



**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
“HEROES DEL CENEPA”**

**INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

**“PROPUESTA PARA LA CREACION DE UN
DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR DENTRO DE
LA PREFECTURA DE SANTO DOMINGO DE LOS
TSÁCHILAS QUE BRINDE SERVICIOS A LA COMUNIDAD”**

**KELLY VALERIA PÉREZ IBUJÉS
ZAYRA ALEXANDRA FLORES HERNANDÉZ**

**Tesis presentada como requisito previo a la obtención del
grado de:**

**INGENIERO (A) EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

AÑO 2013

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, Zayra Alexandra Flores Hernández y Kelly Valeria Pérez Ibujés

DECLARAMOS QUE:

El proyecto de grado denominado “*PROPUESTA PARA LA CREACION DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR DENTRO DE LA PREFECTURA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS QUE BRINDE SERVICIOS A LA COMUNIDAD*”, ha sido desarrollado exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, 22 de Marzo de 2013

Zayra Flores

Zayra Alexandra Flores Hernández



Kelly Valeria Pérez Ibujés

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

CERTIFICADO

Ing. Fabián Guayasamín e Ing. Gonzalo Larrea

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “*PROPUESTA PARA LA CREACION DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR DENTRO DE LA PREFECTURA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS QUE BRINDE SERVICIOS A LA COMUNIDAD*” realizado por *Zayra Alexandra Flores Hernández* y *Kelly Valeria Pérez Ibujés*, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

El mencionado trabajo consta de dos documentos empastados y dos discos compactos los cuales contienen los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf).

Autorizan a por *Zayra Alexandra Flores Hernández* y *Kelly Valeria Pérez Ibujés* que lo entreguen a *Ing. Fabián Guayasamín*, en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, 22 de Marzo de 2013

Ing. Fabián Guayasamín
DIRECTOR

Ing. Gonzalo Larrea
CODIRECTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

AUTORIZACION

Nosotras, Zayra Alexandra Flores Hernández y Kelly Valeria Pérez Ibujés

Autorizamos a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “PROPUESTA PARA LA CREACION DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR DENTRO DE LA PREFECTURA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS QUE BRINDE SERVICIOS A LA COMUNIDAD”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, 22 de Marzo de 2013

Zayra Flores

Zayra Alexandra Flores Hernández

Kelly Valeria Pérez Ibujés

DEDICATORIA

A Dios.

Por habernos permitido llegar hasta este punto y darnos salud e inteligencia para cumplir una meta más de nuestra vida, además de su infinita bondad y amor.

A nuestros padres.

Por apoyarnos en todo momento y circunstancia, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que nos permite ser personas de bien, pero más que nada, por su eterno amor y paciencia.

A nuestros maestros.

A los Ingenieros Fabián Guayasamín y Gonzalo Larrea por su valiosa guía y apoyo para la elaboración de esta propuesta; al Ing. Edgar Romero por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional; a todos los docentes que fueron parte de nuestra vida estudiantil lo que permitió la culminación de nuestros estudios.

A nuestros amigos.

Que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y que hasta ahora, seguimos conservando esta gran amistad.

AGRADECIMIENTO

Inicialmente tenemos el agrado de agradecer a la prestigiosa Prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas, institución que permitió con su apoyo que esta tesis sea posible.

Agradecemos principalmente a la Asociación de Agricultores “Juntos Triunfaremos” de la provincia Tsáchila por haber confiado en nosotras y haber sido parte elemental de la elaboración de esta propuesta.

Reconocemos de manera muy cordial y afectuosa la ayuda de los economistas Ana Puebla y David Molina quienes supieron asesorarnos en varios aspectos en el desarrollo de esta propuesta. También tuvimos el agrado de contar con el ingeniero José Chamorro que fue nuestra guía en la estructuración del proyecto.

A todos ellos quienes no han sido nombrados y sin embargo fueron parte de la elaboración de esta tesis muchas gracias.

TABLADE CONTENIDOS

CAPITULO I	5
ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	5
1.1. INTRODUCCIÓN	5
1.2. ANTECEDENTES	6
1.3. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	7
1.3.1. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	7
1.3.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.3.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	10
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	10
1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICO	10
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	11
1.5.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	12
1.5.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	13
1.6. MARCO REFERENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.6.1. MARCO TEÓRICO	13
1.6.2. GLOSARIO	16
1.7. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	18
1.8. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	18
1.8.1. TIPOS DE ESTUDIO Y METODOLOGÍAS APLICADAS	18
1.9. PRODUCTOS ENTREGABLES	19
1.10. BENEFICIOS ESPERADOS	21
CAPITULO II	22
GENERALIDADES DE LA PROVINCIA TSÁCHILA	22
2.1. INFORMACION GENERAL	22
2.2. DIVISIÓN POLÍTICA DE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	24
2.3. UBICACIÓN GEOGRAFICA	25

2.4. INDICADORES PRINCIPALES.....	27
2.4.1. POBLACIÓN	27
2.4.2. POBLACIÓN OCUPADA.....	29
2.4.3. ANÁLISIS DE LA PEA, PEI POR CONDICIÓN DE ACTIVIDAD DE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	33
2.4.4. ACTIVIDADES ECONÓMICAS	35
2.4.5. ASPECTOS TERRITORIALES DE LA REGIÓN 4	36
2.4.6. PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2009-2013.....	37
2.4.7. CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES.....	39
CAPITULO III.....	44
ESTUDIO DE MERCADO.....	44
3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	44
3.2. OBJETIVOS.....	45
3.2.1. OBJETIVO GENERAL	45
3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	45
3.2.3. MAPA DE ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR.....	46
3.3. ANÁLISIS DE LOS ACTORES.....	47
3.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	48
3.5. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	49
3.6. META ECONOMÍA DE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS.....	49
3.7. ANALISIS SITUACIONAL.....	50
3.8. POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.....	51
3.8.1. PRINCIPALES CADENAS PRODUCTIVAS DE LA ZONA.....	51
3.9. NÚMERO DE ASOCIACIONES DE LAS PRINCIPALES CADENAS PRODUCTIVAS DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	53
3.10. ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS QUE EJERCEN Y PROMUEVEN EL COMERCIO EXTERIOR EN EL PAIS.....	54
3.11. ANÁLISIS DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS	56
3.11.1. ASESORIA-PROVEEDORES.....	56

3.11.2.	ASESORIA EN CALIDAD	57
3.11.3.	ASESORIA EN PRECIOS.....	57
3.11.4.	ASISTENCIA AL EXPORTADOR.....	57
3.11.5.	APOYO EN COMERCIO EXTERIOR	58
3.11.6.	ASISTENCIA EN EL DESARROLLO DE ESTÁNDARES (ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE)	58
3.11.7.	ASESORIA EN ETIQUETADO.....	59
3.11.8.	CONDICIONES DE COMERCIO EXTERIOR	59
3.11.9.	CLASIFICACION ARANCELARIA.....	59
3.12.	CONCLUSIONES.....	60
3.13.	DEMANDA ESPERADA.....	61
3.14.	FORMA DE OPERAR Y ALIADOS.....	61
3.15.	IMPACTOS ESPERADOS.....	62
	CAPITULO IV.....	65
	ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR DE LA PREFECTURA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS.....	65
4.1.	ESTRUCTURA ORGÁNICO - FUNCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO	65
4.2.	PLANIFICACIÓN Y UBICACIÓN DE LOS FUNCIONARIOS DE DIRECCIÓN, FUNCIONARIOS DE LIBRE NOMBRAMIENTO PERTINENTES AL DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PROVINCIAL	66
	CAPITULO V.....	71
	VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD - DEFINICIONES.....	71
5.1.	ESTRATEGIA DE COBERTURA DEL DEPARTAMENTO:	71
5.1.1.	ESTRATEGIA DE VINCULACIÓN.....	72
5.1.2.	ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE SERVICIOS DE ASESORÍA.....	73
5.1.3.	ESTRATEGIA DE ESPECIALIZACIÓN SELECTIVA.....	74
5.1.4.	SERVICIOS DE ASESORÍA DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR	74
5.2.	EJEMPLO REAL DE ASESORIA EN COMERCIO EXTERIOR.....	86

5.2.1.	CONSIDERACIONES PREVIAS PARA LA EXPORTACIÓN.....	87
5.2.2.	PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.....	88
5.2.3.	NORMAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO A VENEZUELA.....	89
5.3.	NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL.....	90
5.3.1.	INCOTERMS.....	90
5.3.2.	MODELO DE CONTRATO DE COMPRA-VENTA INTERNACIONAL.....	95
5.4.	REQUISITOS PREVIOS PARA SER UN OPERADOR DE COMERCIO EXTERIOR:.....	96
5.5.	REGISTRO COMO PRODUCTOR - EXPORTADOR DE PRODUCTOS VEGETALES EN AGROCALIDAD	100
5.6.	OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO DE ORIGEN.....	102
5.7.	OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO FITOSANITARIO	103
5.8.	CADENA LOGÍSTICA.....	103
5.8.1.	TRANSPORTE.....	105
5.8.2.	TRÁNSITO Y ADUANAS.....	106
5.8.3.	BENEFICIO SOCIAL A LA COMUNIDAD.....	108
	CAPITULO VI.....	110
	ANÁLISIS ECONÓMICO SOCIAL.....	110
6.1.	PRESUPUESTO.....	110
6.2.	IMPACTOS ECONÓMICOS	114
6.3.	FLUJOS ECONÓMICOS	119
6.3.1.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	122
	BIBLIOGRAFÍA.....	125
	ANEXOS.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: CARACTERÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	23
TABLA 3: POBLACIÓN.....	27
TABLA4: NÚMERO DE HABITANTES SEGÚN EDAD	28
TABLA 6: SANTO DOMINGO	33
POBALCIÓN TOTAL SEGÚN GRUPOS DE EDAD POR CONDICIÓN DE ACTIVIDAD	33
TABLA 7: ACTIVIDADES ECONOMICAS.....	35
TABLA 8: PRINCIPALES CADENAS PRODUCTIVAS DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	52
TABLA 9: CUADRO RESÚMEN ASOCIACIONES, COMITÉS, GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA	53
TABLA 10: MATRIZ DE SERVICIOS COMERCIO EXTERIOR DE ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS.....	54
TABLA 11: PRODUCCIÓN 2009-2010 SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS.....	62
TABLA 12: COSTO DEL REGISTRO COMO PRODUCTOR-EXPORTADOR DE PRODUCTOS VEGETALES.....	101
TABLA 13: FLUJO GRAMA DE LA CADENA LOGÍSTICA EN LA EXPORTACIÓN DE ACEITE DE PALMA HACIA VENEZUELA.....	104
TABLA 14: EMPRESAS DE ANDINATIC CAPITULO ECUADOR.....	105
TABLA 15: CLASIFICACIÓN DE ASOCIACIONES DE SANTO DOMINGO	108
TABLA 16: INVERSION PREOPERATIVO	110
TABLA 17: GASTOS MENSUALES.....	111
TABLA 18: PRESUPUESTO SEMESTRAL	113
TABLA 19: PROYECCION PRESUPUESTARIA	114
TABLA 20: PORCENTAJES DE PARTICIPACION DE LAS ASOCIACIONES EN LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA PROVINCIA.....	115
TABLA 21: PROFORMA DE OLIMPOLOGISTICS.....	116

TABLA 22: NUMERO DE BENEFICIADOS X ASOCIACION VS GASTO MENSUAL.....	117
TABLA 23: COMPARACION PROFORMA OLIMPOLOGISTICS VS DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR.....	118
TABLA 24: FLUJOS PROYECTADOS.....	120

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: EXPORTACIONES PETROLERAS Y NO PETROLERAS DEL ECUADOR.....	9
GRÁFICO 2: PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	22
GRÁFICO 3: DIVISIÓN POLÍTICA DE LA PROVINCIA	25
GRÁFICO 4: UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS EN EL ECUADOR.....	25
GRÁFICO 5: MAPA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	26
GRÁFICO 6: DISTRIBUCIÓN DE FUERZA LABORAL POR ACTIVIDAD ECONOMICA	32
GRÁFICO 7: MAPA REGIÓN 4.....	36
GRÁFICO 8: REGIÓN 4 MCPEC	44
GRÁFICO 9: MAPA DE ACTORES.....	46
GRÁFICO 10: REGIÓN 4 CADENAS PRODUCTIVAS.....	50
GRÁFICO 11: ESTRUCTURA ORGANICA FUNCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SANTO DOMINGO	65
GRÁFICO 12: DIAGRAMA, FUNCIONES Y PERFIL OCUPACIONAL DE CADA FUNCIONARIO	67
GRÁFICO 13: ENVASES DE VIDRIO.....	79
GRÁFICO 14: ENVASES DE METAL.....	80
GRÁFICO 15: ENVASE DE PLÁSTICO.....	80
GRÁFICO 16: MARCADO DE CONTENEDORES.....	85
GRÁFICO 17: PROCESO DE EXPORTACIÓN DE ACEITE CRUDO DE PALMA.....	87
GRÁFICO 18: PROCESO DE EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE PALMA.....	88

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: CARTA DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 2: LISTADO DE OEA'S ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 3: ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS QUE BRINDAN ASESORIA EN COMERCIO EXTERIOR ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 4: INFORME DE ENTREVISTA A LAS CADENAS PRODUCTIVAS DE SANTO DOMINGO ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 5: ASOCIACIONES, COMITÉS, GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 6: PORTAL WEB ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 7: FICHAS TECNICAS DE LAS PRINCIPALES CADENAS PRODUCTIVAS DE SANTO DOMINGNO ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 8: PICTOGRAMAS PARA LA EXPORTACION DE ACEITE CRUDO DE PALMA ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 9: CONTRATO INTERNACIONAL DE COMPRA-VENTA ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 10: FACTURA DE SERVICIO BASICO ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 11: ESTATUTOS DE LA ASOCIACION JUNTOS TRIUNFAREMOS ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 12: NOMBRAMIENTO DEL REPRESENTANTE LEGAL ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 13: CONTRATO DE ARRIENDO ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 14: SOLICITUD PREVIA PARA LA OBTENCIÓN DEL PERMISO DE LOS BOMBEROS... ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 15: PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 16: COMPROMISO DE CUMPLIMIENTO DE ORDENANZAS RESPECTO A LA EMISIÓN DE RUIDO Y ASEO PÚBLICO¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO17: REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES.....¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 18: REGISTRO DE LA ASOCIACIÓN JUNTOS TRIUNFAREMOS EN EL BCE..... ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 19: AUTORIZACIÓN DE CERTIFICADOS DIGITALES PARA FUNCIONARIOS DE LA ASOCIACIÓN¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 20: COMPROBANTE DE PAGO DE LA CERTIFICACIÓN ELECTRÓNICA TOKEN..... ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 21: SOLICITUD DE EMISIÓN DE CERTIFICADO DIGITAL DE LA FIRMA ELECTRÓNICA..... ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 22: CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL CERTIFICADO DIGITAL DE FIRMA ELECTRÓNICA.....¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 23: SOLICITUD DE REGISTRO – ECUAPASS.....¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 24: PASOS A SEGUIR EN EL PORTAL ECUAPASS PARA REGISTRO..... ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 25: REGISTRO PRODUCTOR-EXPORTADOR DE PRODUCTOS VEGETALES EN AGROCALIDAD¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 26: DECLARACION JURAMENTADA DE ORIGEN¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 27: SOLICITUD PARA LA OBTENCION DEL CERTIFICADO DE ORIGEN ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 28: CERTIFICADO DE ORIGEN¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

..... ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 29: CERTIFICADO FITOSANITARIO¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 30: COTIZACIÓN TRANSPORTES SÁNCHEZ POLO ...¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 31: GUIA DE REMISION .. ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 32: FACTURA COMERCIAL ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 33: DECLARACION DE TRANSITO INTERNACIONAL. ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 34: CARTA PORTE INTERNACIONAL POR CARRETERA ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 35: MANIFIESTO DE CARGA INTERNACIONAL ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

RESUMEN

La presente propuesta contiene un orden lógico de capítulos para facilitar el entendimiento del investigador, de tal manera que su lectura sea ágil y enriquecedora.

En el primer capítulo se desarrolló los antecedentes y la justificación de la propuesta para la creación de un departamento de comercio exterior en la prefectura de santo domingo de los Tsáchilas.

Posteriormente, en el segundo capítulo, se detalla las generalidades de la provincia Tsáchila, localización de la misma, demografía, producción local.

En el tercer capítulo encontramos un estudio de mercado con el cual se identificó los principales actores que intervienen directa e indirectamente con el departamento tal es el caso de las asociaciones y grupos de interés, entidades públicas y privadas.

El cuarto capítulo se detalla el orgánico funcional de la prefectura y como se anexaría el departamento de comercio exterior en el mismo de tal manera que no pierda su jerarquía.

Consecutivamente tenemos el quinto capítulo el cual contiene las estrategias de vinculación con la comunidad santodomingueña así también el ejemplo práctico- real que servirá de guía para posteriores estudios.

Finalmente tenemos en el sexto capítulo el análisis económico social que permite determinar los diferentes escenarios a los cuales se puede enfrentar el departamento como tal.

En el desarrollo de la propuesta se identificó que en forma general no existe en cada gobierno provincial y municipal un departamento que se encargue y preocupe por el desarrollo, fomento y asesoría en ámbitos de comercio exterior. Por este motivo y la ubicación estratégica de la provincia Tsáchila se planteó la propuesta a para la creación de un Departamento de Comercio Exterior dentro de la prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas que brinde servicios de asesoría a la comunidad.

ABSTRACT

This proposal contains a logical order of chapters to facilitate understanding of the researcher, so that reading is agile and enriching.

In the first chapter the development background and rationale of the proposal for the creation of a foreign trade department in the prefecture of Santo Domingo de los Tsáchilas.

Subsequently, the second chapter contain a detailed overview of the province Tsáchila, stone location, demographics and local production.

In the third chapter we find a market study which identified the main actors directly and indirectly meddle with the department, suchas in the case of the associations, public and private entities and interest groups.

The fourth chapter details the functional organic prefecture and annexed as the foreign trade department in it so that it retains its hierarchy.

Consecutively we have the fifth chapter which contains strategies santodomingueña community outreach so-real practical example that will guide future studies.

Finally we have in the sixth chapter, the social economic analysis that determine different scenarios which may arise in the department as such.

In the developing of the present study, was identified that generally does not exist in every provincial and municipal government a department that is responsible and cares about the development, promotion and consulting in areas of foreign trade. For this reason and the strategic location of the province Tsáchila was raised to the proposal for the creation of a

Department of Foreign Trade within the prefecture of Santo Domingo de los Tsáchilas to provide advisory services to the community.

CAPITULO I

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

1.1. INTRODUCCIÓN

La presente propuesta de investigación busca establecer las necesidades de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas para impulsar las actividades productivas y los procesos de exportación y, determinar los posibles servicios a ofrecer dentro del rol del Departamento de Comercio Exterior.

El análisis empieza con la definición de las potencialidades económicas y geopolíticas de la provincia, especialmente por su clima y ubicación geográfica.

El portafolio de servicios a ofertar en Santo Domingo de los Tsáchilas será de acuerdo a las necesidades de la población Santodomingueña. Se pretende impulsar el Comercio Exterior mediante modelos, talleres, guías, trípticos, entre otros; que contienen información referente al abastecimiento de productos exportables, a la ubicación de mercados internacionales, normativas legales nacionales e internacionales en términos de comercio exterior que servirá como herramienta de vinculación con la comunidad.

El presente proyecto incluye un presupuesto operativo que será puesto a consideración de la Prefectura y una estructura organizativa que responda a los requerimientos de funcionamiento del Departamento de Comercio Exterior.

El planteamiento contenido en la presente investigación, será presentado a la Prefectura de Santo Domingo y cumplirá con todos los estatutos y reglamentos que posibiliten su conformación. Tendrá una vinculación directa con la comunidad, a la que beneficiará con el impulso del desarrollo económico, promoción de actividades de exportación e importación y la reactivación de la economía Santodomingueña.

1.2. ANTECEDENTES

Santo Domingo de los Tsáchilas es una de las provincias más jóvenes del país, estratégicamente ubicada en el punto de enlace entre las regiones Sierra y Costa. La provincia Tsáchila es considerada como el corazón del Ecuador y un sitio privilegiado por su clima cálido húmedo, en el que se pueden cultivar varios productos agrícolas, además de presentar condiciones favorables para la ganadería. Se considera a Santo Domingo como la cuarta ciudad más grande del país; lo que permitió el crecimiento del comercio en gran magnitud.

Actualmente el Gobierno Provincial de Santo Domingo tiene en su plan de desarrollo provincial algunos proyectos que promueven el crecimiento económico y social; dentro de ellos se encuentra la creación de la futura Zona de Actividad Logística, con la finalidad de generar valor agregado y servir de apoyo a los pequeños y medianos productores e indirectamente a todos los agentes de comercio exterior para facilitar sus actividades comerciales. De esta forma, será importante la implantación de programas de capacitación en Comercio Exterior en la zona.

El potencial económico y productivo de la Provincia determina la necesidad de la creación de un Departamento de Comercio Exterior que ayude a la comunidad con información, profesionales capacitados e

impulso comercial; aprovechando de esta forma todos los potenciales de la zona sin fines de lucro.

El Departamento de Comercio Exterior pretende ser creado con el fin de que, esas nuevas y buenas ideas, comerciales y productivas que emergen de Santo Domingo sean aprovechadas de la mejor manera con la ayuda de la Prefectura Santodomingueña.

1.3. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1.SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ✓ ¿Permitirá la creación del Departamento de Comercio en la Prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas elevar los niveles de producción?
- ✓ ¿Cómo incidirá el asesoramiento en la calidad y en la mejora en cuanto a la comercialización de productos?
- ✓ ¿Existirán personas interesadas en recibir los servicios de asesoría en Comercio Exterior?
- ✓ ¿Los habitantes demandarán servicios principalmente de importación y exportación de mercancías?
- ✓ ¿Se podrá determinar y brindar soluciones a los requerimientos de los habitantes de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas?

1.3.2.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente el Ecuador cuenta con el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones COPCI el cual, incentiva la producción con valor

agregado, dando ciertos beneficios a quienes logren reformar su cadena productiva, para así ser competitivos internacionalmente.

Con la finalidad de cambiar la matriz productiva se debe buscar nuevos productos y/o agregar valor a los mismos, de tal manera, que se cumpla con la normativa vigente del Buen Vivir. El país está localizado estratégicamente, lo que ayuda a cumplir esta idea de progreso.

En el desarrollo de esta investigación, se analizará a la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, en lo que tiene relación con el potencial productivo y de exportación en condiciones favorables hacia los mercados externos.

La Provincia cuenta con varios programas desarrollados por parte de la Prefectura para la capacitación de los agricultores y ganaderos localizados en la zona, y de esta forma impulsar el crecimiento sostenible de la misma.

Las potencialidades económicas y la ubicación geopolítica de la Provincia, así como la incorporación de la población a las actividades con potencial de exportación, han determinado la necesidad de crear un Departamento de Comercio Exterior en la Prefectura de Santo Domingo, por lo que lo hemos definido éste como el elemento central de la investigación.

1.3.3.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

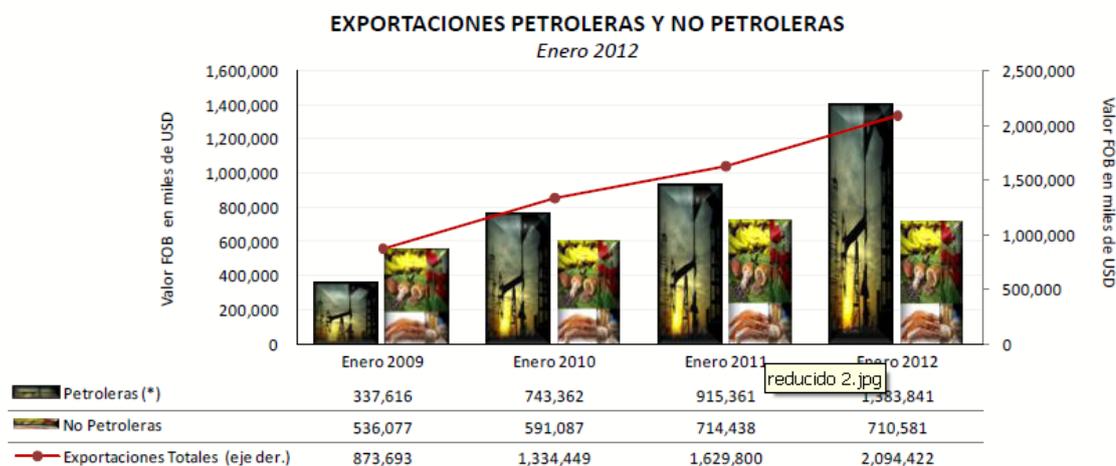
En economía, se considera que un país con eficiencia productiva puede generar un entorno competitivo, lo que tiene como resultado incentivar a las pequeñas y medianas empresas a mejorar su producción, esto implica productos de mayor calidad para los consumidores, tanto en mercados

nacionales como internacionales y, mejores condiciones de vida para la población.

Por otro lado, los países cuentan con acuerdos, tratados, convenios, entre otros; que agilitan, facilitan y compensan el comercio entre países.

El Ecuador es un país que puede beneficiarse de la agricultura, ganadería y actividades productivas que posean tecnificación, además de generar ventajas competitivas en mercados internacionales con la creación de una oferta exportable diversificada.

GRÁFICO 1: EXPORTACIONES PETROLERAS Y NO PETROLERAS DEL ECUADOR



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR 2009-2012

Con los argumentos antes expuestos, se justifica la creación de departamentos de comercio exterior en las provincias donde se generan actividades productivas que puedan beneficiar tanto al crecimiento de las empresas como al mejoramiento de la economía ecuatoriana. El desarrollo de nuevas industrias genera empleo y la tecnificación de la

producción permite obtener productos de calidad con estándares internacionales.

Los departamentos de comercio exterior deben cumplir con funciones de asesoramiento en varias áreas de comercio internacional como: Operaciones de comercio exterior, legislación aduanera, logística nacional e internacional (envases y embalajes, transportes, carga, descarga, estiba de la carga, entre otros), investigación de mercados, negociación internacional y demás actividades que intervienen y facilitan el comercio internacional.

Con el uso de “marca país” se busca generar este sentimiento de identificación, pertenencia entre los pequeños y medianos empresarios para establecer productos de calidad dentro y fuera del país y, ser reconocidos internacionalmente a través de la marca.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1.OBJETIVO GENERAL

Demostrar la viabilidad e importancia de crear un Departamento de Comercio Exterior en la Prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas orientado hacia la entrega de un portafolio de servicios de comercio exterior que brinde asesoría a la comunidad.

1.4.2.OBJETIVOS ESPECIFICO

- ✓ Identificar potencialidades en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas para generar oferta exportable de calidad.

- ✓ Establecer la oferta y demanda existente de servicios de asesoría en comercio exterior en la Provincia de Santo Domingo mediante un estudio de mercado.
- ✓ Diseñar estructuras organizacionales y las disposiciones legales que viabilicen la creación del Departamento de Comercio Exterior en la Prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas.
- ✓ Establecer un portafolio de servicios que brindará el Departamento De Comercio Exterior mediante guías, talleres y modelos que concuerden con los procedimientos legales y pertinentes del país.
- ✓ Elaborar un ejemplo práctico real con asesoría en base a los servicios que ofrecerá el Departamento de Comercio Exterior en la prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas.
- ✓ Realizar un análisis económico para identificar el impacto que tienen la creación de un Departamento de Comercio Exterior dentro de la Provincia Tsáchila.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1.JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

De acuerdo con las necesidades de la comunidad de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se considera que la creación de un Departamento de Comercio Exterior en la Prefectura puede ayudar a determinar los diferentes actores comerciales que intervienen en la oferta y demanda nacional e internacional; de esta forma se establecerá el producto adecuado al mercado insatisfecho, promoción de exportaciones e importaciones, logística y valor agregado. Por la ubicación geográfica de

Santo Domingo de los Tsáchilas, la Prefectura tiene como proyección la creación de una Zona de Actividad Logística, la misma que se encontrara a tan solo tres horas de dos puertos importantes del país como son Esmeraldas y Manta.

La prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas ha determinado que como aporte a la población, es indispensable la creación de un Departamento de Comercio Exterior, para generar valor agregado a productos de exportación hacia mercados externos, es por este motivo, que se asignó un permiso por escrito para el levantamiento de información pertinente dentro de la Prefectura, además del consentimiento para la realización de la misma. (Ver Anexo 1)

1.5.2.JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Con el análisis del interés puesto en la participación de Santo Domingo de los Tsáchilas en varios proyectos, se pudo identificar como prioritaria la creación de un Departamento de Comercio Exterior que sirva de sustento y base para la Provincia.

Actualmente como política económica del país se tiene, que toda actividad que genere trabajo y valor agregado a la producción es aceptada por el bien común de la sociedad, con este principio se espera desarrollar servicios que sirvan de agentes de facilitación, agilización y propulsores de comercio.

De acuerdo con la política económica gubernamental, se pretende promover el desarrollo de nuevas industrias, promoción de exportaciones y atracción de la inversión extranjera; lo cual se sustenta en el COPCI (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones).

El COOTAD (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización), promueve el cambio de la matriz productiva del país, incorporando valor agregado a la producción y sirve de base legal importante para la constitución del Departamento de Comercio Exterior dentro de la Prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas, puesto que este código impulsa la unión de los GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) del país.

1.5.3.JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

El desarrollo de la propuesta se justificada en los objetivos planteados como son: establecer la oferta y demanda de la zona; el diseño de la estructura organizativa para determinar la mejor ubicación del Departamento de Comercio Exterior dentro de la prefecturaTsáchila; la elaboración de presupuestos en cuanto a los recursos necesarios en caso de la creación del mismo; y, el desarrollo de estrategiasde vinculación con la comunidad y dar a conocer el servicio de asesoría.

Para el desarrollo de la investigación se cuenta con información adecuada. Se aplicarán conocimientos en cuanto a requisitos necesarios para los procesos de exportación e importación.

1.6. MARCO REFERENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1.MARCO TEÓRICO

La aplicación del proyecto tiene la finalidad de mejorar las actividades económicas que se desarrollan en la zona de Santo Domingo. La presente investigación se fundamenta en varios criterios de diferentes organismos tanto gubernamentales como internacionales, que han determinado varios parámetros que afectan a la economía y al a la

situación actual del país e incluso algunos de ellos han dado lugar a diversas sugerencias que serán aplicadas como futuras soluciones. Esta propuesta tiene dentro del análisis realizado varios aspectos importantes como:

- ✓ La modernización aduanera es de alta prioridad para el desarrollo de una oferta logística de apoyo a la competitividad.
- ✓ Reforma de la Ley de Aduanas Ventanilla única de comercio exterior.
- ✓ Trabajar para el cambio de estrategia basada en inspección física hacia una de inteligencia o gestión de riesgo.
- ✓ Modernización en controles fitosanitarios.
- ✓ Cadenas Productivas y de Servicios
- ✓ Los segmentos líderes de exportación perecederos, bajo volumen, confrontan fletes elevados.
- ✓ idear soluciones cooperativas y/o de agregación de valor que permitan mantener la competitividad.
- ✓ La oferta productiva está dominada en número por pequeñas unidades, con problemas de comercialización.
- ✓ Las medidas adoptadas buscan diversificar la actividad del productor fuera de su negocio clave y no la oferta logística del prestatario de servicio.

- ✓ Deben crearse condiciones que permitan diversificar la oferta y beneficiar a toda la cadena.

La organización territorial que el presente Gobierno heredó, estuvo sumida en la exclusión, la desigualdad y la inequidad. La presencia del Estado en los territorios, además, se caracterizó por su precariedad, por no decir casi inexistencia. Fue este contexto el que llevó a la Revolución Ciudadana a pensar y configurar un Estado diferente, por fuera de la estructura histórica centralista. Desde entonces, este proyecto político se ha empeñado en profundizar el sistema democrático con un enfoque de justicia regional y espacial, a través de políticas que compensen los desequilibrios en el desarrollo territorial. La justicia regional que impulsa, promueve el esfuerzo articulado del Gobierno central con los Gobiernos Autónomos Descentralizados con el fin de superar las desigualdades entre los territorios e integrar la nación; para democratizar el uso y el disfrute de la riqueza material y la realización plena de las ciudadanas y los ciudadanos, sin discriminación alguna.

La operación de un Departamento de Comercio Exterior en la Prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas busca:

- ✓ Promover el desarrollo de oferta exportable en las industrias nacientes.
- ✓ Impulsar la incorporación de valor agregado en la oferta exportable.
- ✓ Apoyar la desconcentración y diversificación productiva, entre otras.”

Principios de: calidad, calidez, competitividad, continuidad, descentralización, desconcentración, eficacia, eficiencia, equidad,

igualdad, jerarquía, lealtad, oportunidad, participación, racionalidad, responsabilidad, solidaridad, transparencia, unicidad y universalidad que promuevan la interculturalidad, igualdad y la no discriminación.

Con base en estos criterios y muchos otros se espera poder desarrollar el Departamento de Comercio Exterior en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas tratando de cumplir a cabalidad las normas, leyes e ideologías del país; en si buscando el bienestar de la comunidad tratando de satisfacer las necesidades y dificultades que se presenten.

El desarrollo de la presente propuesta se apoya en el uso de ciencias y disciplinas como la economía, para analizar los diferentes factores y agentes que intervienen dentro de la actividad del comercio; la estadística puesto que se pretende tabular e interpretar los datos obtenidos mediante cifras y graficas; contabilidad para elaborar presupuestos de operación dentro del departamento; ciencias administrativas ya que para el desarrollo de esta propuesta se realizó una planificación de actividades con direccionamientos de profesores informantes y mediante una guía para la elaboración del proyecto, posteriormente lo prospectivo a través de un análisis de escenarios de las interrelaciones existentes ,es decir “Predecir el futuro”.

1.6.2.GLOSARIO

- ✓ **Bases de Segmentación:** La segmentación de mercados es una parte clave de la estrategia de marketing que consiste en dividir el mercado en una serie de subgrupos o segmentos homogéneos respecto a una o varias variables, mediante diferentes procedimientos estadísticos, con el fin de poder aplicar a cada uno de ellos programas específicos de marketing que permitan

satisfacer de forma más efectiva las necesidades de sus miembros y los objetivos de la empresa.

- ✓ **Exportación a Consumo:** Régimen Aduanero por el cual las mercaderías nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero para su uso o consumo en el exterior.
- ✓ **Agente Económico:** Persona natural o jurídica, nacional o extranjera con patrimonio del sector público o privado, tenga o no finalidad de lucro, que actúe habitualmente en la producción, el suministro, la provisión o comercialización de bienes y servicios.
- ✓ **Mercado:** Es el lugar a donde confluyen la oferta y la demanda con el objeto de llevar adelante transacciones, sobre la base de un precio.
- ✓ **Producción:** Es la suma de los bienes y servicios de que dispone una sociedad o una persona para satisfacer sus necesidades económicas.
- ✓ **Transito Aduanero:** Es el régimen especial aduanero por el cual las mercancías son transportadas bajo control aduanero desde una oficina distrital con destino al exterior, con suspensión del pago de los derechos e impuestos y recargos eventualmente exigibles, los cuales serán garantizados, mientras permanezcan bajo este mismo régimen, incluso si se realiza el régimen de transbordo.
- ✓ **Marca País:** Marca que identifica a todos los productos que se exportan desde un país. Busca que el consumidor, al identificarla, sepa la procedencia del producto; y más que eso, tenga la seguridad de que el bien que adquiere reúne las condiciones de calidad.

1.7. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

La puesta en marcha del Departamento de Comercio Exterior en el Gobierno Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas es una necesidad imperiosa para generarservicios que promuevan una oferta exportable significativa con valor agregado, que impulse el desarrollo provincial y mejore las condiciones de vida de la población.

1.8. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

1.8.1. TIPOS DE ESTUDIO Y METODOLOGÍAS APLICADAS

Realizaremosuna investigación exploratoria dentro de la Provincia Tsáchila, para identificar los actores que interactuarían de manera directa e indirecta con el Departamento de Comercio Exterior. Se tomarán en cuenta estudios previos realizados en la Prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas; además de entrevistas a potenciales usuarios y expertos en Comercio Exterior que ayuden a elaborar y estructurar el portafolio de servicios a ofertarse en el Departamento de Comercio Exterior. También se analizará información obtenida de bases de datos pertenecientes a entidades públicas y privadas como lo es BCE, CORPEI, GAD Santo Domingo, entre otras.

Se aplicaráuna metodología deductiva que parte de un marco general de referencia mediante una investigación exploratoria y va hacia un caso en particular enfocado hacia la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

1.9. PRODUCTOS ENTREGABLES

En el transcurso del proyecto se pretende entregar por cada uno de los servicios del portafolio, instrumentos que permitan vinculación con la comunidad, que serán detallados a continuación:

1. **Directorio de OEA'S:** Dentro del portafolio de servicios se tiene como servicio Proveedores, en el cual se ofrecerá un listado con nombres de los OEA'S (Operadores Económicos Autorizados), fabricantes, importadores, exportadores, transportistas, consolidadores, desconsolidadores, agentes de carga internacional, puertos, aeropuertos, depósitos aduaneros, depósitos temporales, couriers y operadores de terminales; según los países de destino a los que se desee exportar. (Ver Anexo 2)
2. **Talleres en Asistencia Técnica en Calidad:** Como parte de la asesoría en Comercio Exterior el Departamento se especializará en normas de calidad INEN, con ello se pretende organizar talleres prácticos referentes al tratamiento y mejora de las cadenas productivas de la zona. Se entregarán documentos con información de acuerdo a los talleres a dictarse.
3. **Asesoría Precios:** Se publicarán en el sitio web del Departamento de Comercio Exterior de la Prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas, precios referencias de las cadenas productivas de la zona.
4. **Asistencia al exportador:** Dentro de sus servicios el Departamento de Comercio Exterior de la Prefectura de Santo Domingo ofrecerá talleres en cuanto a buenas prácticas de comercio exterior; cuya información será entregada mediante vía electrónica a través de la

página web del Departamento de Comercio Exterior y de forma física.

5. **Apoyo en Comercio Exterior:** El Departamento de Comercio Exterior pretende elaborar un ejemplo práctico real que sirva como soporte al importador y exportador a la hora de ejercer actividades relacionadas al Comercio Internacional. A estas guías podrán acceder todas las personas a través del portal del Departamento de Comercio Exterior y también en las instalaciones del mismo.
6. **Asistencia en el desarrollo de estándares (Envases, Empaque y Embalaje)**Cada país posee sus propios estándares para envases, empaques y embalajes; es por este motivo que el Departamento de Comercio Exterior elaborará catálogos con información referente a materiales y normas internacionales de los mismos.
7. **Asesoría Etiquetado** La etiqueta de un producto es muy importante por la información que esta contiene; por este motivo es necesario conocer acerca de las normativas y estructura internacionales que exige cada país. Como parte de la asesoría se entregara información referente a cada producto.
8. **Condiciones de comercio exterior** Cada proceso de comercio exterior necesita cumplir un procedimiento el mismo que tienen un sin número de requisitos previos necesarios por este motivo la asesoría en comercio exterior pretende dar capacitaciones acerca de estos procesos, de tal manera que se agilite el trámite y no se vuelva un complejo.
9. **Clasificación arancelaria:** La clasificación arancelaria constituye un procedimiento aduanero muy importante al momento de importar. El

Departamento de Comercio Exterior brindará este servicio mediante el arancel nacional de importaciones actualizado como una herramienta de apoyo a los importadores; el mismo que será obtenido de Pudeleco a través de la adquisición realizada por parte de la prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas.

1.10. BENEFICIOS ESPERADOS

De acuerdo a los servicios que brindará el Departamento de Comercio Exterior de la Prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas, se espera un incremento en la producción de la zona con valor agregado y por ende mayor comercialización hacia países extranjeros, mediante buenas prácticas de Comercio Exterior.

Como efecto indirecto de la creación del Departamento de Comercio Exterior y con los servicios que éste ofrecerá se pretende que se generen plazas de trabajo al incrementar la producción con la asistencia a darse; por otro lado el Departamento de Comercio Exterior será el vínculo asociativo entre los actores directos e indirectos que se relacionarán con el Departamento y la ZAL (Zona de Actividad Logística) en Santo Domingo.

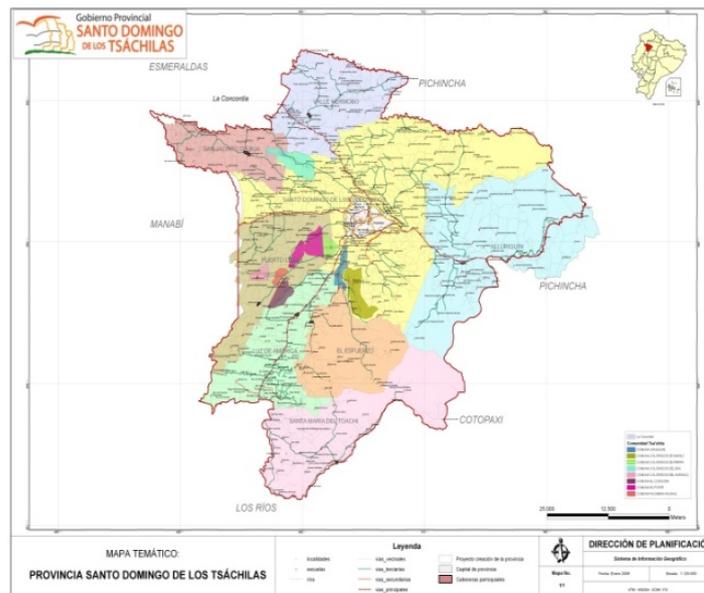
CAPITULO II

GENERALIDADES DE LA PROVINCIA TSÁCHILA

2.1. INFORMACION GENERAL

En este apartado se presentará información general referente a las características de Santo Domingo de los Tsáchilas, la misma que sirve de conocimiento base para el desarrollo del departamento propuesto.

GRÁFICO 2: PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS



FUENTE: GADPSDT

Población

En el último censo del INEC del año 2010, la población de la provincia de Santo Domingo es alrededor de 368.013 habitantes lo que representa el 2.6% de la población ecuatoriana.

Población Económicamente Activa

De acuerdo con el censo del INEC 2001, la PEA fue aproximadamente de 29.6% de la población de Santo Domingo de los Tsáchilas, la cual representa el 2% de la fuerza laboral del país; con un aporte económico del 2% a nivel nacional.

TABLA 1: CARACTERÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

VARIABLE	DATO	% PROVINCIA	% REGIONAL
EXTENSIÓN (KM2)	3.870	17,00%	1,5%
POBLACIÓN (Personas)	368.013	21,52%	2,6%
PEA 2001 (Personas)	101.423	29,6%	2,2%
ESTABLECIMIENTOS ECONÓMICOS	16,728	32,4%	3,1%
PRODUCTO NACIONAL BRUTO (MILES \$ 2.007)	789,181	30,9%	2,1%

FUENTE: INEC, SENPLADES

La participación de la PEA (Población Económicamente Activa) por actividad económica en la provincia es la siguiente: el 27,3% de la PEA de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se dedica a la agricultura, silvicultura, caza y pesca. Esta es una de las actividades de mayor importancia dentro de Santo Domingo, seguida del comercio que representa el 21,3% de la PEA.

**TABLA 2: ESTRUCTURA SECTORIAL
DE LA PEA EN LA PROVINCIA DE
SANTO DOMINGO DE LOS
TSÁCHILAS**

SECTOR	% PEA
AGRICULTURA	27%
COMERCIO	21%
SERVICIOS	17%
MANUFACTURA	14%
TRANSPORTE	8%
CONSTRUCCIÓN	7%
OTROS	6%
SERVICIOS FINANCIEROS	0%
TOTAL	100%

FUENTE: INEC, VI CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA

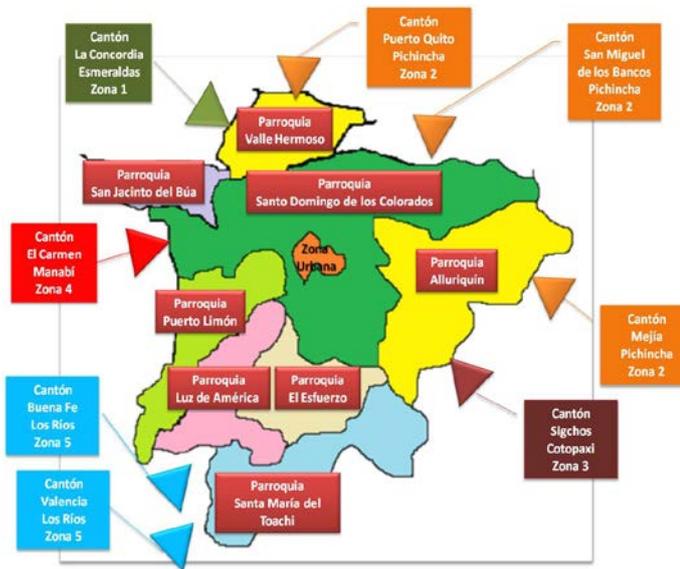
Según el INEC existen 16.728 establecimientos que desarrollan actividades económicas en la provincia santondomingueña.

La principal actividad económica de la provincia es el comercio con su complemento la agricultura y que tienen un grado de elaboración y por ende estos son susceptibles de ser exportados.

2.2. DIVISIÓN POLÍTICA DE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS.

La Provincia está conformada por 7 Parroquias rurales: Alluriquín, Luz de América, Puerto Limón, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, Santa María del Toachi y El Esfuerzo; 7 pre parroquias: Las Delicias, Nuevo Israel, Las Mercedes, El Placer del Toachi, San Gabriel del Baba y Julio Moreno Espinosa y 7 Comunas Tsáchilas: Colorados del Búa, Cóngoma, Poste, Chigüilpe, OtongoMapalí, Peripa y Naranjo.

GRÁFICO 3: DIVISIÓN POLÍTICA DE LA PROVINCIA



ELABORACIÓN: GONZÁLEZ, 2011

FUENTE: CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA, 2005

2.3. UBICACIÓN GEOGRAFICA

GRÁFICO4: UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DFE LOS TSACHILAS EN EL ECUADOR



FUENTE: INSTITUTO GEOGRÁFICOMILITAR

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentra en la República del Ecuador y esta a su vez se encuentra situada en la costa Nor-Occidental de América del Sur, en la zona tórrida del continente americano. Por este motivo el Ecuador es un país rico en diversas áreas como su clima, agricultura y es un lugar propicio para el comercio por su ubicación geográfica.

La provincia Santodomingueña por su posición geográfica se encuentra exclusivamente en la zona ecuatorial-tropical, que da como resultado una climatología muy variada que contiene una verdadera gama de climas, los mismos que han permitido la diversificación de cultivos, ganadería y demás actividades agropecuarias que sobresalen en la zona.

GRÁFICO 5: MAPA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS



FUENTE: [HTTP://WWW.VIAJANDOX.COM/SANTO-DOMINGO-TSACHILAS.HTM](http://www.viajandox.com/santo-domingo-tsachilas.htm)

Santo Domingo de los Tsáchilas es una provincia nueva del Ecuador, de acuerdo a su ubicación en medio de la costa y sierra de nuestro

país, tiene gran cantidad de flujos de personas, medios de transporte y mercancías lo que ha permitido que la zona se desarrolle comercialmente.

Estratégicamente la provincia se encuentra ubicada dentro de la sierra-costa ecuatoriana, de tal manera que tiene una vinculación con los principales puertos marítimos del país, los mismos que realizan un constante mejoramiento de sus instalaciones y servicios, para optimizar el ingreso y salida de buques del Ecuador. Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentra a tan solo tres horas de los puertos, es por ello que la prefectura está tratando de implementar una Zona de Actividad Logística (ZAL) en la provincia dando apertura al acopio de productos agrícolas y al mismo tiempo proporcionará facilidades en el transporte y comercialización de los productos nacionales de varios destinos del país. Por este motivo se considera a la provincia fuente de desarrollo de actividades de comercio exterior.

2.4. INDICADORES PRINCIPALES

2.4.1. POBLACIÓN

La población de Santo Domingo de los Tsáchilas representa el 2,54% de la población total del país, esta se encuentra distribuida de la siguiente forma entre hombres y mujeres:

TABLA 3: POBLACIÓN

HABITANTES	N	(%)
HOMBRES	183.058	49,74%
MUJERES	184.955	50,26%
TOTALES	368.013	100%

FUENTE: INEC



FUENTE: INEC

TABLA4: NÚMERO DE HABITANTES SEGÚN EDAD

RANGO DE EDAD (AÑOS)	NUMERO DE HABITANTES	(%)
0-10	92.028	25,01%
11-35	166.893	45,35%
36-64	89.002	24,18%
65 Y MÁS	20.090	5,46%
TOTAL	368.013	100%

FUENTE: INEC

Según el rango de edad se tiene que existe mayor porcentaje de población de entre 11-35 años de edad lo que implica que en este rango se encuentra la población joven y activa de toda la provincia.

2.4.2. POBLACIÓN OCUPADA

TABLA 5: POBLACIÓN OCUPADA, SEGÚN SECTORES ECONÓMICOS Y RAMA DE ACTIVIDAD POR GRUPO DE OCUPACIÓN

SECTORES ECONÓMICOS Y RAMA DE ACTIVIDAD	TOTAL	GRUPO DE OCUPACIÓN		
		Trabajadores de los servicios y comerciantes	Trabajadores calificados agropecuarios y pesqueros	Oficiales operarios y artesanos
SANTO DOMINGO RURAL	43.304	5.105	33.001	5.198
Agricultura, ganadería y caza	36.263	426	33.001	2.836
Industria manufacturera	2.343	638		1.705
Comercio, reparación. Vehículos y efectos personales	3.368	2.711		657
Hoteles y restaurantes	1.016	1.016		
Transporte, almacenamiento. y comunicaciones	152	152		
Actividades Inmobiliarias, empresariales y alquiler	162	162		

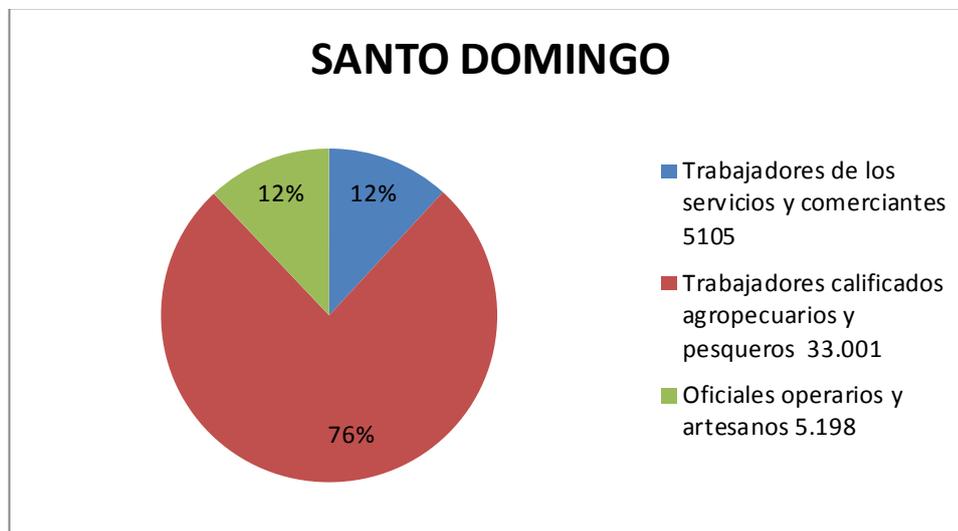
SECTORES ECONÓMICOS Y RAMA DE ACTIVIDAD	TOTAL	GRUPO DE OCUPACIÓN		
		Trabajadores de los servicios y comerciantes	Trabajadores calificados agropecuarios y pesqueros	Oficiales operarios y artesanos
SECTOR FORMAL	4.163	1.377	2.584	202
Agricultura, ganadería y caza	3.010	426	2.584	
Industria manufacturera	285	83		202
Comercio, reparación. vehículos Y efectos personales	317	317		
Hoteles y restaurantes	228	228		
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	161	161		
Actividades Inmobiliarias, empresariales y alquiler	162	162		
SECTOR INFORMAL	30.238	3.214	25.168	1.856
Industria manufacturera	1.110			1.110
Comercio, reparación.	3.051	2.394		657

SECTORES ECONÓMICOS Y RAMA DE ACTIVIDAD	TOTAL	GRUPO DE OCUPACIÓN		
		Trabajadores de los servicios y comerciantes	Trabajadores calificados agropecuarios y pesqueros	Oficiales operarios y artesanos
vehículos Y efectos personales				
Hoteles y restaurantes	668	668		
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	152	152		
Actividades Inmobiliarias, empresariales y alquiler				
OCUPADOS NO CLASIFICADOS	6.317	675	5.249	393
Agricultura, ganadería y caza	5.249		5.249	
Industria manufacturera	949	556		393
Comercio, reparación. vehículos Y efectos personales	0			
Hoteles y restaurantes	119	119		
Transporte, almacenamiento y				

SECTORES ECONÓMICOS Y RAMA DE ACTIVIDAD	TOTAL	GRUPO DE OCUPACIÓN		
		Trabajadores de los servicios y comerciantes	Trabajadores calificados agropecuarios y pesqueros	Oficiales operarios y artesanos
comunicaciones				
Actividades Inmobiliarias, empresariales y alquiler				

FUENTE: INEC

GRÁFICO 6: DISTRIBUCION DE FUERZA LABORAL POR ACTIVIDAD ECONOMICA



FUENTE: INEC

Como se puede observar en el gráfico, dentro de la rama de actividades por grupos ocupacionales, la más importante de la población Santodomingueña es los Trabajadores calificados agropecuarios y

pesqueros con un 76% del total de la población. El mismo que refleja el número de empleados dentro de la provincia Tsáchila.

Los trabajadores calificados agropecuarios y pesqueros serán tomados como la población potencial asesorada en actividades de Comercio Exterior por el Departamento.

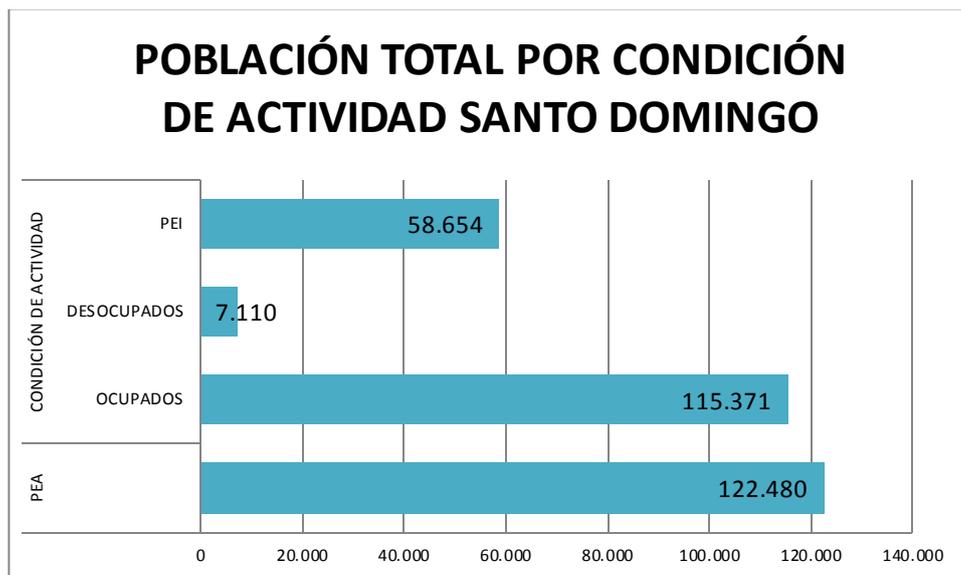
2.4.3. ANÁLISIS DE LA PEA, PEI POR CONDICIÓN DE ACTIVIDAD DE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

**TABLA 6: SANTO DOMINGO
POBLACIÓN TOTAL SEGÚN GRUPOS DE EDAD POR CONDICIÓN DE ACTIVIDAD**

GRUPOS DE EDAD	TOTAL	PEA	CONDICIÓN DE ACTIVIDAD		
			OCUPADOS	DESOCUPADOS	PEI
SANTO DOMINGO	303.615	122.480	115.371	7.110	58.654
18 a 29 años	99.254	40.378	36.363	4.015	18.498
30 a 39 años	60.653	26.315	25.931	384	8.023
40 a 49 años	63.099	27.091	25.258	1.834	8.916
50 a 64 años	54.530	23.282	22.614	668	7.966
65 años y más	26.079	5.414	5.205	209	15.251

POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR	181.134
--------------------------------------	----------------

FUENTE: INEC



FUENTE: INEC

En Santo Domingo de los Tsáchilas existe un gran porcentaje de población económicamente activa con 122.480 habitantes, lo cual indica que existe flujo económico y por ende movimiento de capitales.

Por otro lado, la población en edad de trabajar es de 181.134 habitantes que representa el 49.21% del total de la población de Santo Domingo; casi la mitad de la población se dedica a actividades económicas que generan ingresos a la provincia.

De acuerdo con las estadísticas del INEC 2.009, los habitantes con condición de desocupados son alrededor de 7.110; por otra parte los de condición de ocupados 115.371 y como población económicamente

inactiva PEI son aproximadamente 58.654. Con esto se puede determinar que en la provincia existe una gran cantidad de plazas de trabajo cubiertas y en crecimiento, lo cual refleja el constante desarrollo de la provincia Tsáchila.

2.4.4.ACTIVIDADES ECONÓMICAS

De acuerdo con el último censo realizado por el INEC 2.010, se establece que las principales actividades a las que se dedican los pobladores de Santo Domingo son:

TABLA 7: ACTIVIDADES ECONOMICAS

ACTIVIDADES	NUMERO DE HABITANTES	(%)
COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR	35.285	9.59%
AGRICULTURA,GANADERIA, SILVICULTURA Y PESCA	31.234	8.49%
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	12.537	3.41%
NO DECLARADO	10.44	2.84%
CONSTRUCCION	9.559	2.60%
TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	9.263	2.52%
ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y SERVICIO DE COMIDAS	6.168	1.68%
ENSEÑANZA	5.951	1.62%
TRABAJADOR NUEVO	5.888	1.60%
ACTIVIDADES DE LOS HOGARES COMO EMPLEADORES	4.97	1.35%
OTROS	236.718	64.32%
TOTAL	368.013	100.00%

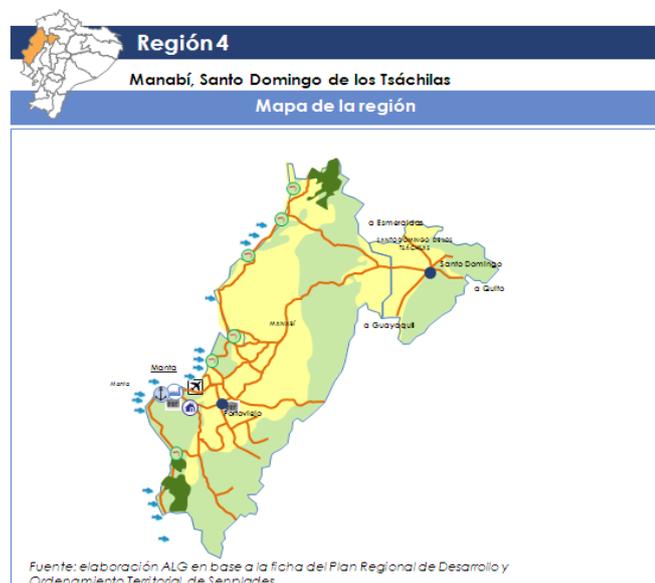
FUENTE: INEC

Con los datos recolectados por el INEC, se tiene que el comercio al por mayor y menor con un 9,59% es una de las actividades principales que se

han desarrollado en la Provincia de Santo Domingo; seguido de la Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con un 8,49% y las industrias manufactureras con el 3,41%, siendo estas las de mayor importancia económica.

2.4.5.ASPECTOS TERRITORIALES DE LA REGIÓN 4

GRÁFICO 7: MAPAREGIÓN 4



- ✓ Superficie territorial de 22.435 km², 9,04% del territorio nacional.
- ✓ Población proyectada al 2.009 de 1.679.566 habitantes, un 11,99% del total nacional.
- ✓ Principales ciudades: Manta, Santo Domingo.
- ✓ Ejes viales: vía Alóag – Sto. Domingo – El Carmen – Flavio Alfaro – Chone. La costa está conectada por la vía denominada Ruta del Sol.

2.4.6.PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2009-2013

Según el Art. 280 de la Constitución de la República del Ecuador el Plan Nacional de Desarrollo, hoy denominado Plan Nacional para el Buen Vivir, es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinará las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores Constitución del Ecuador.

Art. 280.- El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores (Asamblea Constituyente, 2.008, p.137).

Los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir son:

Objetivo 1. Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial, en la diversidad.

Objetivo 2. Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.

Objetivo 4. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un medio ambiente sano y sustentable.

Objetivo 5. Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.

Objetivo 6. Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.

Objetivo 7. Construir y fortalecer espacios públicos interculturales y de encuentro común.

Objetivo 8. Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

Objetivo 9. Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia.

Objetivo 10. Garantizar el acceso a la participación pública y política.

Objetivo 11. Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

Objetivo 12. Construir un Estado democrático para el Buen Vivir. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2.009, p.1).

El plan nacional del buen vivir nace del análisis de las políticas y estructuras utilizadas por el presidente en el periodo 2.007-2.009. Además se conceptualiza en base a la vida plena o sumakkawsay un criterio ancestral en el que prevalece la colectividad en conjunto con la naturaleza.

Desde los antepasados los seres humanos se relacionan entre sí con la finalidad de subsistir, también conocemos que lograron su objetivo aquellos que aprendieron a manejarse como grupo son ejemplos claros de ello las tribus y etnias que todavía existen en el mundo y que han logrado mantener su cultura.

“Y es bien raro pensar en una persona feliz como una persona solitaria, pues el ser humano es una criatura social y está naturalmente dispuesta a vivir junto a otros” (Aristóteles, *Ética nicomáquea*, IX, p.9).

2.4.7.CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES

Los siguientes acápite tienen información referente a comercio exterior y como se puede tener acceso a ella a través de instituciones públicas que contienen bases de datos utilizadas en el presente proyecto.

“Art. 2.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes objetivos:

- a) Fomentar la producción nacional de bienes y servicios y su comercialización;
- b) Incrementar la competitividad sistémica de la economía nacional;
- c) Democratizar las oportunidades y el acceso a los factores de la producción;
- d) Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios;
- e) Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al plan nacional de desarrollo;
- f) Impulsar el crecimiento productivo en zonas de menor desarrollo económico;
- g) Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador;
- h) Fomentar y diversificar las exportaciones;
- i) Facilitar las operaciones de comercio exterior;

- j) Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente; y,
- k) Fomentar la producción y exportación de bienes ambientalmente responsables.

TITULO IV

DEL FOMENTO Y LA PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

CAPÍTULO I

INCENTIVOS A LA EXPORTACIÓN

Art. 161.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes incentivos y mecanismos de orden general, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

- f) Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,

CAPÍTULO II

DEL COMERCIO JUSTO

Art. 169.- El comercio justo constituye un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto entre productores, intermediarios y consumidores; busca una mayor equidad en el comercio, mejorar las condiciones comerciales, sociales y laborales de los pequeños productores y de los actores de la economía popular y solidaria, en un

ambiente de respeto a los derechos humanos y de la naturaleza, para asegurar un medio de vida sostenibles.

Art. 170.- Para fomentar el comercio justo el Estado podrá impulsar la asociación de los pequeños productores, mantendrá campañas de consumo responsable dentro del país e impulsará la construcción de una red de intermediación sin ánimo de lucro o de un lucro razonable, acordado con los productores, para la comercialización de estos productos tanto a nivel nacional como internacional.

Art. 171.- Las instituciones nacionales competentes deberán dirigir sus esfuerzos para insertarse dentro de los mercados internacionales de comercio justo con el fin de buscar la apertura del comercio exterior a los pequeños productores, para lo cual:

- a) La institución responsable de las certificaciones a nivel nacional elaborará una certificación acorde a los estándares internacionales para identificar los productos elaborados bajo las reglas de comercio justo reconocidas a nivel internacional;
- b) En los acuerdos internacionales que han referencia al comercio se procurará un compromiso mutuo entre los Estados de promover el “consumo responsable” entre los consumidores y el “comercio justo” entre los productores;
- c) Las demás acciones que sean necesarias para estos fines.

Art. 172.- Las entidades rectoras coordinarán con organizaciones civiles el establecimiento de un mercado interno que promueva los productos provenientes del comercio justo, e impulsará en sus acuerdos regionales e internacionales el establecimiento de redes de distribución y mercados que acojan y promuevan este sistema de comercio.

CAPÍTULO III

DE LA INFORMACIÓN

Art. 293.- Información Relativa al Comercio Exterior.- La información estadística relativa al comercio exterior procesada por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador será publicada de manera gratuita y sin otras restricciones que las contempladas en la Ley de Propiedad Intelectual, en el portal web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, y podrá ser consultada sin prohibiciones, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

La información que deba ser generada por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en formatos distintos a los publicados en el portal web de la entidad, a pedido de terceros, estará gravada con una tasa conforme las disposiciones que dicte para el efecto la Directora o el Director General.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador puede requerir, en cualquier momento, a importadores, exportadores, transportadores, entidades o personas jurídicas de derecho público o de derecho privado, la entrega de toda información que guarde relación con la actividad de importar o de exportar, que faciliten un eficaz control sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias derivadas de las mismas, concediendo para contestar un término improrrogable que no podrá exceder de quince días.

Art. 225.- Base de datos.- El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, El Servicio de Rentas Internas, el Banco Central del Ecuador, Policía de Migración, Registro Civil, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Superintendencias, Agencia de Calidad del Agro, Instituto Ecuatoriano de Normalización, Registro Mercantil, Unidad de Inteligencia Financiera y demás entidades que participan en el comercio exterior ecuatoriano directa o indirectamente, tendrán libre acceso en forma permanente y

continúa a toda información de las actividades de comercio exterior sin restricciones vía informática o física que repose en sus archivos y bases de datos, cuando cualquiera de éstas lo requiera. Los servidores públicos que no entreguen la información o que pongan obstáculos o interferencias para obtenerlas, serán sancionados con la destitución de sus cargos.

El contenido de las bases de datos del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador es información protegida, su acceso no autorizado o la utilización indebida de la información contenida en ella, será sancionado conforme el Código Penal (Asamblea Nacional, 2010, p.72).

CAPITULO III

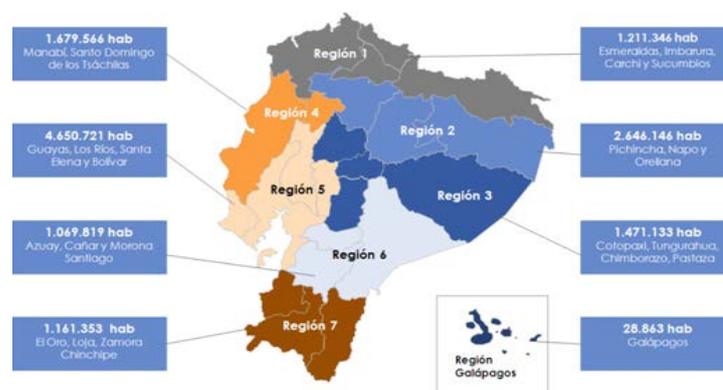
ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio permitirá establecer el portafolio de servicios en Comercio Exterior que se pueden desarrollar dentro del Departamento de Comercio Exterior, previo a un análisis de los requerimientos de los actores que interactúan con el mismo.

3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El gobierno Ecuatoriano a través de diferentes análisis y determinación de zonas estratégicas productivas dentro del país, realizados por varias entidades como: MIPRO Ministerio de Industrias y Productividad, MAGAP Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, MCPEC Ministerio de la Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, MTOP Ministerio de Transporte y Obras Públicas delimitaron regiones las cuales recogen las potencialidades y perspectivas productivas del país. Como parte de ellas se encuentra Santo Domingo de los Tsáchilas en la Región 4.

GRÁFICO 8: REGION 4 MCPEC



FUENTE: MCPEC

La presente investigación tiene como finalidad establecer la demanda existente en la comunidad de Santo Domingo de los Tsáchilas que necesite el servicio de asesoría en cuanto a Comercio Exterior con fines de exportación e importación de productos sean estos naturales o procesados, máquinas, herramientas o instrumentos que agreguen valor. Así como también la identificación de actores que intervienen de manera directa e indirecta; que tengan la necesidad de utilizar el servicio de asesoría en las diferentes áreas que se detallarán con posterioridad en cuanto al proceso o procedimiento a seguir.

3.2. OBJETIVOS.

3.2.1.OBJETIVO GENERAL

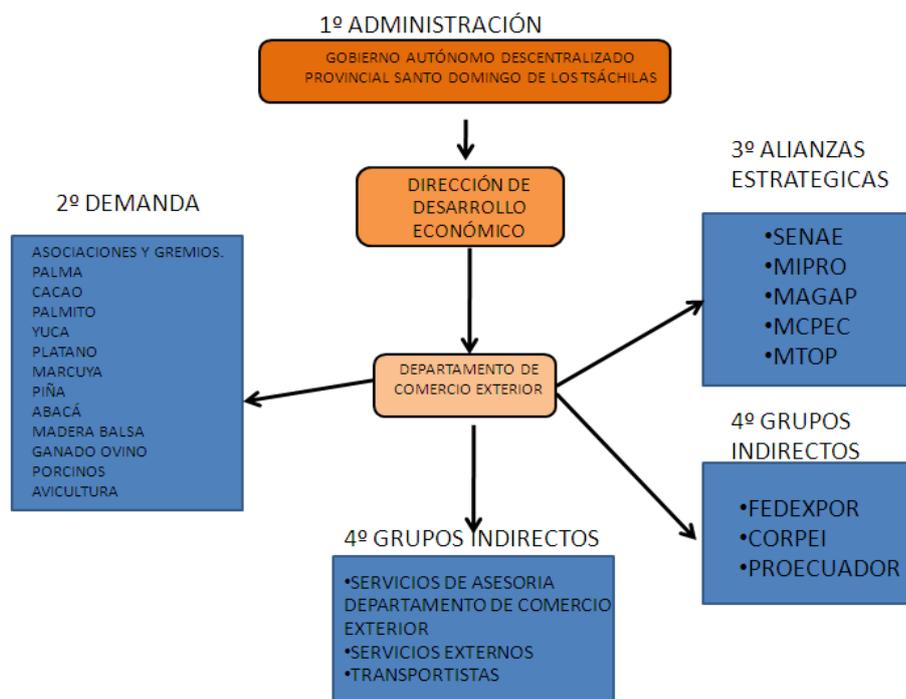
Establecer los potenciales clientes del Departamento de Comercio Exterior, e identificar el rango de servicios de asesoría en actividades de comercio exterior vinculadas a las necesidades y participación de los actores que intervienen de forma directa e indirecta.

3.2.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Identificar las tendencias, hábitos y motivaciones de las Entidades públicas y privadas que brindan servicios de asesoría en comercio exterior, así como también las necesidades de Asociaciones Agropecuarias de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.
- ✓ Analizar la viabilidad del servicio de asesoría de Comercio Exterior dentro de la Provincia Tsáchila.
- ✓ Establecer los servicios que brindará el Departamento de Comercio Exterior dentro de la Prefectura Santodomingueña.

3.2.3.MAPA DE ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR

GRÁFICO 9: MAPA DE ACTORES



NOTA: ADMINISTRACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR EN LA PREFECTURA DE SANTO DOMINGO

El Departamento de Comercio Exterior desarrollará sus actividades, identificando tres actores principales y su intervención directa e indirecta con el mismo.

El Departamento de Comercio Exterior se encontrará bajo la Dirección Económica del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santo Domingo de los Tsáchilas.

El Departamento tendrá relación directa con las Asociaciones Agropecuarias referentes a las principales cadenas productivas de la

zona. Por otro lado se establecerá un vínculo indirecto entre Entidades Públicas y Privadas relacionadas al Comercio Exterior tales como FEDEXPOR, CORPEI, PROECUADOR; además se pretende trabajar conjuntamente con Ministerios del país como el MIPRO, MCPEC, MAGAP como fuentes de información.

3.3. ANÁLISIS DE LOS ACTORES

ADMINISTRACIÓN

El departamento de Comercio exterior se encuentra ligado al Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial, perteneciente a la Dirección Económica como se detalla a continuación:

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PROVINCIAL

El departamento de Comercio Exterior será dependiente de los estatutos y leyes a los que se rige la prefectura Tsáchila.

DIRECCIÓN ECONÓMICA

El departamento de Comercio Exterior formará parte de la Dirección Económica y por ende, se encontrará en el nivel operativo de la estructura orgánica funcional de la Prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas.

GRUPOS DIRECTOS

Los grupos directos son las asociaciones y gremios que se relacionarán con el departamento de Comercio Exterior de la prefectura santodomingueña.

GRUPOS INDIRECTOS

El departamento de Comercio Exterior se relacionara con grupos que brinden servicios externos no pertenecientes a la asesoría, pero de vital importancia en el área Comercio Exterior.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

La vinculación con ministerios relacionados al Comercio Exterior se debe a la facilitación de información necesaria, que servirá de fuente para la asesoría que ofrecerá el departamento de Comercio Exterior.

El trabajo estratégico de estos 4 grupos impulsará las actividades de Comercio Exterior que se practiquen en la provincia Tsáchila.

3.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la identificación de servicios de asesoría en Comercio Exterior que conformen al Departamento de la Prefectura Tsáchila se realizó una investigación exploratoria a los principales actores que intervienen de manera directa e indirecta en el Departamento.

1. La asesoría en Comercio Exterior dentro la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilases un servicio insipiente que no se le ha dado un análisis previo, por lo que fue necesario establecer una tendencia en cuanto al servicio a prestarse, basado en instituciones públicas y privadas relacionadas al Comercio Exterior. En la presente investigación se realizó entrevistas a Asociaciones Agropecuarias, productores/exportadores, transportistas de la zona, entidades como CORPEI (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones), PROECUADOR y FEDEXPOR (Federación Ecuatoriana de Exportadores); se analizaron bases de datos a instituciones como el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) y SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo) que serán utilizados para identificar los servicios a prestarse en el Departamento de Comercio Exterior. (Ver Anexo 3 y 4).

3.5. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

En la presente investigación aplicamos una metodología inductiva puesto que, se inició desde un estudio específico mediante entrevistas realizadas a grupos determinados como Asociaciones Agropecuarias de las principales cadenas productivas, productores/exportadores, transportistas de la zona santodomingueña, así como también a instituciones que ofrecen servicio de asesoría en comercio exterior en diferentes áreas del país como lo son CORPEI, PROECUADOR y FEDEXPOR.

Desarrollamos una matriz en la que se especifican los servicios que brinda cada institución como producto de las visitas y entrevistas realizadas. (Ver Anexo 3)

Realizamos entrevistas a las Asociaciones más representativas de la zona de cadenas productivas, productores/exportadores, transportistas localizados en Santo Domingo de los Tsáchilas; pues son los principales beneficiados de la instauración del Departamento de Comercio Exterior; como resultado de estas entrevistas se efectuó un informe detallado con sus principales necesidades. (Ver Anexo 4).

3.6. META ECONOMÍA DE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

En la meta-economía el análisis de los sectores o regiones económicas que se desarrollan en el país, encontramos a Santo Domingo parte de la Región 4 denominada por el MCPEC de acuerdo con las Agendas para la Transformación Productiva Territorial, las cuales son instrumentos que tienen información referente a producción, identificación de negocios actuales, tendencia e identificación de negocios potenciales, y economía de cada una de las provincias del país; con el objetivo de planificar y

consolidar la transformación productiva adaptada a las realidades de la provincia.

GRÁFICO 10: REGION 4 CADENAS PRODUCTIVAS



FUENTE: MCPEC

Los sectores a ser estudiados serán asociaciones agrícolas, ganaderas y transportistas de la Provincia Santodomingueña, debido a su gran volumen de producción y comercialización dentro de la Provincia. Las sinergias entre los agentes (MCPEC, MIPRO, MAGAP, SENA) que intervienen en el departamento, son un componente esencial para activar la economía de la zona.

3.7. ANALISIS SITUACIONAL

Como parte del Plan de Desarrollo Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas, se ve la necesidad de canales de comercialización, siendo uno de ellos el Departamento de Comercio Exterior de la prefectura, que se

encargará de encaminar la producción agrícola y ganadera de la provincia, con fines de exportación e importación de bienes de capital.

Un aporte significativo por parte de la prefectura de Santo Domingo, consiste en autorizar el acceso a información para el desarrollo de la presente investigación (Ver Anexo 1), lo que permitió la apertura a la ejecución del estudio del Departamento de Comercio Exterior, que se encargará de la prestación de servicios de asesoría.

3.8. POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

Para la determinación del mercado objetivo se analizaron dos factores importantes como son las asociaciones de las principales cadenas productivas, productores/exportadores de la zona, así como también a entidades que brindan servicios de asesoría de comercio exterior en el país; que se obtuvo como resultado del análisis de los actores intervinientes al departamento de Comercio Exterior.

3.8.1.PRINCIPALES CADENAS PRODUCTIVAS DE LA ZONA

En base a la información de las Agendas para la Transformación Productiva Territorial del MCPEC se permitió establecer las potenciales cadenas productivas que se encuentran en desarrollo en la zona Tsáchila.

TABLA 8: PRINCIPALES CADENAS PRODUCTIVAS DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

CADENA PRODUCTIVA	PRODUCCIÓN TONELADAS	HA
ACEITE CRUDO DE PALMA	22.5000	19.938
PALMITO	60.000	5.010
CACAO	4.766	8.486
PLÁTANO	108.984	21.973
YUCA	55.869	6.707
MARACUYÁ	4.626	791
PIÑA	1.4819	1.456
ABACÁ	10.000	1.391
GANADO BOVINO	160.317	193.776
PORCINOS	129.948	126
AVICULTURA	3'608.100	120

FUENTE: GOBIERNO PROVINCIAL, INEC, ESPAC, CENSO AVICOLA/PORCICOLA.

Debido al análisis de las cadenas productivas se pudo obtener información perteneciente a asociaciones, productores/exportadores de cada sector; las mismas que fueron objeto de estudio mediante entrevistas para la elaboración del portafolio de servicios a prestarse en el departamento de comercio exterior.

3.9. NÚMERO DE ASOCIACIONES DE LAS PRINCIPALES CADENAS PRODUCTIVAS DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

Con la ayuda de información proporcionada por la cámara de comercio de Santo Domingo de los Tsáchilas se cuantificó el número de asociaciones que ejercen actividades productivas dentro de la provincia. (Ver Anexo 5) Esta información denota dos grandes grupos como son asociaciones artesanales y agropecuarias detalladas a continuación:

TABLA 9: CUADRO RESÚMEN ASOCIACIONES, COMITÉS, GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA

RESUMEN DE INTERVENCIÓN ORGANIZACIONAL DE LAS ASO. AGROPECUARIA, GIS, COMITÉ PRO MEJORAS, ASO. ARTESANALES			
CLASIFICACIÓN DE ASOCIACIONES	Nº	SOCIOS	BENEFICIARIOS
ASOCIACIONES AGROP	17	470	2.320
GSI (GRUPOS SOCIALES DE INTERES)	16	326	1.610
COMITÉ PRO MEJORAS	8	249	1.090
ASOCIACIONES ARTESANALES	10	339	1.312
TOTAL	51	1384	6332
		TOTAL	7716

FUENTE: CÁMARA DE COMERCIO DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

Las entrevistas se llevaron a cabo con las 51 asociaciones antes expuestas, para de acuerdo a sus necesidades, poder identificar los posibles servicios que ofrecerá el Departamento de Comercio Exterior.

3.10. ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS QUE EJERCEN Y PROMUEVEN EL COMERCIO EXTERIOR EN EL PAIS.

Es importante analizar instituciones públicas y privadas que impulsan el comercio exterior a través de asesorías en áreas relacionadas; puesto que el departamento de comercio exterior tiene las mismas finalidades.

Por este motivo se realizaron entrevistas a entidades como:

- ✓ FEDEXPOR
- ✓ CORPEI
- ✓ PROECUADOR

TABLA 10: MATRIZ DE SERVICIOS COMERCIO EXTERIOR DE ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS

INSTITUCION	SERVICIOS
PROECUADOR	RED DE OFICINAS
	COMERCIALES EN EL MUNDO
	INVERSIONES
	PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES
	INTELIGENCIA COMERCIAL
	ASESORÍA AL EXPORTADOR
	CAPACITACIONES
	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN
	LOGÍSTICA

	REPORTES COMERCIALES
	FERIAS
	MISIONES
	PROGRAMAS Y PROYECTOS
	PUBLICACIONES
	COMERCIO EXTERIOR
FEDEXPOR	APOYO AL EXPORTADOR
	HERRAMIENTAS DE COMERCIO EXTERIOR
CORPEI	CENTRO DE INTELIGENCIA COMPETITIVA
	DISEÑO, EVALUACIÓN, EJECUCIÓN Y MONITOREO DE PROYECTOS.
	COACHING EMPRESARIAL:
	APLICABILIDAD AL CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN (ACP)
	FACTORING: LOCAL / INTERNACIONAL
	INVERSIÓN DE CAPITAL:
	SERVICIOS
	PROMOTOR DE NEGOCIOS DE INVERSIÓN.
	CANALIZADOR PARA LA OBTENCIÓN DE CRÉDITOS
	GESTIÓN Y BÚSQUEDA DE INVERSIONISTAS Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS.
	MISIONES COMERCIALES EN EL EXTERIOR.
FERIAS INTERNACIONALES.	

	RUEDAS DE NEGOCIOS EN ECUADOR.
	CAPACITACIONES: PERSONALIZADAS PRESENCIALES Y ON-LINE.
	BROKERAGE PARA VENTA DE PRODUCTOS EN EL PAÍS Y EL EXTERIOR.

FUENTE: CORPEI, FEDEXPOR, PROECUADOR

ELABORADO POR: ZAYRA FLORES, VALERIA PEREZ

3.11. ANÁLISIS DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS

Como resultado del análisis a las entrevistas realizadas a los actores como Asociaciones de cadenas productivas, productores/exportadores, transportistas de la zona, entidades públicas y privadas que ofrecen servicios de comercio exterior se infiere que el portafolio de servicios del Departamento de Comercio Exterior de Santo Domingo de los Tsáchilases el siguiente:

3.11.1. ASESORIA-PROVEEDORES

El departamento de Comercio Exterior ofrecerá información referente a Operadores logísticos, navieras, agentes navieros, servicios de transporte internacional; es decir todos los actores de Comercio Exterior conocidos como OEA (operador económico autorizado).

Esta información será obtenida mediante el registro en la plataforma virtual de la Prefectura de la Provincia Tsáchila.

3.11.2. ASESORIA EN CALIDAD

El Departamento de Comercio Exterior brindará información de instituciones y entidades que se encuentran inmersas en mejorar la calidad de los productos como lo es AGROCALIDAD mediante la creación de una subsidiaria correspondiente al MAGAP (Ministerio de Agricultura, Acuicultura y Pesca). Otra institución relevante es el INEN como ente regulador de estandarización de procesos a través de normas técnicas, así también se tendrá conocimiento de normas técnicas de calidad que se requieren en el país de destino.

3.11.3. ASESORIA EN PRECIOS

El Departamento de Comercio Exterior expondrá precios referenciales de productos de Santo Domingo de los Tsáchilas que tienen como destino su exportación. Estos precios serán obtenidos de fuentes como TradeMap, Mac Map, ProductMap, entre otros; de acuerdo al mercado mundial.

El precio internacional está relacionado con barreras arancelarias y políticas de protección a la producción; también interviene el precio del transporte el cual, puede encarecer el valor de la operación y por ende el precio del producto.

Se pretende brindar asistencia de precios de acuerdo a la política arancelaria en otros países.

3.11.4. ASISTENCIA AL EXPORTADOR

El Departamento de Comercio Exterior propuesto desarrollará programas con el exportador para que sea un proveedor confiable, identificando sus problemas, a través de indicadores medibles dentro del proceso

productivo para que consiga buenas prácticas de Comercio Internacionales.

Se prestará asistencia técnica que permita al exportador ser fiable, que pueda despachar correctamente órdenes de pedido en los plazos y precios establecidos, cumpliendo a cabalidad con sus clientes.

3.11.5. APOYO EN COMERCIO EXTERIOR

El Departamento de Comercio Exterior elaborará ejemplos de Comercio Exterior dirigido a importadores y exportadores que deseen información acerca de la base legal del Comercio Exterior en el Ecuador. De esta forma se podrá ejercer buenas prácticas de Comercio Exterior.

3.11.6. ASISTENCIA EN EL DESARROLLO DE ESTÁNDARES (ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE)

El Departamento de Comercio Exterior analizará estándares internacionales en cuanto a materiales para empaques, envases o embalajes y normativas internacionales para la optimización del transporte de acuerdo al tipo y cantidad de productos; mediante la creación de catálogos que permitan conocer qué material y normas se pueden utilizar en los diferentes países del mundo y de esta forma ofrecer un manejo adecuado por esta razón, se realizará un manejo sectorial de la información de acuerdo a las cadenas productivas desarrolladas en el proyecto del Agrocentro que se instaurará dentro de la Provincia Tsáchila.

3.11.7. ASESORIA EN ETIQUETADO

Este servicio es importante debido a que las etiquetas proporcionan información del producto a ser exportado; además de ser la garantía de su calidad.

Se pretende tener dentro del grupo de trabajo del Departamento de Comercio Exterior un especialista, debido a que existen políticas de marketing muy rigurosas dentro los posibles países comerciales. La imagen del producto es fundamental a la hora de su consumo y se debe cumplir con normativas legales internacionales.

Un ejemplo claro de ello se presenta cuando se exige declarar que ingredientes, conservantes y materiales son utilizados y sus repercusiones después del consumo del mismo.

3.11.8. CONDICIONES DE COMERCIO EXTERIOR

El departamento de Comercio Exterior pretende ofrecer información de la normativa legal de países de origen y destino, para cada uno de los procesos aduaneros.

Se elaborarán guías y capacitaciones tanto de exportación e importación que permitan cumplir con los requisitos necesarios para estas operaciones.

3.11.9. CLASIFICACION ARANCELARIA

Tener una correcta clasificación arancelaria puede dar acceso a diferentes beneficios en cuanto al costo de la operación.

La clasificación arancelaria será una herramienta del departamento de Comercio Exterior que proporcione información a los importadores para el cálculo de tributos al comercio exterior que se reflejan en la liquidación.

3.12. CONCLUSIONES

Dentro de los servicios que el Departamento de Comercio Exterior brindará se encuentran:

- ✓ Asesoría Proveedores
- ✓ Asesoría Calidad
- ✓ Asesoría Precios
- ✓ Asistencia Al Exportador
- ✓ Apoyo En Comercio Exterior
- ✓ Asistencia En El Desarrollo De Estándares (Envase, Empaque Y Embalaje)
- ✓ Asesoría en Etiquetado
- ✓ Condiciones De Comercio Exterior
- ✓ Clasificación Arancelaria

Cada servicio del Departamento de Comercio Exterior está enfocado hacia las buenas prácticas del Comercio Internacional en Santo Domingo de los Tsáchilas.

Con la creación del Departamento de Comercio Exterior se busca subsanar las necesidades de Asociaciones, Productores y Exportadores de las cadenas productivas más relevantes de Santo Domingo.

3.13. DEMANDA ESPERADA

Los sectores que demanden los servicios del Departamento de Comercio Exterior de la Prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas serán principalmente los relativos a las cadenas productivas de la zona, entre estos se tiene por cadenas productivas a:

- ✓ Palma Africana
- ✓ Palmito
- ✓ Plátano
- ✓ Yuca
- ✓ Maracuyá
- ✓ Piña
- ✓ Abacá
- ✓ Madera Balsa
- ✓ Ganado: Bovino, Porcino
- ✓ Avicultura

Estas cadenas son representativas dentro de la zona de Santo Domingo por su gran volumen de producción.

3.14. FORMA DE OPERAR Y ALIADOS

El Departamento de Comercio Exterior de la Prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas ofrecerá asistencia mediante un portal web, en donde se expondrá temas relacionados al Comercio Exterior a través de boletines informativos, además se promoverá un registro de usuarios cuyo objetivo es formar una base de datos y tener acceso a información exclusiva del Departamento de Comercio Exterior. Estos servicios también son parte de la vinculación con la comunidad que tendrá el Departamento. (Ver Anexo 6)

Los Principales aliados que tendrá el Departamento de Comercio Exterior será la Prefectura Santodomingueña como tal, transportistas, entidades públicas y privadas que se encuentren inmersas al Comercio Exterior y los diferentes Ministerios del país inmersos en relaciones de Comercio Internacional.

3.15. IMPACTOS ESPERADOS

Para determinar el impacto del Departamento de Comercio Exterior en la economía de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se toma como referencia las cadenas productivas más relevantes de la producción local con la producción nacional; para identificar la participación de la Provincia en el país y con ello proyectar los beneficios que se adquieran a través del Departamento. Estos análisis se detallan a continuación:

TABLA 11: PRODUCCIÓN 2009-2010 SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

	ACEITE DE PALMA	CACAO	YUCA	MARACUYA	PIÑA	ABACÁ
Año	Producción (t)	Producción(t)	Producción (t)	Producción (t)	Producción (t)	Producción (t)
2010	225.992	3.635,00	9.680	5.051	21.851	16.605,00
2009	86.738	4.340,00	14.383	3.001	21.500	15.211,41
Porcentaje con respecto a la información nacional						
2010	7,93%	1,71%	14,15%	6,85%	17,28%	61,50%
2009	3,90%	3,60%	21,69%	4,56%	17,28%	61,50%

FUENTE: INEC, ESPAC

Con la información recolectada del ESPAC (Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua), se pudo determinar los porcentajes de participación del aceite de palma, cacao, yuca, maracuyá, piña y abacá

de Santo Domingo con relación de la producción nacional. Con ello se puede apreciar que el producto con mayor producción de la zona es el abacá con un 61.50% en los dos años de análisis, seguido de yuca y piña que participan con el 14.15% y 17.28% correspondientemente a los datos del 2010.

Palmito

De acuerdo al análisis previo de una consultoría realizada por la Prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilasse pudo determinar que casi el total de la producción provincial (más del 90%) está integrada al sistema logístico y de distribución de INAEXPO (Grupo PRONACA), con ello se puede decir que la cadena productiva del palmito requiere una mínima asesoría por parte del departamento.

Plátano

De acuerdo a las estadísticas oficiales del ESPAC, en el 2010, Santo Domingo aportó con el 11% de la producción nacional de plátano, con 58.000 TM de fruta fresca, sin embargo, el Gobierno Provincial de Santo Domingo sostiene que para el año 2011, esta cifra subió a 109.000 TM, ubicándola en la segunda productora nacional.

Ganado Bovino

Según ASOGAN, de la feria de Santo Domingo, se destina a camales y mataderos del país, un 38% a Pichincha (Camal Metropolitano), 33% a Guayas, y 14% en la misma provincia de Santo Domingo, y el resto a las demás centros de faenamiento del país.

Ganado Porcino

De acuerdo a los últimos datos disponibles a nivel nacional, las Estadísticas de Producción Agropecuaria (ESPAC) del INEC, establecen que en el Ecuador existen 1 millón 490 mil animales de la especie

porcina, de los cuales Santo Domingo de los Tsáchilas se ha convertido en la principal provincia productora de animales en pie en el país, pues cuenta con 371 mil cabezas, lo que representa el 25% de la producción nacional, y el 34% de la sierra, que es la región de mayor aporte, pues en conjunto las provincias de la sierra incluyendo a Santo Domingo aportan con el 74% de la producción nacional.

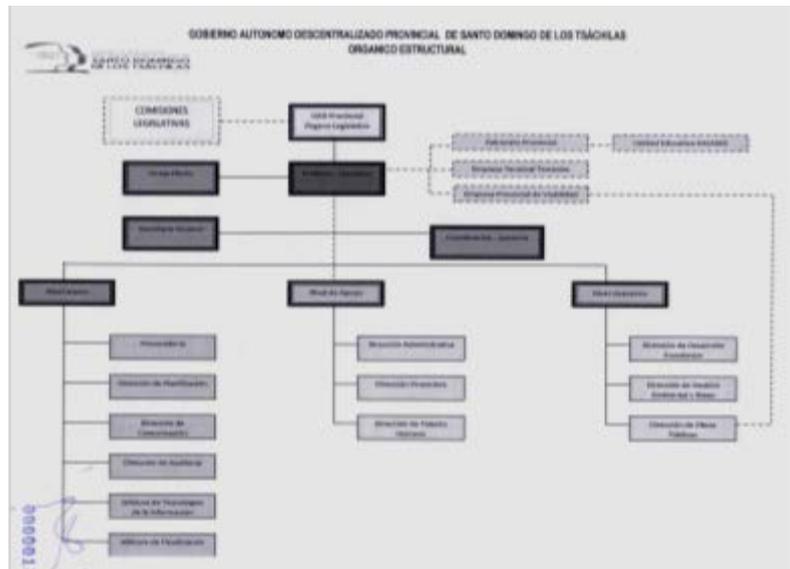
CAPITULO IV

ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR DE LA PREFECTURA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

Como parte del presente estudio se definirá la posible ubicación y funciones del Departamento de Comercio Exterior dentro de la prefectura de la provincia.

4.1. ESTRUCTURA ORGÁNICO - FUNCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO

GRÁFICO 11: ESTRUCTURA ORGANICA FUNCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SANTO DOMINGO



FUENTE: GADPSDT, GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS.

De acuerdo con las políticas de acción de la prefectura, se realiza un Plan Operativo Anual con la finalidad de establecer las necesidades de los habitantes de la provincia, para determinar las más urgentes y poder suplirlas. Como gestión administrativa para llevar a cabo las funciones y actividades de la Prefectura de Santo Domingo, se han implementado diferentes niveles, que son:

- ✓ Nivel Directivo.
- ✓ Nivel Ejecutivo.
- ✓ Nivel Asesor.
- ✓ Nivel de Apoyo.
- ✓ Nivel Operativo.

Debido a la constitución del Nivel Operativo, en el cual se incluye la Dirección de Desarrollo Económico; que tiene como finalidad impulsar las actividades productivas y económicas que se desarrollan en la zona. Se pretende introducir en la Dirección de Desarrollo Económico el Departamento de Comercio Exterior que tiene como principal objetivo impulsar las inversiones y exportaciones de Santo Domingo de los Tsáchilas.

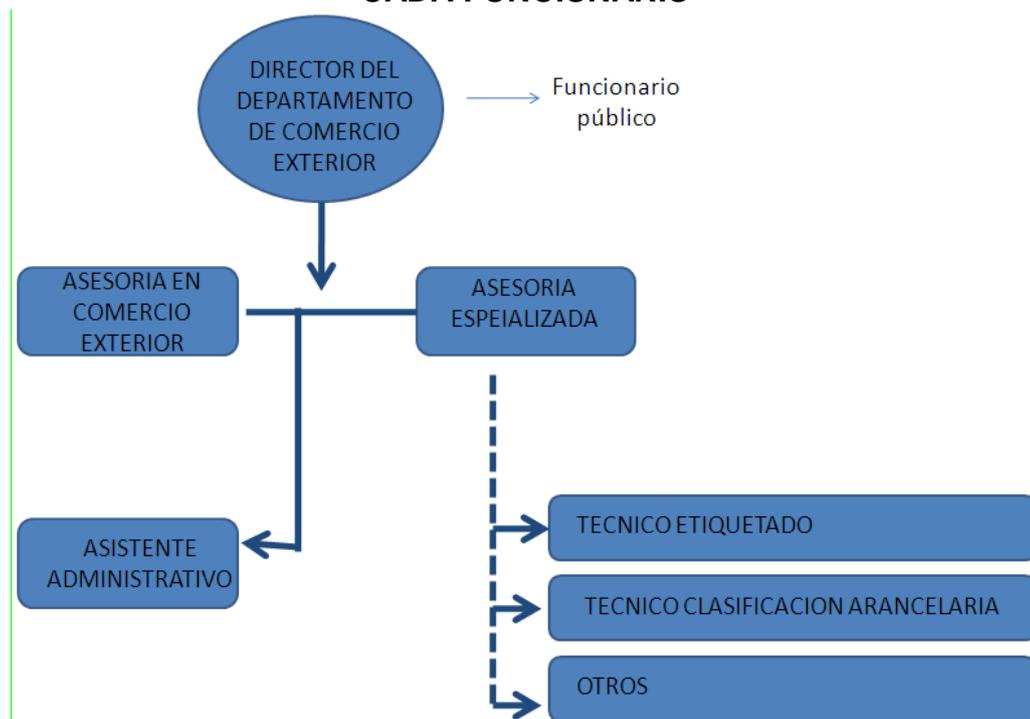
4.2. PLANIFICACIÓN Y UBICACIÓN DE LOS FUNCIONARIOS DE DIRECCIÓN, FUNCIONARIOS DE LIBRE NOMBRAMIENTO PERTINENTES AL DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PROVINCIAL

El Departamento de Comercio Exterior constará de funcionarios públicos, quienes se encargarán de su correcto funcionamiento, según los procesos

habilitantes de asesoría de la estructura orgánico - funcional del Gobierno Provincial De Santo Domingo de los Tsáchilas.

- ✓ Director del Departamento de Comercio Exterior.
- ✓ Asistente Administrativo.
- ✓ Asesoría en Comercio Exterior.
- ✓ Asesoría Especializada
 - Técnico Etiquetado.
 - Técnico en Clasificación Arancelaria.

GRÁFICO 12: DIAGRAMA, FUNCIONES Y PERFIL OCUPACIONAL DE CADA FUNCIONARIO



ELABORADO POR: ZAYRA FLORES, VALERIA PEREZ

Director del Departamento de Comercio Exterior:

Cumple una función muy importante de administrar la empresa tales como:

- ✓ Contratar todas las asesorías sean estas de comercio exterior o especializado.
- ✓ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones del departamento.
- ✓ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas dentro del departamento.
- ✓ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están llevando correctamente.
- ✓ Crear y mantener vínculos con la comunidad para mantener el buen funcionamiento del Departamento de Comercio Exterior.

Asistente Administrativo:

Asistir administrativamente al Director del Departamento, en el cumplimiento de sus actividades al frente de del Departamento de Comercio Exterior; realizará las actividades que el director le designe y estará en capacidad de tomar decisiones en lo concerniente al desarrollo de las mismas.

Además el asistente administrativo tiene las siguientes funciones:

- ✓ Capacidad para organizar elaborar y transmitir información que se procese en su gestión laboral.
- ✓ Representar al departamento en las actividades y compromisos que se le asignen.
- ✓ Fomentar la calidad en las relaciones internas y externas.

- ✓ Capacidad para ubicar, administrar y optimizar recursos en términos de dinero, tiempo, materiales, espacio y recursos humanos.
- ✓ Capacidad de cultivar las relaciones humanas que le permitan el trabajo en equipo, entrenamiento de otros, el servicio a los clientes, negociar y tratar con personas de distintas culturas, educación, lenguas.
- ✓ Habilidad para encontrar fuentes de información, analizar datos, clasificarlo, interpretarlos, y procesarlos para comunicarlos en forma clara y precisa.
- ✓ Capacidad para seguir instrucciones complejas, manejar herramientas, aplicar técnicas apropiadas y tareas específicas.

Asesoría en Comercio Exterior

En esta área se pretende la asesoría en temas de comercio exterior de acuerdo con el portafolio de servicios que ofertara el departamento. La presente tienen las siguientes funciones:

- ✓ Capacidad práctica y teórica de organizar y transmitir información referente a los servicios de asesoría en comercio exterior.
- ✓ Conocer de fuentes informativas para la estructuración de proyectos y análisis de los mismos.
- ✓ Tener conocimientos de marketing que serán empleados para el manejo tanto del departamento como de los potenciales clientes.

- ✓ Conocer cada uno de los servicios del portafolio de servicios de comercio exterior y su aplicación para cada potencial cliente que lo requiera.

Asesoría Especializada

En Asesoría especializada se pretende tener conocimientos específicos de áreas como etiquetado y clasificación arancelaria que son temas técnicos que requieren de un especialista para el desarrollo de estos parámetros. Las principales funciones son:

- ✓ Tener conocimiento y capacidad técnica para el desarrollo de esta asesoría.
- ✓ Tener las herramientas que promuevan la vinculación con los clientes de tal manera que se pueda tener relaciones que permitan tener frutos del trabajo realizado.

CAPITULO V

VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD - DEFINICIONES

La vinculación con la comunidad se presentara a través de diferentes estrategias de tal manera que sea posible interactuar con la población de la provincia, especialmente aquellos que necesiten del servicio de asesoría en Comercio Exterior.

De acuerdo con el análisis realizado en el *capítulo 3* del estudio de mercado de la presente propuesta se han seleccionado varias estrategias como son:

5.1. ESTRATEGIA DE COBERTURA DEL DEPARTAMENTO:

Esta estrategia nos permite delimitar las funciones y servicios de asesoría que presentara el Departamento de Comercio Exterior.

De acuerdo con la información obtenida de las entrevistas realizadas a entidades públicas, privadas y las asociaciones de las principales cadenas productivas que se pueden desarrollar en la zona se definió el siguiente portafolio de servicios:

- ✓ Asesoría-Proveedores
- ✓ Asesoría en Calidad
- ✓ Asesoría en Precios
- ✓ Asistencia al Exportador
- ✓ Apoyo en Comercio Exterior

- ✓ Asistencia En El Desarrollo De Estándares (Envase, Empaque Y Embalaje)
- ✓ Asesoría en Etiquetado
- ✓ Condiciones De Comercio Exterior
- ✓ Clasificación Arancelaria

Se han seleccionado estos servicios por la identificación de la necesidad para los pobladores (asociaciones agropecuarias, artesanales y grupos sociales de interés) de la provincia así como estos servicios fueron susceptibles después de la revisión de la asesoría en Comercio Exterior que ofrecen otras entidades.

Como se detalla a continuación para tener acceso a la comunidad santodomingueña se definieron estrategias que permitan una adecuada relación entre los potenciales clientes y los servicios de asesoría de comercio exterior.

5.1.1. ESTRATEGIA DE VINCULACIÓN

De acuerdo al análisis realizado con el mapa de actores se determinó las vinculaciones que tendrá el departamento, una vez que este se encuentre en funcionamiento.

A continuación un análisis de la vinculación que se tendrá con cada uno de los actores:

1.- Administración: La administración del departamento se suscribirá a las leyes, reglamentos y resoluciones pertenecientes al Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas; bajo la Dirección Económica debido a las facultades, funciones y obligaciones que se otorgaran al departamento.

2.- Demanda: Se estableció como potencial demanda las asociaciones agropecuarias, artesanales y grupos sociales de interés que se encuentran inmersas en las cadenas productivas de la provincia; se analizó estos productos por ser potencializados y aptos para el comercio.

3.- Alianzas Estratégicas: En alianzas estratégicas se pretende desarrollar vínculos con entidades públicas y privadas que se encuentran relacionados en Comercio Exterior. Esto se realizará a través de la prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas y los ministerios del país.

4.- Grupos Indirectos: Como grupos indirectos se refiere a entidades que brindan el servicio de asesoría similar al ofertado en el portafolio de servicios; se espera establecer vínculos que permitan el desarrollo del departamento.

5.1.2. ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE SERVICIOS DE ASESORÍA

De acuerdo con el análisis previo de las regiones que tienen potencial en el país realizado por el MCPEC, detalladas anteriormente, se pudo estipular que existe cadenas productivas con todos los eslabones en la cadena de producción y que a pesar de ello es necesaria una asesoría al momento de realizar una exportación y/o adquirir un permiso, documento legal que facilite esta actividad; de igual manera cumplir con requisitos que les permita tener acceso a beneficios y un sin número de lineamientos que cambian continuamente de acuerdo a la economía de cada nación. Es por ello que el departamento se encontrará siempre innovando, actualizando y siendo participe de cada ley, reglamento, noticia, entre otros, con la finalidad de brindar asesoría oportuna que les permita reunir características y ventajas competitivas ante otros países.

5.1.3. ESTRATEGIA DE ESPECIALIZACIÓN SELECTIVA

Con base en el análisis realizado a las cadenas productivas y las encuestas realizadas a los diferentes actores del departamento, se llegó a determinar que la asesoría debe tener un direccionamiento que permita promover las exportaciones de la zona, así como también mejorar el servicio y la calidad de los productos con los diferentes consejos y guías que se proporcionen en el departamento.

5.1.4. SERVICIOS DE ASESORÍA DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR

El departamento de comercio exterior tiene un portafolio de servicios los cuales fueron previamente identificados de acuerdo a la realidad en la que se desarrolla el comercio en la provincia. Sin embargo se pretende realizar una constante renovación y análisis de cada servicio con la finalidad de mejorar e incrementar servicios o si es el caso reestructurarlo. Cada servicio de asesoría tiene un producto entregable con lo que se espera fortalecer y generar la actividad de Comercio Exterior en la provincia.

- ✓ Directorio de OEA'S (Operador Económico Autorizado): Esta información se presentará en el portal web de la prefectura y el departamento, mediante links se podrá tener acceso a información de cada uno. A continuación ejemplos de listados de OEA's del país.

- ✓ Talleres en Asistencia Técnica en Calidad: Talleres prácticos referentes al tratamiento y mejora de las cadenas productivas de la zona y en normas de calidad INEN. Como parte de la propuesta se presentara las normas INEN de las cadenas productivas seleccionadas en el

proyecto, así como también las normas que tienen relación como el etiquetado y envase de productos.

Además se presentara un formato de la estructura del contenido de los talleres que se realicen por parte del departamento de comercio exterior.

NORMAS INEN:

- NORMA INEN 30-1 PALMA
- NORMA INEN 2421-2 PALMA
- NORMA INEN 900 MADERA
- NORMA INEN 1338-3 PRODUCTOS CARNICOS
- NORMA INEN 1760 YUCA
- NORMA INEN 1836 PIÑA
- NORMA INEN 1971 MARACUYA
- NORMA INEN 2629 ALIMENTOS REGIMENES ESPECIALES
- NORMA INEN 1735 EMBALAJES DE MADERA
- NORMA INEN 1334-2-1 - ROTULADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

- ✓ **CONTENIDO TALLERES:** Los talleres tienen la finalidad de sociabilizar la información a los asistentes de tal forma que sean una herramienta.

FORMATO DE TALLER.

CONVOCADO: (Nombre de la institución).

LUGAR: (Dirección calle principal numeración y transversal, nombre del edificio, número de piso, oficina o salón).

FECHA: (Lugar, día del mes del año)

ASISTENTES: (Detalle de los miembros comenzando por el nombre, apellido, función o profesión y la empresa o institución a la cual pertenece).

HORA DE INICIO: (Tiempo de inicio de taller, entrevista, reunión con formato de las 24 horas).

DESARROLLO: (Contiene la información principal del tema a tratarse, el tema del trabajo debe ser señalado en el encabezado de la hoja. Además se incluye descripciones, resultados, interpretación de datos, imágenes, tablas, entre otros.); se presentara en el siguiente orden :

- ✓ Introducción
- ✓ Contenido
- ✓ Conclusiones
- ✓ Recomendaciones

ARCHIVO FOTOGRAFICO: (Imágenes referentes al tema del taller.)

CRONOGRAMA: (fechas y horarios del taller)

EXPOSITOR: (Nombre, apellido y cargo que desempeña y su lugar de trabajo.)

- ✓ Asesoría en Precios: Se publicarán en el sitio web del Departamento de Comercio Exterior de la Prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas, sitios web de precios referenciales de las cadenas productivas de la zona.

- ✓ Talleres de Asistencia en Fiabilidad: Dentro de sus servicios el Departamento de Comercio Exterior de la Prefectura de Santo Domingo ofrecerá talleres en cuanto a buenas prácticas de comercio exterior.

Dentro de la Asistencia Técnica que recibirán los actores directos del Departamento de Comercio Exterior, será tratar temas de fiabilidad. Existen muchos riesgos a la hora de importar o exportar dentro del comercio internacional, sin embargo las empresas han aprendido a superar estos riesgos mediante sistemas documentarios en donde se detallan costos, responsabilidades y derechos.

- ✓ **Programas con el Exportador e Importador:** Los temas a tratarse dentro del Departamento de Comercio Exterior de la Prefectura de Santo Domingo serán:

Malentendidos: Generalmente cuando las transacciones se las realiza por primera vez, existen muchos desacuerdos entre las partes (importador - exportador) en cuanto a las condiciones de pago o a la calidad esperada; resulta muy riesgoso tanto para el exportador como importador el exponerse a demandas ante tribunales extranjeros.

Se recomienda entre las partes (importador - exportador) pedir una solicitud con referencias comerciales, que de alguna forma demuestre sus prácticas comerciales.

El uso de contratos internacionales, en donde las condiciones generales de la transacción, disposiciones legislativas aplicables, Incoterms y tribunales competentes se encuentren bien redactadas.

Impago para el exportador: El Departamento de Comercio Exterior dará a conocer el correcto uso de garantías de pago adecuadas dependiendo del tipo de transacción a realizarse.

Mercancías de calidad escasa para el importador: Este tipo de disputas se puede evitar mediante certificados de inspección emitidos por peritos especializados.

Incumplimiento de obligaciones: El exportador podrá solicitar pago parcial por adelantado dependiendo su valor del monto a negociarse, garantías bancarias o créditos contingentes que obliguen de cierta forma al cumplimiento del pago.

Mercancía sufra daños en tránsito o sea robada: Otra forma de demostrar la fiabilidad y garantizar las buenas relaciones comerciales a futuro es la contratación de seguros internacionales contra todo riesgo de acuerdo al conocimiento de embarque de la mercancía. Utilizar un adecuado embalaje y detallar las instrucciones de embarque.

Estafa al importador: Uno de los mayores problemas en el comercio internacional es cuando el cliente pretende eludir sus obligaciones, razón por la cual se debe obtener informes comerciales de sus potenciales clientes. Otra opción muy útil es ser parte de los Servicios de Prevención de Delitos Comerciales de la Cámara de Comercio Internacional.

Guías de Comercio Exterior: El Departamento de Comercio Exterior pretende elaborar un ejemplo real de Comercio Exterior que sirvan como

soporte al importador y exportador a la hora de ejercer actividades relacionadas al Comercio Internacional. A ejemplo podrán acceder todas las personas a través del portal del Departamento de Comercio Exterior y también en las instalaciones del mismo.

Catálogos de Envases, Empaque y Embalaje: El Departamento de Comercio Exterior elaborará catálogos con información referente a materiales y normas internacionales.

CATÁLOGOS DE ENVASES:

Los envases se encuentran directamente relacionados con el consumidor, su función principal es proteger y conservar la calidad e integridad del producto, además de ser dosificadores en la proporción exacta del requerimiento del cliente.

En este catálogo elaborado por el Departamento de Comercio Exterior se dará a conocer los diferentes materiales utilizados en la elaboración de envases y sus características, clasificación, diseño e impresión.

Existen varias clases de materiales utilizados para la elaboración de envases, los cuales se expondrán a continuación:

GRÁFICO 13: ENVASES DE VIDRIO



Las ventajas de éste material es que puede ser reutilizable y reciclable, impermeable y resistente a temperaturas altas. Completamente hermético.

GRÁFICO 14: ENVASES DE METAL



Recipiente perfecto para contener productos líquidos y/o sólidos, son generalmente resistentes a golpes y al fuego.

GRÁFICO 15: ENVASE DE PLÁSTICO



Este tipo de material es delicado ante temperaturas altas, tienen un bajo costo en el mercado, tienen baja densidad y existen plásticos permeables e impermeables.

CATÁLOGO DE EMPAQUES:

El empaque del producto es muy importante, puesto que de éste, depende la protección y conservación del mismo. Se utiliza empaques para agrupar varias unidades, y sean transportadas y almacenadas hasta su destino ulterior.

La fácil manipulación de los empaques y la reducción de pérdidas de productos por la utilización de los mismos, ha hecho que se les agregue información específica del producto como condiciones de manejo, composición, código de barras, entre otros. Incluso el empaque se utiliza como parte del marketing para que el producto sea más vistoso y comercial.

Se debe tomar muy en cuenta el impacto ambiental que el empaque podría generar, existen algunos países que han considerado este aspecto y poseen leyes internas en cuanto al material del empaque de los productos. Es por este motivo que los empaques deben ser reciclables y reutilizables.

De ésta manera la madera que generalmente es utilizada como empaque gradualmente está siendo sustituida por el plástico, cartón y papel reciclado, por las altas sobreexplotaciones madereras. Un claro ejemplo de esto es la Norma Verde Ecológica Europea que condiciona la fabricación y reutilización de este tipo de empaques.

De acuerdo a sus características los empaques se clasifican en:

Empaque Colectivo

Contiene al empaque primario (envase) para su distribución comercial. Muchas veces se lo utiliza para agrupar algunas unidades para ponerlo en la percha o venderlo como tal al consumidor final.

- ✓ **Empaque Terciario:** Agrupa los empaques primarios o secundarios facilitando su manipulación y almacenamiento.

Los materiales más usados para la fabricación de empaques son:

- ✓ **Metálicos.** Resultan ser ligeros, se los puede reciclar, no permite el ingreso de luz o radiación, resistencia al manipuleo. Por otro lado también por lo general son preformados, por lo tanto se los transporta vacíos y son corrosivos. Por lo general el material más utilizado es el aluminio y la hojalata.
- ✓ **Papel y Cartón.** De acuerdo a su grosor el papel pasa a ser cartón, es decir el papel posee hasta 130 gr./m³ y a partir de los 240 gr./m³ se considera cartulina. La principal ventaja de este material es que se la puede reciclar fácilmente, además presenta un buen comportamiento con el corte, pegado con cualquier material y por lo tanto muy resistente, livianos, bajo costo; utilizados generalmente en la industria alimenticia y farmacéutica debido a la higiene en el momento de fabricación. La desventaja de este tipo de material es la permeabilidad de líquidos. La fabricación más usual con este tipo de materiales es el cartón corrugado, como lo es las cajas destinadas al transporte y de difícil deformación.
- ✓ **Vidrio.** Puede resistir altas temperaturas y presión interna, existe visibilidad del contenido, mantiene el aroma y sabor durante mucho tiempo, de alta higiene y reciclable y reutilizable al 100%. La

desventaja de éste tipo de material es el peso considerable, el retorno del empaque puede ser vacío y son frágiles a golpes fuertes.

- ✓ **Plástico.** Material liviano e higiénico, decorativo, existen algunas dimensiones y formas, de alta resistencia a la manipulación. El problema de este material es que no suelen resistir a temperaturas altas, pueden ser débiles a gases y radiaciones.

- ✓ **Madera.** Material natural de fácil manipuleo y moldeable, no necesita de equipos especiales para su fabricación y se los puede utilizar y reciclar varias veces; resiste con facilidad la humedad y el agua, mantiene la frescura de los alimentos. Si se compara la madera con otros materiales, la madera es más pesada y se requiere de más material para su elaboración, también por poseer cierto grado de humedad puede producir malformaciones al contenido de su interior.

- ✓ **Textiles.** Se obtiene de lagunas fibras naturales tales como yute, cáñamo ya algodón. Con éste material de fabrican bolsas y sacos que suelen ser de bajo costo. Pero, por su origen natural son sometidos a algunos controles fitosanitarios y suelen ser de difícil manipulación con equipos.

- ✓ **Materiales Compuestos.** Son estructuras generalmente compuestas de papel, hoja de aluminio y diferentes clases de plástico; su asociación permite que cada material trabaje en conjunto y se potencie su capacidad de protección aún más que si trabajaran por separado. Es un material que se utiliza cada vez con más fuerza por las exigencias del mercado y la perdurabilidad de los productos durante más tiempo.

CATÁLOGO DE EMBALAJES

Es la protección del producto durante el transporte y almacenamiento, para conservar la calidad de los productos que éste contiene.

El Embalaje está orientado directamente hacia la logística. Proporciona fácil manipuleo, almacenamiento, unitarización y distribución. Provee al consumidor información acerca de las características y modo de uso de los productos. Al igual que el empaque, el embalaje puede ser fabricado con los mismos materiales. Se considera también como tipos de materiales de embalaje a los contenedores.

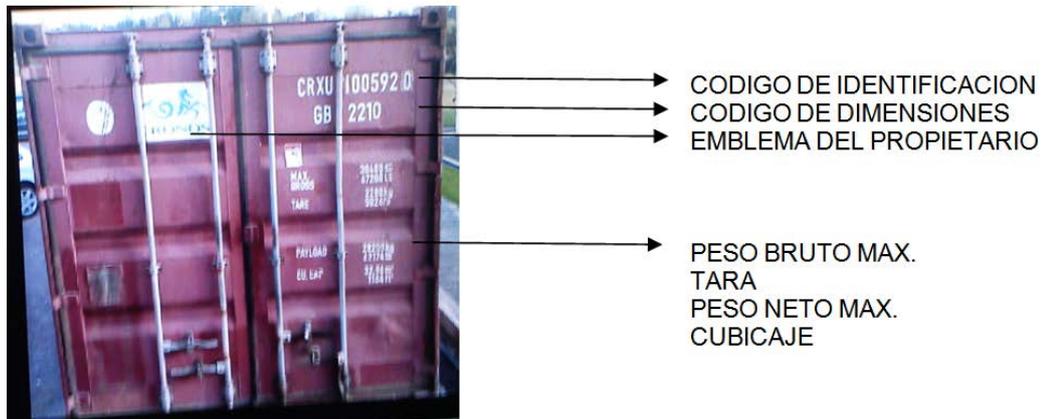
Los contenedores son grandes recipientes elaborados de aluminio y metal, utilizados para transportar grandes números de mercancías ya sea vía aérea, marítima o terrestre; y con dimensiones adecuadas distintas. Ya sean los más utilizados:

- ✓ Contenedores de 20" Dry. Transporta y almacena carga general y a granel, el peso bruto es de 2.250 kg, posee una capacidad máxima de carga de 30.480 kg, capacidad cúbica de 33,0 m³, cuyas dimensiones internas son largo: 2.352mm, ancho: 5.900mm y alto 2.390mm.

- ✓ Contenedores 40" Dry. Transporta y almacena lo mismo que el contenedor de 20", a excepción de que éste tiene un peso bruto máximo de 3.800 kg, capacidad máxima de carga 26.680 kg, capacidad cúbica 67.7 m³, dimensiones internas: largo 2.352m, ancho 12.030m y alto 2.390m.

GRÁFICO 16: MARCADO DE CONTENEDORES

Señales o marcado que suelen llevar los contenedores son las siguientes:



ELABORADO POR: ZAYRA FLORES, VALERIA PEREZ

En la elaboración del ejemplo práctico el embalaje adecuado es el Autotanque, al tratarse de ser el aceite crudo de palma un producto líquido, además se consideró el medio de transporte a utilizarse que será el terrestre.

- ✓ **Capacitaciones de Comercio Exterior:** El Departamento de Comercio Exterior elaborará guías con información concerniente a las capacitaciones en temas relativos a normativa legal de los distintos países importadores.
- ✓ **Clasificación Arancelaria:** La clasificación arancelaria constituye un procedimiento aduanero muy importante al momento de importar. El Departamento de Comercio Exterior brindará este servicio mediante el arancel de importaciones.

5.2. EJEMPLO REAL DE ASESORIA EN COMERCIO EXTERIOR

Para realizar el presente ejemplo se analizó previamente las cadenas productivas más importantes en volúmenes de comercialización de la ciudad de Santo Domingo como se describen a continuación en las fichas técnicas.(Ver Anexo 7)

Como se puede observar en las fichas técnicas anexadas; el Plátano es el producto con mayor volumen toneladas de exportación con 1313268,48 hacia Rusia, seguido del Cacao con 84350,27 hacia EEUU y el Aceite Crudo de Palma con 69.331,84 hacia Venezuela.

Para la ejecución del ejemplo se ha escogido al Aceite Crudo de Palma con partida arancelaria 1511.10.00.00 debido a su gran número de producción en la zona; además de poseer asociaciones legalmente conformadas y su aporte para el desarrollo de la presente investigación.

EXPORTACION DE ACEITE CRUDO DE PALMA POR LA ASOCIACION AGROPECUARIA JUNTOS TRIUNFAREMOS HACIA VENEZUELA

El presente cuadro detalla de forma sintética el proceso de exportación de aceite crudo de palma hacia Venezuela:

GRÁFICO 17: PROCESO DE EXPORTACION DE ACEITE CRUDO DE PALMA



ELABORADO POR: ZAYRA FLORES, VALERIA PEREZ

5.2.1. CONSIDERACIONES PREVIAS PARA LA EXPORTACIÓN

CANTIDAD

La Asociación Agropecuaria Juntos Triunfaremos tiene alrededor de 100 hectáreas cultivadas de palma africana la misma que será puesta a consideración para la extracción de aceite crudo.

CALIDAD

Para que el aceite a ser exportado cumpla con todos los estándares de calidad, se debe seguir un proceso correcto de extracción, como se muestra en el presente cuadro:

GRÁFICO 18: PROCESO DE EXTRACCION DEL ACEITE DE PALMA



FUENTE: AOCIACION NACIONAL DE PALMICULTORES

5.2.2.PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

LOGOTIPO

Este fue el logotipo escogido por la Asociación Juntos Triunfaremos como distintivo a nivel internacional, se caracteriza por utilizar la gama de verdes representativo de la palma africana.



ENVASE

El aceite de palma crudo será enviado desde Ecuador por medio de un Autotanque de acero inoxidable con pictogramas que indiquen la clase de contenido que moviliza, su grado de peligrosidad y contaminación para el medio ambiente (Ver Anexo8).

CANTIDAD Y PESO

El Autotanque a ser enviado a Venezuela es 9.036 galones. Pero debido a que la densidad del aceite es de 855 kg/m^3 , para la capacidad antes mencionada y por requerimiento del importador se exportaran 30.000 kg.

5.2.3.NORMAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO A VENEZUELA

Al ser este un producto que se someterá a un proceso de refinería y no venta directa al consumidor, no se tiene una norma específica de envasado o etiquetado para su comercialización. De todas formas según el COVENIN (Comisión Venezolana de Normas Industriales) se solicita que el aceite crudo sea transportado en envases que no permitan que éste pierda sus propiedades como por ejemplo el metal o acero; que en

este caso representa la estructura física del Autotanque como medio de transporte.

5.3. NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

Para el presente ejemplo se tomó como término de negociación FCA debido al acuerdo previo que se llevó a cabo con el importador el mismo que queda reflejado en el contrato.

Con ello se entiende que las responsabilidades del exportador se encuentran hasta que la mercancía sea puesta en frontera o punto convenido por las partes, en este caso se llegó al acuerdo que el aceite crudo de palma sea entregado en Frontera Colombia - Venezuela.

A continuación se detallan cada uno de los términos internacionales de negociación (INCOTERMS) de forma general

5.3.1. INCOTERMS

Los Incoterms o términos internacionales de comercio son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.

Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato.

El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional.

La cámara de comercio internacional ha establecido como términos de negociación a los siguientes:

✓ EXW (Ex-Works) - En Fábrica (lugar convenido)

Significa que el vendedor entrega cuando pone la mercadería a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido (es decir, fábrica, almacén, entre otros). Este término representa, así, la menor obligación del vendedor, y el comprador debe asumir todos los costos y riesgos.

✓ FCA (Free Carrier) - Libre Transportista (lugar convenido)

Significa que el vendedor entrega la mercadería para la exportación al transportista propuesto por el comprador, en el lugar acordado. El lugar de entrega elegido influye en las obligaciones de carga y descarga de las partes. Si la entrega tiene lugar en los locales del vendedor este es responsable de la carga. Si la entrega ocurre en cualquier otro lugar, el vendedor no es responsable de la descarga. Este término puede emplearse en cualquier medio de transporte incluyendo el transporte multimodal.

✓ FAS (Free Along Ship) - Libre al Costado del Buque (puerto de carga convenido)

Significa que la responsabilidad del vendedor finaliza una vez que la mercadería es colocada al costado del buque en el puerto de embarque convenido. Esto quiere decir que el comprador ha de asumir todos los costos y riesgos de pérdida o daño de las mercaderías desde aquel momento. El término FAS exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.

✓ FOB (Free On Board) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido)

La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto. El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores

✓ CFR (Cost and Freight) - Costo y Flete (puerto de destino convenido)

El riesgo de pérdida o daño de las mercaderías así como cualquier coste adicional debido a eventos ocurridos después del momento de la entrega, se transmiten del vendedor al comprador. El término CFR exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

✓ CIF (Cost, Insurance and Freight) - Costo, Seguro y Flete (puerto de destino convenido)

Significa que el vendedor entrega la mercadería cuando esta sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El vendedor debe pagar los costos y el flete necesarios para conducir las mercaderías al puerto de destino convenido. En condiciones CIF el vendedor debe también contratar un seguro y pagar la prima correspondiente, a fin de cubrir los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercadería durante el transporte.

El comprador ha de observar que el vendedor está obligado a conseguir un seguro sólo con cobertura mínima. Si el comprador desea mayor cobertura necesitará acordarlo expresamente con el vendedor o bien concertar su propio seguro adicional. El término CIF

exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

- ✓ CPT (Carriage Paid To) - Transporte Pagado Hasta (lugar de destino convenido)

El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por él pero, además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido. El comprador asume todos los riesgos y con cualquier otro coste ocurrido después de que las mercaderías hayan sido así entregadas. El CPT exige que el vendedor despache las mercaderías para la exportación. Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte, incluyendo el transporte multimodal.

- ✓ CIP (Carriage and Insurance Paid to) - Transporte y Seguro Pago Hasta (lugar de destino convenido)

El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por él pero, además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido. El vendedor también debe conseguir un seguro contra el riesgo, que soporta el comprador, de pérdida o daño de las mercaderías durante el transporte. El comprador asume todos los riesgos y con cualquier otro coste ocurrido después de que las mercaderías hayan sido así entregadas. El CIP exige que el vendedor despache las mercaderías para la exportación. Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte, incluyendo el transporte multimodal.

- ✓ DAT (Delivered At Terminal) entregado en terminal (puerto de destino convenido)

El incoterm DAT se utiliza para todos los tipos de transporte. Es uno de los dos nuevos Incoterms 2010 con DAP y reemplaza el incoterm DEQ. El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio), hasta que la mercancía es descargada en la terminal convenida. También asume los riesgos hasta ese momento. El concepto terminal es bastante amplio e incluye terminales terrestres y marítimas, puertos, aeropuertos, zonas francas, entre otros); por ello es importante que se especifique claramente el lugar de entrega de la mercancía y que este lugar coincida con el que se especifique en el contrato de transporte.

✓ DAP (Delivered At Place entregado en un punto (lugar de destino convenido)

El Incoterm DAP se utiliza para todos los tipos de transporte. Es uno de los dos nuevos Incoterms 2010 con DAT. Reemplaza los Incoterms DAF, DDU y DES. El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio) pero no de los costes asociados a la importación, hasta que la mercancía se ponga a disposición del comprador en un vehículo listo para ser descargado. También asume los riesgos hasta ese momento.

✓ DDP (Delivered Duty Paid) - Entregadas Derechos Pagados (lugar de destino convenido)

Significa que el vendedor entrega las mercaderías al comprador, despachadas para la importación, y no descargadas de los medios de transporte utilizados en el lugar de destino acordado. El vendedor debe asumir todos los costos y riesgos ocasionados al llevar las mercaderías hasta aquel lugar, incluyendo los trámites aduaneros, y el pago de los trámites, derechos de aduanas, impuestos y otras cargas para la importación al país de destino.

Dentro de la negociación con el comprador de Venezuela se estableció que como INCOTERM a utilizarse el FCA, por las condiciones acordadas en el contrato. (Ver Anexo 9)

5.3.2.MODELO DE CONTRATO DE COMPRA-VENTA INTERNACIONAL

Con la elaboración del Contrato de Compra-Venta Internacional se definirán los términos de negociación decididos por el exportador e importador teniendo como objeto de transacción el aceite crudo de palma africana. (Ver Anexo 9).

Para que este documento sea legal en Venezuela es necesario que sea apostillado o legalizado; el Ecuador puede apostillar documentos al haber firmado la Convención de la Haya sobre la Apostilla.

En el presente ejemplo se apostillará el contrato de compra – venta internacional; antes de empezar con el trámite se debe autenticar el documento mediante un notario público. La única entidad autorizada en el Ecuador para apostillar es el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración; para lo cual es necesario presentar:

- Cédula de identidad
- Ruc de la asociación
- Contrato Internacional de Compra-Venta
- Nombre del país donde se presentarán los documentos
- Cancelar \$10 en las ventanillas del Banco de Fomento

Una vez realizado el pago, se colocarán de forma manual los sellos de autenticación de los documentos. Para la entrega de estos documentos se solicita la cedula de identidad y se verificará nuevamente la

información. El tiempo de duración del trámite es de 10 a 20 minutos y los horarios de atención son de 8h30-16h30.

5.4. REQUISITOS PREVIOS PARA SER UN OPERADOR DE COMERCIO EXTERIOR:

Como requisito previo para realizar una exportación o importación todas las personas naturales o jurídicas deberán estar registradas de manera activa en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) para poder emitir comprobantes de ventas y guías de remisión. Las personas que ya se encuentren registradas en el RUC deberán constar en el Servicio de Rentas Internas (SRI) en lista blanca; la lista blanca se puede consultar en el portal web del SRI www.sri.gob.ec.

Para la obtención del RUC se deberá cumplir con los siguientes requisitos **sociedad**:

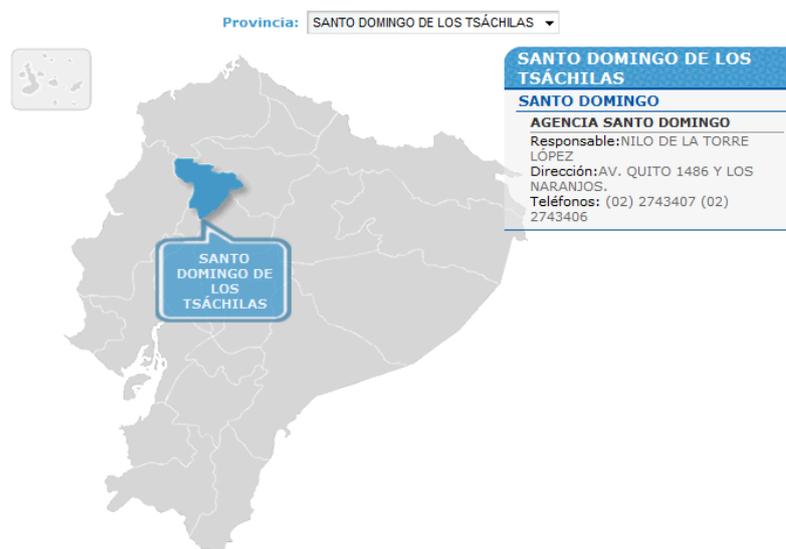
- ✓ Original de la cedula de identidad o ciudadanía vigente.
- ✓ Original del certificado de votación del último proceso electoral.
- ✓ Original de factura de servicio básico propio o arriendo. (Ver Anexo 10)
- ✓ Patente municipal.
- ✓ Estatutos de la Asociación Juntos Triunfaremos notariados. (Ver Anexo 11)
- ✓ Copias de los documentos originales.



Para obtener la Patente Municipal para personas jurídicas se necesita:

- ✓ Formulario de Patente \$3.
- ✓ Copia del Nombramiento del representante legal. (Ver Anexo 12)
- ✓ Copia de cedula y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- ✓ Copia de la escritura de la constitución de la empresa. Al no poseer la Asociación un espacio propio se presenta el Contrato de arriendo. (Ver Anexo 13).
- ✓ Copia del permiso de bomberos del año en curso.(Ver anexo 15)
 - Previo este permiso se debe llenar una solicitud como se muestra en el Anexo 14
- ✓ Dos copias firmadas por el representante legal de la asociación del Compromiso de Cumplimiento de Ordenanzas Respecto a la Emisión de Ruido y Aseo Público. (Descargar el documento desde la página web municipal www.santodomingo.gob.ec link “Requisitos Rentas”).(Ver Anexo 16)

Adjuntar todos estos documentos y presentarse en la agencia del SRI de Santo Domingo para la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC). (Ver Anexo 17)



Como siguiente paso se debe adquirir la identificación única de certificado y clave en el Banco Central del Ecuador (BCE) www.eci.bce.ec/web/guest/ o en Security Data www.securitydata.net.ec/. En el presente caso se ha tomado al BCE como entidad certificadora. Para sacar el TOKEN como primer paso se debe registrar a la “Asociación Agropecuaria Juntos Triunfaremos” en el Banco Central del Ecuador. (Ver Anexo 18)

Se llena una solicitud, en donde se carga al sistema la Papeleta de Votación, Cedula, Nombramiento del Representante Legal. (Ver Anexo 12), Autorización firmada por el representante legal; en formato PDF (Ver Anexo 19); después dar click en siguiente y se ha parecerá un recuadro de confirmación.

Luego llegará una confirmación al correo electrónico de la Asociación con la notificación de la solicitud ingresada al sistema.

Posteriormente de hacer click en el link, se envía otro correo electrónico de confirmación.

Su solicitud ha sido confirmada

En el transcurso de 4 días laborables se confirma la solicitud ingresada como aceptada o rechazada; en caso de ser esta aceptada se procede al pago pertinente. En este ejemplo el pago se lo hizo en efectivo en las instalaciones del Banco Central. (Ver Anexo 20)

Una vez realizado el pago se recibe un correo electrónico por el BCE para proceder a la recepción del dispositivo; en donde se firma la Solicitud de Emisión de Certificado de Firma Electrónica y el Contrato De Prestación De Servicios De Firma Electrónica. (Ver Anexo 21-22).

Obtenido el Token, se debe instalar el certificado digital para lo cual:

- ✓ Acceder al centro de descargar, en link <http://eci.bce.ec/web/guest/centro-de-descargas>,
- ✓ Instalar el certificado raíz y subordinado de la ECIBCE, que sirve para la verificación de certificados en documentos firmados electrónicamente.
- ✓ Instalar el driver del Token.
- ✓ Descargar la aplicación para firmar electrónicamente documentos en PDF.

Posteriormente se debe ingresar al portal de ECUAPASS www.ecuapass.aduana.gob.ec en el cual se seguirán los pasos que se indican.

Después su equipo estará listo para utilizar el ECUAPASS y poder acceder a la Solicitud de Uso en donde se deberá registrar como Operador de Comercio Exterior. (Ver Anexo 23)

Al dar click en Solicitud de Uso se despliega una solicitud que será llenada por el usuario, en la cual se crea un usuario, contraseña y correo electrónico para la recepción de notificaciones.

Una vez ingresada la identificación única del certificado digital en el sistema, se escoge el tipo de certificado de acuerdo a la entidad emisora, luego se aceptan las políticas de uso. (Ver Anexo 24)

Al realizar los pasos anteriores en el término de 24 horas, se podrá ingresar al portal de ECUAPASS y dirigirse al módulo de Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE) para obtener el certificado de origen de exportaciones emitidos por el MIPRO.

5.5. REGISTRO COMO PRODUCTOR - EXPORTADOR DE PRODUCTOS VEGETALES EN AGROCALIDAD

Para obtener este registro se debe presentar a AGROCALIDAD los siguientes documentos:

- ✓ Solicitud de registro de operador para exportación, suscrita por el operador de Comercio Exterior. (Formulario RAEAM-01-AGC) (Ver Anexo 25)
- ✓ Copia del RUC actualizado.
- ✓ Copia de la cédula de identidad.

- ✓ Copia de la constitución legal de la empresa.
- ✓ Copia de los estatutos que constituyen a la persona jurídica
- ✓ Nombramiento actualizado del representante legal de la asociación notariado.
- ✓ Dirección, teléfono, persona de contacto y croquis de ubicación del lugar de acopio de los productos vegetales a ser exportados.
- ✓ Comprobante de pago original de las tasas establecidas por AGROCAIDAD.

Al presentarse estos documentos a la entidad, AGROCALIDAD procede a la verificación de la información declarada por el operador, por medio de inspectores fitosanitarios, quienes realizarán una visita al lugar de producción a registrarse. Como resultado de esta visita se emitirá un informe mediante el Formulario RAEAM – 02 – AGC. (Ver Anexo 25)

Si el reporte emitido es positivo se expedirá el Certificado de Registro (Formulario RAEAM – 03 - AGC) en donde consta un código específico el cual tiene una vigencia de dos años. (Ver Anexo 25)

Este trámite tiene una duración aproximada de 30 días los valores a cancelar son:

TABLA 12: COSTO DEL REGISTRO COMO PRODUCTOR-EXPORTADOR DE PRODUCTOS VEGETALES

COSTO DEL TRÁMITE	
ITEMS A CANCELAR	COSTO
Registro Productor-Exportador de productos vegetales	\$ 30
Inspección fitosanitaria que se realiza por lo menos una vez al año	\$ 50

COSTO DEL TRÁMITE	
ITEMS A CANCELAR	COSTO
TOTAL	\$ 80

FUENTE: AGROCALIDAD

5.6. OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO DE ORIGEN

En el presente ejemplo es necesario el Certificado de Origen para acogerse a la preferencia arancelaria que se le concede al Ecuador por ser parte de la CAN otorgada en el país de destino, en este caso Venezuela; y cuya vigencia no sería mayor a 180 días. Actualmente todos los certificados de origen se los puede obtener a través del ECUAPASS, FEDEXPOR, MIPRO o las cámaras.

Para la emisión del certificado de origen es necesario:

- ✓ Registrarse en el ECUAPASS
- ✓ Generación de la Declaración Juramentada de Origen (DJO): La cual determinara si el producto a ser exportado goza de origen ecuatoriano: la DJO tiene vigencia de 2 años. (Ver Anexo 26)
- ✓ Generación del Certificado de Origen: Mediante previo formulario que se encuentra en el portal del ECUAPASS el Certificado de Origen será emitido de forma física por el MIPRO, en caso de escoger alguna de las otras instituciones el exportador deberá ingresar al sitio web de estas entidades. (Ver Anexo 27)

El certificado de origen para la exportación del aceite de palma será emitido por el MIPRO. (Ver Anexo 28)

5.7. OBTENCION DEL CERTIFICADO FITOSANITARIO

Los Certificados Sanitarios son documentos que constatan que los productos a ser exportados cumplen con normativas sanitarias nacionales e internacionales; los cuales son emitidos en el país de origen. En el Ecuador las entidades certificadoras son AGROCALIDAD (Calidad del Agro), INP (Instituto Nacional de Pesca), INH (Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical) y debe ser expido por cada embarcación que el exportador realice con una vigencia de 90 días desde su aprobación.

Para la obtención del certificado fitosanitario se realiza una inspección previa del producto, en este caso al tratarse de un producto vegetal es AGROCALIDAD quien entrega un Certificado de Inspección y cuyo costo es de \$4, el cual se canjeará en los pasos fronterizos por el Certificado Fitosanitario. (Ver Anexo 29)

5.8. CADENA LOGÍSTICA

Dentro de los esquemas que el departamento de comercio exterior se encuentra la fiabilidad con los importadores extranjeros entregando los productos justo a tiempo con una estimación de tiempo real y probable para la entrega de los productos es decir justo a tiempo.

En la *Tabla 13* se estima los tiempos en los que el aceite crudo de palma llegara a su destino.

TABLA 13: FLUJO GRAMA DE LA CADENA LOGÍSTICA EN LA EXPORTACIÓN DE ACEITE DE PALMA HACIA VENEZUELA



Para ser confiables en las actividades de comercio exterior y entregar justo a tiempo los productos acordados con el comprador, se debe considerar todo el proceso logístico que esta operación implica; desde cuánto tiempo es necesario para la poda de la fruta hasta la recepción del aceite bruto en el país de destino; tal como se muestra en el cuadro anterior.

5.8.1. TRANSPORTE

Después de cumplir con todos los requisitos previos para la exportación de aceite de palma hacia Venezuela en tanques de acero inoxidable, se procede a solicitar cotizaciones a las empresas de transporte internacionales que posean permisos de transitar en Colombia y Venezuela. Para una correcta elección, se han considerado proveedores de ANDINATIC (Asociación Andina de Transporte Internacional) a nivel comunidad andina, como se muestra a continuación:

TABLA 14: EMPRESAS DE ANDINATIC CAPITULO ECUADOR

EMPRESAS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL POR CARRETERA (ANDINATIC)
Sánchez Polo
Cordicargas
Mamut Andino
Transbolivariana
Loraver
Transportes Pablo Tobar
Transportes Coello

Una vez analizados los costos por servicio de transporte, se firma la cotización recibida como aceptación de los términos de la empresa (Ver Anexo 30), en este caso “Sánchez Polo”. Al ponerse en contacto con la empresa transportadora se fija la fecha de recepción del aceite, la persona quien lo entrega, es decir, para efectos del ejemplo la Sra. Fabiola Pérez representante legal de la Asociación, y el lugar que sería en Santo Domingo-Vía Quevedo Km 9 margen derecho.

“La empresa de Transporte Sánchez Polo”, se compromete a colocar los pictogramas necesarios para la exportación en el Autotanque y precintos. Así mismo la Asociación Juntos Triunfaremos elabora una guía de remisión con información específica del aceite crudo de palma. (Ver Anexo 31)

5.8.2. TRÁNSITO Y ADUANAS

La mercancía es embarcada conjuntamente con la guía de remisión y la factura comercial (Ver Anexo 32) el 3 de Octubre del 2012. Al cabo de un día el Agente de Aduanas “Higuera Eduardo” en frontera Ecuador – Colombia recepta los documentos de exportación en copias certificadas; los documentos originales son enviados mediante Courier “DHL” al importador para que pueda proceder a la desaduanización cuando el aceite se encuentre en destino.

En frontera se sustituye el Certificado de Inspección por el Certificado Fitosanitario en las oficinas de Agrocalidad.

El transportista entrega a la “empresa transportadora Sánchez Polo” los documentos enviados en origen y se procede a elaborar la DTAI (Declaración de Tránsito Aduanero Internacional) (Ver Anexo 33), Carta Porte (Ver Anexo 34) y Manifiesto de Carga (Ver Anexo 35). Estos

documentos son entregados a “Higuera Eduardo” Agente de Aduanas; quien transmite los mismos a la Aduana de Ecuador y a la Aduana de Colombia.

Luego un funcionario del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador procede a realizar el aforo respectivo que puede ser físico, documental o automático; en donde se constata la información declarada. Una vez receptado el informe favorable de dicho aforo, se procede a efectuar la visación en los documentos.

Se envía a un pasador de vehículos de frontera, quien pesará en la Aduana Colombiana el ingreso del Autotanque, y de la misma forma se efectuará en bodega “almafrontera”. Para continuar con el tránsito internacional el vehículo es registrado en el Puente de Rumichaca y el Agente de Aduana Colombiano “Mario Londoño” entrega copias certificadas de la DTAI, Carta Porte, Factura Comercial, Manifiesto de Carga y Tiquetes de Báscula para la visación, donde son sellados y firmados. Todo este procedimiento desde que el transporte llega a frontera hasta que su partida a Venezuela tiene una duración aproximada de 2 días.

La información receptada en la Aduana Colombiana es enviada a la Aduana de Venezuela y revisada para el presente caso, en San José de Cúcuta cuando el Autotanque llega a zona primaria de Venezuela que es aproximadamente 1 día. Allí se convalida la información detallada de forma física con la información ingresada al sistema; se vuelve a pesar el medio de transporte y se verifica que los tiquetes de entrada sean iguales o tengan un porcentaje de merma bajo en relación a los tiquetes de salida. Si todo está correcto se visa los documentos y el régimen de tránsito internacional es cancelado pasando de esta forma el medio de

transporte a su destino ulterior Táchira-Venezuela. Para este tipo de régimen el transporte es garantía efectiva de la operación.

5.8.3.BENEFICIO SOCIAL A LA COMUNIDAD

El departamento de Comercio Exterior tiene como finalidad incentivar, promover y asesorar las actividades de Comercio Exterior dentro de la provincia; esta asesoría va enfocada a personas pertenecientes y dependientes de asociaciones y grupos sociales de interés que tienen consolidación de productos agrícolas y que con el apoyo de instituciones gubernamentales pueden desarrollarse.

El beneficio social se refleja principalmente en los 51 grupos y asociaciones seleccionadas de acuerdo a las principales cadenas productivas estudiadas; que equivale alrededor de 1384 socios beneficiando casi a 6.332 personas de la provincia Sto. Domingo de los Tsáchilas.

TABLA 15: CLASIFICACIÓN DE ASOCIACIONES DE SANTO DOMINGO

CLASIFICACIÓN DE ASOCIACIONES	N^a	SOCIOS	BENEFICIARIOS
ASOCIACIONES AGROP	17	470	2320
GRUPOS SOCIALES DE INTERES	16	326	1610
COMITÉ PRO MEJORAS	8	249	1090
ASOCIACIONES ARTESANALES	10	339	1312
TOTAL	51	1384	6332

Además el departamento ofrecerá el servicio abiertamente y se encontrará presto a recibir a cualquier persona que necesite asesoría relacionada a Comercio Exterior.

CAPITULO VI

ANALISIS ECONOMICO SOCIAL

6.1. PRESUPUESTO

En este capítulo se establecerá los montos de inversión para la implantación del departamento, así como también gastos anuales que serán incluidos como propuesta para la operación del mismo.

Al tratarse de un Servicio Público con un alto impacto social, la evaluación es económica y no financiera, con lo que se incorpora el análisis de Costos de Oportunidad como Ingresos del proyecto.

Para la instauración del departamento es necesario identificar ciertas inversiones que serán fijas e iniciales, es decir que serán realizadas solamente una vez.

INFRAESTRUCTURA

TABLA 16: INVERSION PREOPERATIVO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
ESCRITORIOS	2	\$ 250,00
LAPTOPS	2	\$ 1.500,00
PIZARRA Y OTROS	1	\$ 150,00
ARANCEL NACIONAL SOFTWARE Y LIBROS	1	\$ 631,00

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
IMPRESORA MULTIFUNCIÓN	1	\$ 350,00
GASTOS PREOPERATIVOS (INVERSION)		\$ 2.881,00

TABLA 17: GASTOS MENSUALES

GASTOS MENSUALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SECRETARIA	1	\$ 350,00	\$ 350,00
ASESORES	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
GASTOS DEL PERSONAL	3	\$950,00	\$ 1.550,00
MANTENIMIENTO LAPTOP	MENSUAL	\$ 30,00	\$ 30,00
SUMINISTROS OFICINA	MENSUAL	\$ 100,00	\$ 100,00
ARRENDAMIENTO SOFTWARE	MENSUAL	\$ 100,00	\$ 100,00
SUSCRIPCIONES	MENSUAL	\$ 50,00	\$ 50,00
GASTOS DE DIFUSION	MENSUAL	\$ 50,00	\$ 50,00
TRANSPORTE Y MOVILIZACION	MENSUAL	\$ 150,00	\$ 150,00
OTROS GASTOS	5%	\$ 23,20	\$ 23,20
SERVICIOS BASICOS	MENSUAL	\$ 100,00	\$ 100,00
INTERNET	MENSUAL	\$ 30,00	\$ 30,00
GASTOS GENERALES			\$ 633,20

Se considera como que es necesario 3 personas para iniciar con la funcionalidad del departamento de Comercio Exterior en la prefectura, iniciando con dos asesores y una secretaria que nos permita mantener la información correcta y al día.

Los gastos de operación se consideran por 6 meses como capital de trabajo, dentro de las inversiones.

Gastos generales abarcan los que se desarrollen en el departamento como son: el mantenimiento de oficina, gastos de suscripciones, servicios extras, entre otros.

Para una correcta visualización y entendimiento de los gastos eventuales que se generen en el departamento de comercio exterior se elaboró un presupuesto resumen que nos permita abarcar totales.

Se considera dentro de las inversiones como capital de operación los seis primeros meses de funcionamiento, toda vez que estimamos que en ese tiempo los impactos positivos alcanzarán un volumen de actividad requerido que justifique su creación y equipare los costos de operación.

TABLA 18: PRESUPUESTO SEMESTRAL

DETALLE	INICIAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	SEMESTRAL
PREOPERATIVOS	\$ 2.881,00							
GASTOS DE PESONAL		\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 9.300,00
GASTOS GENERALES		\$ 633,20	\$ 633,20	\$ 633,20	\$ 633,20	\$ 633,20	\$ 633,20	\$ 3.799,20
PRESUPUESTO ANUAL								\$ 13.099,20

En el cuadro anterior tenemos el cálculo semestral de los eventuales gastos que se generarían alrededor de los 6 meses de funcionamiento del departamento; tenemos que inversión pre operativa de \$2.881,00, como gasto de personal un valor de \$1.550,00 finalmente tenemos un total de los eventuales gastos que se generarían en el departamento con un valor de \$633,20 dando un total semestral de \$13.099,20.

Con la elaboración del presupuesto anualmente se puede proyectar el mismo para el siguiente año por efectos de estudio se realizara las proyecciones para tres años con la tasa máxima de la inflación proyectada por el Banco Central del Ecuador.

TABLA 19: PROYECCION PRESUPUESTARIA

DETALLE	AÑO1	AÑO2	AÑO3
GASTOS DE PESONAL	\$ 18.600,00	\$ 19.738,32	\$ 20.946,31
GASTOS GENERALES	\$ 7.598,40	\$ 8.063,42	\$ 8.556,90
PRESUPUESTO ANUAL	\$ 26.198,40	\$ 27.801,74	\$ 29.503,21

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

INFLACIÓN 2011/2012	
MAXIMO	6,12%

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

6.2. IMPACTOS ECONÓMICOS

Los indicadores que serán analizados en el proyecto son los siguientes:

Tiempo de Recuperación del proyecto:

Como parte del análisis económico se identificó el beneficio total de la inversión con el impacto social que podría generar la misma.

Alrededor de \$15.980,00 (Capital de Trabajo) son necesarios para el funcionamiento del departamento llamados también como gastos o costos pre operativos; además el costo total del servicio de asesoría que tiene un valor de \$2.480,00 tenemos que con solamente que una persona mensualmente tenga asesoría completa del departamento se devengaría la inversión inicial que se afrontó en la instauración del mismo.

Impactos por actores

Con la información recolectada en este estudio se identificó que habitantes se beneficiaran de los servicios que ofertara el Departamento de Comercio Exterior.

Además se tiene el dato de que en la provincia existen alrededor de 181.134 habitantes que se encuentran en la edad de trabajar, estos datos han sido utilizados para calcular los porcentajes de la población que será beneficiada del departamento tomando como referencia las asociaciones y grupos de interés a los cuales se dio el conocimiento de la posible creación del departamento, los mismos que fueron objeto de las entrevistas.

TABLA 20: PORCENTAJES DE PARTICIPACION DE LAS ASOCIACIONES EN LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA PROVINCIA

PORCENTAJES DE PARTICIPACION DE LAS ASOCIACIONES EN LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA PROVINCIA	SOCIOS	BENEFICIARIOS
COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR	3,92%	17,95%
AGRICULTURA, GANADERIA, SILVICULTURA Y PESCA	4,43%	20,27%
TOTAL	8,35%	38,22%

Teniendo como principales clientes o asesorados a las personas del listado de asociaciones y grupos de se tuvo que el 17,95% serán beneficiados del total de pobladores que se dedican a la actividad de comercio al por mayor y menor y de igual forma alrededor del 20,27% con

respecto a la actividad de agricultura ganadería y pesca dando un total del 38.22% del total de la población de estudio que será beneficiado con el departamento.

Además en el presente estudio se logró determinar que existen varios escenarios o supuestos los cuales se detallan a continuación:

1.- Cada servicio que ofrece el departamento de comercio exterior tienen un costo al ser este ofertado por una empresa privada, dicho esto se estableció costos para cada servicio y determinar el valor total de asesoría del departamento para una o varias personas.

TABLA 21: PROFORMA DE OLIMPOLOGISTICS

SERVICIO	COSTO UNITARIO
ASESORIA EN PROVEEDORES	\$ 315,00
ASESORIA EN CALIDAD	\$ 230,00
ASESORIA EN PRECIOS	\$ 200,00
ASISTENCIA AL EXPORTADOR	\$ 250,00
APOYO EN COMERCIO EXTERIOR	\$ 225,00
ASESORIA EN ENVASE, EMPAQUE, EMBALAJE	\$ 320,00
ASESORIA EN ETIQUETADO	\$ 310,00
ASESORIA EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	\$ 360,00
ASESORIA EN CONDICIONES DE COMERCIO EXTERIOR	\$ 220,00
ASESORIA EN CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	\$ 50,00
TOTAL	\$ 2.480,00

Con los datos anteriores se puede decir que si una persona percibe un servicio completo es decir todo el portafolio tendría un gasto de alrededor de \$2.480,00 en una sola sesión.

Sin embargo se puede dar el caso de que una persona perciba solamente uno o dos servicios y este gasto variaría.

2.- El siguiente escenario será planteado desde el punto de vista del gobierno para ello se pretende tomar como dato principal el 38,22% de la población que se beneficiaría del departamento de comercio exterior siendo este alrededor de 69.229 habitantes los que harían uso de al menos uno de los servicios del departamento.

TABLA 22: NUMERO DE BENEFICIADOS X ASOCIACION VS GASTO MENSUAL

	MENSUAL	HABITANTES BENEFICIADOS
MAX	\$ 360,00	\$ 24.922.589,33
MIN	\$ 50,00	\$ 3.461.470,74
PROMEDIO	\$ 248,00	\$ 17.168.894,87
TOTAL	\$ 2.480,00	\$ 171.688.948,70

Con ello se estableció valores claves del costo de cada servicio siendo lo máximo que una persona puede pagar por el mismo \$360,00, lo mínimo \$50,00 y un promedio de alrededor de \$248,00.

Si tomamos en cuenta que los beneficiados de los servicios del Departamento de Comercio Exterior son alrededor de 69.229 habitantes tenemos que en promedio se gastaría alrededor de \$171.688.948,70; siempre y cuando cada habitante haga uso de al menos uno de los servicios ofertados.

3.- Otro escenario que permite identificar el ahorro económico a gran magnitud de la creación del departamento se pone en evidencia de acuerdo con la periodicidad con la que un usuario del departamento solicite un servicio.

**TABLA 23: COMPARACION PROFORMA OLIMPOLOGISTICS VS
DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR**

SERVICIO	COSTO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
ASESORIA EN PROVEEDORES	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 3.780,00
ASESORIA CALIDAD	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 2.760,00
ASESORIA PRECIOS	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
ASISTENCIA AL EXPORTADOR	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
APOYO EN COMERCIO EXTERIOR	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 2.700,00
ASESORIA EN ENVASE, EMPAQUE, EMBALAJE	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 3.840,00
ASESORIA EN ETIQUETADO	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 3.720,00
ASESORIA EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 4.320,00
ASESORIA EN CONDICIONES DE COMERCIO EXTERIOR	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 2.640,00
ASESORIA EN CLASIFICACION ARANCELARIA	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL	\$ 2.480,00	\$ 2.480,00	\$ 29.760,00

Si existe al menos una persona que utilice un servicio del departamento al mes se tiene que anualmente el departamento de comercio exterior puede ofrecer un ahorro de alrededor de \$29.760,00 al año.

4.- Según la regla del 80-20 de Pareto vamos a estimar que el 80 % de la población objetivo del estudio hará uso de al menos uno de los servicios del departamento de Comercio Exterior, es decir que de los 69.229 posibles usuarios en el Año 0 de iniciación del departamento se brindara el servicio a 55.384 beneficiados del servicio de asesoría, este dato corresponde al 80% de la población objeto de estudio.

6.3. FLUJOS ECONÓMICOS

De acuerdo con los la inversión inicial y los eventuales ingresos que podrían generarse en el periodo de 10 años y conociendo los egresos resultado de los costos y gastos calculados anteriormente es posible identificar el beneficio social fruto de la creación del departamento Comercio Exterior.

TABLA 24: FLUJOS PROYECTADOS

ANOS	0										
INVERSIONES											
GASTOS PREOPERATIVOS	-2.881										
GASTOS SEMESTRALES	-13.099										
TOTAL INVERSIONES	-15.980										
ANOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS											
AHORRO POR USO DE SERVICIOS		24.000,00	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15	30.630,76	32.162,30	33.770,41	35.458,93	37.231,88
INCREMENTO											
INGRESOS	5%										
TOTAL DE INGRESOS		24.000,00	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15	30.630,76	32.162,30	33.770,41	35.458,93	37.231,88
COSTOS Y GASTOS											
GASTOS PERSONAL		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GASTOS GENERALES		9.300,00	10.230,00	11.253,00	12.378,30	13.616,13	14.977,74	16.475,52	18.123,07	19.935,38	21.928,91
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GASTOS GENERALES		3.799,20	4.179,12	4.597,03	5.056,74	5.562,41	6.118,65	6.730,51	7.403,57	8.143,92	8.958,31
TOTAL DE EGRESOS		13.099,20	14.409,12	15.850,03	17.435,04	19.178,54	21.096,39	23.206,03	25.526,64	28.079,30	30.887,23
BENEFICIOS											
SOCIALES	-15.980	10.900,80	10.790,88	10.609,97	10.347,96	9.993,61	9.534,36	8.956,26	8.243,78	7.379,63	6.344,65
TIR ECONOMICA	65,78%										

Como parte de los ingresos tenemos: el ahorro que se generaría por el uso del servicio de asesoría sin paga alguna; con ello estimamos que alrededor de 10 personas ocupen el servicio de asesoría mensualmente con un costo promedio de \$ 200,00 este cálculo nos da un total anual de \$24.000,00 en el año cero y con un incremento del 5 % anualmente es posible la proyección de los flujos de igual forma se contempla los costos y gastos que implican la operatividad del departamento de Comercio Exterior.

Finalmente se tiene los beneficios sociales se ven reflejados en un tasa interna de retorno de 65,78 % calculada con la proyección de flujos en el periodo de 10 años.

Como conclusión debido a los escenarios establecidos en la presente propuesta se puede decir que el proyecto tiene más del 60% de rentabilidad social debido a todos los posibles ahorros que se generaran con la instauración del mismo. De igual manera como proyecto social se pretende alcanzar a recuperar toda la inversión en un periodo máximo de 10 años.

Como fundamento de todos los análisis desarrollados en este capítulo es indiscutible la factibilidad del proyecto, así mismo también son apreciables todos los beneficios que alcanzaría la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas en diferentes áreas.

6.3.1.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- ✓ La propuesta de departamento de comercio exterior tiene como fundamento el identificar las principales cadenas productivas de la zona con la finalidad de brindar un servicio especializado de asesoría., tal es el caso que en la propuesta se presenta un ejemplo práctico-real de asesoría en el proceso de exportación de aceite crudo de palma desde la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas hacia Táchira Venezuela.
- ✓ A través del estudio de mercado fue apreciable la falta de asesoría en comercio Exterior en varias zonas potenciales del país, una de ellas considerada punto estratégico por su ubicación geografía es la provincia Tsáchila razón por la cual fue considerada para la elaboración de esta propuesta.
- ✓ La propuesta presenta información referente a la estructura organizativa que debería tener el departamento de comercio exterior para un funcionamiento óptimo apegado a las leyes, reglamentos y estatutos a los que se rige la prefectura de tal manera que la incorporación del mismo no represente ningún cambio en la jerarquización de poderes distribuidas en el orgánico funcional de la prefectura.
- ✓ En conclusión los servicios que ofrecerá el departamento de comercio exterior han sido establecidos en base a la identificación de necesidades y problemas más comunes que se presentan a los productores, asociaciones y grupos sociales de interés en el momento de ejercer comercio internacional, es decir la compra- venta de sus productos a un nivel mayor.
- ✓ El ejemplo Práctico- real tiene la finalidad de servir de guía a los productores que tengan interés en la exportación de aceite crudo de palma. Además con

la veracidad de los documentos, procedimientos y requisitos que en el ejemplo es apreciable se tiene la idea de la asesoría en comercio exterior que se brindaría en el departamento.

- ✓ Con el análisis económico de la propuesta se estableció los diferentes escenarios los cuales el departamento se podría ver inmerso de tal manera que se identificó varios ahorros que se generan con la instauración del mismo tal es el caso que se estimó el costo eventual que se generaría al acceder al servicio de asesoría, de igual manera se estableció la inversión inicial recuperable en 15 años, además del beneficio económico social que se genera con la implantación del mismo.

RECOMENDACIONES

- ✓ Es importante brindar asesoría a todos los productores, asociación y grupos de interés de la zona de tal manera que se pueda agregar valor a la producción local e incentivar la generación de empleo.
- ✓ Se recomendaría realizar estudios de mercado para determinar el grado de capacitación y asesoría que se debe proporcionar en las diferentes provincias del país.
- ✓ Se plantea la creación del departamento a un nivel macro dentro del gobierno autónomo descentralizado provincial de tal manera que sea posible ofrecer los servicios de asesoría en comercio exterior sin ningún tipo de costo o cargo con la finalidad de llegar a más productores de la comunidad.
- ✓ Se recomienda empezar la funcionalidad del departamento con cada uno de los servicios de asesoría de tal manera que con el pasar del tiempo se agreguen nuevos servicios para poder abarcar aspectos que afectan la negociación.
- ✓ Se recomienda la elaboración de ejemplos prácticos reales de cada una de las cadenas productivas que se analizaron en esta propuesta debido a que la producción de estas tiene una participación comercial.
- ✓ Se recomienda establecer vínculos con universidades que desarrollen la investigación de tal manera que el gasto de inversión sea menor y se produzca mayor rentabilidad social.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador.
- ✓ Bhide, A., Sahlman, W., Stancil, J., Block, Z. (1999). Iniciativa Emprendedora. Barcelona: Ediciones Deusto.
- ✓ Consejo Nacional de Planificación y Desarrollo. (2009-2013). Plan Nacional del Buen Vivir.
- ✓ Drucker, P., Hammond, J., Keeney, R., Raiffa, H. (2002). La Toma de Decisiones. Barcelona: Ediciones Deusto.
- ✓ Ferre, J., (1997). Como Hacer un Estudio de Mercado. Madrid: Díaz de Santos.
- ✓ Ferre, J., (1996). Políticas y Estrategias de Distribución. Madrid: Díaz de Santos.
- ✓ Furtado, C., (1998). La Economía Latinoamericana. Barcelona: Ediciones Edimsa.
- ✓ Guayasamín, F. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones Correlación entre el Reglamento a la Estructura e Institucionalidad de Desarrollo Productivo de la Inversión y de los Mecanismos e Instrumento de Fomento Productivo.
- ✓ Guillermo, J., Conde, M., Amaya, V., Maldonado, A. (2010). Oportunidades Comerciales. Bogotá: Ronderos y Cárdenas.
- ✓ Luna, L. (2007). Economía Internacional del Siglo XXI. Quito: Ediciones Tinta Fresca.

- ✓ Marín, J., (1997). Economía Financiera. Madrid: Díaz de Santos.

- ✓ Nichols, R., Stevens, L., Jay, A., Prince, G. (2000). Comunicación Eficaz. Barcelona: Ediciones Deusto.