



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE SEÑALÉTICA PARA SU
COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO NACIONAL PERIODO 2021**

**CORDOVA CAMPOS JOSSELYN CAROLINA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**SHAGÑAY DIAZ LUIS MIGUEL
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2021**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE SEÑALÉTICA PARA SU
COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO NACIONAL PERIODO
2021**

**CORDOVA CAMPOS JOSSELYN CAROLINA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**SHAGÑAY DIAZ LUIS MIGUEL
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2021**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ANÁLISIS DE CASOS

**IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE SEÑALÉTICA PARA SU
COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO NACIONAL
PERIODO 2021**

**CORDOVA CAMPOS JOSSELYN CAROLINA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**SHAGÑAY DIAZ LUIS MIGUEL
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

ZAMORA CAMPOVERDE MICHAEL ANDRES

**MACHALA
2021**

Análisis de caso

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	1%
2	dspace.utb.edu.ec Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad Técnica Nacional de Costa Rica Trabajo del estudiante	1%
4	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
5	www.scribd.com Fuente de Internet	<1%
6	www.sistemaimpuls.com Fuente de Internet	<1%
7	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1%
8	www.studocu.com Fuente de Internet	<1%
9	repositorio.uma.edu.pe Fuente de Internet	

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Los que suscriben, CORDOVA CAMPOS JOSSELYN CAROLINA y SHAGÑAY DIAZ LUIS MIGUEL, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE SEÑALÉTICA PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO NACIONAL PERIODO 2021, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.


Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



CORDOVA CAMPOS JOSSELYN CAROLINA

0705484632



SHAGÑAY DIAZ LUIS MIGUEL

0750165128

RESUMEN

La tesis titulada PLAN DE IMPORTACIÓN PARA PRODUCTOS DE SEÑALÉTICA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO NACIONAL AÑO 2021. Tuvo como objetivo general: Analizar la comercialización de productos de señalética rápida y eficiente en el mercado nacional durante el año 2021, mediante una implementación de plan de importación; el cual se encontró enmarcado dentro de un enfoque cualitativo por cuanto, se analizó múltiples realidades subjetivas de la importación, con respecto a la metodología se utilizó un alcance descriptivo por el análisis de la comercialización de productos de señalética a investigar y aplicando un diseño experimental de estudio ya que se toma en cuenta las necesidades de la importación de productos de señalética directamente con los proveedores sin la intervención directa de los investigadores, es decir sin alterar el fenómeno a estudiar, además se emplearon métodos tales como: inductivo-deductivo, analítico-sintético. Los resultados obtenidos evidenciaron que las necesidades de importar productos de señalética de tránsito de forma directa con los proveedores se dan por la deficiencia de capacitación en el área de importación y por el escaso uso en el manejo de la tecnología para la importación de artículos de señalética. Concluyendo con las asesorías del plan de importación, las cuales fueron: definir la demanda del producto a importar para luego proceder a cotizar y comparar precios del producto, luego se contacta con un proveedor para decidir la totalidad del producto y el país de origen que permitirá se planifique la logística del producto hasta que llegue a su destino saber manejar el tema de limitaciones no arancelarias.

Palabras claves: plan de importación, productos de señalética, asesorías.

ABSTRACT

The thesis entitled **IMPORT PLAN FOR SIGNAGE PRODUCTS AND THEIR COMMERCIALIZATION IN THE NATIONAL MARKET YEAR 2021**. Its general objective was: To analyze the commercialization of fast and efficient signage products in the national market during the year 2021, through an implementation of a plan of import; which was found framed within a qualitative approach insofar as multiple subjective realities of import were analyzed, with respect to the methodology a descriptive scope was used for the analysis of the commercialization of signage products to be investigated and applying a non-experimental design of study since the needs of importing signage products directly with the suppliers are taken into account without the direct intervention of the researchers, that is, without altering the phenomenon to be studied, in addition methods such as: inductive-deductive, analytical -synthetic. The results obtained showed that the need to import traffic signage products directly with suppliers is due to the lack of training in the import area and the scarce use in the management of technology for the import of signage items. . Concluding with the advice of the import plan, which were: define the demand for the product to be imported and then proceed to quote and compare prices of the product, then a supplier is contacted to decide the totality of the product and the country of origin that will allow the logistics of the product is planned until it reaches its destination know how to handle the issue of non-tariff limitations.

Keywords: import plan, signage products, advice.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	10
1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS	10
1.2. ANTECEDENTES CONCEPTUALES Y REFERENCIALES	11
1.3. ANTECEDENTES CONTEXTUALES	14
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL TEMA	15
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.4. IMPORTANCIA DE LA SEÑALÉTICA DE TRÁNSITO EN EL MERCADO ECUATORIANO	17
1.5. TIPOS Y SUS CARACTERÍSTICAS	18
1.6. PLAN DE IMPORTACIÓN	18
1.6.1. PROCEDIMIENTO PARA ELABORAR UN PLAN DE IMPORTACIÓN	19
1.7. PROCESO DE IMPORTACIÓN	19
1.8. COMERCIALIZACIÓN	21
1.9. COSTOS DE IMPORTACIÓN	22
1.9.1. CUADRO DE COSTOS	23
1.10. LOGÍSTICA EN UNA IMPORTACIÓN	25
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	26
2.1. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	26
2.1.1. GENERAL	26
2.1.2. ESPECÍFICOS	26
2.2 DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	26
A. CAUSAS QUE ORIGINAN EL PROBLEMA CIENTÍFICO	26
B. CAMPO DE ACCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	26
C. HIPÓTESIS	27
D. VARIABLE INDEPENDIENTE	27
E. VARIABLE DEPENDIENTE	27
2.3. TIPO DE DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	28
2.4. PARADIGMA O PERSPECTIVA GENERAL	28
2.5. POBLACIÓN	28
2.6. MÉTODOS	28
2.6.1 TEÓRICOS	29
A. HISTÓRICO-LÓGICO	29
B. ANALÍTICO-SINTÉTICO	29
C. INDUCTIVO-DEDUCTIVO	29

D.	HIPOTÉTICO-DEDUCTIVO	29
E.	MODELACIÓN	29
F.	SISTÉMICO	30
2.7.	CRONOGRAMA DE LA INVESTIGACIÓN	30
	CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	33
	CAPITULO IV: DISCUSIÓN	43
4.1.	SECCIÓN ECONÓMICA: INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE Y PRESUPUESTO	44
4.1.2.	INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE PARA EL DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	44
4.1.3.	PRESUPUESTO	44
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47
	ANEXOS	51

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

AD	VALOREM SOBRE EL VALOR
CCI.....	CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL
CIF.....	COSTO FLETE Y SEGURO, COSTO FLETE Y SEGURO
FODINFA.....	FONDO PARA DESARROLLO DE LA INFANCIA
ICE.....	IMPUESTO AL CONSUMO ESPECIAL
INEN.....	SERVICIO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN
ISO.....	SISTEMA DE NORMALIZACIÓN INTERNACIONAL
IVA.....	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO
MIPYMES.....	MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
SENAE.....	SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Comercio exterior, importaciones y exportaciones ecuatorianas	14
Tabla 2 Principales países de productos de importación y exportación	14
Tabla 3 Cuadro de costos.....	23
Tabla 4 Cálculo del IVA	23
Tabla 5 Autoliquidación valor a pagar a SENAE.....	23
Tabla 6 Costo de importación.....	24
Tabla 7 Contratación de seguro (CIF)	24
Tabla 8 Variable Dependiente	27
Tabla 9 Cronograma de la investigación	32
Tabla 10 Funciones de un importador	33
Tabla 11 Proveedores en todo el mundo.....	34
Tabla 12 Ventajas de realizar una importación Fuente: Entrevista	35
Tabla 13 Importaciones de productos de señalética directamente con los proveedores.....	36
Tabla 14 Contratar seguro internacional.....	37
Tabla 15 Importancia de la logística en la importación.....	38
Tabla 16 Especialistas en el área logística.....	39
Tabla 17 Decisión para la compra de un producto	40
Tabla 18 Verificación y análisis de tiendas online	41

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Funciones de un importador	34
Gráfico 2 Proveedores en todo el mundo.....	35
Gráfico 3 Ventajas de realizar una importación	36
Gráfico 4 Importaciones de productos de señalética directamente con los proveedores.....	37
Gráfico 5 Contratar seguro internacional.....	38
Gráfico 6 Importancia de la logística en la importación.....	39
Gráfico 7 Especialistas en el área logística.....	40
Gráfico 8 Decisión para la compra de un producto	41
Gráfico 9 Verificación y análisis de tiendas online	42

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las mayorías de empresas poseen sistemas que los ayudan a tomar decisiones eficientes, por ello diseñan la ruta de transporte que usan frecuentemente para ser enviados los productos directamente a los clientes. Al referirse al término de logística se está haciendo referencia a una cadena de procedimientos que se realizan para el abastecimiento de la materia prima, comercialización, producción y venta del producto.

Una de las necesidades de importación de productos de señalética, es no tener la capacidad de realizar las compras de productos o artículos directamente con el proveedor. Esta situación está caracterizada por la ausencia de conocimiento en el procedimiento de importaciones y la capacidad del manejo de sistemas como por ejemplo el eCuapass, que es herramienta fundamental. En las empresas, el área de importación requiere ser capacitados para llevar con éxito una importación de forma directa y a su vez obtener una mejor acogida en el mercado.

El presente estudio investigativo se refiere al siguiente tema Plan de importación para productos de señalética y su comercialización en el mercado nacional año 2021. De esta manera se procede a plantear los siguientes objetivos específicos: determinar el plan de importación en relación con la comercialización de productos de señalética en el mercado nacional durante el año 2021, valorar la situación actual del plan importación y comercialización de productos de señalética en el mercado nacional, fundamentar teóricamente el plan de importación, elaborar el plan de importación de productos de señalética, y por último evaluar la incidencia del plan importación y comercialización de productos de señalética en el mercado nacional durante el año 2021.

En la revisión de la literatura se abordaron dos variables , la primera hace referencia al plan de importación y la segunda variable señala respecto a ejecutar la importación de productos de señalética para su comercialización en el mercado nacional durante el año 2021, por ende en esta variable toma el área administrativa tomando en cuenta estos indicadores: optimizar recursos y aumentar la competitividad, también está el plan de importación con satisfacer al cliente, monitoreo del proceso y calidad del producto o servicio, y por último el control logístico con sus respectivos indicadores de unidad de almacenaje, unidad de despacho y transporte.

En el proceso investigativo se utilizará un enfoque descriptivo por el análisis de las importaciones y comercialización de productos de señalética, en donde se precisa de información específica de las variables que la caracterizan. El diseño de estudio será experimental ya que se toma en cuenta las necesidades de la importación de productos de señalética directamente con los proveedores sin la intervención directa de los investigadores, es decir sin alterar el fenómeno a estudiar. Así mismo, se adopta de forma cualitativa, debido que se analizó múltiples realidades subjetivas de la importación de productos o artículos de señalética para su comercialización, de un manejo de información ampliamente bibliográfica y variables permitiendo analizar el proceso de importación de dichos productos.

En este proceso se utilizarán métodos: deductivo-inductivo, el cual ha sido en toda la producción del conocimiento o del proceso investigativo partiendo desde lo general al primer acercamiento al problema en todo el desarrollo de la tesis, permitiendo identificar los hechos generales hasta que se llegue a las conclusiones, por medio del método analítico-sintético se lo utiliza para analizar y sintetizar la información específica y ayuda a estudiar de forma amplia cada uno de los elementos que se compone el trabajo investigativo y en la construcción del marco teórico de teorías en el análisis de caso.

Los resultados de la investigación han permitido identificar y analizar cómo se desarrolla el proceso de importación de productos de señalética, el cual se encuentra caracterizado por la insuficiencia de capacitaciones en el área de importación, debido a que las empresas se les dificulta importar directamente con los proveedores llevando a cabo a la búsqueda de intermediarios perjudicando así a la empresa a obtener mejor rentabilidad y acogida en el mercado.

De modo que se llega a la conclusión que las necesidades de importar productos de señalética directamente con los proveedores, se divide en tres causas como, la deficiencia de capacitación en el área de importación y por el escaso uso en el manejo de la tecnología para la importación de artículos de señalética. Finalmente, el proyecto investigativo está conformado por título, resumen, abstract, introducción, justificación, revisión de la literatura, métodos, resultados, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Evolución del proceso de importación en relación con la comercialización de productos de señalética en el mercado nacional durante el año 2021

La historia del proceso de importación dio inicio al transporte de bienes y servicios para recibir cualquier producto dentro de la frontera en un estado nacional con el propósito de su comercialización. Estas importaciones permiten a los agentes económicos adquirir productos de buena calidad y más económicos que se comercialicen en otros países para el beneficio de los consumidores.

La señalética de tránsito en el Ecuador es indispensable de tal modo que previene y reduce el número de accidentes y facilita el control de emergencias ya sea a través de colores, formas o símbolos y dimensiones. En el caso del color rojo, indica prohibición o alto y marca el equipo contra incendios, en el color amarillo indica ya sea la atención o cuidado a peligros inminentes o advierte los obstáculos como los peligros de fuego, explosión, electricidad, envenenamiento entre otros. Y en el caso del color verde se lo utiliza para mostrar las rutas de vacunación o avisar de información que se encuentre en la calle como ejemplo un teléfono en algún establecimiento público o privado que estén disponibles (Tarek et al., 2020).

La producción de señales de tránsito es fundamental en la construcción de instalaciones de servicios de transporte, esto se inicia en el siglo XX llegando hasta mediados de los años 70, en este tiempo se logran diferenciar dos etapas que fueron separadas por la segunda guerra mundial, se debe mencionar que la logística en esta etapa se asociaba a las actividades de distribución física.

Según Flores et al. (2018) nos indican “Cada una de estas señales presenta instrucciones, las cuales proporcionan información acerca de rutas, destinos, puntos de interés, prohibiciones, alertas, etc.” (p.10). Esto corresponde al paso que se da desde la producción hasta llegar al cliente. Esencialmente en el área logística de las empresas se manejaba de una forma independiente por el cual ellos mismos buscaban controlar sus propias

actividades generando así su propia forma de optimizar un buen producto desde los movimientos de bienes hasta los clientes indicados.

Para Lima et al. (2017), “La gestión de éxito de la logística integrada une todas las actividades de logística conjuntas en un sistema que trabaja para minimizar los precios totales y mantener el nivel de servicio deseado por el cliente”. Se presentan varios significados de la logística, y uno de ellos es la que se encarga de distribuir los productos de las empresas con costos razonables brindando un excelente servicio, lo cual se lo considera como el anexo entre el mercado y las actividades de la producción.

Por otra parte, el proceso de importación es clave importante en las empresas, debido que opta por mejorar las necesidades de los clientes, brindado un medio de transporte a menor costo posible, también es considerado importante porque perfecciona ciertas actividades, como son el aumento de su distribución, la incrementación de estrategias y con ello tener una buena rentabilidad y competitividad a nivel mundial.

1.2. ANTECEDENTES CONCEPTUALES Y REFERENCIALES

➤ Caracterización gnoseológica, administrativa del aspecto económico de las empresas con el plan de importación.

Para Ballesteros y Ballesteros (2004), “El proceso de importación va más allá del control y análisis de envíos, y sistemáticamente establece programas para la mejora del valor del producto teniendo en cuenta los deseos y requerimientos de los clientes” (p. 202).

Según Ocampo (2009), “Para realizar un proceso de importación eficiente se debe realizar principalmente una estrategia integradora en sentido contrario al usual cliente, proveedores, comunicándose en tiempo real con las informaciones de retorno, determinando las políticas en función del precio total” (p. 122).

Gaytán (2017) afirma que: “Adam Smith fue el pionero de esta teoría, al sostener que el desarrollo económico de las naciones debería estar cifrado en el libre intercambio comercial entre ellas” (p. 3).

Las definiciones citadas por los tres autores hacen gran énfasis en el proceso de importación quienes buscan dar soluciones al comercio internacional, Ballesteros propone el perfeccionamiento en cuanto a calidad, lo que permite que se satisfagan las necesidades de los clientes, puesto que las empresas no toman la gran importancia que existe del libre intercambio comercial, de tal modo que pueda beneficiarse por medio de los precios como si lo hacen Ocampo y Gaytán.

Para Ortega (2020), “Actualmente, los consumidores son conscientes que las compras afectan el medio ambiente, realizando cambios en sus conductas de compra y apoyan a las empresas en estrategias ecológicas” (p. 3). Debido a la pandemia del covid -19 las empresas tuvieron afectaciones y a su vez estas necesitaron brindar un mejor servicio a sus clientes para que se sientan protegidos y satisfechos en cada compra.

➤ **Caracterización gnoseológica y metodológica del plan de importación**

“En los últimos años el proceso de importación se ha facilitado con los softwares existentes en el mercado, para pequeñas y grandes empresas, estos softwares permiten que las diferentes áreas de las empresas estén comunicadas entre sí” (Verduga, 2014, p.3).

Según Yagual et al. (2019), “La independización del área de importación ha sido ejecutada por algunas empresas de distintos sectores productivos, tales como las importadoras, empacadoras, exportadoras, manufactureras, las cuales prefieren especializarse más en sus operaciones” (p.191).

“Reducir precios de importación a nivel nacional, como mejoras en los precios de los fletes terrestres desde puntos de consolidación hasta el terminal de ingreso portuario” (Fierro y Villacres, 2014, p. 87).

Los autores mencionan, que en la actualidad se hace uso de programas tecnológicos para tener un buen manejo en el área de importación. Alexandra fundamenta que las comunicaciones entre las empresas deben ser precisas para lograr obtener un contacto directo con el proveedor, mientras que Yagual y Fierro proponen disminuir los precios de importación a nivel nacional de tal manera lograr que las importaciones y distribuciones de productos sean más rentables.

En este sentido el plan de importación hace que el proceso sea más factible al momento de distribuir los productos al cliente, de hecho, Rangel, Pinza, Fajardo y Velasco (2019), asumen que “la demanda de las importaciones depende de la renta de los consumidores nacionales y de los precios de las mercancías extranjeras en relación con el de los bienes sustitutivos de producción nacional”. Esto hace referencia, en el caso de existir poca demanda en el mercado se debe a la mala calidad y distribución de los productos importados y por ende las empresas no obtendrán buena rentabilidad provocando un desliz en sus ventas.

➤ **Valoración actual de importación y comercialización de productos de señalética en el mercado nacional durante el año 2021**

El sistema económico empresarial ecuatoriano ha venido incrementándose de manera primordial, lo cual genera que los propietarios de las pequeñas, medianas y grandes empresas (MIPYMES), tengan la necesidad de dar a conocer sus negocios de forma estratégica para mantenerse estable dentro de los mercados.

Padrón (2016) nos indica que “La logística empresarial en el área de gestión se centra en la planificación y el control de las actividades de forma tal, que el producto o servicio permanecen disponibles bajo condiciones acordadas en cuanto a tiempo, lugar, forma y efectividad en costo” (p. 104).

Según, Norman y Mora (2017) “Hacer más eficiente el proceso de producción y de calidad del producto es una preocupación más frecuente para los países más grandes, mientras que los países pequeños lo hacen más por la gestión de las materias primas, la globalización de mercados y la evolución tecnológica” (p. 52).

Para Martínez y El Kadi (2019), “Las empresas integradas con un servicio logístico conseguirán ganar en flexibilidad, minimizar el tiempo de respuesta, dar un mejor servicio a sus clientes e incrementar la rentabilidad de su proceso productivo, logrando así la ventaja competitiva” (p. 207).

De acuerdo a las citas de los autores, en el proceso de producción en las empresas se refiere al proceso interno con el fin de lograr un buen funcionamiento en el área

administrativa. Padrón especifica que toda importación que se realice se debe tener bajo cuidado hasta su respectiva entrega y a un precio adecuado a las necesidades del cliente y de las empresas, sin embargo, Norman y Martínez declara que mientras los países pequeños sigan teniendo facilidad de materia prima para la elaboración de productos, será más factible la compra de insumos logrando obtener buena rentabilidad a nivel mundial.

1.3. ANTECEDENTES CONTEXTUALES

En el comercio exterior, las empresas ecuatorianas, reportan un registro aproximado 69% de importaciones, mientras que en exportaciones no se presentó ningún registro. Sus principales productos importados son los que muestra la siguiente tabla:

PRODUCTOS	REG.	COSTO	PORCENTAJE
En rollos de anchura inferior o igual 1M	7	9,4	19%
Revestimientos para suelos	1	20,7	42%
Fibra de vidrio y manufacturas	5	13,2	27%

Tabla 1 Comercio exterior, importaciones y exportaciones ecuatorianas

Fuente: Veritrade 2015-2021

Principales países de productos de importación y exportación

PAÍSES	REG	COSTO	PORCENTAJE
TAIWAN	1	3,3	7%
EEUU	18	24,99	51%
CHINA	1	20,7	42%

Tabla 2 Principales países de productos de importación y exportación

Fuente: Veritrade 2015-2021

La distribución de materias para la industria vial, está enfocada hacia la calidad y la innovación con las mejores marcas nacionales e internacionales de manera eficiente para que se obtengan beneficios tanto para la sociedad como también para los accionistas que aporten a la masiva distribución de materias primas (Martínez y Olaya, 2019, p. 252).

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL TEMA

El presente proyecto de investigación se orientará en estudiar a las empresas que no realizan importaciones de productos de señalética directamente con los proveedores, debido a la insuficiencia en capacitaciones hacia los importadores, por lo cual se encuentra necesario de buscar intermediarios internacionales, es así que el presente trabajo permitirá conocer que los productos de señalética son de mayor demanda en el mercado nacional, puesto que son importantes para resguardar situaciones que se efectúan en lugares de tránsito.

Dicho estudio se basa en la importancia de analizar las formas de asesorías con las empresas que tengan la necesidad de adquirir más conocimiento en el proceso de importación para obtener rentabilidad a futuro. La importancia de esta preparación, se realiza con el fin de que las empresas puedan realizar importaciones directamente de forma rápida, eficiente y con ello obtener mejor acogida en el mercado.

En efecto, las empresas se proponen obtener mayores ingresos y adquisición en sus productos para su comercialización, evitando realizar pagos a terceras personas como pueden ser los intermediarios. También existe el ahorro de tiempo que actúa en el proceso de importación de productos para que sean eficientes y de este modo las empresas pueden ofertar fuentes de empleo a la sociedad y mejorar su imagen como empresa.

Por consiguiente, este plan consiste en dar respuesta a dicho problema y ayudar a tomar decisiones correctas al momento de realizar una importación, tomando en cuenta la planificación de las empresas donde se determinará el enfoque para lograr los objetivos propuestos y así evitar errores que ocasionen pérdidas de dinero en las negociaciones.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

TEMA: Importación de productos de señalética para su comercialización en el mercado nacional periodo 2021.

La actividad de comercio exterior es hoy uno de las principales fuentes de la economía ecuatoriana este desempeño se debe en mayor medida a las empresas de logística y comercio exterior que hacen posible el traslado de todo tipo de productos a través del sistema de aduanas. Se encuentra necesario que se mencione que las organizaciones que se dedican a la producción de algún producto no llevan el tema de transporte por lo que acuden a proveedores especializados en el sector logístico. El funcionamiento de los productos o artículos de señalética son indispensables en personas con discapacidad y toda la comunidad, es por ello que el mercado ecuatoriano elabora e importa estos productos de primera mano (Chaparro et al., 2018).

La problemática principal de este proyecto investigativo, radica en las empresas que no realizan las importaciones de productos de señalética directamente con el proveedor, lo cual acuden a un intermediario internacional ocasionando una pérdida en su rentabilidad y escasa liquidez.

Se garantiza la calidad del servicio, esto quiere decir que se da conformidad en los requisitos que tiene el cliente, generándose de esta manera la ventaja competitiva de la misma empresa, al elaborar el producto a costos menores llega a permitir que se mejoren los beneficios de la empresa, de la misma manera permite conseguir la seguridad de que se eviten sanciones, este a su vez permite que se comuniquen temas en lo que se refiere al medio ambiente, etc.

1.4. Importancia de la señalética de tránsito en el mercado ecuatoriano

La señalética de tránsito es indispensable para toda la comunidad en general en la vía pública, de tal modo que permite orientar al momento de movilizarse en cualquier medio de transporte, visto de esta forma es importante brindar información adecuada a la comunidad para que de esa forma se cumpla con el protocolo de seguridad y necesidades básicas. Todas las señales que sean comercializadas en el mercado ecuatoriano para espacio público o privado debe cumplir con informar, orientar y ayudar a las personas en su trayectoria con la finalidad de que el medio que rodea sea de total seguridad.

Estas señaléticas por lo general se saben ubicar en lugares donde se presenta más peligro como son, en la carretera, lugares públicos y privados, representado por iconos que se expresan de forma clara y a simple vista con claridad del significado de cada ícono de señalética. Se adopta que hay distintas formas de comunicación en cada cultura, en el cual se lo realiza para un grupo específico considerando su ubicación, idioma, cultura y otros factores. En efecto, la principal función que tiene la señalética se basa en guiar a cada persona en cualquier lugar como parte de su cumplimiento (Flórez et al., 2018).

En Ecuador se considera indispensable implementar señalización de tránsito en todas las rutas y carreteras para la seguridad de los seres humanos, y con ello evitar los accidentes de tránsito que en la actualidad son un peligro social a nivel mundial. Estas señales son de gran beneficio, debido a que se ha verificado el tamaño y color dando paso al conductor con un promedio de advertencia asegurado y así evitar cualquier tipo de accidente. Según las normas INEN, en Ecuador los gobiernos locales deben considerar el mismo modelo de señalética para poder identificar los atractivos y servicios que se encuentren dentro del país y con ello poder adaptarse mejor ante cualquier medio que rodea o condición del mismo (Cárdenas y Orozco, 2020).

La señalética de tránsito a nivel nacional es un medio de seguridad que conlleva información de potenciales riesgos que existe en cualquier lugar ya sea público o privado, en el cual se indica la ubicación de equipos o sistemas que permitan manejar bajo control eventuales emergencias. De este modo se debe considerar que la importación y

comercialización de estos productos de señalética resultan fundamentales para lograr el objetivo propuesto.

1.5. Tipos y sus características

En las señalizaciones de tránsito se agrupan de dos tipos:

✓ Señalización vertical

En esta señal son todas las que están constituidas por placas y son instaladas en los postes.

✓ Señalización horizontal

Señales de prevención

Estas señales son caracterizadas de color amarillo con un símbolo de color negro, dedicada a prevenir a los conductores en caso de existir algún peligro en medio camino.

Señales restrictivas

Este tipo de señales se visualizan en color blanco y negro, por encima de este un aro de color rojo, la misma que se encarga de hacer interpretar que existen limitaciones o prohibiciones que regula el tránsito. En caso de no cumplir con cualquiera de estas señales automáticamente se aplica una multa como sanción.

Señales de información

En esta última señal son representadas con leyendas o símbolos para poder guiar a las personas a lo largo del camino y también informar acerca de las ubicaciones de lugares de interés, servicios, los kilometrajes y demás recomendaciones. En estas señalizaciones se identifica el destino e informaciones generales como servicios y turistas.

1.6. Plan de importación

Es un medio por el cual se brinda asesorías a empresas e instituciones especializadas permitiendo decidir si la importación es factible para el importador, debe señalarse ciertos factores tales como: como son el producto, el lugar de origen, el tamaño de la carga, el medio de transporte entre otros. Este plan es un componente importante, debido que es obligatorio el inicio de una estructura de planificación, claridad y otros factores y con ello se requiere obtener una exitosa importación, cabe resaltar, que toda mercancía debe ir en el tiempo y

forma establecido según el reglamento desde que sale del país de origen hasta que se libere sin contratiempo en el país de destino. Dentro de este orden consiste en dirigir al importador desde el planteamiento del plan de importación, hasta la llegada del producto requerido y finalmente a su respectiva comercialización al mercado nacional (Vega y Fernández, 2017).

1.6.1. Procedimiento para elaborar un plan de importación

- ✓ Definir la demanda del producto a importar para luego proceder a cotizar y comparar los precios con la finalidad de que este sea factible en el mercado nacional.
- ✓ Una vez que ya se tiene elegido el precio y calidad del producto se procede a contactar con un proveedor especializado para decidir cuál será el país de origen y el total del producto.
- ✓ La logística del producto debe ser planificada del país de origen hacia el país de destino vía marítima o área.
- ✓ Por consiguiente, este plan se asocia en el manejo del tema de las regulaciones y restricciones no arancelarias, donde el producto lo puede necesitar como son las normas, el etiquetado, permisos de importación, entre otros.
- ✓ Finalmente se debe tener en cuenta los costos de importación que se presentan por cubrir como son, los seguros de los productos internacionales como el caso del flete nacional cuando arriba el producto al país destino.

1.7. Proceso de importación

El proceso de importación hace referencia a las diferentes etapas que existen para adquirir un bien o un servicio en un tiempo determinado, entre el trayecto de la compra, el cliente debe superar el proceso de importación para obtener su mercadería a tiempo por el cual se debe tener presente los acuerdos comerciales que existen entre ambos países. Además, el avance tecnológico se ha desarrollado de manera que ha sido de gran ayuda para los países menos desarrollados por el motivo que importan y exportan productos novedosos (Gómez y Ramirez, 2017).

Para realizar una importación se debe considerar los siguientes pasos:

➤ **Buscar y contactar proveedores**

Para realizar la búsqueda de los proveedores, se puede hacer mediante páginas web como Alibaba que es una tienda reconocida internacionalmente, en la cual podemos encontrar variedad de mercancías de su preferencia. Por lo tanto, se debe tener presente que un proveedor debe ser confiable y seguro a la entrega de dicha mercancía.

➤ **Entidades competentes emisoras de permisos y registros sanitarios**

Toda mercadería debe tener varios tipos de permisos, documentos de control previo a lo que se va a presentar para poder realizar una importación, los cuales son el formulario de registro, la declaración jurada, el manual de usuario, catálogos de los productos y el certificado de libre venta, ISO 9001 y el ISO 13485.

➤ **Agente de carga**

Es la persona que se encuentra encargada por parte de la autoridad de cada país, puede ser de origen o destino que organice los embarques. Dicho agente se contacta directamente con el importador dependiendo el Incoterm con el que se esté negociando, de modo que el Incoterm es un indicador de responsabilidad y riesgos.

➤ **Depósito temporal**

Una vez que la carga pase a su depósito temporal, este no servirá para la respectiva realización de inspección de mercancías para poder verificar el estado en el que se encuentre dicha mercancía, siendo así Ecuador procede a realizar un aforo y eso dependerá si es físico, automático o documental, si se diera el caso que fuera físico se procede a realizar en el depósito temporal.

➤ **Liberación de tributos**

Luego de que todos los documentos estén en regla y sean presentados ante la aduana con su respectivo aforo, se procede a realizar la liberación de tributos al comercio exterior, mismo que deberá cancelar aranceles e impuestos ya sean el IVA, ICE, FODINFA, AD VALOREM, ARANCEL O MIXRO, esto dependerá de la mercancía que se esté importando.

➤ **Retiro de carga**

Finalmente, cuando se haya procedido al paso al levante de la mercancía, se cancelan las tasas por servicios aduaneros y se retira la carga.

1.8. Comercialización

Las señales de tránsito son importantes dentro de las ciudades y todos los lugares públicos o privados, debido que ayuda a movilizarse de manera segura y ordenada, en cuestión de peatón, como el transportista las cuales se cree que deben ser respetadas las instrucciones que están colocadas en los letreros advirtiendo el peligro, desde la perspectiva más general su mensaje debe ser claro y preciso acorde a cada diseño geométrico, visto de esta forma facilitará la identificación mediante el usuario.

Por consiguiente, se debe estandarizar el correcto uso de forma, color y mensaje para evitar cualquier accidente (Rizo et al., 2018). “En efecto para que un producto obtenga una gran acogida en el mercado nacional, debe ser el producto novedoso, de buena calidad, verificar nuevas ideas en donde se pueda adquirir rentabilidad para garantizar satisfacción en los clientes”. Desde esta perspectiva la marca del producto debe ser reconocida por la confianza del cliente, donde se resalte la imagen de la empresa.

Se explica que la comercialización de dichos productos, evidencia a la distribución de mercancía de señalética de tránsito aceptando la solicitud de gestiones de los clientes, de hecho los productos más mencionados son las señales reglamentarias, preventivas e informativas logrando obtener el potencial cliente y a su vez exponiendo el catálogo de productos con precios sumamente accesibles y de este modo se crea las tiendas virtuales y las páginas web de la empresa para poder obtener información precisa y con mayor facilidad y con ello satisfaciendo sus necesidades y perspectivas de cada cliente, además de ayuda a la infraestructura de transporte y movilidad de las zonas urbanas para que los conductores puedan llegar a su destino de manera más segura (Cortés, 2021).

En este sentido se comprende, que al momento de realizar la comercialización se debe considerar los siguientes aspectos: primeramente, se debe reconocer clientes viables, en este caso el consumidor el cual identifica sus necesidades y preferencias para obtener información y datos precisos. Ahora bien, el producto que se va a vender debe ser de buena calidad, ya

que bien es cierto el precio debe ser óptimo para evitar cualquier problema maximizando el margen de utilidad sobre las ventas al momento de realizar dicha negociación. Visto de esta forma se ejecuta una red de representantes, agentes distribuidores, entre otros con el objetivo de gestionar los canales de distribución y elevar la participación en el mercado con mejora de calidad de servicio y finalmente la entrega del producto.

1.9. Costos de importación

Los costos en el comercio internacional son de gran importancia porque realiza relaciones comerciales de mercancías a nivel mundial, se adopta que estos costos están conformados por el precio de compra original y gastos de mercaderías hasta el punto de llegada, en este caso la empresa. Cabe considerar que cumplen un papel fundamental al final de toda negociación porque visualiza todos los gastos como son los adicionales que están compuestos por: el flete, el seguro, impuesto de importación, transporte, entre otros. Por lo tanto, una vez culminada dicha negociación y la mercancía lista a la llegada del puerto de destino, el representante del medio de transporte entrega la mercadería y los documentos de despacho al banco del país, también se verifica que la mercancía sea retirada de la aduana para su respectiva entrega.

Evidentemente los principales impuestos de las importaciones son el Ad-Valorem, lo cual se calcula el valor CIF (costo, seguro y flete), se cree que es de mayor relevancia controlar los gastos y el desembolso que origina a la importación, por ello se prepara instrucciones acerca de la política de costeo. Dentro de este marco las empresas de forma general realizan importaciones adecuadamente con la condición de la insatisfacción de dichos productos, lo cual hace que el cliente realice seguidamente las importaciones al extranjero (Puglla et al., 2017).

El origen de los Incoterms se centra en que se pueda desarrollar el comercio a nivel mundial, esto permite que se den muestras entre las partes contratantes. La etapa histórica se llegó a originar durante el primer congreso que se dio en la Cámara de Comercio Internacional (CCI), el mismo que se realizó en 1920 en París (Calderón, 2019). De esta forma se cree conveniente, evidenciar que con la compra se da el riesgo en la mercadería y sobre las responsabilidades del comprador y vendedor.

1.9.1. CUADRO DE COSTOS

<i>Mercancía</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio fob / unitario</i>	<i>Valor de fob total</i>	<i>Valor del flete</i>	<i>Valor del seguro</i>	<i>Valor declarado en aduana</i>	<i>Derecho aranc.</i>	<i>Derecho espec.</i>	<i>FODINFA</i>
CHALECOS DE SEGURIDAD	1.000	0,98	980,00	3.000,00	11,94	3.991,94	11%	0	0,50%

Tabla 3 Cuadro de costos

CÁLCULO DEL IVA	
VALOR DECLARADO EN ADUANA	\$3.991,94
DERECHOS ARANCELARIOS	\$439,11
DERECHOS ESPECÍFICOS	-
FODINFA	\$19,96
VALOR EX ADUANA	\$4.451,01

Tabla 4 Cálculo del IVA

AUTOLIQUIDACIÓN VALOR A PAGAR A SENA E	
<i>DERECHOS ARANCELARIOS</i>	\$439,11
<i>DERECHOS ESPECÍFICOS</i>	-
<i>FODINFA</i>	\$19,96
<i>IVA</i>	\$534,12
TOTAL A PAGAR	\$993,19

Tabla 5 Autoliquidación valor a pagar a SENA E

COSTO DE IMPORTACIÓN	
VALOR DE MERCANCÍA	\$ 980,00
VALOR DEL FLETE	\$ 3.000,00
VALOR DEL SEGURO	\$ 14,42
DERECHOS ARANCELARIOS	\$ 439,11
DERECHOS ESPECÍFICOS	-
FODINFA	\$ 19,96
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.000,00
BODEGAJE EN PUERTO	\$ 120,00
TRANSPORTE INTERNO	\$ 560,00
HONORARIOS DEL AGENTE ADUANA	\$ 400,00
COMISIÓN DE GIRO	\$ 9,80
IMP. SALIDA DE DIVISAS	\$ 49,00
COSTO TOTAL	\$ 7.592,29

Tabla 6 Costo de importación

CONTRATACIÓN DE SEGURO (CIF)	
VALOR DE LA MERCANCÍA	\$ 980,00
FLETE	\$ 3.000,00
VALOR ASEGURABLE	\$ 3.980,00
VALOR PRIMA (0,3%)*VA	\$ 11,94
TASA SIC (3,5 V. PRIMA)	\$ 0,42
SEGURO CAMPESINO (0,5% V. PRIMA)	\$ 0,06
DERECHOS EMISIÓN	\$ 2,00
BASE IMPONIBLE	\$ 14,42
IVA (12% B I)	\$ 1,73
VALOR A PAGAR A CIA. DE SEGURO	\$ 16,15

Tabla 7 Contratación de seguro (CIF)

1.10. Logística en una importación

La logística es un procedimiento de control, planificación y operación de todo negocio como el almacenaje de mercancía y la compra-venta, en efecto va desde la materia prima hasta llegar al punto de venta. Se puede resumir que la logística tiene la función de reducir los costos de importación o exportación y en el caso de una importación se establece por etapas las cuales consisten en realizar un análisis a las empresas, al mercado, seleccionar al proveedor, tener un contacto fiable de compra y venta (Guerrero y Vásquez, 2020).

Ventajas de la logística

- ✓ Evidentemente optimiza recursos.
- ✓ Ayuda a disminuir los costos de las compras.
- ✓ Limita y gestiona las existencias de los productos ubicados en bodega.
- ✓ Planifica y mejora los procesos.
- ✓ La mercadería llega al lugar indicado de manera segura.
- ✓ Se crean relaciones sólidas entre vendedor y comprador.
- ✓ La calidad de servicio mejora.
- ✓ Finalmente se ocupa de las certificaciones que avalan al proveedor acerca de su producto.

CAPÍTULO II: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. General

Implementar el plan de importación con productos de señalética de tránsito en forma directa con los proveedores para su comercialización en el mercado nacional, año 2021.

2.1.2. Específicos

- Determinar el plan de importación en relación con la comercialización de productos de señalética en el mercado nacional durante el año 2021.
- Valorar la situación actual del plan de importación y comercialización de productos de señalética en el mercado nacional durante el año 2021.
- Fundamentar teóricamente el proceso de importación.
- Elaborar el plan de importación de productos de señalética.
- Aplicar el plan de importación señalética.

2.2 DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

¿Cómo lograr la importación de productos de señalética más rápida y eficiente para su comercialización en el mercado nacional durante el año 2021?

Objeto de estudio: Proceso económico de las empresas

a. Causas que originan el problema científico

- ✓ Escaso uso en el manejo de la tecnología para la importación de artículos de señalética de tránsito.
- ✓ Falta de interés en el aprendizaje para importar.
- ✓ Desconocimiento en el proceso de importación de señalética.

b. Campo de acción de la investigación

Plan de importación

c. Hipótesis

Si se implementa un plan de importación de productos de señalética, entonces aumenta su comercialización en el mercado nacional durante el año 2021.

d. Variable Independiente

Plan de Importación

Este plan es integrado por la planificación, coordinación, información, control y ejecución de las operaciones los mismos que van desde la compra hasta la venta, el transporte, almacén, distribución del producto, mantenimiento, abastecimiento y entrega del producto, el tener una logística programada de manera correcta permitirá que la empresa importadora pueda derribar barreras tales como la distancia que se da al trasladar las mercaderías, las culturas y el idioma.

e. Variable Dependiente

Variable Dependiente	Dimensión	Indicadores
Lograr la importación de productos de señalética para su comercialización en el mercado nacional durante el año 2021.	Administrativo	<ul style="list-style-type: none">● Optimización de recursos● Aumentar la competitividad
	Plan de importación	<ul style="list-style-type: none">● Satisfacción al cliente● Monitoreo del proceso● Calidad del producto o servicio
	Control logístico	<ul style="list-style-type: none">● Unidad de almacenaje● Unidad de despacho● Transporte

Tabla 8 Variable Dependiente

Elaborado por: Autores

2.3. Tipo de diseño de la investigación

La investigación se relaciona con la importación y la comercialización de los productos de señalética en el mercado nacional durante el año 2021. Por otra parte, se indica que es una investigación de tipo aplicada ya que su objetivo gnoseológico es explicativo, de acuerdo al contexto es de campo, según el control de las variables es experimental, según su nivel de generalidad estudia una situación específica.

2.4. Paradigma o perspectiva general

Se desarrolla desde una perspectiva cualitativa.

2.5. Población

En la población se va a estudiar la investigación de las importaciones de productos de señalética en el mercado nacional.

2.6. Métodos

Para la ejecución de las tareas de investigación se utilizaron materiales bibliográficos como libros online, artículos científicos, artículos de revista, periódico en línea y base de datos. Así mismo, se adaptó de forma cualitativa, debido que se analizó múltiples realidades subjetivas de la importación de productos o artículos de señalética para su comercialización, de un manejo de información ampliamente bibliográfica y variables permitiendo analizar el proceso de importación de dichos productos.

El diseño de estudio es experimental para lo cual se tomó en cuenta las necesidades de la importación de productos de señalética directamente con los proveedores sin la intervención directa de los investigadores, es decir sin alterar el fenómeno a estudiar por otra parte, tuvo un alcance descriptivo por el análisis de las importaciones y comercialización de productos de señalética, en donde se precisa de información específica de las variables que la caracteriza.

Dentro de este marco fue necesario hacer uso de los métodos inductivo-deductivo, el cual fue utilizado en todo el conocimiento del proceso investigativo, partiendo desde lo general hasta la aproximación del problema en todo el desarrollo del proyecto de tesis, también para conocimiento de los hechos generales hasta establecer las conclusiones. Cabe considerar que también se hizo uso de método analítico-sintético para poder analizar la

información relevante y con ello ir estudiando de forma amplia cada uno de los elementos que se compone el proyecto investigativo y en cuanto a la construcción del marco teórico, fue de teorías generales hacia el análisis de caso.

2.6.1 TEÓRICOS

a. Histórico-Lógico

Para determinar el plan de importación en relación con la comercialización de productos de señalética en el mercado nacional durante el año 2021.

b. Analítico-Sintético

Para la Caracterización gnoseológica, administrativa del proceso económico de la empresa; para la Caracterización gnoseológica y metodológica del plan de importación; para la valoración actual la incidencia del plan de importación y comercialización de productos de señalética en el mercado nacional durante el año 2021.

c. Inductivo-Deductivo

Para la Caracterización gnoseológica, administrativa del proceso económico de la empresa; para la Caracterización gnoseológica y metodológica del plan de importación; para la valoración actual la incidencia del plan importación y comercialización de productos de señalética en el mercado nacional durante el año 2021.

d. Hipotético-Deductivo

Mediante toda la investigación, desde la valoración actual de las importaciones de productos de señalética para la comercialización en el mercado nacional durante el año 2021 hasta la corroboración de la incidencia del plan de importación para lograr la importación de productos de señalética.

e. Modelación

Se utilizará este método para fundamentar nuestro plan de importación y de esta forma lograr que el investigador realice la comercialización de artículos de señalética en el mercado nacional.

f. Sistémico

Se elaboró un plan de importación para lograr la comercialización de productos de señalética en el mercado nacional.

2.6.2. EMPÍRICOS

Para este estudio se utilizó varios métodos empíricos como entrevista y estudio de documentos. En el caso de la entrevista se realizó con la finalidad de conocer el reglamento que se lleva a cabo en el proceso de importación y económico de las empresas. En el análisis del estudio de documentos se recopiló información precisa con el objetivo de valorar la situación actual de los procesos de importación y comercialización de proceso de señalética en el mercado nacional en el año 2021 y valorar la incidencia del proceso de importación para lograr la comercialización de artículos de señalética en el mercado nacional en el año 2021.

2.6.3. ESTADÍSTICOS

De la misma manera utilizaremos gráficas de la información obtenida por parte de los encuestados con el objetivo de que se conozca cual es la situación actual de las empresas interpretando la información de manera correcta.

2.7. CRONOGRAMA DE LA INVESTIGACIÓN

Acciones detalladas a realizar por el investigador para que se dé cumplimiento de los objetivos específicos.

No	Actividades	Fecha de Inicio	Fecha de culminación	Participantes	Responsable	Observaciones
2	Situación Problemática	04/06/2021	05/06/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Josselyn Cordova	Ninguno
3	Selección del tema de investigación	07/06/2021	11/06/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Luis Shagñay	Ninguno

5	Formulamos el objeto de la investigación	14/06/2021	18/06/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Josselyn Cordova	Ninguno
6	Reconocer las causas que se genera en el problema científico	14/06/2021	18/06/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Luis Shagñay	Ninguno
7	Formulación del objetivo de la investigación	21/06/2021	25/06/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Josselyn Cordova	Ninguno
8	Delimitar el campo de la investigación	28/06/2021	02/07/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Luis Shagñay	Ninguno
9	Formulación de hipótesis	05/07/2021	09/07/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Josselyn Cordova	Ninguno
10	Realización de marco teórico	12/07/2021	16/07/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Luis Shagñay	Ninguno
11	Búsqueda de los antecedentes históricos, conceptuales y referenciales y los contextuales	19/07/2021	23/07/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Josselyn Cordova	Ninguno
12	Revisión de la literatura	19/07/2021	23/07/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Luis Shagñay	Ninguno
13	Elaboración de citas y paráfrasis	26/07/2021	30/07/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Josselyn Cordova	Ninguno
14	Adopción de teoría y juicio crítico	02/08/2021	06/08/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Luis Shagñay	Ninguno

15	Selección de variables	09/08/2021	13/08/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Josselyn Cordova	Ninguno
16	Planteamiento de los objetivos específicos	16/08/2021	20/08/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Luis Shagñay	Ninguno
	Realización de diseño metodológico	23/08/2021	27/08/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Josselyn Cordova	Ninguno
	Población y muestra	30/08/2021	03/09/2021	Josselyn Cordova Luis Shagñay	Luis Shagñay	Ninguno

Tabla 9 Cronograma de la investigación

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tecnológico

- Aplicar un sistema tecnológico para un plan logístico estratégico que permita reducir los gastos de la empresa.

Social

- Implementar capacitaciones para los empleados y así obtener un buen rendimiento en el ámbito laboral y un éxito en el proceso de importación.

Económico

- Generar más fuentes de empleo para beneficiar a las familias y obtener mayor rentabilidad en el mercado.

Análisis de los resultados de entrevistas aplicadas a gerentes de empresas importadoras

Cuadro 1

1. ¿Cuáles son las principales funciones de un importador?

Funciones de un importador		
FUNCIONES	Frecuencia	%
Formar y mantener un inventario suficiente	1	12,50%
Brindar información sobre el producto	2	25,00%
Implementar estrategias y planes de acción	2	25,00%
Vigilar el desempeño de los distribuidores	1	12,50%
Realizar controles	2	25,00%
TOTAL	8	100,00%

Tabla 10 Funciones de un importador

Fuente: Entrevista

Gráfico 1

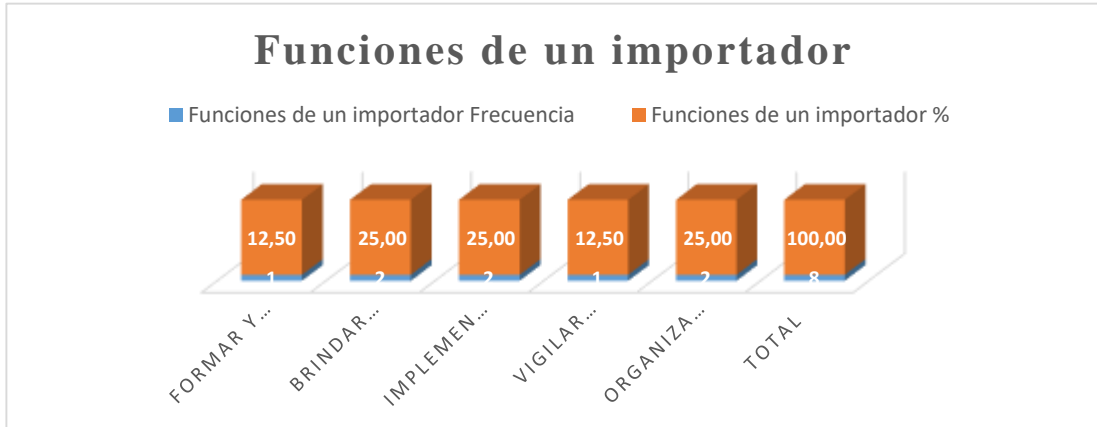


Gráfico 1 Funciones de un importador

Análisis

En el cuadro 1 trata sobre el número de personas entrevistadas a gerentes de empresas importadoras en el Ecuador, correspondiendo a las respuestas, formar y mantener un inventario suficiente el 12.50%, brindar información sobre el producto 25.00%, implementa estrategias y planes de acción 25.00%, vigilar el desempeño de los distribuidores 12.50% y la respuesta de organizar visitas al mercado un 25.00%. De este modo, se observa que los gerentes importadores entrevistados prefieren en su mayoría brindar información sobre el producto, implementar estrategias y planes de acción y organizar visitas al mercado.

Cuadro 2

2. ¿Cómo se logra encontrar proveedores en todo el mundo?

Proveedores en todo el mundo		
Respuesta	Frecuencia	%
Mediante internet	2	20,00%
Exposiciones y convenios	4	40,00%
Asociaciones profesionales	2	20,00%
Enviar solicitud de presupuesto para cotización de mayor interés	2	20,00%
TOTAL	10	100,00%

Tabla 11 Proveedores en todo el mundo Fuente: Entrevista

Gráfico 2

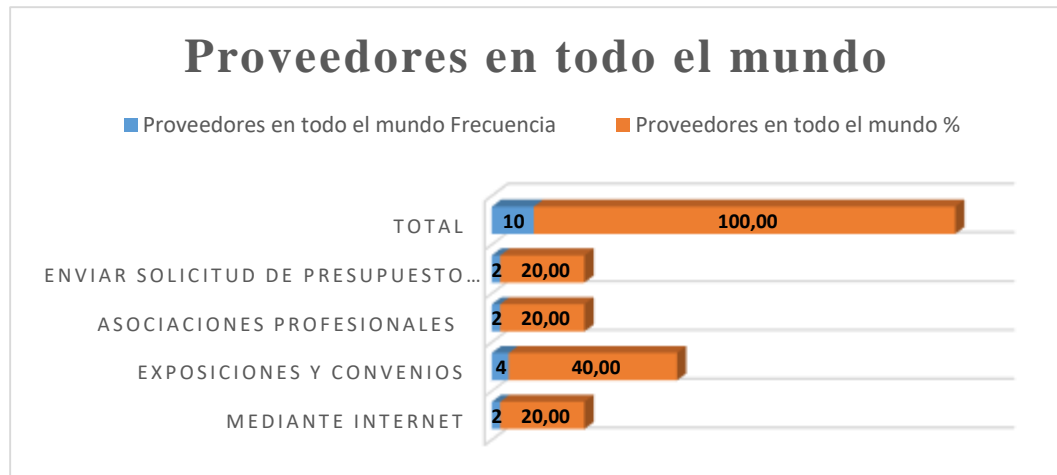


Gráfico 2 Proveedores en todo el mundo

Análisis

En el cuadro 2, se explica que el 20.00% de los gerentes importadores entrevistados dieron como respuesta que prefieren encontrar proveedores mediante internet, el 40.00% por exposiciones y convenios, el 20.00% a través de asociaciones profesionales y otro 20.00% lo realiza enviando una solicitud para averiguar la cotización de mayor interés para la empresa.

Cuadro 3

3. ¿Cuáles son las ventajas de realizar una importación?

Ventajas de realizar una importación		
Respuesta	Frecuencia	%
La empresa se comercializa con mayor cuantía	1	12,50%
Brindar una calidad inexistente en tu mercado	3	37,50%
Ofrecer mayor calidad a la encontrada en su entorno	2	25,00%
Crear mejor imagen y prestigio a la empresa	1	12,50%
Mejorar la capacidad competitiva	1	12,50%
TOTAL	8	100,00%

Tabla 12 Ventajas de realizar una importación Fuente: Entrevista

Gráfico 3

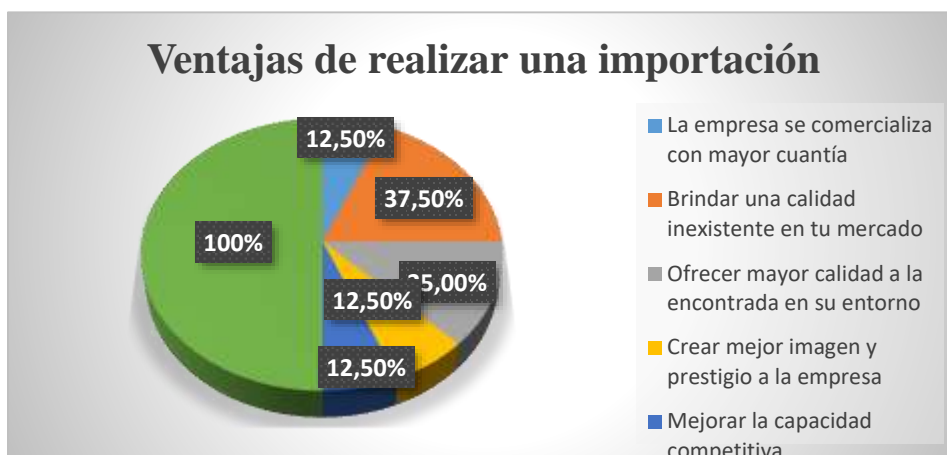


Gráfico 3 Ventajas de realizar una importación

Análisis

Se observa que en el cuadro 3, los gerentes importadores dieron como resultado que un 12.50% de las ventajas de realizar una importación se cree que se comercializa con cuantía, el 37.50% brinda una calidad inexistente en el mercado, se obtuvo también un 25.00% en ofrecer mayor calidad a la encontrada en su entorno, un 12.50% crea mejor imagen y prestigio a la empresa y por último se evidencia que un 12.50% mejora la capacidad competitiva.

Cuadro 4

4. ¿Considera usted que las empresas ecuatorianas realizan las importaciones de productos de señalética directamente con los proveedores?

Importaciones de productos de señalética directamente con los proveedores		
Respuesta	Frecuencia	%
La mayoría de empresas realizan las importaciones mediante intermediarios	5	41,67%
La empresas buscan asesoramientos en el proceso de importación	4	33,33%
Ciertas empresas si realizan las importaciones directas	3	25,00%
TOTAL	12	100,00 %

Fuente: Entrevista

Tabla 13 Importaciones de productos de señalética directamente con los proveedores

Gráfico 4

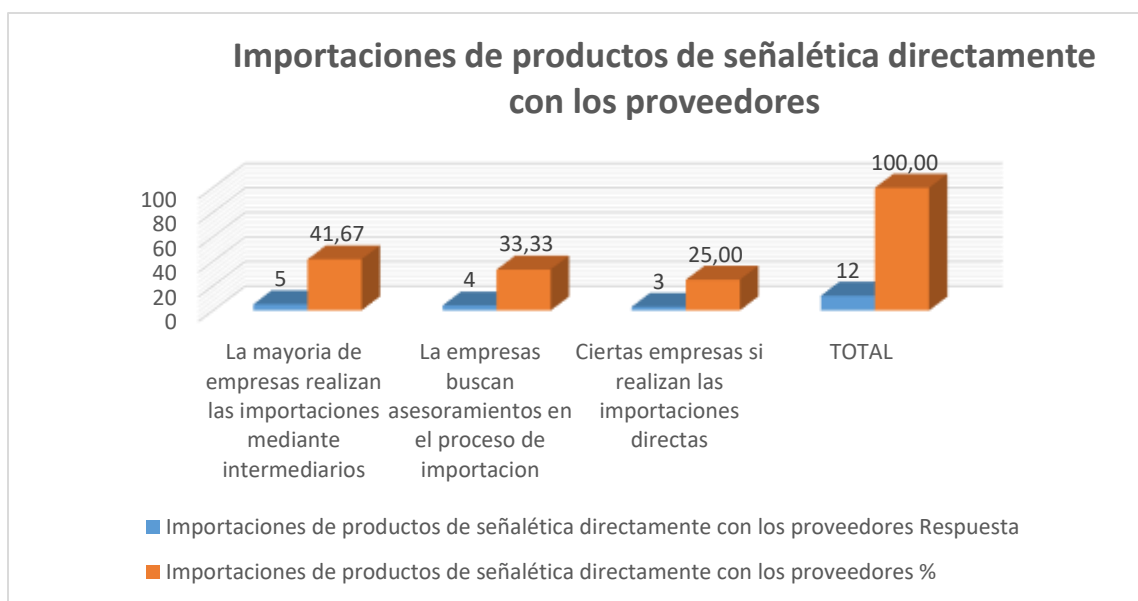


Gráfico 4 Importaciones de productos de señalética directamente con los proveedores

Análisis

Debe señalarse que en el cuadro 4 se obtuvo como resultado un 41.67% que la mayoría de empresas realizan las importaciones mediante intermediarios, el 33.33% de las empresas buscan asesoramientos en los procesos de importación y un 25.00% en ciertas empresas que sí realizan importaciones directas. Dentro de este orden se puede observar que la mayor parte de empresas presenta un alto porcentaje en la realización de importaciones mediante intermediarios.

Cuadro 5

¿Considera importante contratar un seguro internacional en la importación?

Contratar seguro internacional		
Respuesta	Frecuencia	%
Respalda el pago de mercancía en caso de sufrir daño	1	20,00%
Protegen la limitación de responsabilidad conforme a la ley y convenios internacionales	2	40,00%
Ofrece oportunidad de seguros a costos muy competitivos	2	40,00%
TOTAL	5	100,00 %

Tabla 14 Contratar seguro internacional

Fuente: Entrevista

Gráfico 5



Gráfico 5 Contratar seguro internacional

Análisis

Evidentemente en el cuadro 5, un 20.00% las empresas consideran importante que al contratar un seguro internaciones puede respaldar el pago de las mercancías en el caso de sufrir en el trayecto a su destino, un 40.00% de las empresas se cree que es importante porque protegen la limitación de responsabilidad conforme a la ley y convenios internacionales, y el 40.00% se adopta a ofrecer oportunidad de seguros a costos muy competitivos.

Cuadro 6

Importancia de la logística en la importación		
Respuesta	Frecuencia	%
Toma decisión a la hora de elegir un sistema de transporte	1	14,29%
El producto puede estar a disposición del consumidor antes del tiempo establecido	3	42,86%
Lleva a cabo el movimiento y almacenamiento de materias primas	2	28,57%
Aumenta la competitividad en el mercado	1	14,29%
TOTAL	7	100,00 %

Tabla 15 Importancia de la logística en la importación

Fuente: Entrevista

Gráfico 6

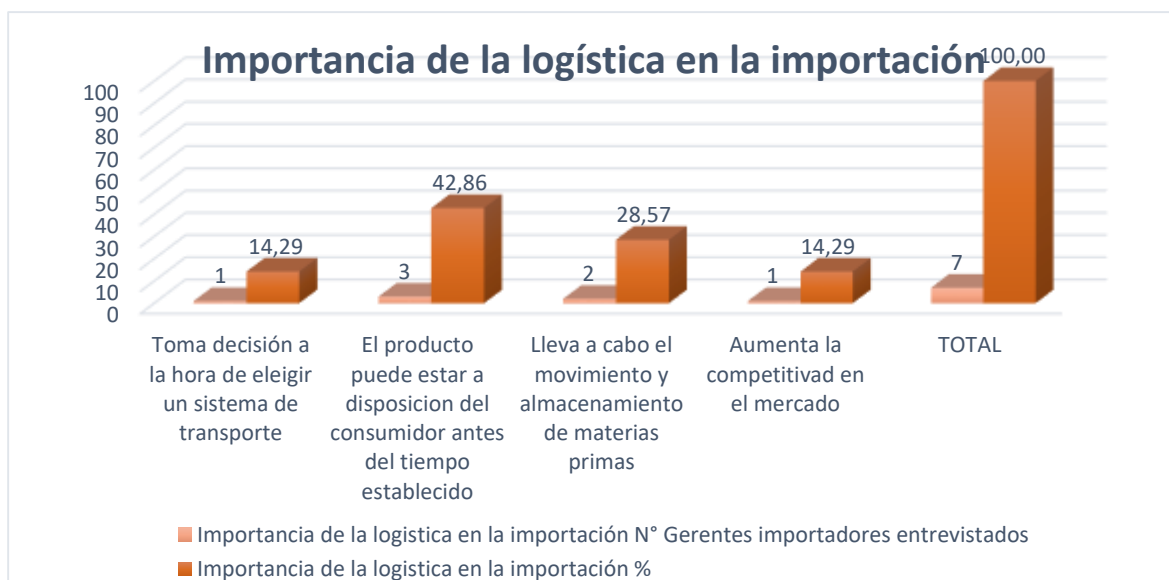


Gráfico 6 Importancia de la logística en la importación

Análisis

En el cuadro 6 debe señalarse que un 14.29% de las empresas asumen que la logística en las importaciones es importante porque permite tomar decisiones a la hora de elegir un sistema de transporte, un 42.86% de las empresas toman por importancia el producto que puede estar a disposición del consumidor antes del tiempo establecido, el 28.57% señala que se lleva a cabo el movimiento y almacenamiento de materias primas y el 14.29% explica que es importante ya que aumenta la competitividad en el mercado.

Cuadro 7

1. ¿Considera usted, que Ecuador maneja especialistas en el área logística?

Especialistas en el área logística		
Respuesta	Frecuencia	%
En algunas empresa no cuentan con asociaciones de profesionales o investigadores	1	16,67%
No cuentan con especialistas de logística en el ámbito nacional	3	50,00%
Se analiza con los colegas y a través de publicaciones especializadas	2	33,33%
TOTAL	6	100,00 %

Tabla 16 Especialistas en el área logística

Fuente: Entrevista

Gráfico 7

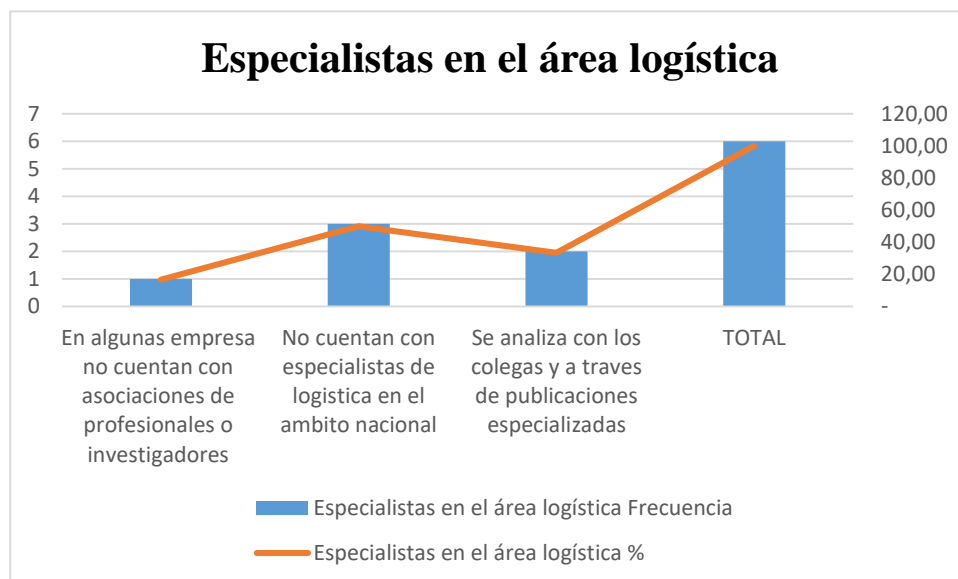


Gráfico 7 Especialistas en el área logística

Análisis

En el cuadro 7 se analiza que el 16.67% de las empresas no cuentan con asociaciones de profesionales o investigadores, en cambio el 50.00% no cuentan con especialistas de logística en el ámbito nacional, y el 33.33% optan por recurrir a colegas y a través de publicaciones especializadas.

Cuadro 8

- ¿Considera usted cada uno de los factores listados en el siguiente cuadro, que sean importantes en la toma de decisión al momento de hacer la importación de productos de señalética?

Decisión para la compra de un producto		
Factores	Frecuencia	%
Seguridad en las empresas exportadoras	2	16,67%
Disponibilidad del producto	2	16,67%
Calidad del producto	3	25,00%
Eficacia en el servicio	1	8,33%
Precio	4	33,33%
TOTAL	12	100,00%

Tabla 17 Decisión para la compra de un producto

Fuente: Entrevista

Gráfico 8

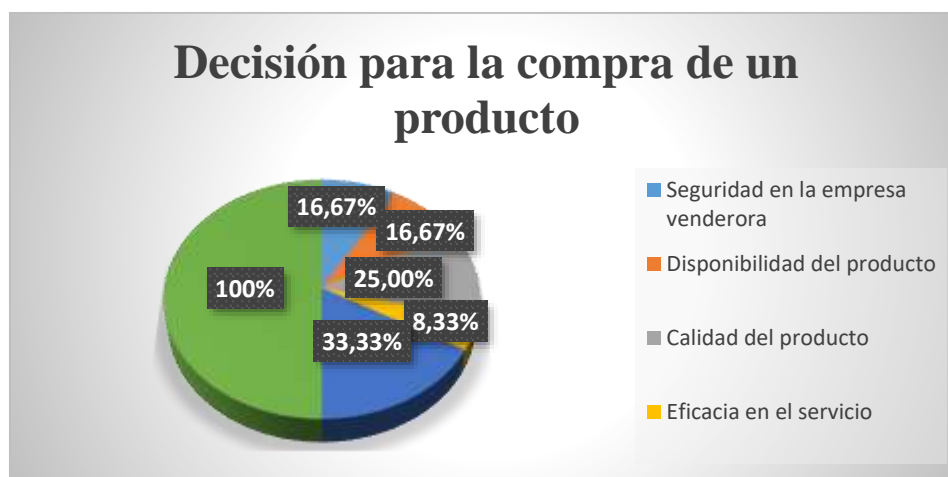


Gráfico 8 Decisión para la compra de un producto

Análisis

Se observa que en el cuadro 8, las empresas si toman en cuenta ciertos factores al momento de realizar las importaciones con un 16.67% en la seguridad en la empresa vendedora, de igual manera con un 16.67% en la disponibilidad del producto, para la calidad del producto con un 25.00%, en la eficacia del servicio con 8.33% y en cuestión de precio con el 33.33%. Dentro de este orden podemos constatar que las empresas se basan más en elegir el precio del producto que se va a importar.

Cuadro 9

3. ¿De acuerdo a su experiencia, considera usted importante la verificación y el análisis de las tiendas online donde se va a realizar la compra?

Verificación y análisis de tiendas online		
Factores	Frecuencia	%
Revisar cada estructura	4	44,44%
Analizar las ventas	3	33,33%
Comprobar las formas de pago	2	22,22%
TOTAL	9	100,00 %

Tabla 18 Verificación y análisis de tiendas online

Fuente: Entrevista

Gráfico 9

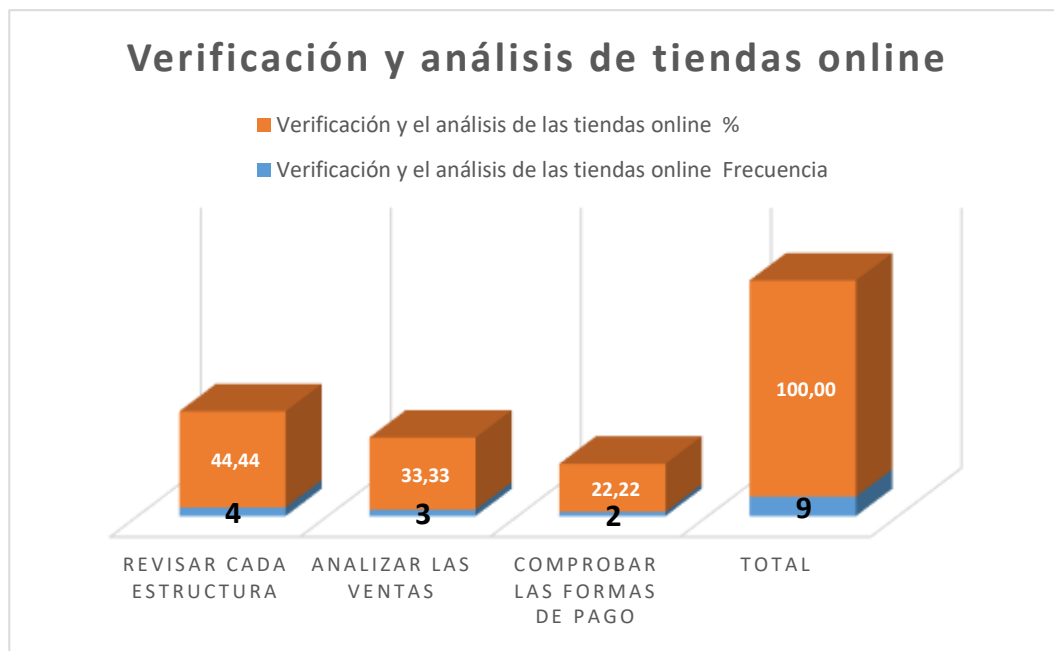


Gráfico 9 Verificación y análisis de tiendas online

Análisis

En este análisis, se observa que las empresas al momento de verificar y realizar el análisis de las tiendas online, el 44.44%, opta por revisar paso a paso cada estructura de lo que esté conformada, un 33.33%, se dedica a observar las ventas que ha realizado y de donde proviene dicha tienda para evitar cualquier tipo de estafa de ciertas entidades y por último el 22.22%, se caracteriza por comprobar las formas de pago con la finalidad de beneficiar al cliente.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

Los resultados del presente trabajo de investigación mediante datos cualitativos han permitido analizar y evidenciar como es el plan de importación de productos de señalética para su comercialización, dicho problema se caracteriza por presentar deficiencia en el área de importación al momento de realizar las compras de productos o artículos directamente con los proveedores.

De ahí se evidencia la necesidad de realizar la importación de productos de señalética directamente con el proveedor, por esta razón se indica que el plan de importación que se determinó dio como resultado que la importación de los productos de señalética sea de éxito incrementado a base de asesoría. Dentro de este orden consiste en dirigir al importador desde el planteamiento del plan de importación, hasta la llegada del producto requerido y finalmente a su respectiva comercialización al mercado nacional.

Es necesario profundizar el tema de las importaciones para poder manejar el proceso, de este modo se evidencia la necesidad de realizar la importación de productos de señalética directamente con el proveedor, obteniendo su mercadería a tiempo por el cual se debe tener presente los acuerdos comerciales que existen entre países. Además, el avance tecnológico se ha desarrollado de manera que ha sido de gran ayuda para los países menos desarrollados por el motivo que importan y exportan productos novedosos.

Finalmente, la elaboración del plan de importación consistió en poder definir la demanda del producto a importar para luego proceder a cotizar y comparar los precios de dicho producto con la finalidad de que ese producto sea factible en el mercado nacional, una vez que ya se tiene elegido el precio y calidad del producto se contacta con un proveedor especializado para decidir cuál será el país de origen y el total del producto y planificar la logística del producto del país de origen hacia el país de destino vía marítima o aérea, también el saber manejar el tema de las regulaciones y restricciones no arancelarias, donde el producto lo puede necesitar como son las normas, el etiquetado, permisos de importación, entre otros, y finalmente se debe tener en cuenta los gastos que se presentan por cubrir como son, los seguros de los productos internacionales como el caso del flete nacional cuando arriba el producto al país destino.

De acuerdo a los resultados de la presente investigación, tiene la posibilidad de ser aplicados en las empresas mediante un estudio de aportaciones, obteniendo así una mejora continua en el área logística de importación convirtiéndose en una empresa competitiva a nivel nacional.

4.1. SECCIÓN ECONÓMICA: INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE Y PRESUPUESTO

4.1.2. Infraestructura disponible para el desarrollo de la investigación

- ✓ Internet
- ✓ Materiales de oficina
- ✓ Departamento de conferencias
- ✓ Asesor
- ✓ Telefonía
- ✓ Energía eléctrica

4.1.3. PRESUPUESTO

Computadora	\$ 650
Aire acondicionado	\$ 160
Impresora	\$150
Tinta	\$50
Servicio técnico	\$70
Archivador	\$100
TOTAL	\$1.180

Tabla 19 Presupuesto

Tabla Fuente: Elaborado por los autores

Conclusiones

- Mediante una investigación bibliográfica y resultados obtenidos, se demostró que el plan de importación de productos de señalética consiste en dirigir al importador desde el planteamiento hasta la llegada del producto para su respectiva comercialización al mercado nacional.
- Se evidenció que la situación actual del plan de importación y comercialización adoptó asesorías a empresas e instituciones especializadas, permitiendo decidir si la importación es factible para el importador.
- Se obtuvo que el proceso de importación, corroboró que el cliente debe tener presente los acuerdos comerciales que existen entre ambos países para obtener su mercadería a tiempo.
- Se elaboró un plan de importación de productos de señalética, con el propósito de que las empresas realicen sus importaciones con éxito, el cual consistió que se debe definir la demanda del producto a importar, cotizar y comparar precios en el mercado.
- Finalmente se aplicó el plan de los productos de señalética en las empresas nacionales, dando como resultado que dicho proceso se puede realizar directamente con los proveedores y con ello se obtuvo una mejor acogida en el mercado nacional.

Recomendaciones

- Mejorar el proceso de importación con los productos de señalética en el mercado nacional, para obtener compras directas con los proveedores sin ayuda de intermediarios y así alcanzar buena rentabilidad en las empresas.
- Las empresas importadoras deben considerar la verificación de la situación actual del plan de importación y su comercialización, para su respectiva mejora en el asesoramiento.
- Los importadores deben especializarse en el proceso de importación, de tal manera que ayude a realizar las compras de forma eficiente y factible.
- Se requiere diseñar un plan de importación de productos de señalética para decidir si las importaciones son viables y rentables para los clientes o compradores, tomando en cuenta ciertos factores como la calidad del producto, el precio, origen o tamaño, entre otros, y de esta manera permite especializarse en su desarrollo como importador.
- Utilizar el plan de importación en las empresas importadoras, ayudará a realizar un proceso de importación seguro y con ello obtener mejor acogida en el mercado nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ballesteros, D., y Ballesteros, P. (2004). La logística competitiva y la administración de la cadena de suministros. *Scientia Et Technica*, X(24), 201-206. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/849/84912053030.pdf>
- Calderón, E. (2019). Los Incoterms a través de la Autonomía Conflictual. *Derecho global. Estudios sobre derecho y justicia*, 5(13). Retrieved from http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-51362019000300104&script=sci_arttext
- Cárdenas, A., y Orozco, J. (2020). Publicidad social y su influencia en la percepción de las campañas sociales de prevención de accidentes de tránsito en Ecuador. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 219-231. Retrieved from http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182020000200219
- Chaparro, M., Hernández, A., y Parras, A. (2018). Análisis espacial y del entorno físico de accidentes de tránsito en la ciudad de Resistencia, Chaco, Argentina. *Salud colectiva*, 14(1). Retrieved from http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-82652018000100139
- Cortés, M. (2021). El neuromarketing y la comercialización de productos y servicios. *revista académica de marketing aplicado*, 25(1), 118-130. https://revistas.udc.es/index.php/REDMARKA/article/view/redma.2021.25.1.8097/g8097_pdf
- Fierro, I., y Villacres, C. (2014). Diagnóstico de la cadena logística de exportación del banano ecuatoriano hacia Estados Unidos de América. *Saber, ciencia y libertad*, 9(1), 77-90. Retrieved from [file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-DiagnosticoDeLaCadenaLogisticaDeExportacionDelBana-5104976%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-DiagnosticoDeLaCadenaLogisticaDeExportacionDelBana-5104976%20(2).pdf)
- Flores, M., Conlago, C., Yunda, J., Aldás, M., y Flores, C. (2018). Implementación de un algoritmo para la detección de señales de Tránsito del Ecuador: pare, ceda el paso y velocidad. *Revista de Ciencia y Tecnología*(20), 9-20. Retrieved from http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-860X2018000200009

- Flórez, C., Patiño, C., Rodríguez, J., Ariza, L., y González, R. (2018). Análisis multicausal de ‘accidentes’ de tránsito en dos ciudades de Colombia. *Archivos de Medicina (Manizales)*, 18(1), 69-85. Retrieved from <https://www.redalyc.org/journal/2738/273856494007/html/>
- Gaytán, O. (2017). La logística: clave para la competitividad global de las pequeñas y medianas empresas del estado de Jalisco en México. *revista de tecnología y sociedad*, 6(11). Retrieved from http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-36072017000100004&lang=es
- Gómez, A., y Ramirez, Z. (2017). Causalidad entre las importaciones y el crecimiento económico: evidencia empírica para el departamento del cauca (Colombia). *Revista Facultad de Ciencias Economicas*, XXV(2), 41-62. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/909/90952679004.pdf>
- Guerrero, M., y Vásquez, Y. (2020). Características de la logística y la infraestructura de Puerto Antioquia en las exportaciones antioqueñas. *Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, 8(13), 169-182. Retrieved from <https://www.redalyc.org/journal/5518/551868969007/551868969007.pdf>
- Lima, O., Breval, S., Rodríguez, C., y Follmann, N. (2017). Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma. *chilena de ingeniería*, 264 - 276. Retrieved from https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052017000200264
- Martínez, L., y El Kadi, O. (2019). Logística Integral y Calidad Total, Filosofía de Gestión Organizacional orientadas al cliente. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, IV(7), 202-232. Retrieved from <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/105/105590012/105590012.pdf>
- Martínez, L., y Olaya, Y. (2019). Estimación de costos del ciclo de vida para la estabilización de vías terciarias en Colombia con subproductos industriales. *Lecturas de Economía*(91), 241-277. Retrieved from <file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-EstimacionDeCostosDelCicloDeVidaParaLaEstabilizaci-7012958.pdf>

- Norman, E., y Mora, Á. (2017). Los modelos logísticos como herramientas para la construcción de la eficiencia empresarial. *Punto de Vista*, 8(12), 45-54. Retrieved from <file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-LosModelosLogisticosComoHerramientasParaLaConstruc-6703996.pdf>
- Ocampo, P. (2009). Gerencia logística y global. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(66), 113-136. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/206/20620269006.pdf>
- Ortega, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 233-247. Retrieved from http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182020000200233
- Padrón, L. (2016). El enfoque logístico en el sistema de gestión empresarial de las Cooperativas no Agropecuarias. *Revista de Cooperativismo y Desarrollo*, 4(2), 102-109. Obtenido de <file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-ElEnfoqueLogisticoEnElSistemaDeGestionEmpresarialD-5768615.pdf>
- Puglla, R., Andrade, D., y Vanegas, J. (2017). Análisis comparativo de las exportaciones e importaciones 2013-2016 al implementar la nueva matriz productiva ecuatoriana. *Revista Killkana Sociales*, 1(3), 1-8. Retrieved from [file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-AnalisisComparativoDeLasExportacionesElImportacione-6297483%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-AnalisisComparativoDeLasExportacionesElImportacione-6297483%20(2).pdf)
- Rangel, M., Pinza, J., Fajardo, J., y Velasco, J. (2019). Principales determinantes de las importaciones en Colombia. 2000 – 2016. *Revista TENDENCIAS*, XX (1), 130 - 157. Retrieved from <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v20n1/2539-0554-tend-20-01-00130.pdf>
- Rizo, M., Vuelta, D., Vargas, B., y Leyva, E. (2018). Estrategia de comercialización para mejorar la gestión de ventas en la Empresa Porcino Santiago de Cuba. *Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba*, 1(1), 44-57. Retrieved from <https://www.redalyc.org/journal/1813/181358738014/html/>
- Tarek, A., Fausto, C., y Olga, R. (2020). Análisis del congestionamiento vehicular para el mejoramiento de vía principal en Guayaquil-Ecuador. *Revista Gaceta Técnica.*,

- 21(2), 4-23. Retrieved from
<https://www.redalyc.org/journal/5703/570363740001/html/>
- Vega, D., y Fernández, L. (2017). El pronóstico de los precios internacionales para la elaboración del plan de comercio exterior en Cuba. *Economía y Desarrollo*(1), 91-104. Retrieved from <http://scielo.sld.cu/pdf/eyd/v158n2/eyd06217.pdf>
- Verduga, A. (2014). logistics business enterprises in production, marketing and services in portoviejo. *ECA Sinergia*, 5(1), 1-8. Retrieved from
[file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-LogisticaEmpresarialEnEmpresasDeProduccionComercia-6197595%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-LogisticaEmpresarialEnEmpresasDeProduccionComercia-6197595%20(5).pdf)
- Yagual, A., Mite, M., Narváez, J., y Proaño, S. (2019). Efecto del crecimiento económico del sector logístico sobre el Producto Interno Bruto en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(3), 186-197. Retrieved from
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28060161013>

ANEXOS

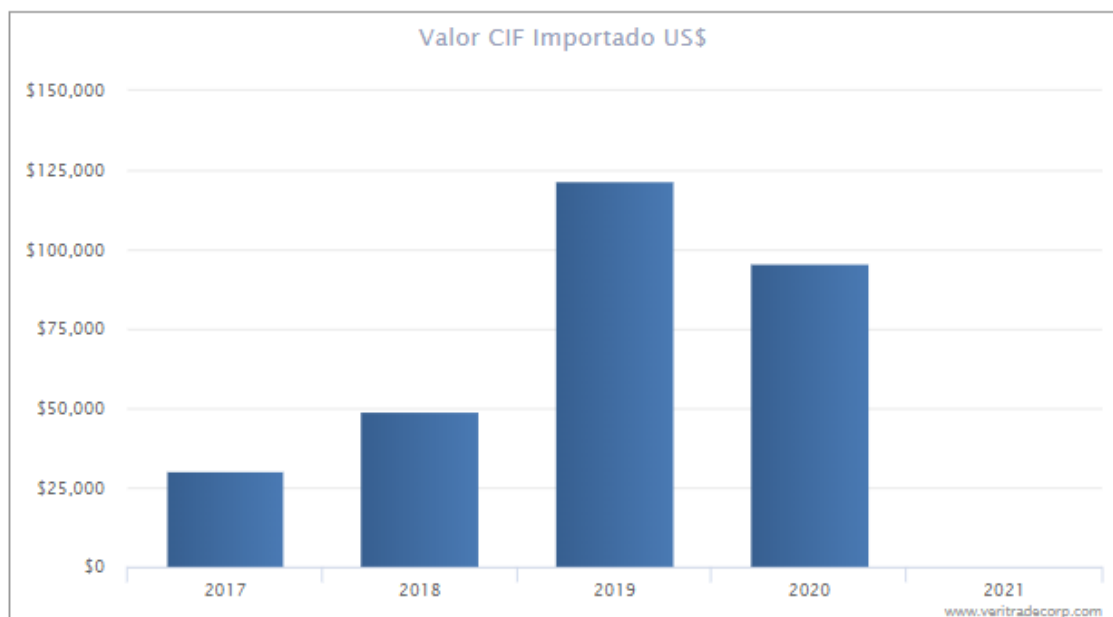
COMISIÓN DE TRÁNSITO DEL ECUADOR SEÑALÉTICA Y SEMAFORIZACIÓN

PRODUCTO/ SERVICIO	CANTIDAD
Controladores instalados- semaforización	28
Semáforos led's instalados	58
Mantenimiento intersecciones- semaforización	868
Semáforos peatonales instalados	28
Estudios de señalización y semaforización - informes técnicos	72



AÑO 2019

IMPORTACIONES DE PRODUCTOS DE SEÑALÉTICA DEL AÑO 2017-2020



GUILLERMO LASSO MENDOZA

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

DECRETA:

**DECLARAR POLÍTICA PÚBLICA PRIORITARIA LA FACILITACIÓN DEL COMERCIO
Y DE LA PRODUCCIÓN, LA SIMPLIFICACIÓN DE TRÁMITES Y LA AGENDA DE
COMPETITIVIDAD**

Artículo 1.- Declárese política pública prioritaria de la República del Ecuador la facilitación al comercio internacional y la promoción y atracción de inversiones mediante el fomento de la competitividad, la aplicación y ejecución de buenas prácticas regulatorias y la simplificación, eficiencia y transparencia de los procesos administrativos.

Artículo 2.- Disponer a todas las instituciones y organismos de la Administración Pública Central e Institucional relacionadas con la producción, promoción del comercio internacional y atracción de inversiones, el trabajo conjunto, colaborativo y coordinado, con énfasis en la apertura económica, con la finalidad de ejecutar el plan de acción que contendrá lo siguiente:

- a) Definición de la nueva política pública comercial, arancelaria, de calidad y de promoción y fomento de exportaciones, y de competitividad.
- b) Definición de la nueva política pública de promoción y atracción de inversiones nacionales e internacionales.
- c) Definición de las acciones urgentes e inmediatas para la reactivación productiva con la finalidad de mitigar los efectos económicos derivados de la pandemia de COVID-19.

La definición de las nuevas políticas públicas y acciones urgentes serán lideradas por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, en coordinación con el delegado de la Presidencia de la República que será designado para el efecto.

Artículo 3.- El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca en coordinación con el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información y con la Secretaría General Jurídica de la Presidencia, definirán conjuntamente el listado de las instituciones y organismos de la Administración Pública Central e Institucional que iniciarán la revisión interna de las regulaciones que son objeto del presente Decreto Ejecutivo, para que estas presenten ante dichas carteras de Estado, en el término máximo de 30 días, el plan de acción destinado a la aplicación y ejecución de:

- a) Simplificación de trámites, procedimientos y procesos.
- b) Implementación y priorización de los controles posteriores (*ex post*).
- c) Armonización y uniformidad de los trámites y regulaciones vigentes en el ordenamiento jurídico ecuatoriano, con los instrumentos internacionales suscritos y ratificados por el Ecuador. Esto incluye eliminar la duplicidad normativa en los diferentes trámites, procedimientos y procesos.
- d) Implementación y fortalecimiento de Buenas Prácticas Regulatorias (BPR).

Sin perjuicio de lo anterior, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, Comité de Comercio Exterior (COMEX); aquellas entidades que conforman el Sistema Ecuatoriano de la Calidad, Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) y Servicio de Acreditación Ecuatoriano

GUILLERMO LASSO MENDOZA

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

(SAE), Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCOSA), Agencia de Aseguramiento de la Calidad de los Servicios de Salud y Medicina Prepagada (ACCESS), Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (AGROCALIDAD), Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), Servicio de Rentas Internas (SRI), deberán iniciar con carácter prioritario el mencionado Plan de Acción.

Artículo 4.- Las instituciones y organismos de la Administración Pública Central e Institucional que mantengan requerimientos como licencias, registros, permisos, certificados y demás instrumentos relacionados con el comercio exterior, deberán coordinar con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador como entidad rectora del Sistema Nacional de Ventanilla Única (VUE) para que en el término de 30 días sea publicada toda la información sobre dichos requerimientos.

El Sistema Nacional de Ventanilla Única (VUE) deberá ofrecer información libre y fácil acceso a toda la información relacionada con operadores de comercio exterior autorizados, requisitos de importación y exportación de todo tipo de mercancías, arancel nacional de importaciones, restricciones de importación y exportación vigentes y todo tipo de información que fuere necesaria para que el público en general pueda informarse con facilidad de los requisitos legales y operativos que se deben cumplir para realizar operaciones de comercio exterior.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá solicitar a las distintas entidades públicas, información adicional que considere necesaria para cumplir con el objetivo de que tal información conste en un solo repositorio de acceso público.

En general, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y el Servicio de Rentas Internas precautelarán el cabal desarrollo de las actividades de comercio exterior y harán las reformas necesarias para evitar trabas o retardos en las operaciones de esta índole.

En ninguna circunstancia se impedirá las operaciones de comercio exterior a través de limitaciones de los sistemas informáticos de las instituciones y organismos públicos, salvo resolución firme o ejecutoriada de autoridad competente o acto administrativo válido. Todas las instituciones deberán derogar sus acuerdos y resoluciones de carácter general, así como procedimientos y lineamientos internos que contraríen esta disposición.

Todas las instituciones de la Función Ejecutiva deberán mantener registros actualizados de los estados de los procesos administrativos y judiciales en los que sean partes procesales.

Artículo 5.- La Secretaría Técnica del Comité de Comercio Exterior (COMEX) en un término de 30 días revisará la lista de los bienes sujetos a la presentación de Documentos de Control Previo de Importación (DCP), destacando la justificación que acredita cada uno de ellos y evidenciando si un mismo bien está sujeto al cumplimiento de más de un DCP, para analizar la pertinencia de las exigencias existentes, eliminar controles duplicados y reducir en la medida de lo posible los documentos exigidos.

Para el cumplimiento de esta disposición todas las entidades de control estarán obligadas a proporcionar al Comité de Comercio Exterior (COMEX) la información que este les requiera respecto a los DCP de competencia de cada una de ellas.

GUILLERMO LASSO MENDOZA

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca presentará al Comité de Comercio Exterior (COMEX) el detalle de bienes determinados como Mercancías No Sujetas a Control, para efectos de la obtención de certificados de cumplimiento de reglamentos técnicos, las particularidades que diferencian a los bienes en referencia de los efectivamente sujetos a control, el reglamento técnico al que se hace alusión, entre otras particularidades.

El listado de bienes no sujetos a control será de libre acceso al público y no se exigirá autorizaciones o trámites particulares adicionales para ese tipo de bienes, con relación a los reglamentos técnicos.

Artículo 6.- El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca en un término de 30 días presentará los parámetros técnicos para la definición de la nueva política pública de calidad que busque proteger a los consumidores y fomentar la competitividad en el mercado local e internacional, observando las disposiciones contenidas en el acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y los instrumentos internacionales suscritos y ratificados por el Ecuador. Para el efecto, se deberá priorizar y fomentar el control posterior sujeto a severas sanciones por incumplimiento, el cual se basará principalmente en un sistema de perfil de riesgo y se deberá observar y aplicar la equivalencia con las normas internacionales.

Con el objetivo de mejorar el Sistema Ecuatoriano de la Calidad, el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) presentará un detalle pormenorizado de todos los reglamentos técnicos y normas técnicas que se encuentran vigentes, identificando características claves de su objetivo, equivalencia de norma internacional y propuesta de revisión. Para el efecto, dentro del detalle se presentará la justificación de aquellos reglamentos técnicos que de manera indispensable presentarán evaluación de la conformidad como control previo a la importación y/o comercialización.

El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN), ARCSA y ACESS, presentarán un plan articulado para la gestión del control posterior, dentro de sus ámbitos y alcance de inspección, en miras de ejecutar acciones consensuadas y contundentes frente al comercio informal de bienes y contrabando en todo el territorio nacional.

Se dispone al Ministerio de Gobierno y al Ministerio de Defensa, en el ámbito de sus competencias, realizar el acompañamiento necesario para el cumplimiento de esta disposición.

Artículo 7.- ARCSA, ACESS, AGROCALIDAD y el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica en el término de 30 días presentarán un estatus de todos los trámites pendientes de atención con corte al 31 de mayo de 2021, así como el plan de gestión que permita optimizar la atención y despacho de estos.

Artículo 8.- El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca en el término de 30 días, presentará ante el Pleno del Comité de Comercio Exterior (COMEX) la propuesta de reforma arancelaria, especialmente de materias primas, insumos y bienes de capital para mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos y fortalecer la competitividad del agro y la industria del país, dentro de la cual se podrán revisar tanto tarifas arancelarias, así como aperturas arancelarias o simplificación de aranceles.

GUILLERMO LASSO MENDOZA

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

Artículo 9.- En miras de contar con un Arancel Nacional de Importaciones más completo y preciso en cuanto a la identificación de bienes, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, en el término de 30 días, presentará al Comité de Comercio Exterior (COMEX) un catálogo de todas las subpartidas arancelarias a las que se les ha asignado códigos suplementarios (TNAN), con la justificación dada a cada uno de ellos y presentará las propuestas pertinentes para que se establezcan las correspondientes aperturas nacionales a nivel arancelario.

Artículo 10.- El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador establecerá procedimientos simplificados que prevean la calificación y aprobación de operadores de comercio exterior en máximo 45 días, precautelando la revisión de los requisitos establecidos y privilegiando la ejecución de controles posteriores de constatación.

Artículo 11.- Para reactivar las exportaciones de pequeñas y medianas empresas, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, en coordinación con las entidades públicas y privadas respectivas, presentará un programa para facilitar y promover las mismas a través de régimen postal simplificado.

Artículo 12.- Créase el Comité de Reactivación que permita la conformación de mesas de trabajo, el cual bajo metodologías ágiles permita identificar el plan de acción y las acciones prioritarias sectoriales para enfrentar el impacto económico del COVID-19, con un enfoque de colaboración inmediata. Este Comité determinará un plan de acción ágil, con compromisos tanto para el sector público y privado, los cuales decantarán en alianzas por la producción.

El plan de acción resultante de las mesas de trabajo sentará las bases para la construcción de la Estrategia Nacional de Competitividad, la cual será definida por el Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación, CONEIN, de conformidad con el artículo 9 de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.

Para el desarrollo de la Estrategia Nacional de Competitividad se impulsará el desarrollo de iniciativas clústeres, las cuales son esfuerzos organizados que facilitan un adecuado trabajo colaborativo entre sector público y privado y academia, orientado a mejorar la productividad del tejido empresarial y el entorno para los diferentes sectores productivos.

Artículo 13.- El Ministerio de Economía y Finanzas junto al Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca participará activamente en el apoyo y revisión de los posibles cambios y efectos presupuestarios de las entidades mencionadas en este Decreto Ejecutivo.

DISPOSICIONES GENERALES:

PRIMERA.- Para la ejecución de las políticas que se diseñen con las reformas previstas en este Decreto Ejecutivo, el Ministerio de la Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca podrá contratar, con cargo a su presupuesto, las asesorías técnicas que estime necesarias, considerando que la implementación de estas reformas y otras relacionadas no podrá superar el plazo de un (1) año, contado a partir de la fecha de suscripción del presente Decreto Ejecutivo; así como el mencionado Ministerio podrá gestionar fondos de cooperación internacional tanto pública como privada para el cumplimiento de este Decreto Ejecutivo.

GUILLERMO LASSO MENDOZA

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

SEGUNDA.- Los plazos y términos establecidos en el presente Decreto Ejecutivo se contarán a partir de la fecha de suscripción del mismo.

TERCERA.- El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador levantará la información necesaria para el cumplimiento de lo dispuesto en este Decreto Ejecutivo en el ámbito de sus competencias. Además, remitirá a la Secretaría General Jurídica de la Presidencia, en el término de 30 días, un proyecto de reforma al Reglamento al Capítulo V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA ÚNICA:

Deróguese el Decreto Ejecutivo No. 1332 del 13 de mayo de 2021; y, deróguese toda norma de igual o inferior jerarquía que contravenga lo dispuesto en el presente Decreto Ejecutivo.

DISPOSICIÓN FINAL:

De la ejecución del presente Decreto Ejecutivo encárguese al Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca; Ministerio de Economía y Finanzas, Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, Secretaría General Jurídica de la Presidencia y demás instituciones que por sus competencias y atribuciones deban ejecutar las disposiciones constantes en este instrumento normativo.

Este Decreto Ejecutivo entrará en vigencia a partir de la fecha de su suscripción sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en el Palacio Nacional, Distrito Metropolitano de Quito, el 9 de junio de 2021.



Guillermo Lasso Mendoza
PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA