. Desarrollo histórico de la logística

El que introdujo este concepto de la logística en la elaboración de las campañas militares. Durante las Guerras mundiales, tuvo su auge la logística, pero fundamentalmente en la II Guerra, y en particular después de ésta, donde se llegaron a establecer reglamentos al respecto. Como ocurrió en otras ocasiones, estas experiencias obtenidas en la esfera militar fueron asimiladas por la esfera productiva. Fue así que en 1962 por primera vez se utilizó el concepto de logística por Jhon F. Magee.

Aunque el término logística ha acompañado al hombre a lo largo de varios siglos, no es hasta el siglo XX que el mismo adquirió importancia en la vida civil, por ello se centrará el análisis de la evolución histórica en este último siglo y en el presente siglo XXI, en el Anexo 1 pueden observarse las principales características por cada una de las eras por las que ha atravesado la logística.

La Logística es una ciencia muy nueva aún en nuestro país, a pesar de que ya ha logrado un avance mayor en países desarrollados de Europa, como Francia, Alemania, España y en América del Norte, en los EE.UU.; es por eso que el estado actual de la literatura científica sobre el tema es escasa, (en cuanto a bibliografía), pero además la información procedente de publicaciones periódicas es dispersa y con tratamiento fragmentario. (Káiser)

2.3.2. Exigencias y tendencias actuales para la logística

Los responsables del sistema logístico se enfrentan ineludiblemente a nuevos requerimientos. Por una parte, deberán considerar en un ámbito expandido el sistema logístico a gestionar, estableciendo nuevas relaciones con nuevos actores externos a la empresa y rediseñando el sistema para adecuarlo a la nueva situación. Por otra parte, deberán establecer nuevas prácticas de colaboración con otras funciones internas. Como consecuencia, deberán adaptar convenientemente el modo de funcionamiento del sistema logístico así configurado. Por último, deberán contribuir decididamente al proceso de determinación de la estrategia de la empresa y al éxito de su puesta en práctica.

Como complemento a esta perspectiva general, se destacan seguidamente las principales líneas de tendencia que se destacan actualmente:

- Enfocar a las aspiraciones de los usuarios finales.
- Mejorar la satisfacción de los requerimientos medioambientales.
- Concentrar los recursos propios en el núcleo del negocio.
- Desintegrar verticalmente, contratar servicios y gestionar la «cadena de suministro» resultante.
- Estructurar la cadena logística en relación con la estructura del producto.
- Rediseñar el sistema logístico propio.
- Rediseñar la organización orientándola a los procesos.
- Promover el desarrollo y la implicación del personal.
- Interconectar los sistemas de información.
- Cooperar en el desarrollo de productos.
- Promover el conocimiento en la cadena logística.
- Orientación estratégica y excelencia operativa.
- Esfuerzo permanente de mejora e innovación. (Carrasco, 2000)

2.3.3. El modelo de las 3c's: de la teoría a la logística

Desarrollado por el estratega japonés Ohmae, este modelo se centra en tres factores dominantes para buscar el éxito comercial, los clientes, la competencia y la corporación misma. Hay muchas interpretaciones y estrategias relacionadas con los aspectos de las 3c's, pero a continuación se expone el enfoque que le han dado algunos profesionales de la logística.

A nivel nacional, la industria logística no descansa en su afán de alcanzar mayores niveles de eficiencia y competitividad en un mercado global cada vez más complejo. Es así como, día con día, incorpora y adopta tecnologías de vanguardia y buenas prácticas operativas de nivel mundial, al mismo tiempo que interioriza nuevas estrategias y modelos teóricos para el análisis de la cadena de suministro.

Es en este contexto que nos hemos dado a la tarea de explorar el denominado Modelo de las 3c's (Corporation, Customer and Competitors), desarrollado por Kenichi Ohmae, académico y consultor de la Wharton Business School de la Universidad de Pensilvania. Según el esquema propuesto por el estratega japonés “en la construcción de cualquier estrategia de negocio exitosa se deben tener en cuenta tres factores dominantes: La corporación (entidad/empresa), el cliente y la competencia”. Consecuentemente, el autor establece que “para crear una ventaja competitiva sostenible, se debe integrar este “triángulo estratégico”. (Ohmae, 2013)

2.3.4. La teoría de las restricciones y la cadena logística como elementos indisolubles

El profundo análisis bibliográfico realizado en esta investigación estuvo encaminado a corporizar el “estado del arte y la práctica” sobre el objeto a tratar, las restricciones en la cadena logística. En un primer acercamiento se conceptualiza el término de mejora continua así como las diferentes filosofías de mejora que están convulsionando el medio empresarial, estas últimas desde una visión crítica, proponiendo sus virtudes y deficiencias; pasando luego analizar el porqué de un enfoque sistémico en la gestión logística, realizando un desglose del término y arribando a conclusiones prácticas para los empresarios y para finalizar la Teoría de las Restricciones como filosofía de gestión imprescindible en la toma de decisiones y la importancia de su aplicación para la excelente gestión de restricciones en la cadena logística. (Molina, 2008)

2.3.5. Importancia De La Logística

La importancia de la logística viene dada por la necesidad de mejorar el servicio a un cliente, mejorando la fase de mercadeo y transporte al menor costo posible, algunas de las actividades que puede derivarse de la gerencia logística en una empresa son las siguientes:

- Aumento en líneas de producción.
- La eficiencia en producción, alcanzar niveles altos.
- La cadena de distribución debe mantener cada vez menos inventarios.
- Desarrollo de sistemas de información.
- Estas pequeñas mejoras en una organización traerán los siguientes beneficios.

- Incrementar la competitividad y mejorar la rentabilidad de las empresas para acometer el reto de la globalización.
- Optimizar la gerencia y la gestión logística comercial nacional e internacional.
- Coordinación óptima de todos los factores que influyen en la decisión de compra: calidad, confiabilidad, precio, empaque, distribución, protección, servicio.
- Ampliación de la visión Gerencial para convertir a la logística en un modelo, un marco, un mecanismo de planificación de las actividades internas y externas de la empresa.
- La definición tradicional de logística afirma que el producto adquiere su valor cuando el cliente lo recibe en el tiempo y en la forma adecuada, al menor costo posible.

2.3.6. Características De La Logística

Además de los ya nombrados, existen otros factores que intervienen o se vinculan con la logística, en especial a la hora de su evolución, nos referimos a la eficiencia en la actividad productiva, el aumento en las líneas de producción, la cadena de distribución debe mantener menos inventarios a medida que transcurre el tiempo, los sistemas de información deben estar sumamente desarrollados, etc. Si todo esto ocurre entonces es muy probable que la logística conlleve a los siguientes beneficios: incremento de la competitividad y una mejor rentabilidad para el ente comercial, optimización de la gerencia y la gestión logística a nivel nacional e internacional, una óptima coordinación a la hora de decisiones relevantes tales como la compra, precio, empaque, distribución, servicio, etc. La logística es, de alguna manera, el servicio al cliente pero visto de una manera mucho más técnica; es por ello que entre sus cualidades encontramos “el grado de certeza”; la misma hace referencia a que no es sumamente urgente que el transporte de la mercadería llegue rápido, sino “con certeza”. La confiabilidad es otro aspecto fundamental que debe incluir la logística, decimos esto porque “la cadena logística” posee varios eslabones y si se agregan algunos que no están relacionados las responsabilidades comienzan a segmentarse y si estas últimas se desconocen, entonces el cliente pierde confianza. La flexibilidad es fundamental en el proceso logístico, el prestador debe poder adaptarse de manera eficaz a los picos de demanda que puedan surgir, si esto no ocurre entonces el cliente quedará insatisfecho. Por último contamos con los aspectos cualitativos, aquí no hablamos de la calidad de la mercadería, sino del

servicio que nuestra empresa brinde, éste debe ser homogéneo y para que esto suceda se debe prestar más atención en el proceso productivo, desde el diseño del packaging hasta el transporte de cada uno de los bienes. (SENA)

2.3.7. Logística Y Distribución De Productos

La logística y distribución son dos conceptos que van de la mano esto se debe a que la relación que los une es extremadamente estrecha; ¿Por qué decimos esto?, sencillamente debido a que el tener sistemas de logística eficientes hacen que el mecanismo de distribución sea perfecto. La logística y distribución son dos aspectos esenciales de la mercadotecnia, cuentan con tres partes originales: producto, precio y promoción; en ambos procesos interrelacionados encontramos variables tales como evidencia física, personas y producción.

La logística y distribución se unen para que el producto arribe físicamente al consumidor en el tiempo estimado, el cual siempre debe ser el adecuado. La distribución de las manufacturas es la responsable de que los variables tiempo y lugar tengan un valor único. Un ejemplo sencillo para entender la relevancia de la logística y distribución es el de una bebida; la misma posee un valor determinado por su marca e imagen, pero una correcta distribución de este producto hace que el “tiempo” y el “lugar” tengan un valor alto cuando se pone a la bebida a disposición del cliente en el sitio y momento adecuado al desear adquirirla.

La logística y distribución deben ser necesariamente eficientes si se quiere lograr un éxito absoluto en el mercado empresarial, para ello existen algunas pautas o puntos que debemos seguir para lograr el cometido.

Ante todo debemos preguntarnos cómo debe comercializarse el bien, ¿A través de un minorista?, ¿Qué canales de distribución emplearemos?, ¿Cuántos intermediarios debería tener dicho canal?, ¿En qué lugares debe estar disponible el producto?, ¿La distribución y logística deben ser exclusivas o extensivas?, etc. Resolviendo estos interrogantes, entonces pasaremos a temas de igual importancia tales como: la publicidad, la distribución física, los inventarios, costos, etc.

Los canales de distribución son los primeros ítems que debe ser establecido por la logística y la distribución, esto se debe a que ellos establecen la separación geográfica

entre quienes compran y venden y, a su vez, limitan la posible ubicación de la fábrica haciendo necesaria la distribución de bienes desde el lugar de su fabricación hasta el sitio en donde serán consumidos.

La logística y distribución establecen cuatro tipos de canales existentes para la comercialización de los bienes, uno de ellos es la venta directa, sin lugar a dudas, el más utilizado debido a los avances tecnológicos que conllevaron al uso masivo de Internet. El agente también puede vender el producto en forma directa pero, de todas maneras, sigue siendo un intermediario del productor; luego tenemos al distribuidor y al minorista, el primero le vende al segundo, mientras que el minorista únicamente comercializa el bien al consumidor final. (SENA)

2.3.8. Según La Logística ¿Cómo Se Debe Distribuirse Un Producto?

La logística y distribución se combinan para encontrar la mejor manera de distribuir productos y servicios, aquí le brindaremos algunos consejos dictados por expertos para que usted pueda comercializar sus productos sin problema alguno. La distribución de manufacturas puede realizarse directamente a los consumidores siempre y cuando los comerciantes tengan por objetivo cubrir pequeñas áreas; también puede comercializarse el producto a minoristas de una zona específica o a supermercados, siempre y cuando éstos acepten recibir grandes cantidades para abastecer a una amplia clientela. Otra de las posibilidades que plantea la logística y distribución es el reparto de manufacturas a los mayoristas o a instituciones y servicios que se dediquen únicamente a nuestro rubro, es decir, si comercializamos alimentos, entonces lo conveniente sería vender el producto a instituciones y servicios de banquetes.

Entre los factores que la logística y distribución considera como relevantes a la hora de vender el bien tenemos: cantidades procesadas y requeridas, márgenes y recargos, arreglos de pago y arreglos para transporte. En algunas ocasiones puede darse la situación de un problema de espacio tanto para los mayorista como para los minoristas, en tales circunstancias es muy probable que el cliente nos pida un abastecimiento mensual o bimestral, para ello debemos estar preparados y realizar un eficiente control de inventario para cuando llegue la fecha de distribución a dicho cliente, no tengamos una carencia de manufacturas.

Una vez que tenemos en claro hacia dónde despachar el producto, la logística y distribución que debemos ante todo verificar las necesidades de transporte, es decir, en el caso que debamos abastecer a una gran cantidad de minoristas a través de entregas diarias o semanales, entonces debemos adquirir un vehículo propio y de grandes dimensiones. De lo contrario, si la idea es despachar cargas en pocas tiendas, es aconsejable que se contrate a un transportador local para que entregue los productos una vez a la semana.

La logística y la distribución son dos parámetros que no podemos dejar de lado a la hora de evaluar los procesos productivos de nuestra compañía, por ello, en nuestro sitio encontrará la información suficiente para que su empresa marche de manera exitosa y sobre ruedas. (SENA)

2.4. MARCO CONCEPTUAL

2.4.1. Definición de Logística:

Es todo movimiento y almacenamiento que facilite el flujo de productos desde el punto de compra de los materiales hasta el punto de consumo, así como los flujos de información que se ponen en marcha, con el fin de dar al consumidor el nivel de servicio adecuado a un costo razonable. (Ballou, 1999)

2.4.2. Tipos de logísticas

Logística de distribución

La logística de distribución incluye la gestión de los flujos físicos hoy conocida como DFI (Distribución física Internacional), de información y administrativos siguientes: la previsión de la actividad de los centros logísticos el almacenamiento el traslado de mercancías de un lugar a otro del almacén con los recursos y equipos necesarios la reparación de los pedidos o la ejecución de crossdocking (tránsito) algunas veces, la realización de pequeñas actividades de transformación del producto (kitting, etiquetado...) el transporte de distribución hasta el cliente. (Logística)

Logística inversa

La logística inversa incluye la gestión de los flujos físicos, de información y administrativos siguientes:

- Recogida del producto en las instalaciones del cliente

- Puesta en conformidad, reparación, reintegración en stock, destrucción, reciclaje, embalaje y almacenaje (**Logística**)

Gráfico 12: Proceso de la Logística



Elaborado por: logisticaidu.wikispaces

Logística de compra.

La logística de compra incluye la gestión de los flujos físicos, de información y administrativos siguientes:

La planificación del aprovisionamiento desde los proveedores de acuerdo con las previsiones de producción o venta

La ejecución del aprovisionamiento y de los transportes y otras operaciones de importación relacionados

La gestión de la relación con los proveedores (con objetivo de la mejora del servicio y la reducción de los costes logísticos (Logística)

2.4.3. ¿Qué es la Logística Empresarial?

Planificación, organización y control del conjunto de las actividades de movimiento y almacenamiento que facilitan el flujo de materiales y productos desde la fuente al consumo, para satisfacer la demanda al menor costo, incluidos los flujos de información y control. La Logística es muy antigua, pero no se le había dado la importancia Empresarial estratégica, que tiene hoy en día El origen de la logística está ligado a las

fuerzas militares, y en particular a las guerras mundiales, se debían movilizar Información de buena calidad y a tiempo (Gonzales, 2013)

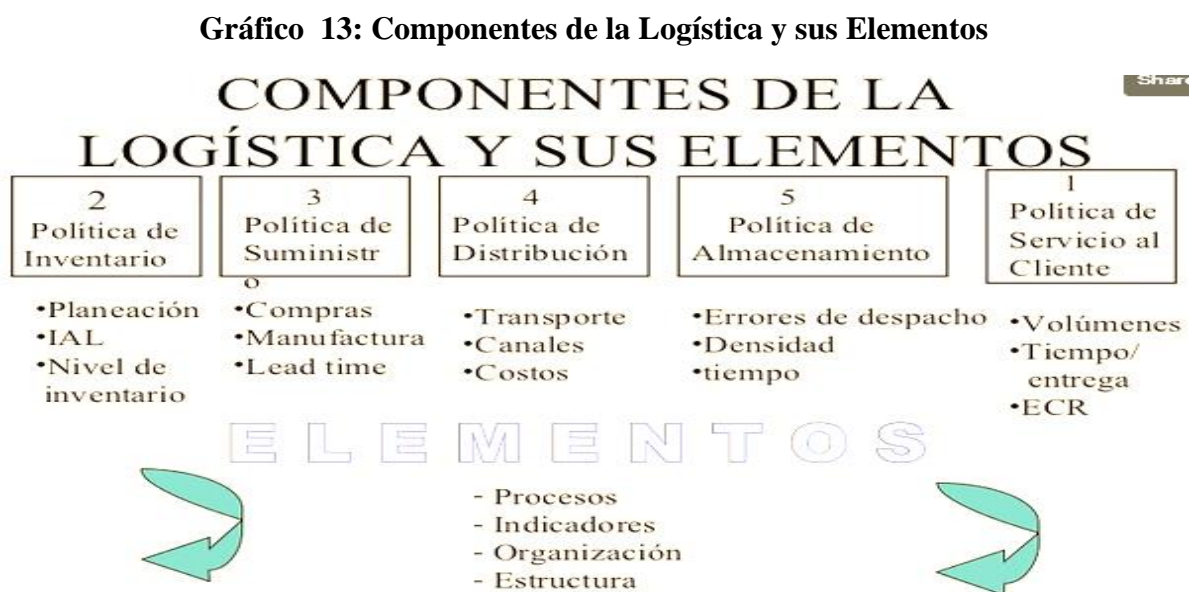
2.4.4. Objetivos de la Logística Empresarial

El responsable logístico de una empresa busca, dentro de los objetivos más generales de ésta, sus propios objetivos funcionales que, básicamente deben servir para llevar a la firma hacia las metas establecidas. En concreto su misión consiste en desarrollar una relación de actividades logísticas capaz de lograr el mayor retorno posible de los fondos invertidos en la empresa. (Gonzales, 2013)

2.4.5. Que es la Logística? Las 7 C's

- En la cantidad correcta
- En el lugar correcto
- Y en la condición correcta
- En el tiempo correcto
- Para el cliente correcto
- Al costo correcto
- Del producto correcto (Gonzales, 2013)

2.4.6. Componentes de la Logística y sus Elementos.



Elaborado por: (Gonzales, 2013)

2.4.7. Acceso a mercado

Un grupo de personas con dinero y dispuestas a gastarlo en la adquisición de un producto o servicio determinado.

Definición de normas comerciales de un país para facilitar o limitar el ingreso de bienes y servicios de otros países o grupo de países. El acceso a mercado tiene relación con políticas sobre aranceles, barreras no arancelarias y para-arancelarias (cuotas, prohibiciones, etc.) y en la práctica con: normas de origen, normas sanitarias y fitosanitarias, entre otras. (Mercado & Mercado H, 2000)

2.4.8. Demanda

Desde la teoría económica, la demanda señala las cantidades de un bien o servicio que un consumidor estaría dispuesto a adquirir a un determinado precio. Estas pueden ser adquiridas en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. (O'Meara Bautista, 2001)

2.4.9. Oferta exportable

La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa. (Bolaños & Guerrero, 2001)

2.4.10. Exportación

Es una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente, las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. (Lerma & Marquez, 2010)

2.4.11. Importación

Es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país, pretendidos para el uso o consumo interno de otro país (Diccionario)

2.4.12. Consumidor

Sujeto económico que lleva a cabo la acción de consumir bienes finales y servicios. (Schiffman & Lazar , 2005)

2.4.13. Nicho de mercado

Es aquella parte del mercado por explotar, existente y con posibilidades de compra o uso. Encontrar un nicho de mercado es vital para muchas empresas que se especializan en él y pueden llegar a conseguir grandes resultados. (Mercado & Mercado H, 2000)

2.4.14. Precio

Se conoce como la cantidad de dinero que la sociedad debe dar a cambio de un bien o servicio. (Sulser, 2014)

2.4.15. La Administración

Es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado. (Fernàndes)

2.4.16. Almacenamiento

El almacenamiento se realiza de forma primordial, a la máxima reducción de circulación interna, por lo cual a pesar de que sea viable establecer un recorrido largo de distribución que abastezca a todos los lugares de almacenamiento, será conveniente por razones de eficacia establecer una vía de menos longitud para el acceso a los materiales de alta rotación y a los que ya están preparados para la distribución y situar los de mayor peso, los de escasa rotación y los de reserva en la zonas adyacentes o zona más distantes. (Casanovas, 2003)

2.4.17. Cadena de Suministro

La cadena de suministro engloba los procesos de negocio, las personas, la organización, la tecnología y la infraestructura física que permite la transformación de materias primas en productos y servicios intermediarios y terminados que son ofrecidos y distribuidos al consumidor para satisfacer se demanda. (Pilot)

2.4.18. Almacén Particular

Locales o recintos particulares habilitados por el Servicio de Aduanas, por un período determinado, para el depósito de mercancías, sin previo pago de los derechos e impuestos que causen en su importación. (Glosario)

2.4.19. Mercancía

Todos los bienes corporales muebles, sin excepción alguna. (Glosario)

2.4.20. Mercancía Extranjera

La que proviene del exterior y cuya importación no se ha consumado legalmente, aunque sea de producción o manufactura nacional; o que habiéndose importado bajo condición, ésta deje de cumplirse. (Glosario)

2.4.21. Mercancía Nacional

Es la producida o manufacturada en el país con materias primas nacionales o nacionalizadas. (Glosario)

2.4.22. Mercancía Nacionalizada

Es la mercancía extranjera cuya importación se ha consumado legalmente, esto es cuando terminada la tramitación fiscal, queda a la libre disposición de los interesados. (Glosario)

2.4.23. Transporte

Sistema formado por múltiples elementos, siendo tres los fundamentales, la infraestructura, el vehículo y la empresa de servicio que viene a constituir la actividad previamente dicha. Estos elementos están interrelacionados entre sí, pues ninguno es útil sin que los otros existiesen. (Cendrero, 2011)

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3. HIPOTESIS

3.1 Hipótesis General

- Con la creación de una Unidad de Asesoramiento logístico de Exportación e Importación en la Empresa Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda. De la ciudad de Huaquillas, provincia del Oro, se mejorara la competitividad.

3.2 Hipótesis Específicas

- El desarrollo de las bases conceptuales de un plan asesoramiento logístico en la Empresa bodegas Bodpuyango Cía. Ltda. Permitirá sustentar y contrastar con la situación problemática de la empresa.
- Con La creación de la unidad de asesoramiento logístico de exportación e importación en la Empresa bodegas Bodpuyango Cía. Ltda., permitirá dar un servicio a los clientes reales y potenciales de la Provincia del Oro y en otras provincias.
- Mediante la Propuesta de un Modelo Logístico permitirá a la Empresa de Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda., un servicio competitivo en el mercado.

3.3 Variables

3.3.1 Variable Independiente

Tabla 8: Variable Independiente

Variable	Concepto	Categorías	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Variable independiente Unidad de Asesoramiento logístico de Exportación e Importación	Representa los tratamientos o condiciones que el investigador controla para probar sus efectos sobre algún resultado. (Salkind, 1999)	EFFECTOS CONTROL	TRATAMIENTO RESULTADO EFICIENCIA	ESCALA DE LKERT ESTUDIO DE LAS NECESIDADES	GUIA DE OBSERVACION GUIA DE ENTREVISTA GUIA DE ENCUESTAS

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

3.3.2. Variable Dependiente

Tabla 9: Variable Dependiente

Variable	Concepto	Categorías	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Variable dependiente Mejorará la competitividad	Es la que refleja los resultados de un estudio de investigación (Salkind, 1999)	ESTUDIO INVESTIGACION	RESULTADO EFICIENCIA EFICACIA	ESCALA DE LKERT RESULTADO D LAS NECIDADES	GUIA DE OBSERVACION GUIA DE ENTREVISTA GUIA DE ENCUESTAS

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

3.4 MODALIDAD.

3.4.1 Cuantitativa

Los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva.

“Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable” (Galeano, 2004)

“Durante el proceso de cuantificación numérica, el instrumento de medición o de recolección de datos juega un papel central. Por lo que deben ser correctos, o que indiquen lo que interese medir con facilidad y eficiencia; al respecto explica que un instrumento de medición considera tres características principales:

Validez: se refiere al grado en que la prueba está midiendo lo que en realidad se desea medir.

Confiabilidad: se refiere a la exactitud y a la precisión de los procedimientos de medición.

Factibilidad: se refiere a los factores que determinan la posibilidad de realización, que son tales como: factores económicos, conveniencia y el grado en que los instrumentos de medición sean interpretables.” (Namakforoosh, 2005)

3.4.2 Cualitativa

La investigación cualitativa es una actividad sistemática orientada a la comprensión en profundidad de fenómenos educativos y sociales, a la transformación de prácticas y escenarios socioeducativos, a la toma de decisiones y también hacia el descubrimiento y desarrollo de un cuerpo organizado de conocimientos. (Sandín, 2003)

3.5 TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.5.1 Investigación de Campo

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos(datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carates de investigación no experimental.

Claro está, en una investigación de campo también se emplea datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico. No obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, lo esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado. (Arias, 2012)

3.5.2 Investigación Bibliográfica – Documental

Constituye el punto de partida para la realización del anteproyecto, ya que se requiere de analizar varios módulos, libros, revistas, internet, etc., y después evaluar lo investigado e indagar el tema objeto de estudio. (Moreno, 2000)

3.5.3 Investigación Descriptiva:

En las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

Leyes o generalizaciones que dan cuenta de hechos o fenómenos que se producen en determinadas condiciones (Blogspot, blogpost, 2013).

3.6. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Métodos

Para desarrollar la presente investigación se recopiló la información por medio de la observación de la operación a todas las instalaciones y forma en como operaban además de entrevistas. Después de la información recolectada se realizó un análisis donde se definió el problema principal; luego se determinó las causas y se hizo un análisis de las mismas, en la situación actual como se encontraban.

3.6.1. Método lógico inductivo

Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes

científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta. (Blogspot, Blogspot)

3.6.2. Método lógico deductivo

Mediante ella se aplican los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios. El papel de la deducción en la investigación es doble:

a. Primero consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos. Una ley o principio puede reducirse a otra más general que la incluya. Si un cuerpo cae decimos que pesa porque es un caso particular de la gravitación.

b. También sirve para descubrir consecuencias desconocidas, de principios conocidos. Si sabemos que la fórmula de la velocidad es $v=e/t$, podremos calcular la velocidad de un avión. La matemática es la ciencia deductiva por excelencia; parte de axiomas y definiciones. (Blogspot, Blogspot)

3.6.3. Método hipotético-deductivo

Un investigador propone una hipótesis como consecuencia de sus inferencias del conjunto de datos empíricos o de principios y leyes más generales. En el primer caso arriba a la hipótesis mediante procedimientos inductivos y en segundo caso mediante procedimientos deductivos. Es la vía primera de inferencias lógico deductivo para arribar a conclusiones particulares a partir de la hipótesis y que después se puedan comprobar experimentalmente. (Blogspot, Blogspot)

3.7. TÉCNICAS

En este trabajo se realizara mediante la técnica la observación y de Encuesta a los clientes de la empresa De Bodegas Bodpuyango Cia. Ltda. Preguntas abiertas y cerradas muy breves y concisas a todos los involucrados además recogiendo datos de reportes ya existentes.

3.7.1. La observación

La observación es la acción de observar, de mirar detenidamente, en el sentido del investigador es la experiencia, es el proceso de mirar detenidamente, o sea, en sentido amplio, el experimento, el proceso de someter conductas de algunas cosas o condiciones manipuladas de acuerdo a ciertos principios para llevar a cabo la observación.

Observación significa también el conjunto de cosas observadas, el conjunto de datos y

conjunto de fenómenos. En este sentido, que pudiéramos llamar objetivo, observación equivale a dato, a fenómeno, a hechos. (Pardinas, 2005)

3.7.2. La encuesta

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así por ejemplo:

Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas (Grasso, 2006)

3.7.3. Entrevista semiestructurada

Una entrevista semiestructurada (no estructurada o no formalizada) es aquella en que existe un margen más o menos grande de libertad para formular las preguntas y las respuestas. (Sabino, 1992)

3.8. INSTRUMENTOS

Datos obtenidos mediante la observación, La encuesta y Preguntas de la entrevistas

3.8.1. Población y Muestra

La población en la que se aplicara nuestra encuesta será a las clientes empresa Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda. De la ciudad de Huaquillas, de la provincia de El Oro.

Fórmula para obtener una muestra de las empresas de la ciudad de Huaquillas.

$$n = \frac{Z^2 * PQN}{E^2 (N - 1) + Z^2 PQ}$$

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

Z: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 5%.

Los valores de Z más utilizados y sus niveles de confianza son:

Tabla 10: Valores de Z (Margen de Error)

Valor de Z	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2,24	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	97,5%	99%

Fuente: Información Secundaria

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

E: Margen de error

Datos:

N: 7000

Z: 1,96

E: 0.05

P: 0.75

Q: 0.25

$$n = \frac{Z^2 * PQN}{E^2 (n - 1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,75 * 0,25 * 7000}{(0,05)^2 (7000 - 1) + (1,96)^2 0,75 * 0,25}$$

$$n = \frac{5042,10}{18,2178}$$

$$n = 276,76$$

$$n = 277$$

3.9. ENCUESTA

ENCUESTA

1. **¿Qué tipo de empresa es?: Elija solo 1 alternativa.**

Transnacional Local Multinacional

2. **El sector al que pertenece la empresa es al sector de :**

Alimentos Químicos Construcción Varios

3. **Nivel logístico del personal de la empresa (niveles de estudio)**

Directivos Coordinadores Operativos

4. **¿Qué sistema de información utiliza la empresa para la planeación, programación y control de la producción como apoyo logístico?**

Aplicativos de Excel Access Software de casa matriz

5. **Cree que se debe aplicar un plan de asesoramiento logístico en la empresa**

Sí No

6. **Usted conoce sobre el plan de asesoramiento logístico que se debe aplicar en una empresa**

Sí No

7. **¿Qué tipo de transporte se utiliza en la empresa para la distribución de los productos?**

Marítimo Terrestre Aéreo

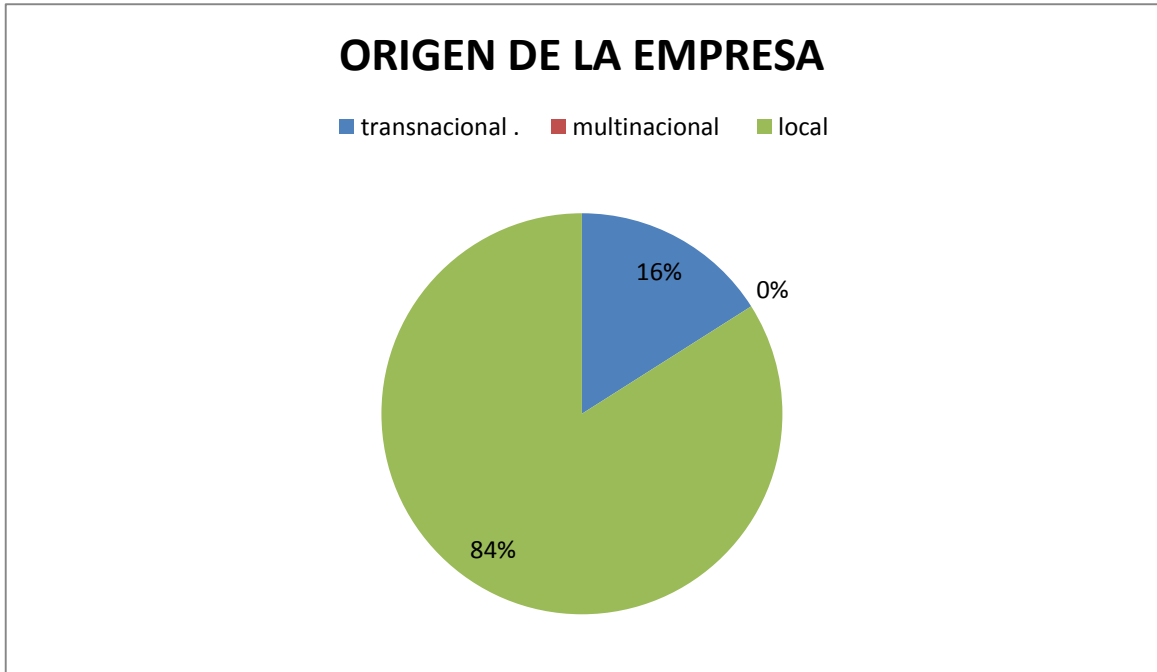
8. **¿Cómo es la atención de la empresa para los clientes?**

Buena Mala Regular

1.10. Tabulación de resultados de la encuesta

1.- De acuerdo a la clasificación de la empresa se determinó lo siguiente

Gráfico 14: Origen de la Empresa

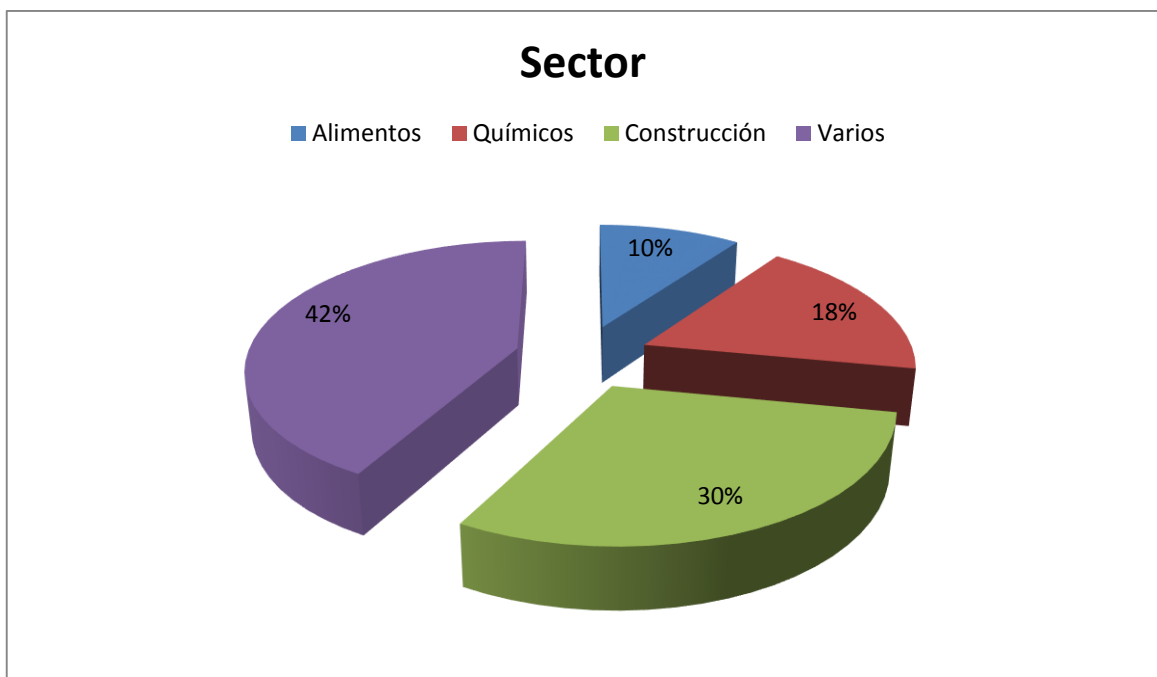


Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Estos resultados nos indican que la Empresa Bodpuyango es local en un 86% y transnacional un 16% inserción en la industria en la globalización se debe más a una iniciativa propia de la región de la empresa ubicada en la región y tiene muchos productos que exporta

2.- El sector al que pertenece la empresa es:

Gráfico 15: Sector que Pertenece la Empresa

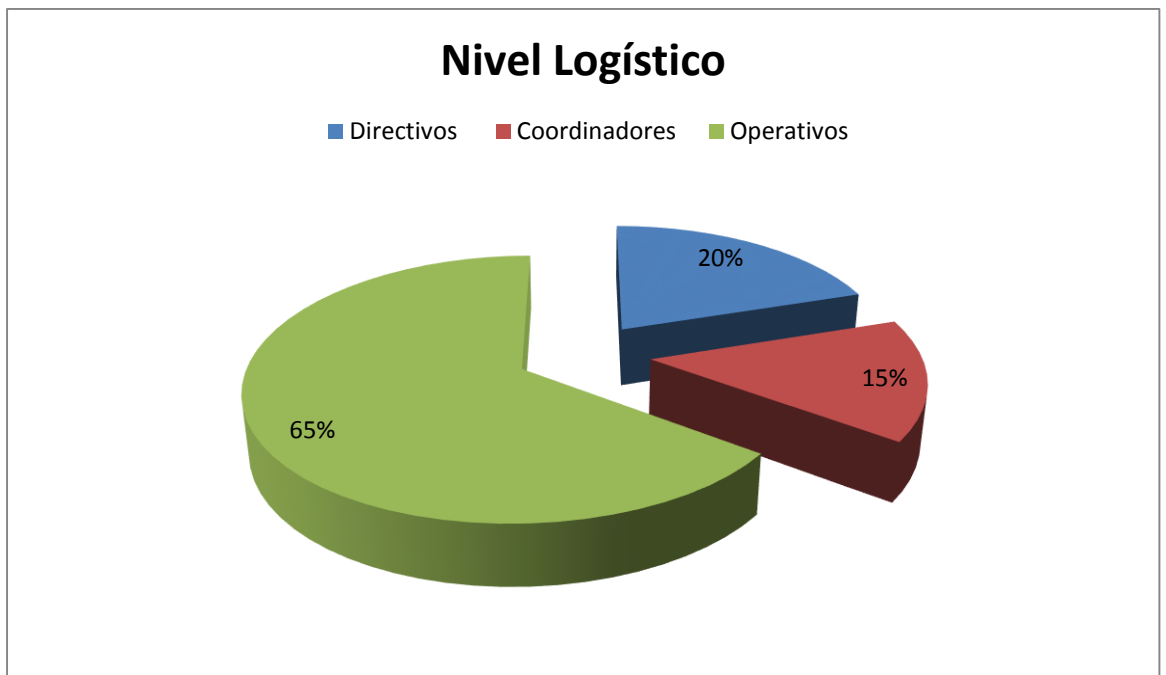


Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

El sector al que se dedica nuestra empresa es muy amplio lo cual genera una gran fortaleza al estar situado en esta ciudad estos sectores concuerda con el mapa del comercio exterior al exportar Alimentos un 10% químicos un 18% construcción un 30% y varios un 42%

3.- Nivel logístico del personal de la empresa

Gráfico 16: Nivel Logístico del personal de la Empresa



Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Directivos un 20% se puede notar que todos los operativos con estudios superiores o de post grado Coordinadores un 15% todos los coordinadores o subalternos del directivo logístico cuentan con estudios superiores y alguno con post grado Operativos un 65% en el área operativa se encuentra el personal como técnicos , tecnólogos, bachilleres.

4. Qué sistema de información utiliza la empresa para la planeación, programación y control de la producción como apoyo logístico

Gráfico 17: Sistema de Información que Utiliza la Empresa

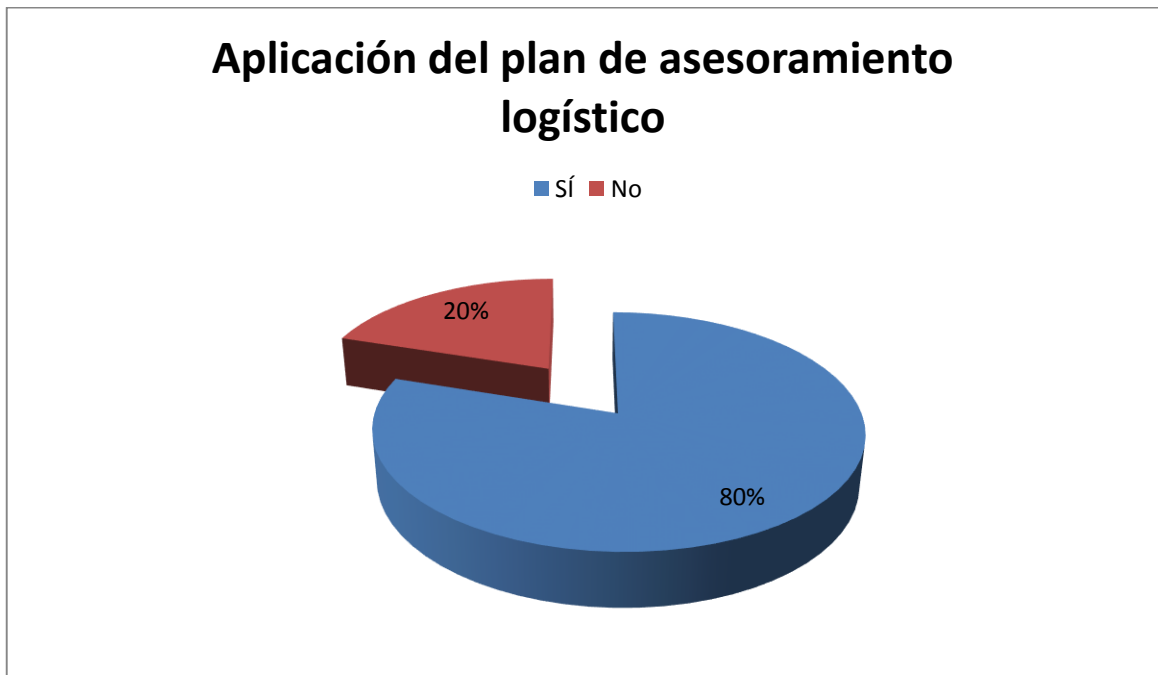


Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Se aplica los aplicativos de Excel Access un 93% ya que estos programas son mucho más fáciles de manejar y son más conocidos y el Software de casa matriz se aplica un 7% por el desconocimiento de dicho programa.

5.- Cree que se debe aplicar un plan de asesoramiento logístico en la empresa

Gráfico 18: Aplicación del Plan de Asesoramiento



Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Al poner a decisión sobre la aplicación el plan de asesoramiento logístico un 80% respondió que sí y un 20% respondió que no.

6.- Usted conoce sobre el plan de asesoramiento logístico que se debe aplicar en una empresa

Gráfico 19: Conocimiento Sobre el Plan de Asesoramiento Logístico

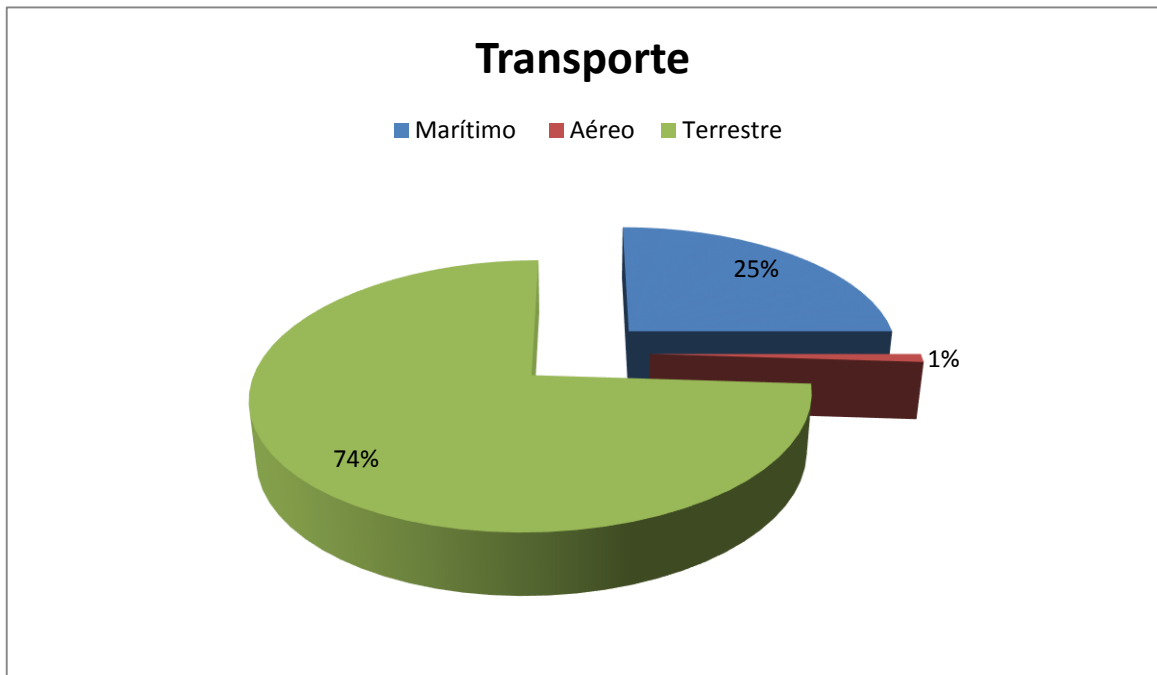


Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

El desconocimiento de este plan de asesoramiento logístico se evidencia en un gran número ya que el 65% no conoce sobre este plan y un 35% si tiene conocimientos de este plan

7. Qué tipo de transporte se utiliza en la empresa para la distribución de los productos

Gráfico 20: Transporte para la Distribución de los Productos

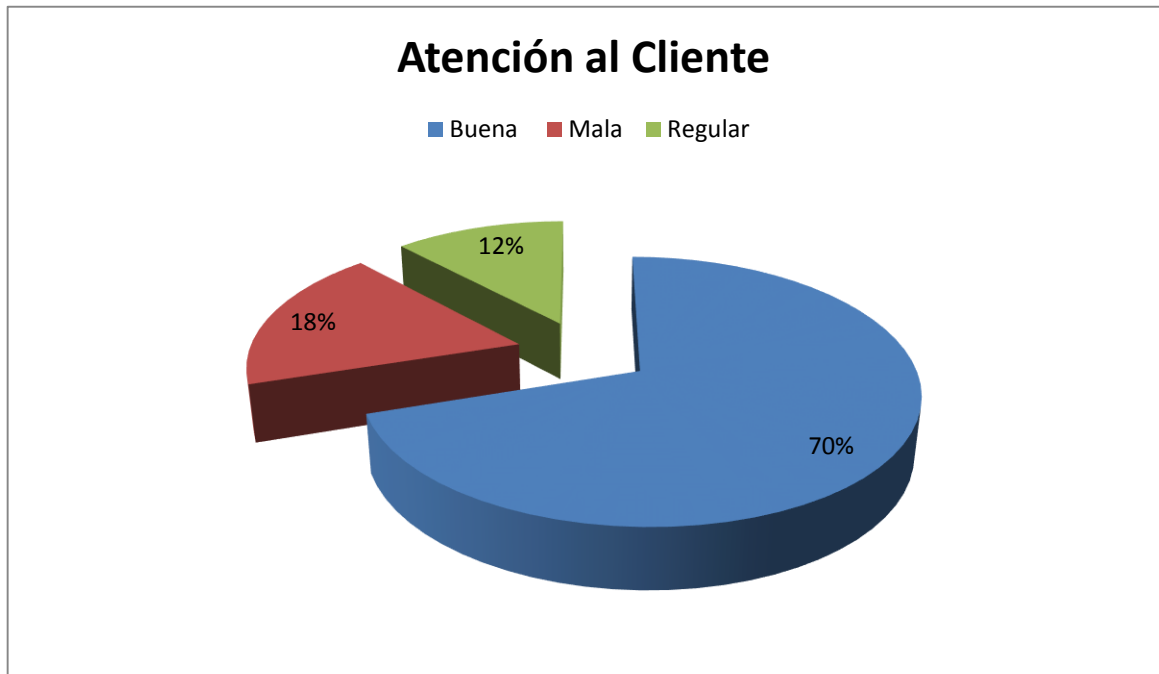


Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Se utiliza el transporte Marítimo un 25% ya que se transporta por vía marítima los productos al vecino país Perú el transporte Terrestre un 74% es el más utilizado ya que se transporta todos sus productos en gran mayoría al propio país y el transporte Aéreo un 1% ya que no se utiliza tanto la vía aérea ya que no se tiene contratos con otros países

8.- ¿Cómo es la atención de la empresa para los clientes?

Gráfico 21: Atención al Cliente



Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

La atención al cliente es Buena en un 70% Mala en un 18% y Regular en un 12% La atención se debe mejorar ya que la empresa depende de sus clientes para mejorar sus ingresos para lo cual se debe mejorar la atención y brindar un servicio de calidad.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4. PROPUESTA DE CREACION DE LA UNIDAD DE ASESORAMIENTO LOGISTICO DE EXPORTACION E IMPORTACION DE LA EMPRESA DE BODEGAS BODPUYANGO CIA. LTDA.

4.1. PRESENTACIÓN

Las premisas fundamentales del Comercio Exterior son ser eficientes en su desempeño, eficaz en la respuesta a las demandas de la sociedad en cuanto a las exportaciones e importaciones de productos, bienes y servicios que permitan el desarrollo de las actividades económicas y productivas del Cantón Huaquillas, provincia del Oro, generando de esta manera plazas de trabajo y así generar divisas que ingresan al estado ecuatoriano para fortalecer la dolarización, y el cambio de la matriz productiva contemplado en el plan nacional del buen vivir.

De esta manera, se hace necesario que la Empresa Bodpuyango Cía. Ltda. Establezca medidas que garanticen una mayor y mejor vinculación con los sectores productivos, atreves del desarrollo de un marco referencial que permita la entrega de insumos legales administrativos de la logística de exportación e importación que atreves del cual se pueda incrementar el comercio exterior entre nuestro país y otros países de la región.

.La EMPRESA BODEGAS BODPUYANGO CIA. LTDA, consciente de esta problemática, ha desarrollado la creación de una Unidad de asesoramiento logístico de exportación e importación sobre áreas fundamentales de la logística.

4.2. INTRODUCCIÓN

Sin lugar a dudas entendemos que el Comercio Exterior debe presentar soluciones a los problemas que se presentan en la exportación e importación de productos bienes y servicios que la sociedad demanda, entendiendo esto como la generación de productividad, empleo e ingresos de divisas que necesita el país para garantizar el modelo monetario de la dolarización así como también el cambio de la matriz productiva, atreves del incremento de las exportaciones, y la sustitución de las importaciones y el consumo de productos de marca nacional que oriente al servicio

de los individuos, grupos sociales, organismos públicos y privados, etc., la Unidad de Asesoramiento Logístico de Exportación e Importación para incorporarse al desarrollo socio-económico de su área de influencia, contribuyendo efectivamente con su aporte, para el cumplimiento de los objetivos del plan nacional del buen vivir.

4.3. OBJETIVO

Contar con una Unidad de Asesoramiento Logístico de exportación e importación de la EMPRESA BODEGAS BODPUYANGO CIA. LTDA. Que brinde servicios de calidad a los sectores productivos del Cantón Huaquillas, Provincia del Oro.

4.4. ALCANCE

Este centro de asesoramiento trabajará en áreas de comercio exterior como es las exportación e importaciones y la logística, dirigiendo sus actividades hacia personas naturales o jurídicas, públicas o privadas que requieran n marco referencial y los elementos respectivos para desarrollar la actividad comercial Externa e interna.

Para su funcionamiento se utilizará las dependencias de la Bodegas de la Empresa Bodpuyango Cía. Ltd. por lo cual es necesario adecuar los espacios físicos indispensables para este propósito

4.5. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL

Gráfico 22: Creación del Organización Estructural



Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.6. POLÍTICA GENERAL

En párrafos anteriores había manifestado la necesidad de un trabajo cooperativo de todos los elementos referenciales de la logística por lo cual las actividades de los accionistas así como del Presidente y su Gerente la de definir políticas corporativas que coadyuve a la eficiencia y eficacia de las actividades de la EMPRESA BODEGAS BODPUYANGO CIA. LTDA.

4.7. FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN DE LA UNIDAD DE ASESORAMIENTO

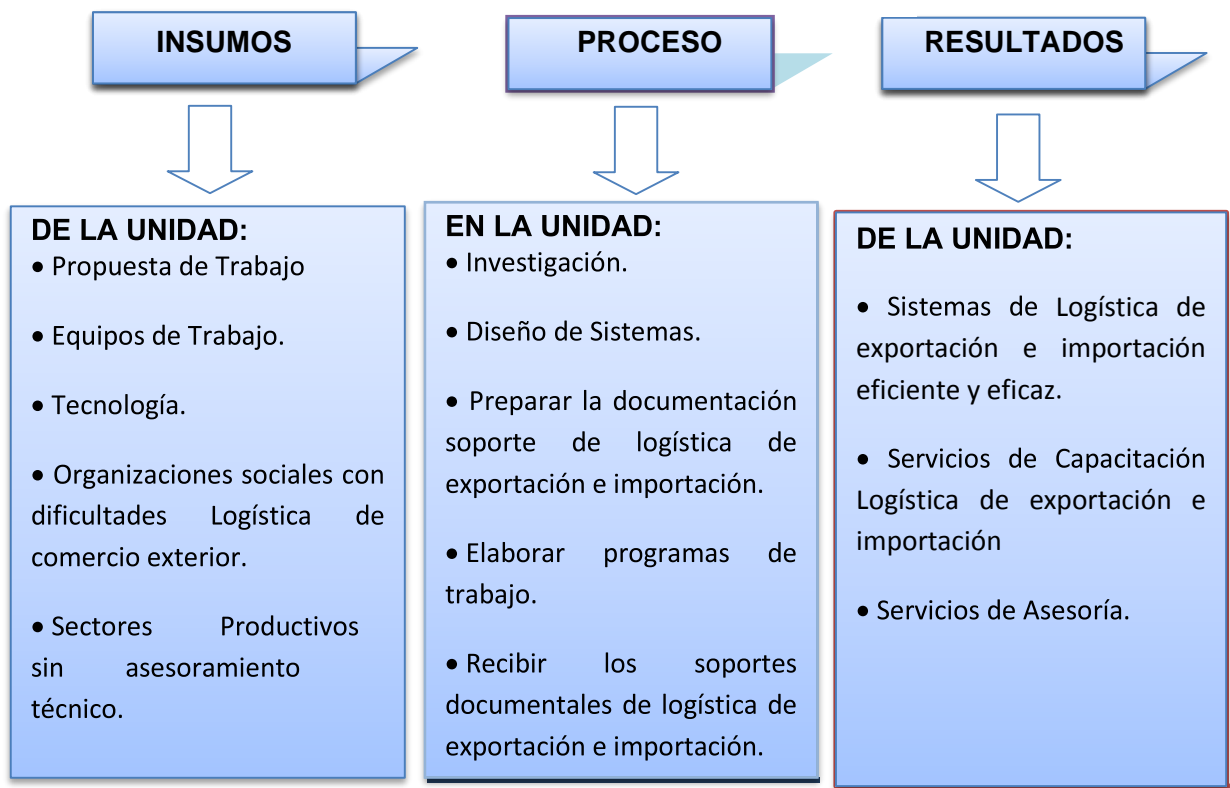
El jefe de la Unidad de Asesoramiento Logístico, es la máxima autoridad de la unidad cuya Misión es vincular a la Empresa Bodpuyango con los Sectores Productivos de la provincia del Oro, y los países de la región mediante programas de consultoría, asesoría, investigación y capacitación en temas de comercio exterior vinculadas a la exportación e importación y logística.

Será nombrado por la junta general de accionistas de la empresa y sus funciones son:

1. Proponer un plan operativo anual de actividades al gerente de la empresa.
2. Planificar, coordinar y ejecutar actividades de asesoría de la unidad.
3. Proponer y coordinar con las autoridades correspondientes, planes y estrategias para la vinculación de la institución con la colectividad.
4. Gestionar la captación de recursos y la promoción de las actividades de capacitación, asesoría y prestación de servicios técnico-científicos de la Empresa Bodpuyango Cía. Ltda., en coordinación con organizaciones sociales y productivas de la provincia del oro, Cantón Huaquillas
5. Gestionar la cooperación interinstitucional nacional e internacional
6. Difundir las actividades de la unidad.
7. Coordinar eventos de capacitación en general.
8. Las demás que se le asignaren según la naturaleza del cargo.

4.8. SISTEMA OPERATIVO

Gráfico 23: Sistema Operativo



Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.9. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

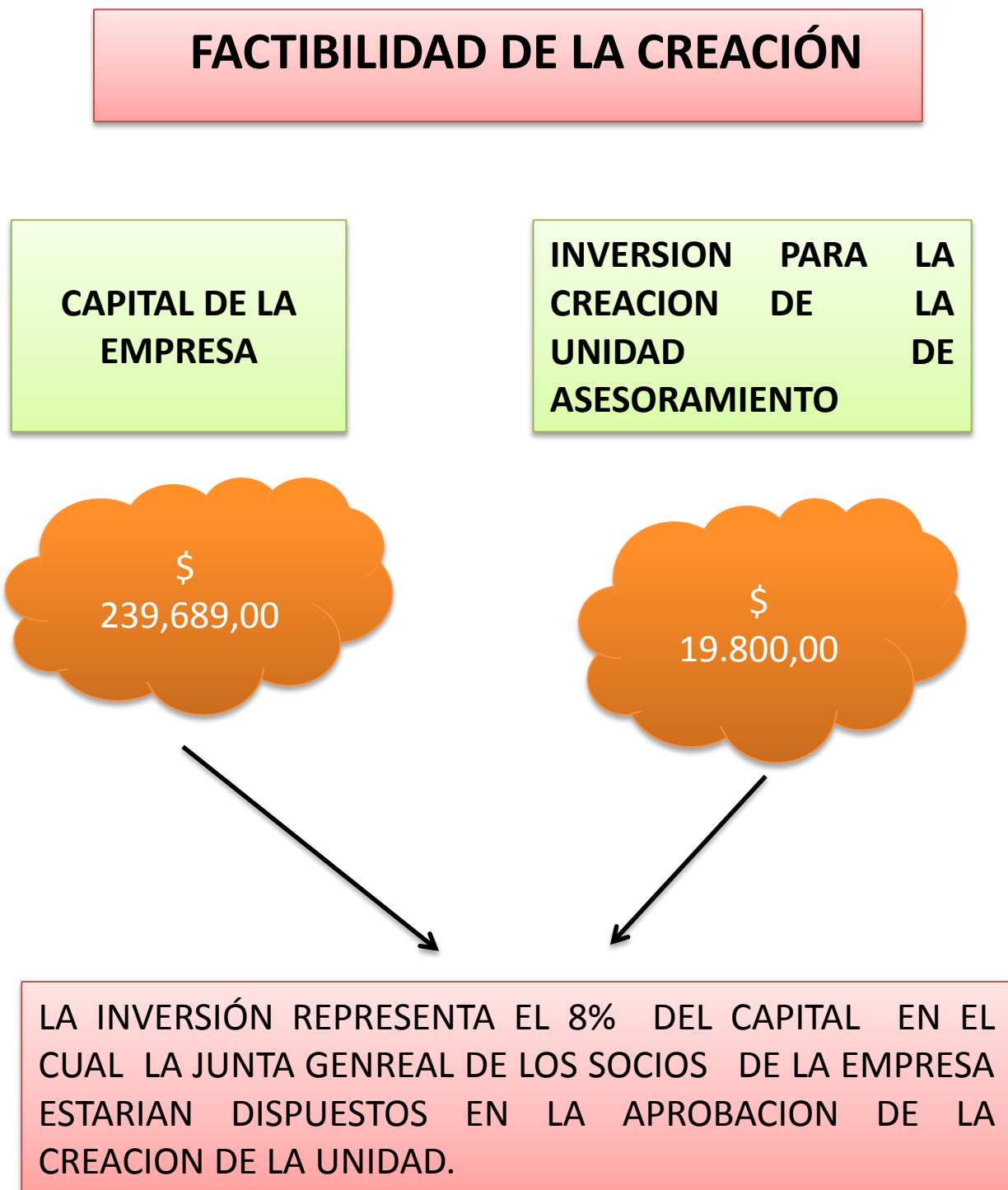
Tabla 11: Presupuesto de Inversión

INVERSIÓN	USD
Personal administrativo (Anual)	14.400,00
Equipo de oficina (Anual)	2.500,00
Material de escritorio (Anual)	400,00
Movilizaciones (Anual)	2.000,00
Imprevistos (Anual)	500,00
Total	19.800,00

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.10. FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN

Gráfico 24: Factibilidad de la Creación



Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.11. ENCUESTA A LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PARA LA APROBACIÓN DE LA CREACIÓN DE LA UNIDAD DE ASESORAMIENTO.

1. ¿Cree que se debe aplicar nuevos servicios dentro de la empresa para ser ofrecidos a los clientes?

Sí No

2. ¿Estaría de acuerdo que se implementará un servicio de asesoramiento de exportación, importación y logística dentro de la empresa?

Sí No

3. ¿Tomando en cuenta la inversión del 8% para la creación De la unidad de asesoramiento estaría dispuesto en la aprobación de dicha creación?

Sí No

4.12. MODELO PARA LA UNIDAD DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN

Gráfico 25: Proceso de Asesoramiento



Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.13. DESARROLLO DEL MODELO DE ASESORAMIENTO

Gestión Administrativa

4.13.1. Visión

Constituirnos en base a nuestros valores, capital humano y enfoque de servicio, en el Operador de Asesoría de importación, exportación y Logística número UNO, del país en el manejo de carga consolidada y almacenamiento del comercio exterior del Estado Ecuatoriano

4.13.2. Misión

Proveer eficientemente los recursos que sean necesarios para convertirnos en una empresa referente en el asesoramiento de exportaciones e importaciones y Logística del comercio interno y externo del país a través de la entrega de un servicio eficiente.

4.13.3. OBJETIVOS DEL MODELO ASESORAMIENTO

Objetivo General

- Desarrollar un plan de asesoramiento en importación, exportación y logística de la Empresa Bodpuyango Cía. Ltda., del cantón Huaquillas, provincia del oro.

Objetivos específicos

- Proporcionar a la empresa Bodpuyango Cía. Ltda., instrumentos de gestión que contribuya a mejorar continuamente el servicio al cliente
- Proporcionar a los directivos y gerentes un conjunto de herramientas administrativas que permitan lograr la integración funcional de todas las áreas involucradas con el servicio al cliente

4.13.4. Política

Implementación del plan de asesoramiento enmarcado en la entrega de un servicio eficiente y que satisfaga los requerimientos de los clientes.

4.13.5. Justificación de la propuesta

Los requerimientos de los empresarios de tener negocios competitivos rentables en un mercado cada vez más exigente y globalizado requiere el adoptar mecanismos efectivos

que contribuyan al logro de esas primicias. Para conseguir los objetivos formulados se hacen necesarios fundamentarse en una administración eficiente bajo esta premisa el área de asesoramiento de importación, exportación y logística se vuelve más imprescindible y por lo tanto estos conceptos deben conocerse y desarrollarse con el objetivo de mejorar la competitividad proporcionando un mejor servicio y mejorado los tiempos de respuesta.

De acuerdo a las investigaciones efectuadas, se nota la ausencia de un plan de importación, exportación y logística que a pesar que los directivos y gerentes encargados de la administración de la empresa manifiesta no poseer el plan por el cual es motivo suficiente para aportar con esta instrumento de gestión que permita mejorar el servicio a los clientes que se encuentran insatisfechos por parte de la empresa

4.13.6. Importancia y beneficio de la propuesta

La importancia del plan de asesoramiento de importación, exportación y logística que se está proponiendo a la Empresa Bodegas Bodpuyango se basa que en la actualidad de los mercados se están abriendo a un entorno más competitivos como resultado de la globalización de la economía, lo que obliga a las empresas nuevas alternativas que ayuden a encontrar la forma de como poder competir dentro de su mercado.

La propuesta que se presenta en este documento trata de un plan práctico y funcional que contribuirá a proporcionar mejor satisfacción al cliente. Con base a lo anterior se plantea el grado de importancia y sus beneficios.

Para los clientes

Importancia

- El plan de asesoramiento de importación, exportación y logística contribuye a satisfacer las expectativas y necesidades del cliente, de manera que el cliente pueda obtener lo que desee en el momento oportuno y en las condiciones deseadas.
- El plan de asesoramiento de importación, exportación y logística busca la verdadera satisfacción del cliente en otras palabras busca ayudar al cliente a sentirse feliz.

Beneficios

- A través de la importancia del de asesoramiento de importación, exportación y logística el cliente podrá ahorrar tiempo y dinero, ya que la empresa mejorara los tiempos de respuesta de cada uno de los procesos involucrados con el cliente.
- El cliente obtendrá los servicios correctos en el lugar adecuado, en el momento oportuno y en la condición deseada
- El cliente podrá tener mayor calidad y garantía de los servicios adquiridos al momento de la adquisición del servicio.
- Recibirá un trato apropiado por parte de las personas que atienden en la empresa
- Mejorar los tiempos de respuestas para que le resuelvan sus quejas y requerimientos
- Rapidez para resolver problemas
- Buena comunicación empresa-cliente
- Eliminación de procedimientos innecesarios.

4.13.7. Manual de Descripción de Puesto del Jefe de la Unidad de Asesoramiento Logístico de Exportación e Importación.

Las medianas empresas comerciales dedicadas la venta de electrodomésticos deberán de contar con el manual de descripción de puesto del Gerente de logística, el cual servirá a la empresa para determinar el perfil del ocupante, necesidades de capacitación y evaluar el desempeño del mismo.

Gráfico 26: Platilla de Descripción del Cargo

EMPRESA	DESCRIPCIÓN DEL CARGO
Identificación	UNIDAD ORGANIZATIVA: JEFE DE LA UNIDAD DE ASESORAMIENTO
	PUESTO DE TRABAJO: JEFE DEL DEPARTAMENTO DE IMPORTACION, EXPORTACION
Relaciones Jerárquicas	RESPONSABLE ANTE: GERENTE GENERAL
	SE COORDINA CON: Gerente General
Descripción del cargo	<p>FUNCION BASICA: Será responsable de la planeación, ejecución y seguimiento de las estrategias de Servicio al cliente, importación, exportación y logística.</p>
	<p>RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoyar en forma directa a la Gerencia General ➤ Efectuar reuniones semanales con la gerencia general para la evaluación de las actividades ➤ Revisar, analizar y aprobar los procesos de importación, exportación y logística para fomentar la integridad ➤ Dirigir, supervisar y coordinar el trabajo desarrollado por los encargados del Servicio al cliente. ➤ Autorizar cambios en los procesos de trabajo para la obtención de resultados en menor tiempo y mayor rentabilidad. ➤ Revisar y analizar los reportes que le proporcione el jefe del Servicio al cliente. ➤ Atender consultas, sugerencias y problemas que le planteen los clientes ➤ Mantener actualizados sus conocimientos sobre nuevas técnicas, herramientas e instrumentos en materia de importación, exportación y logística, para adoptarlos y aplicarlos de acuerdo a las necesidades de la empresa. ➤ Controlar todo el flujo de información desde que la empresa adquiere el servicio hasta hacerlo llegar al cliente

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Gráfico 27: Plantilla del Puesto de Trabajo

EMPRESA	PUESTO DE TRABAJO: Jefe De La Unidad De Asesoramiento
Perfil del cargo	<p style="text-align: center;">REQUISITOS DEL CARGO:</p> <p>A. EDUCACIÓN: Ing. En Comercio Exterior</p> <p>B. EXPERIENCIA: Haberse desempeñado como jefe de importación, exportación y logística.</p> <p>HABILIDADES PERSONALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad para trabajar con una visión integral de la empresa ➤ Amplio conocimiento en el área de importación, exportación y logística ➤ Capacidad para la toma de decisiones ➤ Creatividad ➤ Habilidad para planear estratégicamente ➤ Excelente relaciones humanas y publicas ➤ Capacidad para dirigir equipos de trabajo

Aprobación	FIRMA:	FECHA DE ELABOR.	FECHA DE REVISION
	NOMBRE:		
	CARGO		

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.13.8. Secretaria Asistente

Será la persona responsable de ayudar al jefe de la unidad de asesoramiento en todas las actividades que le sean encomendadas para el buen funcionamiento del modelo de asesoramiento.

Gráfico 28: Plantilla de Descripción del Cargo

EMPRESA	DESCRIPCIÓN DEL CARGO
Identificación	<p>UNIDAD ORGANIZATIVA: Unidad de asesoramiento.</p> <hr/> <p>PUESTO DE TRABAJO: Secretaria Asistente.</p>
Relaciones Jerárquicas	<p>RESPONSABLE ANTE: Jefe de la Unidad de asesoramiento.</p> <hr/> <p>SUPERVISA A: -----</p>
Descripción del cargo	<p>FUNCION BASICA: Será responsable de efectuar todas las actividades secretariales que le encomiende el Jefe de la unidad de asesoramiento.</p> <p>RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Asistir a todas las reuniones que se lleven a cabo con el jefe de la unidad de asesoramiento. ➤ Llevar actualizados libros de actas ➤ Preparar las circulares, informes que le haya encomendado al jefe dela unidad. ➤ Velar por que este ordenado y archivado todo lo relacionado a los asuntos secretariales. ➤ Elaborar y Comunicar a los miembros que conforman la unidad de asesoramiento. ➤ Preparar con anticipación el material que ocupara el jefe de la unidad. <p>HABILIDADES PERSONALES PARA CONFORMAR</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad para trabajar con una visión integral de la empresa ➤ Capacidad para tomar decisiones ➤ Creatividad ➤ Habilidad para planear estratégicamente ➤ Excelente relaciones, Capacidad para trabajar en equipo de trabajo

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Gráfico 29: Plantilla de Puesto de Trabajo

EMPRESA	PUESTO DE TRABAJO: SECRETARIA ASISTENTE
---------	---

Perfil del cargo	<p>REQUISITOS DEL CARGO:</p> <p>A. EDUCACIÓN: Licenciada en secretariado gerencial como mínimo de preferencia con 2 años de estar en funciones similares</p> <p>B. EXPERIENCIA: Haberse desempeñado como secretaria ejecutiva en puestos similares.</p> <p>HABILIDADES PERSONALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Buena redacción y ortografía ➤ Capacidad para tomar decisiones ➤ Creatividad ➤ Dinámica ➤ Con iniciativa propia ➤ Dispuesta a trabajar en equipo ➤ Excelente relaciones humanas y publicas
------------------	---

Aprobación	FIRMA:	FECHA DE ELABOR.	FECHA DE REVISION
	NOMBRE:		
	CARGO		

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.14. PROCESO DE TRÁMITES

4.14.1. Contratación del servicio

El jefe de unidad de asesoramiento determinara los servicios que prestara para ser contratados por el representante legal de la empresa en el cual se utilizara el siguiente formato para realizar la contratación del servicio de asesoramiento

Gráfico 30: Plantilla de Contratación de Servicio

Sello Corporativo	  		
Bodegas Bodpuyango Cia. Ltda. Ruc: 0790095464001	Empresa de Bodegas Bodpuyango Cia. Ltda., Av. Republica 0km 1.5 Via Huaquillas-Arenillas (A 200mts Decontrol Policia Nacional) - Nacional) 07-2970157 bodpuyango@easynet.net.ec		
ACUERDO COMERCIAL DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS			
<input type="checkbox"/> COORPORATIVA			
Nombre/Razón Social _____			
Cédula/Ruc: _____			
Dirección: _____			

Teléfono: _____	Celular: _____		
Correo electrónico: _____			
Ciudad: _____	Cantón: _____	Parroquia: _____	Barrio/Comunidad: _____
Su domicilio es:	<input type="checkbox"/> Propio	<input type="checkbox"/> Arrendado	<input type="checkbox"/> Familiar
SERVICIO CONTRATADO			
IMPORTACION <input type="checkbox"/>	EXPORTACION <input type="checkbox"/>		
REGIMENES DE IMPORTACIÓN QUIENES PUEDEN IMPORTAR REGISTRO DE IMPORTADOR RESTRICCIONES DE UN PRODUCTO A IMPORTAR DESADUANIZACION AFORO PAGOS DE TRIBUTOS	REQUISITOS PARA SER EXPORTADOR EN LA ADUANA OBTENCION DEL REGISTRO DE EXPORTADOR DOCUMENTACION A PRESENTAR FASE DE PRE-EMBARQUE FASE POST-EMBARQUE		
ADJUNTAR LA SIGUIENTE DOCUMENTACION:			
Cuenta Corporativa: Fotocopia del nombramiento del representante legal o RUC Fotocopia del Certificado de superintendencias de compañías			

Fecha	Firma del cliente	Asesor	

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.14.2. Manifiesto de carga

Gráfico 31: Manifiesto de Carga

Sello Corporativo

Bodegas Bodpuyango
Cia. Ltda.

MANIFIESTO DE CARGA
Nº

Contenedor:	Fecha Salida:	Fecha Arribo
Marchano:	Puerto Carga:	Agente
B/L Master:	Puerto Descarga:	
Nave:	Destino Final:	

B/L	Exportador	Consignatario	Notificara a	Descripción	Destino	Bultos	Peso Kgs	Libras	Cubicaje
NOTAS						Totales			

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig


4.15. GUÍA DE TRANSPORTE


Gráfico 32: Guía de Transporte


Sello Corporativo

Bodegas Bodpuyango
Cia. Ltda.

GUIA DE TRANSPORTE
Nº de guía

 Empresa de Bodegas Bodpuyango Cia. Ltda., Av. Republica 0km 1.5 Via Huaquillas-Arenillas (A 200mts Decontrol Policia Nacional) - Nacional

 07-2970157

 bodpuyango@easynet.net.ec

Encargado: _____ Fecha Salida: _____ Fecha de entrega: _____					
Nº de Vehiculo: _____		Lugar de destino: _____			
Hora de salida: _____		Consignatario: _____			
Hora de llegada: _____		Destino Final: _____			
Nº	Descripción	Bultos	Peso Kgs	Libras	Cubicaje
NOTAS			Totales		

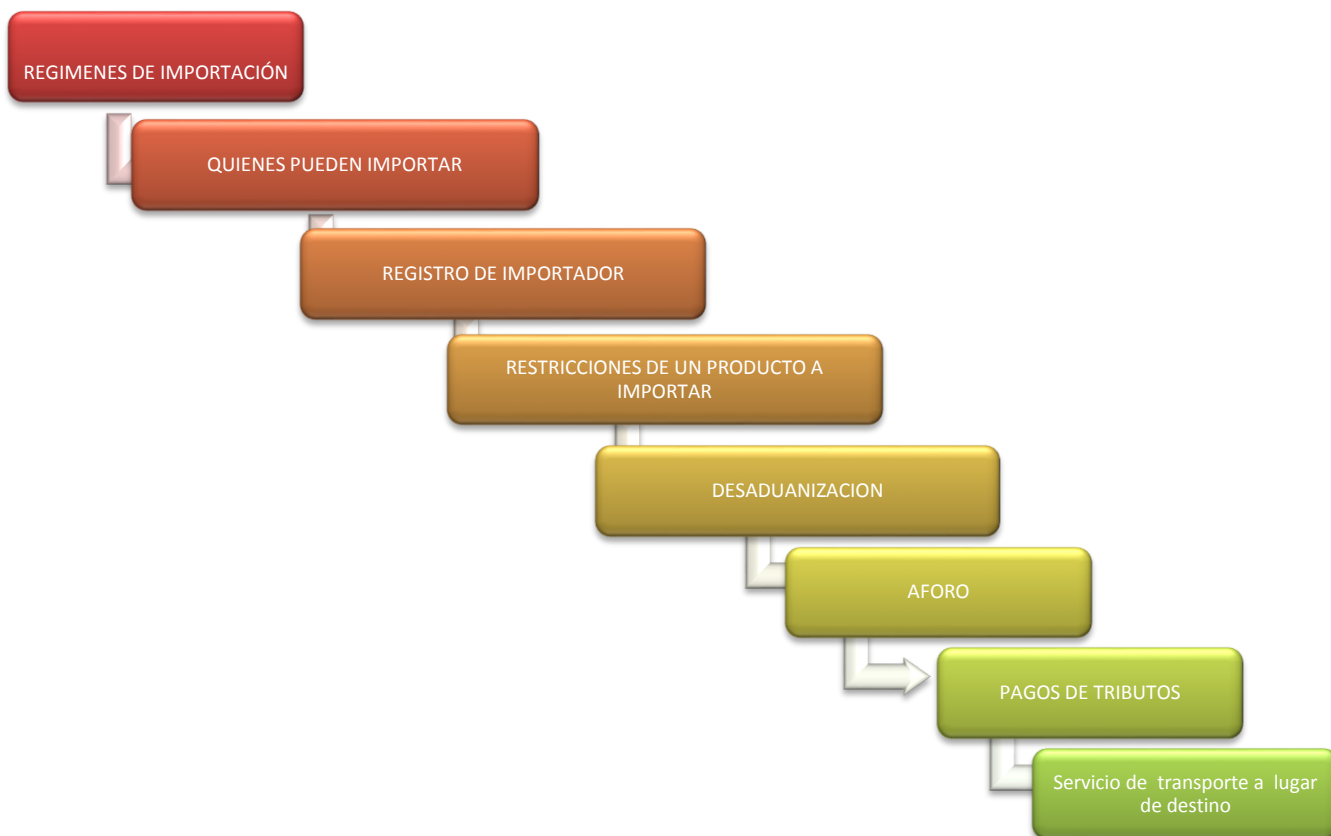
Encargado:
firma

Consignatario
firma

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.16. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DE IMPORTACIÓN

Gráfico 33: Descripción de Servicio de Importación



Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.16.1. Regímenes De Importación

El jefe de la unidad de asesoramiento dará conocer al representante legal de la empresa contratante cuales son los regímenes de importación para determinar en cuál de estos entra su importación.

Importación para el consumo (art. 147 COPCI)

Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago

de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras.

Admisión temporal para reexportación en el mismo estado (art.148 COPCI)

Es el régimen aduanero que permite la introducción al territorio aduanero de determinadas mercancías importadas, para ser utilizadas en un fin determinado, con suspensión total o parcial del pago de los derechos e impuestos a la importación y recargos, con excepción de la depreciación normal originada por el uso que se haya hecho de las mismas, para ser reexportadas en un plazo determinado sin experimentar modificación alguna, según se determine en el reglamento.

Admisión temporal para perfeccionamiento Activo (Art. 149 COPCI)

Es el régimen aduanero que permite el ingreso al territorio aduanero ecuatoriano, con suspensión del pago de los derechos e impuestos a la importación y recargos aplicables, de mercancías destinadas a ser exportadas luego de haber sido sometidas a una operación de perfeccionamiento, bajo la forma de productos compensadores.

Podrán autorizarse instalaciones industriales, que al amparo de una garantía general, operen habitualmente bajo este régimen, cumpliendo con los requisitos previstos en el reglamento al presente Código.

Los productos compensadores que se obtengan aplicando este régimen podrán ser objeto de cambio de régimen a importación para el consumo, pagando tributos sobre el componente importado de dicho producto compensador.

Reposición de mercancías con franquicia arancelaria (Art. 150 COPCI)

Régimen aduanero que permite importar, con exoneración de los derechos e impuestos a la importación y recargos con excepción de las tasas aplicables, mercancías idénticas o similares por su especie, calidad y sus características técnicas, a las que estando en libre circulación, hayan sido utilizadas para obtener las mercancías exportadas previamente con carácter definitivo.

Transformación bajo control aduanero (Art. 151 COPCI)

Es el régimen aduanero que permite introducir en el territorio aduanero mercancías para someterlas a operaciones que modifiquen su especie o estado, con suspensión del pago

de los derechos e impuestos a la importación y recargos aplicables, para la posterior importación para el consumo de los productos resultantes obtenidos de esas operaciones, con la aplicación de los derechos e impuestos a la importación y recargos que les correspondan con arreglo a la naturaleza arancelaria del producto terminado.

Depósito aduanero (Art. 152 COPCI)

Régimen aduanero según el cual las mercancías importadas son almacenadas por un periodo determinado bajo el control de la aduana en un lugar habilitado y reconocido para esta finalidad, sin el pago de los derechos e impuestos y recargos aplicables.

Reimportación en el mismo estado (Art. 153 COPCI)

Es el régimen aduanero que permite la importación para el consumo con exoneración de los derechos e impuestos a la importación, recargos aplicables de las mercancías que han sido exportadas, a condición que no hayan sido sometidas a ninguna transformación, elaboración o reparación en el extranjero y a condición que todas las sumas exigibles en razón de un reembolso o de una devolución, de una exoneración condicional de derechos e impuestos o de toda subvención u otro monto concedido en el momento de la exportación, se hayan pagado.

4.16.2. Quienes pueden importar

El jefe de la Unidad de Asesoramiento dará conocer al representante legal de la empresa contratante del servicio lo siguiente:

Pueden Importar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que tengan firma electrónica y hayan sido registrados en ECUAPASS como IMPORTADOR ANTE LA ADUANA DEL ECUADOR.

4.16.3. Registro de importador

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

1. Toda persona natural o jurídica debe contar con RUC emitido por el Servicio de Rentas Internas. <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Gráfico 34: Plantilla Pagina Web SRI para Importar



Fuente: SRI

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

2. Obtener firma electrónica emitida por una entidad certificadora acreditada en el país mediante TOKEN, obteniendo su clave privada

SECURITY DATA firma digital del Ecuador

Todos estos documentos digitalizados pueden ser enviados a través de los siguientes correos electrónicos:

Solicitudes para la ciudad de Quito:

ventasui@securitydata.net.ec

Solicitudes para la ciudad de Guayaquil:

ventasgye@securitydata.net.ec

O a través del sitio web: <https://www.securitydata.net.ec/>

Gráfico 35: Plantilla Pagina Web Security Data para Importar



Fuente: Security Data

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

A continuación los tipos de Certificados:

Representante legal.- Escaneado a color (en formato PDF) enviado vía mail y luego presentar físicamente:

Requisitos

- Original de la Cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros.
- Original de la Papeleta de votación actualizada, (para extranjeros, certificado de empadronamiento y para militares copia de la libreta militar).
- Original o copia certificada del registro único de contribuyentes (RUC) de la empresa
- Original o copia certificada del registro único de Proveedores (RUP) de la empresa en caso de Disponerlo

- Original o copia certificada del nombramiento del representante legal adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
- Original del Certificado de Cumplimiento de Obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías u Original o copia certificada de la constitución de la Empresa solicitante.
- Presentarse físicamente en la entidad que emitirá el certificado para firmar el contrato y validar la identidad.
- Formulario de solicitud lleno y FIRMADO
- Si es persona natural y va a interactuar con la aduana como agente o con el sistema de PETROAMAZONAS es OBLIGATORIO presentar el RUC.
- Si va a interactuar con el INCOP es obligatorio presentar el RUP.
- Otro tipo de formato no será aceptado.

Miembro de la empresa.- Escaneado a color (en formato PDF) enviado vía mail y luego presentar físicamente:

- Original de la Cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros
- Original de la Papeleta de votación actualizada, (para extranjeros, certificado de empadronamiento y para militares copia de la libreta militar)..
- Original o copia certificada del registro único de contribuyentes (RUC) de la empresa.
- Original o copia certificada del registro único de Proveedores (RUP) de la empresa en caso de Disponerlo
- Original o copia certificada del nombramiento del representante legal adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
- Original del Certificado de Cumplimiento de Obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías u Original o copia certificada de la constitución de la Empresa solicitante.
- Original de la autorización firmada por el representante legal, donde conste el número, nombre y cargo de todos los solicitantes de la Empresa para emisión de certificado de Firma Electrónica
- Presentarse físicamente en la entidad que emitirá el certificado para firmar el contrato y validar la identidad
- Formulario de solicitud lleno y FIRMADO

NOTAS

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

Persona natural.- Escaneado a color (en formato PDF) enviado vía mail y luego presentar físicamente:

- Original de la cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros,
- Original de la papeleta de votación actualizada (Para extranjeros: certificado de empadronamiento - opcional. Para militares: libreta militar).
- Original de la factura de luz, agua o teléfono del domicilio de cualquiera de los últimos tres meses, que certifique la dirección domiciliaria.
- Original o copia certificada del registro único de contribuyentes (RUC) en caso de tenerlo
- Original o copia certificada del registro único de contribuyentes (RUP) en caso de tenerlo
- Llenar y firmar el formulario
- Presentarse físicamente en la entidad que emitirá el certificado para firmar el contrato y validar la identidad Formulario de solicitud lleno y firmado
- Formulario de solicitud lleno y FIRMADO

NOTAS:

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

Funcionario público.- Escaneado a color (en formato PDF) enviado vía mail y luego presentar físicamente:

- Cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros

- Papeleta de votación actualizada, (para extranjeros, certificado de empadronamiento y para militares la libreta militar).
- Original o copia certificada y legible del nombramiento o "Acción de Personal" del solicitante o a su vez un certificado laboral que certifique el cargo del funcionario público, actualizado, firmado por el representante legal o emitida por el departamento de recursos humanos de la institución
- Registro único de contribuyentes (RUC) de la institución
- Registro único de proveedores (RUP) en caso de tenerlo.
- Original o copia certificada y legible del nombramiento del representante legal adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
- Autorización firmada por el representante legal, donde conste el número de solicitudes, nombre y cargo de todos los solicitantes de la Empresa para emisión de certificado de Firma Electrónica
- Presentarse físicamente en la entidad que emitirá el certificado para firmar el contrato y validar la identidad
- Formulario de solicitud lleno y FIRMADO

NOTAS:

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

Pasos para Solicitar Certificado

Requisitos

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

Notas:

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

Pago

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

Notas:

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

Cita

- El solicitante debe aplicar retenciones tanto al impuesto a la renta como al IVA
- El tiempo tomado para asignarle una cita en función de la disponibilidad, puede tomar de 1 a 2 días laborables
- El solicitante recibe un correo electrónico de la solicitud aprobada indicándole el lugar, fecha y la hora de la cita programada para que se presente en nuestras oficinas.

Nota:

- No se emite certificados sin previa cita

Presentación

- El solicitante debe presentarse a la cita con todos los documentos ORIGINALES o COPIAS NOTARIADAS
- Se procede a la verificación física de los documentos presentados
- Se procede a la constatación física del solicitante
- Si la verificación de documentos y constatación física de la persona son correctos, se procede a la firma del contrato
- Se entrega al solicitante TOKEN con firma electrónica
- Los documentos originales presentados serán entregados al solicitante el mismo día de la cita

Nota:

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

3. Registrar los datos del importador ingresando en el portal de la aduana y definiendo la solicitud de uso de acuerdo al tipo de operador. <https://portal.aduana.gob.ec/>

Gráfico 36: Página Web del Sistema ECUAPASS

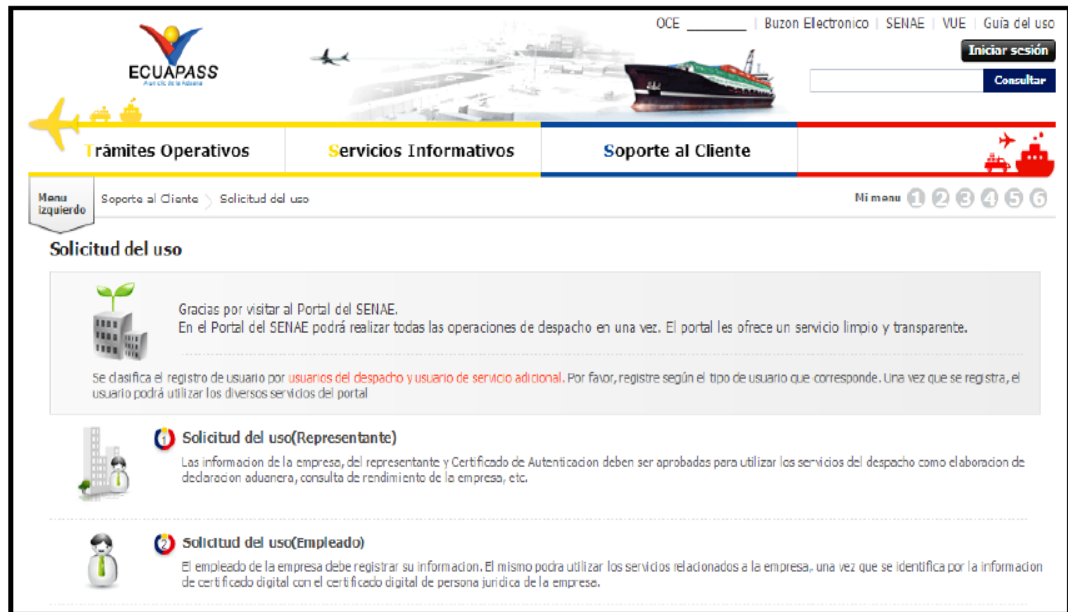


Fuente: ECUAPASS

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Seleccionar el formulario

Gráfico 37: Selección de Formulario



Fuente: ECUAPASS

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Solicitud del uso (Representante).- Información que debe ser llenado por el Representante legal

Solicitud del uso (Empleado).- Información que debe ser llenada por el Representante técnico

Una vez realizada la solicitud de uso tanto de representante legal (Representante) como del Representante técnico (Empleado) es recibida la confirmación de la aduana al correo electrónico señalado en la solicitud respectiva con la confirmación que el proceso se realizó en forma exitosa.

4. Una vez recibida la solicitud de uso en ECUAPASS, se convalidan con los datos enviados en el formulario electrónico, de no existir novedades se acepta el Registro inmediatamente.

Caso contrario el usuario debe comprobar que su solicitud se encuentre en **ESTADO RECEPTADO**, en caso de que se mantenga en estado SOLICITUD ENVIADA, desistir y volver a ingresar la solicitud nuevamente.

5. Cumplidos estos pasos se podrá realizar la importación de mercancías revisando previamente las **RESTRICCIONES** que tuvieren. Ejemplo: INEN, MIPRO, CONSEP, otros.

4.16.4. Restricciones de un producto a importar

Una vez determinado el tipo de mercancía a importar es muy importante definir de forma exacta la clasificación arancelaria de una mercancía ya que esto evitará multas y retrasos en el proceso de despacho en aduana. Esta información también es útil para cálculos de posibles tributos a pagar en aduana

Una vez cumplidos los requisitos y restricciones del producto importado podrá realizar el trámite de **DESADUANIZACIÓN DE LA MERCANCÍA**.

Gráfico 38: Impuestos Arancelarios



Fuente: El Comercio

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.16.5. Desaduanización

Para realizar los trámites de desaduanización de mercancías es necesario la asesoría y servicio de un Agente de Aduana acreditado por el SENA E. En este caso el jefe de la unidad asesoramiento estará acreditado por la SENA E para realizar las actividades correspondientes.

El Agente de Aduana debe transmitir electrónicamente mediante ECUAPASS la Declaración Aduanera de Importación (DAI), en el Distrito de llegada de las mercancías, digitalizando y adjuntando los documentos que acompañan a la misma, los cuales son:

1. Documentos de acompañamiento: Son los denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía; deben presentarse digitalizados y enviarse electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera de Importación (DAI), cuando estos sean exigidos. (Art. 72 Reg. COPCI).

Gráfico 39: Declaración Aduanera de Importación

Declaración de Importación			
Información de general			
* A01. Código del declarante	01900965	* A03. Aduana	[055] QUITO
* A04. Código de Régimen	[10] IMPORTACION A CONSUMO	* A05. Tipo de despacho	[0] DESPACHO NORMAL
A06. Numero de despacho parcial		* A07. Tipo de pago	[A] PAGO ANTICIPADO

Fuente: Sistema Informático SENA E

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

2. Documentos de soporte: Constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Art. 73 Reg. COPCI).

3. Documento de transporte (Aéreo, marítimo o terrestre)

El exportador será el encargado de entregar el documento de transporte ya sea aéreo, marítimo o terrestre dependiendo del tipo de mercancía a importar se elegirá el transporte.

4. Factura Comercial

El exportador se encargara de entregar la factura comercial

5. Certificado de Origen (cuando proceda)

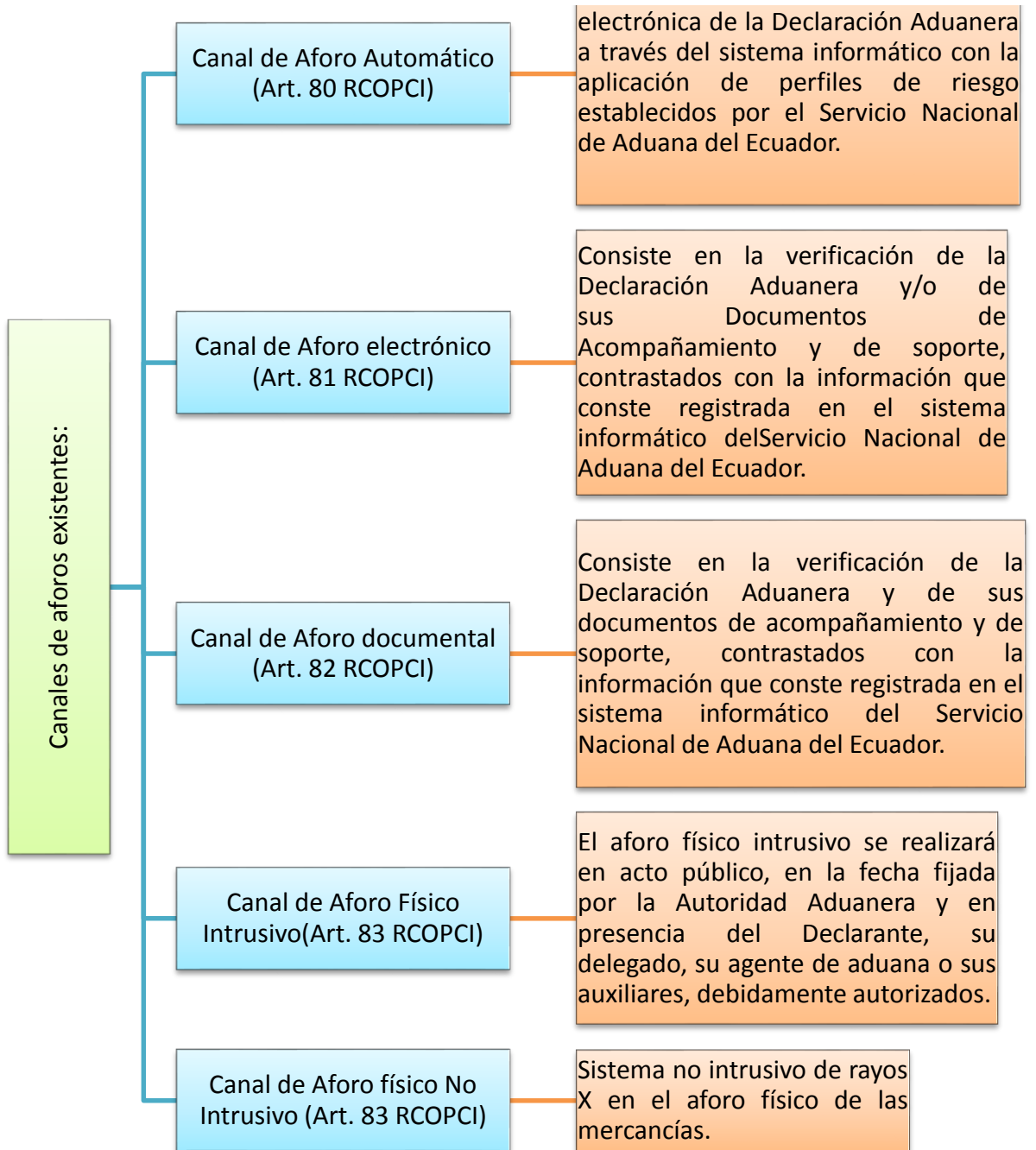
6. Documentos que el SENA o el Organismo regulador de Comercio Exterior consideren necesarios

7. Transmitida la Declaración Aduanera, el Sistema le otorgará un número de validación (Refrendo) y el CANAL DE AFORO que corresponda.

4.16.6. Aforo

Previo al pago de LOS TRIBUTOS AL COMERCIO EXTERIOR mediante la declaración el trámite puede tener los siguientes canales de aforo:

Gráfico 40: Tipos de Aforo



Fuente: Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Realizado el aforo asignado y de no existir novedades la Aduana dispondrá el levante de las mercancías del almacén temporal.

4.16.7. Pagos de tributos importados

Para determinar el valor a pagar de tributos al comercio Exterior es necesario conocer la clasificación arancelaria del producto importado. Para conocer el porcentaje de aranceles e impuestos aplicables.

Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros.

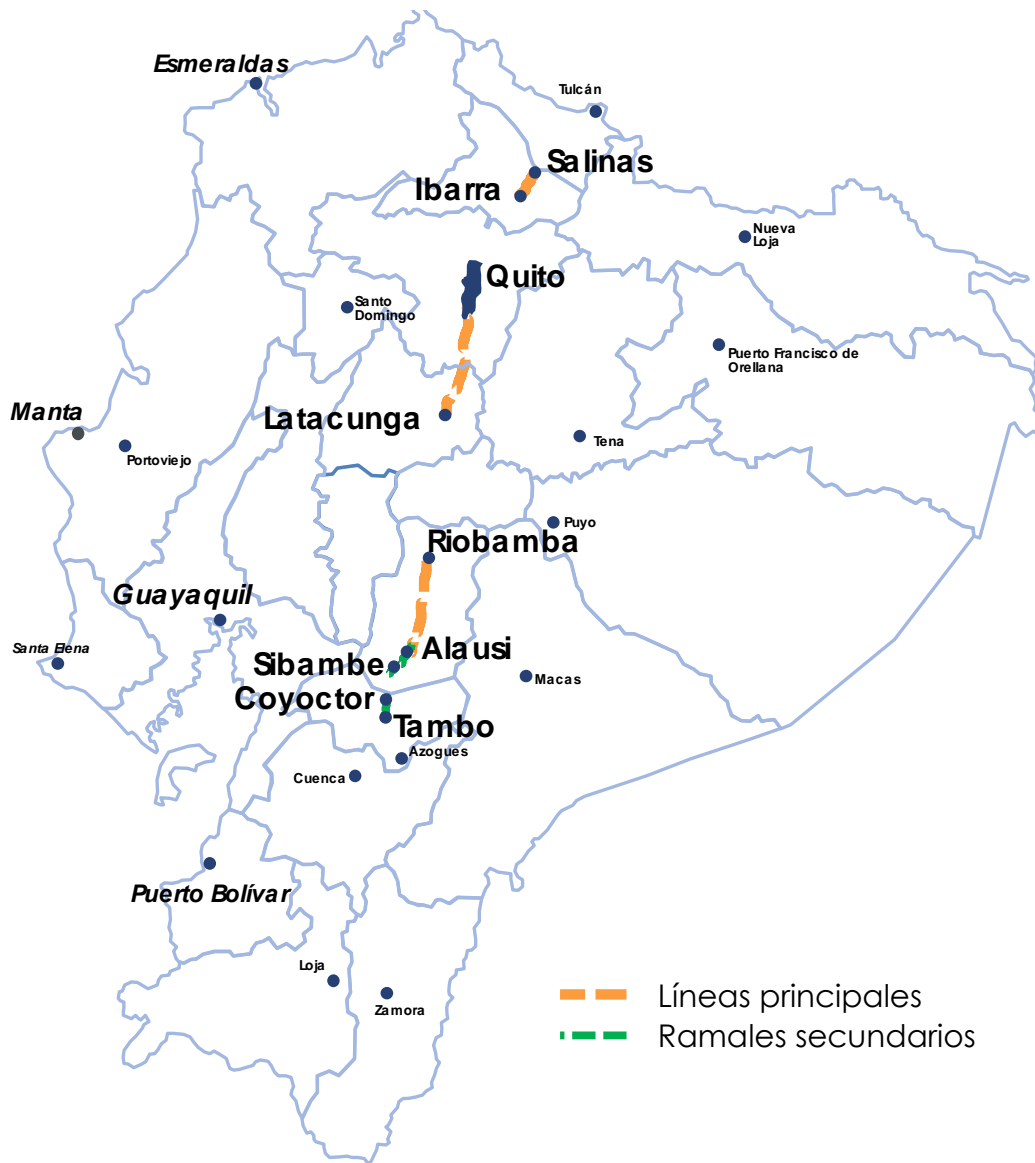
- **AD-VALOREM (Arancel cobrado a las Mercancías):** Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador. Porcentaje variable según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la Importación).
- **FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia):** Impuesto que administra el INFA. 0.5% se aplica sobre la base imponible de la Importación.
- **ICE (Impuesto a los Consumos Especiales):** Administrado por el SRI. Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen. Ejemplo: Autos, aviones, licores, etc. (Se puede consultar en la página www.sri.gob.ec, opción Impuestos).
- **IVA (Impuesto al Valor Agregado):** Administrado por el SRI. Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE.

4.16.8. Servicio de transporte a lugar de destino

Una vez cumplido con todos los requisitos de importación se procederá a transportar los contenedores a través de los cabezales desde la aduana hacia el lugar de destino determinado por el representante legal de la empresa en el cual se procederá a la entrega de la mercancía para que dicha empresa realice sus actividades de comercialización correspondiente.

Las rutas de entrega serán a nivel nacional del país en donde el representante legal de la empresa lo disponga.

Gráfico 41: Rutas de Transporte



Fuente: Ministerio de Transporte y Obras Públicas
Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Entre las características que tendrá nuestro servicio:

- Garantía en el justo a tiempo
- Aseguramiento de las unidades de transporte y seguro de vida para la tripulación.
- Precios competitivos
- La carga es transportada a su destino sin ninguna clase de manipulación.

- Servicio de puerta a puerta
- Servicio de Contenedor

Clasificación de la Mercadería

Para un mejor análisis, vamos a enfatizar en las clases de mercadería que se pueden transportar, y cuál de ellas es la que corresponde al servicio que se brinda.

1.- Carga Seca.- Se refiere a las mercaderías que carecen de humedad y no corren peligro de dañarse en corto tiempo. Estas representan el 90% de comercio entre Ecuador y Perú por frontera y a la cual la empresa se dedica a transportar.

2.- Carga Perecible.- Se refiere a las mercaderías que en corto tiempo tienden a descomponerse o a sufrir alteraciones en su composición, por ejemplo: flores, productos del mar, frutas, etc.

3.- Carga Volumétricas.- Son aquellas cargas o mercaderías, cuya dimensiones superan a las estipuladas en el reglamento de tránsito.

4.- Carga de Peso Volumétrica.- Como su nombre lo indica, son aquellas mercaderías que representan más que en peso, su volumen de transportación.

5.- Carga Peligrosa.- Son aquellas cargas que causan efectos sobre otras mercaderías, por ejemplo: explosivos, ácidos y químicos

Descripción del Contenedor a utilizarse

Contenedor de 40 pies (12 m.) para carga sólida

Para usos generales y carga sólida, carga perecible, carga de peso volumétrica. Contenedor de 40 pies (12m.) de largo. Tienen 8 pies (2,4 m.) de ancho, por lo que el centro de carga está a 48 pulgadas (1.200 mm.)

Gráfico 42: Contenedor de 40 Pies



Fuente: Empresa de Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda.
Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Gráfico 43: Cabezal de Transporte



Fuente: Empresa de Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda.
Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.17. SERVICIO DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN

El jefe de la unidad de asesoramiento tomara en cuenta el siguiente esquema para brindar el servicio de asesoramiento el cual será desarrollado cada ítem para un mejor entendimiento por parte del representante legal de la empresa contratante.

Gráfico 44: Descripción del Servicio de Exportación



Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.17.1. Requisitos para ser exportador en la aduana

1. Toda persona natural o jurídica debe contar con RUC emitido por el Servicio de Rentas Internas. <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Gráfico 45: Plantilla de Pagina Web SRI para Exportar



Fuente: SRI

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

2. Obtener firma electrónica emitida por una entidad certificadora acreditada en el país mediante TO KEN, obteniendo su clave privada

SECURITY DATA firma digital del Ecuador

Todos estos documentos digitalizados pueden ser enviados a través de los siguientes correos electrónicos:

Solicitudes para la ciudad de Quito:

ventasui@securitydata.net.ec

Solicitudes para la ciudad de Guayaquil:

ventasgye@securitydata.net.ec

O a través del sitio web: <https://www.securitydata.net.ec/>

Gráfico 46: Plantilla Página Web Security DATA para Exportación



Fuente: Security Data

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

A continuación los tipos de Certificados:

Representante legal

Escaneado a color (en formato PDF) enviado vía mail y luego presentar físicamente:

Requisitos

- Original de la Cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros.
- Original de la Papeleta de votación actualizada, (para extranjeros, certificado de empadronamiento y para militares copia de la libreta militar).

- Original o copia certificada del registro único de contribuyentes (RUC) de la empresa
- Original o copia certificada del registro único de Proveedores (RUP) de la empresa en caso de Disponerlo
- Original o copia certificada del nombramiento del representante legal adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
- Original del Certificado de Cumplimiento de Obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías u Original o copia certificada de la constitución de la Empresa solicitante.
- Presentarse físicamente en la entidad que emitirá el certificado para firmar el contrato y validar la identidad.
- Formulario de solicitud lleno y FIRMADO
- Si es persona natural y va a interactuar con la aduana como agente o con el sistema de PETROAMAZONAS es OBLIGATORIO presentar el RUC.
- Si va a interactuar con el INCOP es obligatorio presentar el RUP.
- Otro tipo de formato no será aceptado.

Miembro de la empresa

Escaneado a color (en formato PDF) enviado vía mail y luego presentar físicamente:

- Original de la Cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros
- Original de la Papeleta de votación actualizada, (para extranjeros, certificado de empadronamiento y para militares copia de la libreta militar)..
- Original o copia certificada del registro único de contribuyentes (RUC) de la empresa.
- Original o copia certificada del registro único de Proveedores (RUP) de la empresa en caso de Disponerlo
- Original o copia certificada del nombramiento del representante legal adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
- Original del Certificado de Cumplimiento de Obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías u Original o copia certificada de la constitución de la Empresa solicitante.

- Original de la autorización firmada por el representante legal, donde conste el número, nombre y cargo de todos los solicitantes de la Empresa para emisión de certificado de Firma Electrónica
- Presentarse físicamente en la entidad que emitirá el certificado para firmar el contrato y validar la identidad
- Formulario de solicitud lleno y FIRMADO

NOTAS

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

Persona natural

Escaneado a color (en formato PDF) enviado vía mail y luego presentar físicamente:

- Original de la cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros,
- Original de la papeleta de votación actualizada (Para extranjeros: certificado de empadronamiento - opcional. Para militares: libreta militar).
- Original de la factura de luz, agua o teléfono del domicilio de cualquiera de los últimos tres meses, que certifique la dirección domiciliaria.
- Original o copia certificada del registro único de contribuyentes (RUC) en caso de tenerlo
- Original o copia certificada del registro único de contribuyentes (RUP) en caso de tenerlo
- Llenar y firmar el formulario
- Presentarse físicamente en la entidad que emitirá el certificado para firmar el contrato y validar la identidad Formulario de solicitud lleno y firmado
- Formulario de solicitud lleno y FIRMADO

NOTAS:

- Si es persona natural y va a interactuar con la aduana como agente o con el sistema de PETROAMAZONAS es OBLIGATORIO presentar el RUC,

- Si va a interactuar con el INCOP es obligatorio presentar el RUP.
- Otro tipo de formato no será aceptado

Funcionario público

Escaneado a color (en formato PDF) enviado vía mail y luego presentar físicamente:

- Cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros
- Papeleta de votación actualizada, (para extranjeros, certificado de empadronamiento y para militares la libreta militar).
- Original o copia certificada y legible del nombramiento o "Acción de Personal" del solicitante o a su vez un certificado laboral que certifique el cargo del funcionario público, actualizado, firmado por el representante legal o emitida por el departamento de recursos humanos de la institución
- Registro único de contribuyentes (RUC) de la institución
- Registro único de proveedores (RUP) en caso de tenerlo.
- Original o copia certificada y legible del nombramiento del representante legal adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
- Autorización firmada por el representante legal, donde conste el número de solicitudes, nombre y cargo de todos los solicitantes de la Empresa para emisión de certificado de Firma Electrónica
- Presentarse físicamente en la entidad que emitirá el certificado para firmar el contrato y validar la identidad
- Formulario de solicitud lleno y FIRMADO

NOTAS:

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

Pasos para Solicitar Certificado

Requisitos

- Definir qué tipo de solicitante es y según el caso preparar documentos

- Escanear a color cada documento por separado y grabar en formato PDF
- Nombrar cada archivo según el siguiente esquema: d-NombreDocumento-NombrePersona-Estado.PDF, ejemplo: d-Cedula-AlexandraNaranjo-PNatural.PDF
- Los documentos escaneados enviar por email a la dirección de correo citado abajo.

Notas:

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

Pago

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

Notas:

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

Cita

- El solicitante debe aplicar retenciones tanto al impuesto a la renta como al IVA
- El tiempo tomado para asignarle una cita en función de la disponibilidad, puede tomar de 1 a 2 días laborables

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

Nota:

- No se emite certificados sin previa cita

Presentación

- El solicitante debe presentarse a la cita con todos los documentos **ORIGINALES** o **COPIAS NOTARIADAS**
- Se procede a la verificación física de los documentos presentados
- Se procede a la constatación física del solicitante
- Si la verificación de documentos y constatación física de la persona son correctos, se procede a la firma del contrato
- Se entrega al solicitante **TOKEN** con firma electrónica
- Los documentos originales presentados serán entregados al solicitante el mismo día de la cita

Nota:

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

4.17.2. Obtención del registro de exportador

1. Registrar los datos del exportador ingresando en el portal de la aduana y definiendo la solicitud de uso de acuerdo al tipo de operador. <https://portal.aduana.gob.ec/>

Seleccionar el formulario

Solicitud del uso (Representante).- Información que debe ser llenado por el Representante legal

Solicitud del uso (Empleado).- Información que debe ser llenada por el Representante técnico

Una vez realizada la solicitud de uso tanto de representante legal (Representante) como del Representante técnico (Empleado) es recibida la confirmación de la aduana al correo electrónico señalado en la solicitud respectiva con la confirmación que el proceso se realizó en forma exitosa.

4.17.3. Documentos a presentar

1. RUC de exportador.
2. Factura comercial original.
3. Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
4. Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
5. Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

4.17.4. Fase De Pre-Embarque

El proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque. Dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los principales datos que se consignaran en la DAE son:

- Datos del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso
- Demás datos relativos a la mercancía

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

Gráfico 47: Documentos de Acompañamiento



Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

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

Reiteramos que usted no está en la obligación de contratarlo.

Ejemplo de una declaración aduanera

Gráfico 48: Ejemplo de una Declaración Aduanera

Número de DAE		028-2012-40-00005727	
Información de general			
Código de la distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACIÓN DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01903692
Información de Exportador			
Nombre del exportador	CAFÉ ECUATORIANO S.A	Teléfono del exportador	2597980
Dirección del exportador	Edificio World Trade Center		
Número de documento de	RUC 120244753001	Ciudad del exportador	GUAYAQUIL
CIU	CAFÉ EN GRANO	Número de documento de	
Nombre del declarante	CESAR RUIZ		
Dirección del declarante	CALLE SUR E INTERSECCIÓN		
Código de forma de pago		Código de moneda	DÓLAR ESTADOUNIDENSE
Información de carga			
Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	15 ENERO 2013
Nombre del consignatario	GLORIA S.A		
Dirección del	VII SAN MARTIN Y CALLE 2		
Ciudad del contribuyente	BUENOS AIRES	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacén de lugar de	[05909025] CONTECON GUAYAQUIL S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
País de destino final	ARGENTINA		
DOLAR ESTADOUNIDENSE			
Totales			
Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción (FOB)	662,01	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	8328	Peso total	8328
Cantidad total de bultos	64	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	64	Cantidad total de unidades comerciales	64
Código de la mercancía de desnacho urgente		Código de solicitud de aforo	NO
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Ejemplo de una factura comercial

Gráfico 49: Ejemplo de una Factura Comercial

EMPRESA EXPORTADORA Dirección:.....Calle Sur e Intersección Teléfono/Fax:.....593-4-2597980 E-mail:..... exportadora@ecuador.com.ec		RUC: 120244753001 <hr/> FACTURA <hr/> Mercado Exportación			
Señores: EMPRESA IMPORTADORA:... GLORI S.A. Dirección:.....VIE / SAN MARTIN Atención:.....SR. CÉSAR ZAMORA INVOICE (FACTURA COMERCIAL)N°.....001002004954		Nombre de Contacto:..... SR. CÉSAR ZAMORA Nuestra referencia:..... N° de cliente:..... 15160 N° Orden de pedido:..... P/O 720			
La mercancía ha sido enviada en: Dimensiones de Embalaje: Fecha:..... Enero / 2013 Peso Bruto: 1,618.25 KG Peso Neto: 1,520.35 KG Marcas: SIN MARCA Via: MARÍTIMO País de origen: ECUADOR					
PARTIDA ARANCELARIA		DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL
1804.14.00		ATÚN EN CONSERVAS	67,500 UNDS	US\$ 0,50	US\$ 33,750,00
INCOTERM:		FOB	TOTAL FACTURADO:		US\$ 33,750,00

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Ejemplo de lista de empaque

Gráfico 50: Ejemplo de una Lista de Empaque

LOGO DE LA EMPRESA EXPORTADORA				
EMPRESA EXPORTADORA				
Dirección:.....Calle Sur e Intersección				
Teléfono/Fax:.....593-4-2597980				
E-mail:..... exportadora@ecuador.com.ec				
COMPRADOR				
Dirección:.....VIII / SAN MARTIN				
Teléfono/Fax:.....(11)123-45678				
E-mail:..... smartin@gloriosa.com				
DETALLE DEL EMBALAJE				
N° DE BULTO	DESCRIPCIÓN DE LA MERCADERÍA	CANTIDAD	KILOS	
			NETO	BRUTO
001	MERCADERÍA CLASE A	100 UNIDADES	50	70
002	MERCADERÍA CLASE B	200 UNIDADES	100	120
003	MERCADERÍA CLASE C	300 UNIDADES	150	170
TOTAL: 3 BULTOS		600 UNIDADES	300	360
MARCAS:	SIN MARCAS			
EMBALAJE:	3 PALETAS			
VÍA:	MARÍTIMO			
FACTURA COMERCIAL:	001-002-00000XXXX			

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Ejemplo de certificado de origen para Comunidad Andina

Gráfico 51: Ejemplo de Certificado de Origen para Comunidad Andina



Ministerio de Industrias
y Productividad

COMUNIDAD ANDINA
CERTIFICADO DE ORIGEN

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION
ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO

N° del Certificado
1693605920130000023P


PAIS EXPORTADOR :	ECUADOR	PAIS IMPORTADOR :	PERU
-------------------	---------	-------------------	------

N° de Orden (1)	NANDINA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERÍAS
2	2710193400	GRASA CHASIS AMBAR
1	2710193400	GRASA CHASIS ROJA
3	2710193400	GRASA CHASIS NEGRA

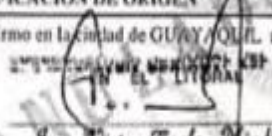
DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial No [001-001-000008278] cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) DE CARTAGENA de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden	NORMAS (3)
2	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal f)
1	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal f)
3	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal f)

<p>FECHA: 10 JUNIO 2013 RAZON SOCIAL: Empresa Exportadora S.A. Sello y firma del exportador o productor</p>	
---	---

OBSERVACIONES:

CERTIFICACION DE ORIGEN
<p>Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de GUAYOQUIL, a las 15:00 horas de Junio del 2013</p> <div style="text-align: center;">  Ing. Victor Paola Mendiola ANALISTA Nombre, sello y forma de la Entidad Certificadora </div>

NOTAS: (1): Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados consecutivamente.
 (2): Especificar si se trata de un Acuerdo de Alcance Regional Pactado, indicando número de registro.
 (3): En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Ejemplo de certificado de origen para la Unión Europea

Gráfico 52: Ejemplo de Certificado de Origen para la Unión Europea

1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country) CAFÉ S.A. LOJA, ECUADOR		Reference No: ANº 356657			
2. Goods consigned to (consignee's name, address, country) COFFEE ENTERPRISE ESPAÑA		GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A Issued in <u>ECUADOR</u> (country) <small>(See notes overleaf)</small>			
3. Means of transport and route (as far as known) MARITIMO		4. For official use ISSUED RETROSPECTIVELY			
5. Item number 	6. Marks and numbers of packages 58 PALETS	7. Number and kind of packages; description of goods CAFÉ EN GRANO ESPACIO EN BLANCO	8. Origin criterion (see notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity 10,273.00 KG	10. Number and date of invoices 001-002- 0004534 05/10/2010
11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.  FUENTE: CÁMARA REGIONAL DEL MAÍZ EN EL LITORAL Ing. Victor Escala Mendez ANALISTA 22 OCT 2010  <small>Please print name, address and telephone number of certifying authority</small>			12. Declaration by the exporter. The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in <u>ECUADOR</u> (country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to: <u>ESPAÑA</u>  FABRICA DE CAFES S.A. EN FRUETA J.C. ZUMBADO <small>Please print name, address and telephone number of authorized signatory</small>		

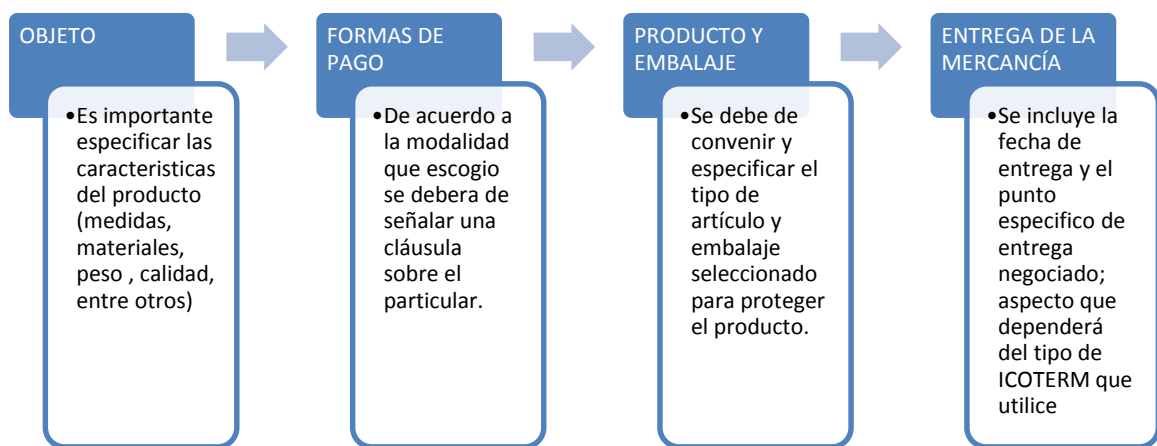
Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Herramientas de negociaciones internacionales

Cotizaciones de Exportación.- la cotización es el documento en el cual se establecen en el cual se establecen derechos y obligaciones tanto del exportador como del importador con la finalidad de evitar riesgos en una operación comercial. La cotización debe contemplar lo siguiente:

Gráfico 53: Pasos de una Cotización



Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Ejemplo de cotización de exportación

Gráfico 54: Ejemplo de Cotización de Exportación



PROFORMA No. 001/2013 EXP

GUAYAQUIL, 23 DE AGOSTO DE 2013

PARA: EMPRESA IMPORTADORA S.A.
ATT: SRTA. ISABEL REYES
BOGOTÁ – COLOMBIA

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:
700,000 ENVASES CON PRODUCTO LOMITOS EN ACEITE, REF: CAPACIDAD 180 GRAMOS CON TAPAS ABRE FÁCIL. A US\$ 150 EL MILLAR FCA GUAYAQUIL.

TOTAL VALOR FCA GUAYAQUIL	US\$ 105,000.00
FLETE TERRESTRE (7 CONT. 40' HC)	US\$ 14,000.00

VALOR CPT BOGOTÁ – COLOMBIA	US\$ 119,000.00

TOLERANCIA: +/- 10% EN CANTIDADES Y MONTO

TÉRMINOS: CPT (INCOTERMS 2010)

PARTIDA ARANCELARIA: 1604.14.10

FORMA DE PAGO: EL PAGO SE HARÁ CON TRANSFERENCIA BANCARIA A LA CUENTA CORRIENTE # XXXXX DEL BANCO DEL PACÍFICO ABA # XXXXX BENEFICIARIO: EMPRESA EXPORTADORA S.A.

VALIDEZ DE LA PROFORMA: 30 DÍAS

EMBARQUES PARCIALES: PERMITIDOS DE ACUERDO A SUS INSTRUCCIONES
TRANSBORDOS: PERMITIDOS

TIEMPO DE ENTREGA: 30 DÍAS LUEGO DE RECIBIDA LA TRANSFERENCIA

SEGURO: POR CUENTA DEL COMPRADOR. EN CASO QUE NO SE ASEGURE LA MERCADERÍA, ÉSTA VIAJA POR CUENTA Y RIESGO DEL COMPRADOR, ENTENDIÉNDOSE QUE EL CUMPLIMIENTO DE LA EMPRESA EXPORTADORA S.A. TERMINA EN LA ENTREGA DE LA MERCADERÍA AL TRANSPORTISTA.

ATENTAMENTE,

SR. JOSÉ LÓPEZ
JEFE DE COMERCIO EXTERIOR

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Incoterms 2010

Gráfico 55: Incoterms 2010

The infographic displays the responsibilities for various stages of the shipping process across different Incoterms. The stages are: Modalidad de transporte, Mercancía acondicionada para su venta, La carga en el almacén del vendedor, Transporte interior en origen, Formalidades aduaneras de exportación, Gastos manipulación en origen, Transporte principal, El seguro de la mercancía, Gastos manipulación de destino, Formalidades aduaneras de importación, Transporte interior en destino, and Entrega de la mercancía al comprador. The terms are listed on the left, and the responsibility is indicated by a yellow circle (Vendedor) or a grey circle (Comprador) in the corresponding cell.

Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FCA Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FAS Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FOB Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CPT Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CIP Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CFR Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CIF Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DAT Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DAP Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DDP Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Instrumentos y condiciones de pago.

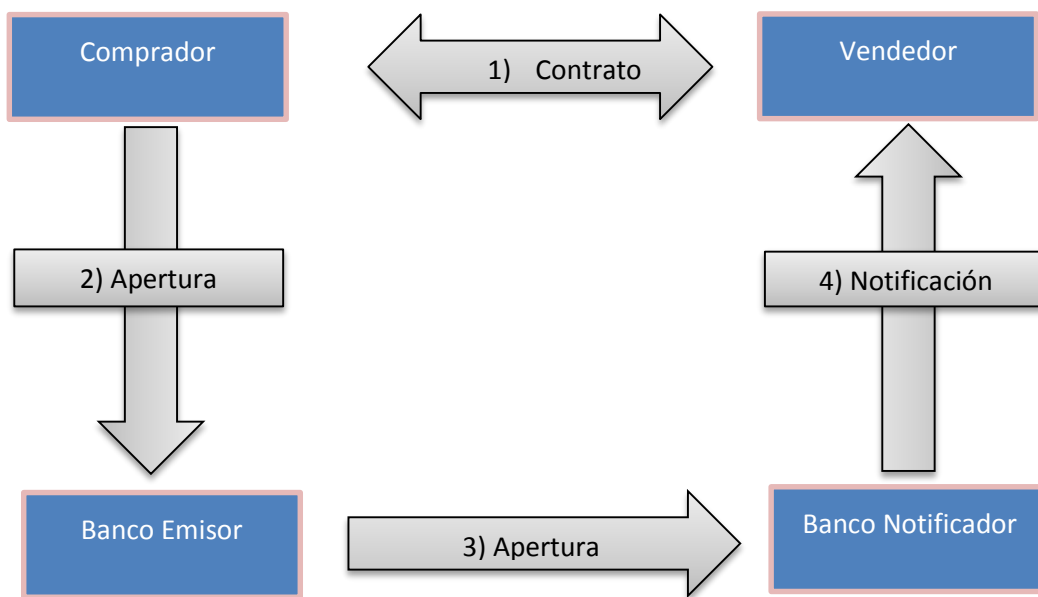
Usted como exportador cuenta con instrumentos financieros y además de poder especificar la condición de pago durante las negociaciones con su cliente. A continuación.

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

Es la forma de pago más segura y recomendable para el nuevo exportador. Si el paso de sus exportaciones es mediante carta de crédito y no conoce al cliente, exija que la carta

de crédito documentaria sea irrevocable, confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de los documentos respectivos.

Gráfico 56: Formas de Pago



Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

Ejemplo de Solicitud para la Apertura de una Carta de Crédito

Gráfico 57: Ejemplo de Solicitud para la Apertura de una Carta de Crédito

SOLICITUD Y ACUERDO DE CARTA DE CREDITO IRREVOCABLE

FECHA: _____

FORMA	Irrevocable <input type="checkbox"/>	Transferible <input type="checkbox"/>
SOLICITANTE	Dirección: Tel: _____ Fax: _____ Mail: _____	
BENEFICIARIO	Dirección: Tel: _____ Fax: _____ Mail: _____	
BANCO AVISADOR DEL BENEFICIARIO		MONTO Y MONEDA
LUGAR Y FECHA DE VENCIMIENTO		TOLERANCIA _____ %(+/-) Cantidad <input type="checkbox"/> Mercancia <input type="checkbox"/>
DISPONIBLE POR <input type="checkbox"/> A la vista <input type="checkbox"/> Aceptación de letras a _____ días de la fecha de embarque <input type="checkbox"/> Pago Diferido a _____ días de la fecha de embarque <input type="checkbox"/> Otros		
EMBARQUES PARCIALES <input type="checkbox"/> Permitido <input type="checkbox"/> Prohibido		Transbordos <input type="checkbox"/> Permitido <input type="checkbox"/> Prohibido
ULTIMO DIA EMBARQUE		DESDE _____ HASTA _____ PERIODO DE EMBARQUE
MERCHANDISE		
INCOTERM <input type="checkbox"/> EXW <input type="checkbox"/> FAS <input type="checkbox"/> FCA <input type="checkbox"/> FOB <input type="checkbox"/> CFT <input type="checkbox"/> CFR <input type="checkbox"/> CIF <input type="checkbox"/> DDP <input type="checkbox"/> _____		
DOCUMENTOS REQUERIDOS: <input type="checkbox"/> Factura _____ originales y _____ copias <input type="checkbox"/> Conocimiento de Embarque <input type="checkbox"/> Lista de Embarque <input type="checkbox"/> Certificate of Origin <input type="checkbox"/> Certificado de Inspección <input type="checkbox"/> Certificado Calidad <input type="checkbox"/> Poliza o Certificado de Seguro <input type="checkbox"/> Otros _____		
FLETE <input type="checkbox"/> En Destino <input type="checkbox"/> Pre pagado		SEGURO A SER AFECTADO POR <input type="checkbox"/> Embarcador <input type="checkbox"/> Comprador
NOTIFICAR AL COMPRADOR		
INSTRUCCIONES ESPECIALES		
Todo cargo bancario que no sea un cargo del Banco Emisor son por cuenta de: <input type="checkbox"/> Beneficiary <input type="checkbox"/> Applicant		
Documentos deben ser presentados dentro de _____ días luego del embarque Carta de Crédito <input type="checkbox"/> Confirmada <input type="checkbox"/> No Confirmada		
Comisión por la emisión de la Carta de Crédito: _____ % del monto nominal de la Carta de Crédito. La comisión será pagadera por adelantado. Le autorizamos a debitar nuestra cuenta _____ por concepto de los gastos relacionados con esta Carta de Crédito.		
El abajo firmante solicita a Santander Overseas Bank, INC. (el Banco) que emita esta Carta de Crédito sustancialmente de acuerdo con las instrucciones aquí vertidas y las prácticas usuales del Banco y autoriza al Banco a emitir una garantía bancaria basándose en sus prácticas regulares. El Banco está autorizado a hacer arreglos para la emisión de la Carta de Crédito solicitada o una garantía en lugar de la misma, por otra institución de su elección, contra la contra-garantía o Carta de Crédito en apoyo emitida por el Banco. El abajo firmante acusa recibo de los Términos y Condiciones aplicables a la Carta de Crédito-garantía y acuerda quedar vinculado por los mismos una vez el Banco emita su Carta de Crédito, garantía bancaria o contra-garantía en apoyo. Nada en este documento obliga al Banco a emitir su Carta de Crédito o garantía bancaria o a llevar a cabo los arreglos para que se emita una Carta de Crédito o garantía emitida por otra institución.		
_____ Fecha	_____ Firma(s) Autorizada del Solicitante	

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

b) Cuenta abierta.- el exportador le envía los documentos de embarque directamente al importador. Al tenerlos en su poder, le transfiere el pago correspondiente al exportador, realizando una transferencia bancaria. Esa forma de pago es solo recomendable cuando se conoce al cliente y se tiene completa seguridad del pago.

c) Cobranza bancaria internacional.- orden que un vendedor gira a su banco para cobrar al comprador una determinada suma, contra la entrega de documentos enviados. Esta forma de pago implica mucho menos costo que la carta de crédito, sin embargo, el banco comprador no se hace responsable del pago, salvo que reciba la firma del comprador internacional.

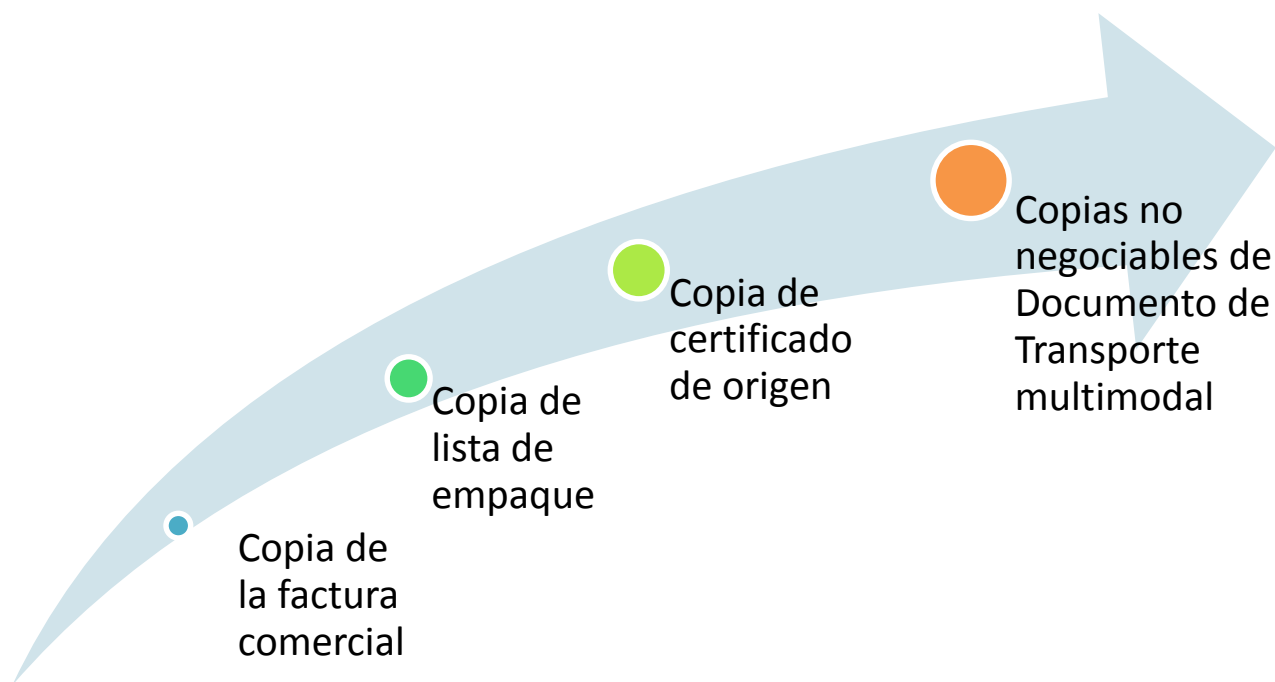
d) SUCRE.- El Sistema Unitario de Compensación Regional de Pagos, es un mecanismo que sirve para la canalización de pagos internacionales resultantes de las operaciones de comercio recíproco entre sus países miembros (Antigua y Barbuda, Bolivia, Cuba, Dominica, Ecuador, Nicaragua, San Vicente y las Granadinas, Uruguay y Venezuela). Este sistema se basa en la utilización de una moneda virtual para el registro de las operaciones, exclusivamente entre los bancos centrales, en tanto que la liquidación local (pagos a exportadores y cobros a importadores) se efectúa con las respectivas monedas locales de los países miembros (en el Ecuador se realizara en dólares)

4.17.5. Etapa Post-Embarque

Regularizar Declaraciones Aduaneros de Exportaciones (RDAE): Finalmente, usted podrá regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportaciones ante el SENA y obtener el definido DAE, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo.

Una vez que se realiza este registro la DAE obtiene la marca **REGULARIZADA**. Para poder completar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque. Este trámite requiere de los siguientes documentos:

Gráfico 58: Documentos de Acompañamiento de la DAE



Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.18. COSTOS DEL SERVICIO

El valor final del servicio de asesoramiento de importación se determinara tomando en consideración el monto en términos monetarios de la importación más el 40% que incluye aranceles tasas de impuestos y asesoramiento en el ámbito de las importaciones.

4.18.1. Costos en los servicios de asesoramiento en importación

Tabla 12: Costos en los Servicios de Asesoramiento en Importación

VALOR FOB	40% DE ARANCEL Y ASESORAMIENTO	VALOR TOTAL

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.18.2. Costos de transporté de mercadería

Tabla 13: Costos de Transporté de Mercadería

Precios de Flete de Transporte doméstico (Contenedor de 40')
Huaquillas perímetro urbano: 130-160 US\$
Huaquillas Manta : 400 US\$
Huaquillas-Quito: 700 US\$
Huaquillas - Cuenca: 600 US\$
Huaquillas - Loja: 800 US\$
Guayaquil – Puerto Bolívar: 400 US\$
Huaquillas– Machala (7t): 300 US\$
Costos Adicionales
Persona de acompañamiento (seguridad):60 US\$ / viaje promedio
Aumento por custodia: 200US \$ por viaje (ej. UIO – GYE) 20% valor flete

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

La empresa de Bodegas Bodpuyango Cía. Ltda., está en la obligación de contratar el Seguro Obligatorio de Accidentes de Tráfico (SOAT). Este seguro tiene el objetivo de garantizar una cobertura universal para todos los ecuatorianos y extranjeros que se movilizan en el país, por las consecuencias de los accidentes de tránsito que ocurran dentro del territorio nacional.

La normativa actual exige a los transportistas tener concentrada una póliza de seguro, habitualmente a todo riesgo, con un mínimo límite de responsabilidad civil de US\$10.000. Habitualmente se incluye un límite adicional de responsabilidad de daños de US\$ 10.000 adicionales. Se aplica también un seguro de transporte interno, asegurando contenedor y mercancía por siniestro y/o robo. Este seguro que implica un sobre costo para la empresa de transporte no se pasa al cliente de forma integral ya que supone un valor añadido para la captación de clientes. También se da el caso que este seguro lo contratan los propietarios de la carga. El valor de la póliza oscila entre el 0,5% y el 1% del valor de la carga según la aseguradora

4.18.3. Costos en los servicios de asesoramiento en exportación

El valor a determinarse para el proceso de exportación se determinara cuando la mercadería esté lista en las bodegas dela empresa exportadora más el porcentaje del 40% que incluye aranceles tasas de impuestos y asesoramiento en el ámbito de las exportaciones.

Tabla 14: Costos en los Servicios de Asesoramiento en Exportación

VALOR FOB	40% DE ARANCEL Y ASESORAMIENTO	VALOR TOTAL

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

4.18.3. Costo de transporte de mercadería

Tabla 15: Costos de Transporte de mercadería

Precios de Flete de Transporte doméstico (Contenedor de 40')
Huaquillas perímetro urbano: 130-160 US\$
Huaquillas Manta : 400 US\$
Huaquillas-Quito: 700 US\$
Huaquillas - Cuenca: 600 US\$
Huaquillas - Loja: 800 US\$
Guayaquil – Puerto Bolívar: 400 US\$
Huaquillas– Machala (7t): 300 US\$
Costos Adicionales
Persona de acompañamiento (seguridad):60 US\$ / viaje promedio
Aumento por custodia: 200US \$ por viaje (ej. UIO – GYE) 20% valor flete

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Washington Fabián Sasig Suntasig

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- En la investigación de mercado se determinó las características que el Servicio de Asesoramiento Logístico de Exportación e Importación debe satisfacer las necesidades de los futuros clientes, como son: el horario, el lugar, tipo de servicio, temas de capacitación.
- Se determinó que existe una demanda insatisfecha para el Servicio de Asesoría logística de exportación e importación, donde se pretende captar un porcentaje importante del mercado de Huaquillas donde se encuentra localizada la empresa y así satisfacer las necesidades de este servicio en las empresas de la provincia del Oro, por lo que se hace imprescindible la creación de la unidad de asesoramiento logístico de importación y exportación de la Empresa Bodpuyango Cía. Ltda.
- Se concluye que existen requerimientos de asesoramiento logístico en exportación e importación ya que la ubicación estratégica de la empresa permite conectarse con otras ciudades del vecino país del Perú que necesitan de este servicio, siendo unas de las características de la Provincia del Oro el comercio externo e interno a través de la exportación e importación.

RECOMENDACIONES

- Aprovechar las oportunidades que presenta la ciudad de Huaquillas, Provincia del Oro de la ubicación estratégica en relación a otros países que comparten la línea de frontera en donde existe un flujo de comercio importante que permitirá la creación de puestos de trabajo y la generación de divisas que ingresen al país de esta manera contribuir con el cambio de la matriz productiva

- Implementar las características requeridas por el mercado, que se obtuvo como resultado de las encuestas realizadas. Esto hará que el servicio satisfaga las necesidades de los futuros clientes,
- Captar el porcentaje establecido de la demanda insatisfecha en forma progresiva, conforme a los resultados del Estudio de Mercado, tomando en cuenta que es la capacidad de respuesta que tendrá la empresa.
- Contar con profesionales capacitados en las áreas de logística de exportación e importación que requiere la presente investigación para poner en marcha la unidad de asesoramiento logístico , acorde a las necesidades del mercado y a la expectativa de los empresarios

BIBLIOGRAFÍA

- Ballou. (1999). *Bussines Logistics Management* (4ta ed.).
- Bolaños, R., & Guerrero, A. (2001). *La Calidad E Inocuidad de la Oferta Agricola Exportable Estudio Por Pais*. Guatemala: Amanuense.
- Ella Cecilia Bohorquez Vasquez, R. A. (2013). *Diseño de un modelo de gestión para mejorar la eficiencia organizacional de la empresa coralinas & pisos s.a. corpisos s.a. en el municipio de turbaco, bolivar*. Bolivar:U.C.
- GORDILLO, C. P. (2012). “Creación de una empresa de asesoría de comercio exterior en la ciudad de quito”. Quito:U.C.E
- Lerma, A. E., & Marquez, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. Mexico: Cengage Learning.
- Marisol Naranjo Benites, C. N. (2010). *Creación del centro de asesoramiento ups para el desarrollo del pequeño exportador en la provincia del guayas, caso práctico: procedimientos de exportación en el ecuador para el café en grano teniendo como destino el puerto de valparaiso-chile*. Guayaquil:U.P.S.
- Mercado, S., & Mercado H, S. (2000). *Comercio Internacional I*. España: LIMUSA.
- Moreno, M. (2000). *Introduccion a la metodologia de la investigacion educativa 2*. México: Progreso.
- O'Meara Bautista, G. (2001). *Estrategias de producción y mercado para los servicios de salud*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Saez Vaca. O. Garcia, J. y. (2003). *Reingenieria de procesos. Innovación Tecnologica En Los Procesos*.
- Schiffman, L., & Lazar , L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Mexico:Pearson.Educación
- Sulser, R. (2014). *Exportación Efectiva*. ISEF.

WEBGRAFIA

- Arias. (2012). *Investigación de Campo*. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-disenode-la-investigacion_21.html
- Blogspot. (2013). *Investigación Descriptiva*. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de [blogpost:http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-disenode-la-investigacion_21.html](http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-disenode-la-investigacion_21.html)

- Blogspot. (s.f.). Método Lógico Inductivo. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de <http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>
- Carrasco. (2000). Exigencias y tendencias actuales para la logística. (Recuperado el 09 de 08 de 2014), de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2012/oab.html>
- Casanovas. (2003). Almacenamiento.(Recuperad el 09 de 08 de 2014), de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Logistica-De-Almacenamiento/1200961.html>
- Cendrero. (2011). Transporte. (Recuperado el 09 de 08 de 2014), de <https://logistweb.wordpress.com/tag/definicion-transporte/>
- Crecenegocios. (s.f.). Las 5 fuerzas de Porter. (Recuperado el 09 de 02 de 2015), de <http://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>
- Deming, W. E. (1989). Teoría de la Calidad Total. (Recuperado el 22 de 04 de 2015), de http://es.wikipedia.org/wiki/William_Edwards_Deming#Los_14_puntos_de_Deming
- Diccionario. (s.f.). Importación. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de <http://significado.de/importador#ixzz2mVV9ihlr>
- Fernàndes. (s.f.). La Administración. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de <http://es.wikipedia.org/wiki/Administraci%C3%B3n>
- Galeano. (2004). Cuantitativa. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/cualitativo_cuantitativo_mixto.html
- Glosario. (s.f.). Portal Comercio Exterior. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de http://www.portalcomercioexterior.cl/glosario_terminos
- Gonzales. (2013). Qes es la Logística Empresarial. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de <http://es.slideshare.net/nanditogonzalez/logistica-empresarial>
- Grasso. (2006). La Encuesta. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html
- Káiser. (s.f.). Desarrollo Histórico de la Logística. (Recuperado el 09 de 08 de 2014), de <http://www.gestiopolis.com/marketing/cadena-de-suministro-para-la-gestion-logistica.htm>
- Logística. (s.f.). Tipos de Logística. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de <http://logisticaidu.wikispaces.com/TIPOS+DE+LOGISTICAS>
- Logisticaidu. (s.f.). Proceso de la Logística. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de <http://logisticaidu.wikispaces.com/TIPOS+DE+LOGISTICAS>

- Mayo, E. (1880). Teoría de las Relaciones Humanas. (Recuperado el 15 de 04 de 2015), de <http://teoriasadministrativass.blogspot.com/p/teoria-de-las-relaciones-humanas.html>
- Molina. (31 de marzo de 2008). Teoría de las restricciones y la cadena logística como elementos indisolubles. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/teoria-de-las-restricciones-en-la-cadena-logistica.htm>
- Namakforoosh. (2005). Confiabilidad y factibilidad. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2012/mirm/cualitativo_cuantitativo_mixto.html
- Ohmae. (2013). El modelo de las 3c's: de la teoría a la Logística. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de <http://www.revistalogistec.com/index.php/supply-chain-management/380-estrategia-logistica/1388-el-modelo-de-las-3cs-de-la-teoria-a-la-logistica>
- Pardinas. (2005). La Observación. (Recuperado el 16 de 07 de 2014), de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html
- Pilot. (s.f.). Cadena de Suministro. (Recuperado el 09 de 08 de Agosto de 2014), de <http://www.upct.es/~gio/cadena%20de%20suministro.htm>
- Sabino. (1992). Entrevista semiestructurada. (Recuperado el 09 de 08 de 2014), de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html
- Salkind, N. J. (1999). Google books. Recuperado el Domingo de Agosto de 2014, de books.google.com.ec/books?isbn=9701702344
- Sandín. (2003). Monografías. Recuperado el Miercoles de Julio de 2014, de <http://www.monografias.com/trabajos95/investigacioncualitativa/investigacioncualitativa.shtml#ixzz390QV5lmN>
- SENA. (s.f.). mpintortriana. Recuperado el 09 de 02 de 2015, de <http://mpintortriana.blogspot.com/>

ANEXOS

Anexo 1

ENCUESTA N#01

¿Qué tipo de empresa es?: Elija solo 1 alternativa.

Transnacional Local Multinacional

1. El sector al que pertenece la empresa es al sector de :

Alimentos Químicos Construcción Varios

2. Nivel logístico del personal de la empresa (niveles de estudio)

Directivos Coordinadores Operativos

3. ¿Qué sistema de información utiliza la empresa para la planeación, programación y control de la producción como apoyo logístico?

Aplicativos de Excel Access Software de casa matriz

4. Cree que se debe aplicar un plan de asesoramiento logístico en la empresa

Sí No

5. Usted conoce sobre el plan de asesoramiento logístico que se debe aplicar en una empresa

Sí No

6. ¿Qué tipo de transporte se utiliza en la empresa para la distribución de los productos?

Marítimo Terrestre Aéreo

7. ¿Cómo es la atención de la empresa para los clientes?

Buena Mala Regular

Anexo 2

ENCUESTA N#02

ENCUESTA A LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PARA LA APROBACIÓN DE LA CREACIÓN DE LA UNIDAD DE ASESORAMIENTO.

4. ¿Cree que se debe aplicar nuevos servicios dentro de la empresa para ser ofrecidos a los clientes?

Sí No

5. ¿Estaría de acuerdo que se implementará un servicio de asesoramiento de exportación, importación y logística dentro de la empresa?

Sí No

6. ¿Tomando en cuenta la inversión del 8% para la creación De la unidad de asesoramiento estaría dispuesto en la aprobación de dicha creación?

Sí No