

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PLAN DE IMPORTACIÓN DE MATERIA PRIMA PLÁSTICA DESDE EL
MERCADO ASIÁTICO PARA LA EMPRESA OROPLAST**

HELEN MARIAN ABAD CALVA

DIRECTOR: MGTR. CARLOS CÓRDOVA ZAPATA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: POLÍTICA ECONÓMICA,
COMPETITIVIDAD INSTITUCIONAL, INNOVACIÓN,
EMPRENDIMIENTO, PRODUCTIVIDAD Y LIDERAZGO**

**SUB-LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ESTRATEGIA DEL SECTOR
EMPRESARIAL PRIVADO Y PÚBLICO EN EL MERCADO LOCAL Y
GLOBAL**

QUITO, JUNIO – 2023

DIRECTOR:

Mgtr. Carlos Córdova Zapata

LECTORES:

Mgtr. Christian Fajardo

MBA. Jorge Altamirano

DEDICATORIA

A Dios por permitirme no desvanecer y darme fuerzas y energía para no caer en este camino llamado vida.

A mis padres, por nunca dejarme sola a pesar de la distancia y por animarme a perseguir mis sueños sin importar nada.

A mis abuelos, Delia y Antonio que a pesar de la distancia siempre han estado conmigo apoyándome.

Especialmente a mis tres ángeles que están en el cielo, Luz del Carmen, Aníbal y Cristian, quienes estarían orgullosos de mí por culminar esta gran meta en mi vida.

Finalmente, a mí por haber cumplido todos los objetivos en este camino y no decaer a pesar de los obstáculos que había.

Helen Marian Abad Calva

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por su amor y protección, quien ha sabido darme fortaleza para continuar en este camino.

A mis padres por su apoyo, amor y ejemplo para nunca rendirme y luchar por lo que verdaderamente aspiro en mi vida.

A mi hermano Jardel, quien ha sido una figura paterna para mi durante todos estos años y quien ha estado junto a mi luchando día a día por salir adelante.

A mis perros, Tokio y Río, quienes están conmigo todos los días y me acompañaron desvelándose en este trabajo de titulación.

Finalmente, a mí por nunca rendirme a pesar de las adversidades y cumplir mis metas con constancia y esfuerzo.

Helen Marian Abad Calva

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTOS.....	IV
RESUMEN EJECUTIVO	X
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1. ESTUDIO SITUACIONAL DE LA EMPRESA OROPLAST	2
1.1. Reseña histórica.....	2
1.2. Ubicación geográfica.....	4
1.2.1. Macro localización	4
1.2.2. Micro localización.....	5
1.3. Giro del negocio	6
1.4. Organigrama estructural	8
1.5. Misión, visión y valores institucionales de “OroPlast”	9
1.5.1. Misión.....	9
1.5.2. Visión	9
1.5.3. Valores institucionales	10
1.6. Análisis PESTEL.....	10
1.7. 5 fuerzas de Porter.....	11
1.7.1. Poder de negociación de los clientes	12
1.7.2. Poder de negociación de los proveedores.....	13
1.7.3. Amenaza de nuevos entrantes	14
1.7.4. Amenazas de productos sustitutos.....	15
1.7.5. Rivalidad entre los competidores existentes	16
CAPITULO 2. ASPECTOS OPERATIVOS DE LA IMPORTACIÓN DIRECTA DE MATERIA PRIMA	17
2.1. Gestión de cadena de suministro	17
2.1.1. Beneficios de la cadena de suministro	19
2.1.2. Desafíos de la cadena de suministro.....	20
2.1.3. Tipos de estrategias de cadena de suministro.....	20
2.2. Cadena logística de distribución de materia prima	21

2.2.1.	Beneficios de la cadena logística.....	23
2.2.2.	Desafíos de la cadena logística.....	23
2.2.3.	Tipos de estrategias de cadena logística.....	24
2.3.	Diferencia entre cadena de suministro y cadena logística.....	25
2.4.	Aspectos del proceso de importación en el sector manufacturero para importación de materia prima en Ecuador	26
2.4.1.	Plan de importación.....	26
2.4.1.1.	Etapas del plan de importación	27
2.5.	Herramientas para evaluar un proceso de importación	30
2.5.1.	Análisis FODA.....	30
2.5.2.	Estudios de mercado.....	30
2.5.3.	Tratados de libre comercio	30
2.5.4.	Indicadores económicos	30
2.5.5.	Evaluación de proveedores.....	30
 CAPÍTULO 3. SITUACIÓN ACTUAL COMERCIAL ENTRE LOS PAÍSES ASIÁTICOS Y ECUADOR.....		31
3.1.	Situación actual comercial en China	31
3.2.	Situación actual comercial en Corea del Sur.....	32
3.3.	Situación actual comercial en Japón	33
3.4.	Situación actual comercial en Taiwán.....	34
3.5.	Situación actual comercial en India.....	35
3.6.	Situación actual de las relaciones comerciales entre Ecuador y los países asiáticos	36
 CAPÍTULO 4. PLAN DE IMPORTACIÓN PARA LA IMPORTACIÓN DE MATERIA PRIMA PLÁSTICA DESDE EL MERCADO ASIÁTICO.....		39
4.1.	Descripción actual del mercado importador de materia prima en Ecuador.....	39
4.2.	Descripción de los productos a importar	41
4.3.	Selección de país proveedor	41
4.4.	Condiciones de negociación con el proveedor	45

4.4.1. INCOTERM	45
4.4.2. Ciudad punto de embarque	46
4.4.3. Número de unidades a embarcar	47
4.4.4. Tipo de empaque	47
4.4.5. Forma de pago	48
4.4.6. Tipo de contenedor	49
4.4.7. Seguro.....	49
4.5. Requisitos para importar	50
4.5.1. Registro Único de Contribuyente (RUC)	50
4.5.2. Obtención de firma electrónico o Token	50
4.5.3. Registro en el portal web ECUAPASS	51
4.6. Posición Arancelaria.....	52
4.6.1. Valores y tasas arancelarias.....	52
4.7. Régimen aduanero de importación.....	53
4.8. Contrato de agente de carga	55
4.9. Nacionalización de mercancías	55
4.9.1. Contratación de agente de aduanas	55
4.9.2. Documentos de acompañamiento.....	56
4.9.3. Documentos de soporte	56
4.10. Control Aduanero	57
4.10.1. Aforo	57
4.10.2. Pago de tributos	58
4.11. Levante de mercancías y transporte a destino final.....	58
4.12. Gestión de cadena logística	59
CONCLUSIONES.....	61
RECOMENDACIONES	62
BIBLIOGRAFÍA.....	63
ANEXOS.....	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Histórico de ventas empresa OroPlast	3
Figura 2. Localización de fábrica OroPlast	5
Figura 3. Aspecto de la fábrica de utensilios plásticos OroPlast	6
Figura 4. Chiquitenedor fabricado por la empresa OroPlast	7
Figura 5. Picapapa de tres patas fabricado por la empresa OroPlast.....	7
Figura 6. Picapapa de dos patas fabricado por la empresa OroPlast.....	7
Figura 7. Logo de la empresa OroPlast	7
Figura 8. Organigrama estructural de OroPlast.....	8
Figura 9. Cuadro de Análisis de Macroentorno PESTEL	11
Figura 10. Representación de cadena de suministro	19
Figura 11. Cadena Logística de distribución.....	22
Figura 16. Análisis FODA de la situación comercial de China	32
Figura 17. Análisis FODA de la situación comercial de Corea del Sur.....	33
Figura 18. Análisis FODA de la situación comercial de Japón	34
Figura 19. Análisis FODA de la situación comercial de Taiwán.....	35
Figura 20. Análisis FODA de la situación comercial de India.....	36
Figura 21. Gráfico de porcentajes de exportación e importación de los países asiáticos con Ecuador	37
Figura 12. INCOTERMS	46
Figura 13. Medios de pago internacional en base al riesgo	48
Figura 14. Codificación Arancelaria	52
Figura 15. Regímenes aduaneros de importación	54
Figura 22. Máquina inyectora de plástico CHEN HSONG	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Evolución comercial de empresa OroPlast.....	4
Tabla 2. Análisis de poder de negociación de los clientes	12
Tabla 3. Análisis del poder de negociación de los proveedores.....	13
Tabla 4. Análisis de la amenaza de nuevos entrantes.....	14
Tabla 5. Análisis de amenazas de productos sustitutos	15
Tabla 6. Análisis de rivalidad entre competidores existentes.....	16
Tabla 7. Análisis de mercado FODA de los países asiáticos	38
Tabla 8. Valores unitarios y cantidad exportada de los países asiáticos	39
Tabla 9. Países exportadores de polipropileno en formas primarias a Ecuador	40
Tabla 10. Tipo de polipropileno que se propone importar	41
Tabla 11. Análisis de posibles proveedores de polipropileno	42
Tabla 12. Matriz de ponderación de proveedores	44
Tabla 13. Precios Firma electrónica + Token.....	51
Tabla 14. Tributos a la partida arancelaria 3902100000	53
Tabla 15. Documentos de soporte	56
Tabla 16. Modalidades de aforo	58
Tabla 17. Costos de Importación y Nacionalización.....	60

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A. Ficha de entrevista a gerente de la empresa OroPlast	71
Anexo B. Entrevista a gerente de la empresa OroPlast.....	72
Anexo C. Desarrollo de Análisis PESTEL	72
Anexo D. Proforma proveedor Shanghai Qishen Plastic Industry Co., LTD	76
Anexo E. Certificado de calidad IATF6949	77
Anexo F. Certificado de calidad ISO9001	78
Anexo G. Certificado de calidad ISO14001	79

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de integración curricular tiene como objetivo desarrollar un plan de importación eficiente de materia prima plástica desde un país asiático. Debido al surgimiento de la COVID-19, el periodo de aislamiento y la crisis de los contenedores los precios de la materia prima plástica aumentaron considerablemente produciendo así un aumento en los costos de fabricación y un aumento de los precios en proveedores nacionales de materia prima plástica. Para esto se estableció un tipo de estudio descriptivo donde se explicará los procesos logístico y se analizará de manera cualitativa la información recolectada en acuerdos, normas y descripciones de los países objeto de análisis. Además, como herramienta de fuente secundario se realizará una entrevista con el gerente de la empresa para poder determinar de mejor manera el estudio situacional de la empresa caso de estudio. Se puede concluir que la materia prima plástica es óptima para realizar la importación ya que es un producto de calidad y menos costoso para la empresa OroPlast.

Palabras clave: OroPlast, Plan de importación, Cadena logística, materia prima plástica, polipropileno

INTRODUCCIÓN

El presente caso de estudio se divide en cuatro capítulos los cuales buscan dar solución a los objetivos planteados. En el primer capítulo se hizo un estudio situacional de la empresa, objeto del presente trabajo de investigación, donde se hizo una reseña histórica, ubicación geográfica, giro del negocio, organigrama estructural, misión, visión, valores institucionales, análisis PESTEL para poder identificar los factores externos que la empresa enfrenta junto con un análisis de las 5 fuerzas de Porter para analizar el entorno competitivo de la empresa y analizar la rentabilidad de esta.

En el segundo capítulo se planteó el marco teórico del trabajo de investigación dónde se definió la cadena de suministro y la cadena logística. Aquí, se determinaron los beneficios, desafíos, los tipos de estrategias y diferencias que existen de las dos cadenas mencionadas anteriormente. Después, se dio paso a dar conceptos del plan de importación, los participantes, importancia y las etapas que se deben seguir para obtener un óptimo plan y las herramientas más utilizadas para este trabajo de investigación.

En el tercer capítulo se elaboraron análisis FODA de los cinco países escogidos para poder realizar la importación de materia prima plástica: China, Corea del Sur, Japón, Taiwán e India dando información de indicadores económicos para establecer el mejor país dando paso a un FODA más macro comparando los países mencionados anteriormente,

Por último, en el cuarto capítulo se da paso al plan de importación de materia prima plástica donde se describe el mercado importador, se establece el producto a importar, se selecciona el proveedor y el país elegido por el importador, se establecen las condiciones con el proveedor, se determinan los requisitos para importar, posición arancelaria, régimen aduanero de importación, el contrato de los agentes de carga, la nacionalización de las mercancías, el control aduanero y, finalmente, el levante de mercancías y el transporte hacia el destino final.

CAPÍTULO 1. ESTUDIO SITUACIONAL DE LA EMPRESA OROPLAST

En el siguiente estudio situacional se tomará en cuenta datos antiguos y de la actualidad que será analizado en el entorno interno y externo de la empresa con el fin de establecer estrategias para poder determinar un plan óptimo para la empresa o efectuar un objetivo. (Salgado, 2010)

Es por esto por lo que en el presente capítulo se busca analizar diferentes elementos que influyen en la actualidad y en el pasado en el progreso de la empresa objeto de trabajo de estudio.

1.1. Reseña histórica

De acuerdo con lo entrevistado al gerente general de la empresa (ver Anexo A), OroPlast inicia sus actividades comerciales en el año 2018 en la ciudad de Quito en un galpón arrendado que se ubica en la Panamericana Sur Km. 2 con un capital de 10 mil dólares. En primera instancia su única actividad es la fabricación de utensilios plásticos, específicamente, picapapa de tres patas con materia prima, es decir, polipropileno.

Los principales proveedores de la fábrica que manifestó el gerente general eran dos empresas: una se dedicaba al reciclaje de plástico reciclado ubicado en Calacalí-Pichincha el cual proveía de material como: polipropileno y polietileno, mientras que la otra se dedicaba a la venta de material termoplástico ubicado Kilómetro 31 vía a Yaruquí-Pichincha. OroPlast es una empresa caracterizada por su calidad y rapidez de entrega en Pichincha en su línea de negocio, por tanto, generaba mensualmente ventas promediadas en 5.500 dólares.

Como estrategia comercial, OroPlast decidió formar relaciones comerciales con la distribuidora Plasti-Fe en lo que es la venta al por mayor con el objetivo de ampliar su mercado a otras provincias del país como Santo Domingo, Esmeraldas, Manabí, Santa Elena y Tungurahua. En cuanto a la venta al por menor, las ventas las ejercía de manera local, de acuerdo con lo hablado con el gerente Jardel Abad por medio de entrevistas (Ver Anexo A).

Tras la aparición de la enfermedad de la COVID-19 la empresa enfrentó bajones y subidas comerciales y financieras por la ausencia de distribuidores y clientes que quisieran adquirir los productos de la empresa. También, con el cierre de escuelas, institutos y universidades las personas de locales pequeños que contaban con este producto para poder vender con la comida supusieron pérdidas grandes para OroPlast. Es por esto por lo que la empresa optó por añadir dos productos más para fabricar como el picapapa de dos patas y el chiquitenedor los cuales son productos que no necesitaban de tanto material para elaborarlos. Los tres productos que maneja actualmente la microempresa se manejan bajo el mismo RUC y en los últimos años la calidad y durabilidad de los productos han dado paso a la distribución de estos por otras provincias de la sierra del Ecuador y por ende el aumento de las ventas. A continuación, se encuentran los datos del desarrollo presentado:

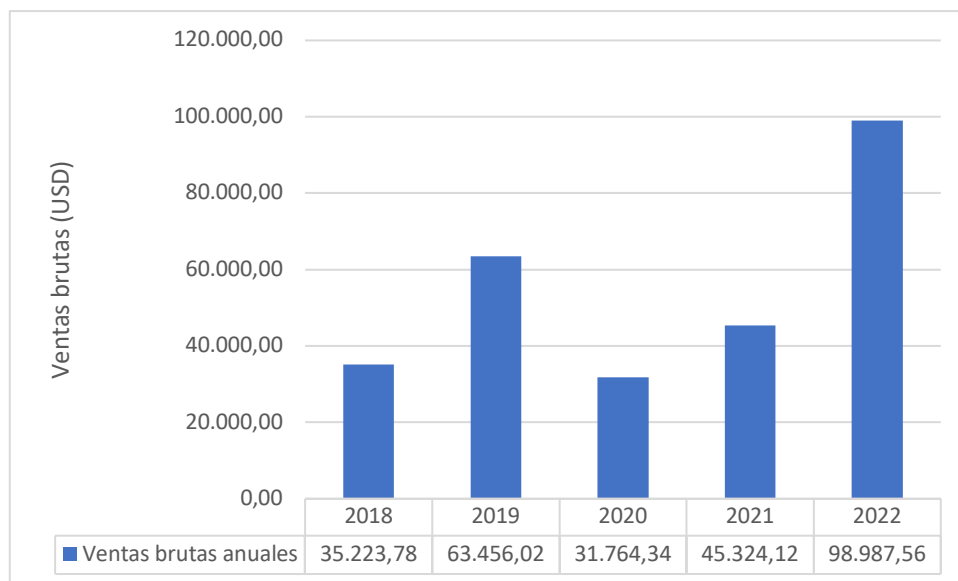
Línea: Fabricación de utensilios plásticos

RUC: 1900517309001

Razón social: Vinicio Jardel Abad Calva

Actividad económica principal: Venta al por mayor y menor de utensilios de plástico como es el picapapa de tres patas, de dos patas y el chiquitenedor para uso comercial y alimentario.

Figura 1. Histórico de ventas empresa OroPlast



Fuente: Declaraciones de Impuestos a la Renta OroPlast

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

Como podemos observar en la gráfica, la Figura 1 presenta las ventas brutales anuales mediante documentos de declaraciones de Impuestos a la Renta del Servicio de Rentas Internas (s.f.) que comprende desde el año 2018 hasta el año 2022. En el año 2020 muestra ventas inferiores a las del 2019 por la aparición de la pandemia lo que ocasionó una disminución de ventas. A partir del año 2021 se pudo identificar que las ventas comienzan a subir hasta el año 2022 que es cuando se dio por concluida la pandemia.

En vista de la evolución comercial de la empresa en cuestión, se han tenido que implementar nuevas plazas de trabajo y de maquinaria simplificada en la Tabla 3:

Tabla 1. Evolución comercial de empresa OroPlast

Evolución comercial de empresa OroPlast						
Año	2018	2019	2020	2021	2022	Actual
Número de colaboradores	2	4	4	5	5	9
Número de máquinas	2	2	2	2	2	3

Fuente: OroPlast

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

1.2. Ubicación geográfica

1.2.1. Macro localización

Según Machicado & Quiroga (2016) se entiende como macro localización a la evaluación de un sitio en concreto con el fin de obtener conocimientos del estado del lugar o sitio donde se llevará a cabo el proyecto y determinar las mejores condiciones posibles. Algunos factores que tomar en cuenta para determinar un lugar óptimo es la

ubicación de los consumidores, la localización de la materia prima y que tan cerca se encuentra de los medios de transporte y comunicación.

En el caso de OroPlast su ubicación se encuentra en la zona centro-norte del Ecuador, en la provincia de Pichincha, donde se concentra un mayor porcentaje de empresas pertenecientes al sector manufacturero como metalmecánico, alimenticio, químico farmacéutico, etc. De acuerdo con el último censo realizado por el INEC en el año 2010 comprende alrededor de 2.576.287 de personas.

1.2.2. *Micro localización*

Según Machicado & Quiroga (2016) se entiende como micro localización el punto preciso donde se va a establecer la empresa dentro de un espacio en específico y, posteriormente, se harán las debidas instalaciones. Los factores que se tomarán en cuenta son la disponibilidad de recursos, la ubicación de la competencia, costos de transporte y productos, entro otros.

En cuanto a OroPlast establece actualmente su empresa de fabricación en la ciudad de Quito, sector industrial de Pichincha.

Figura 2. Localización de fábrica OroPlast



Fuente: Google Maps

Como se muestra en la Figura 2, la fábrica se localiza al sur de la ciudad de Quito, Panamericana Sur Km. 2, zona rural del cantón. Las ventajas de esta localización es la

ausencia de viviendas y personas en ese sector lo que ocasiona que no haya contaminación auditiva y visual debido a la amplitud de zona verde de la zona. Además, la instalación de electricidad es propia y cuenta con área de bodega, producción, parqueo y atención al cliente de acuerdo con la capacidad de producción.

Figura 3. Aspecto de la fábrica de utensilios plásticos OroPlast



Capturada por: Helen Marian Abad Calva

Acto seguido, en la Figura 3, se refleja el aspecto del lugar donde se produce los utensilios plásticos con la materia prima plástica que se desea importar desde el exterior.

1.3. Giro del negocio

En cuanto a la línea de negocio aplicado en el caso de estudio y de acuerdo con lo manifestado en la entrevista realizada al gerente, OroPlast se dedica a la fabricación y la comercialización de utensilios plásticos al por mayor y menor de manera nacional teniendo actualmente un inventario de 250 productos terminados y correctamente empacados divididos en productos plásticos tales como chiquitenedor, picapapa de tres patas y picapapa de dos patas.

En las figuras 4,5 y 6 se puede visualizar los productos plásticos fabricados por la empresa OroPlast junto con el logo de esta en la Figura 7:

Figura 4. Chiquitenedor fabricado por la empresa OroPlast



Capturado por: Helen Marian Abad Calva

Figura 5. Picapapa de tres patas fabricado por la empresa OroPlast



Capturado por: Helen Marian Abad Calva

Figura 6. Picapapa de dos patas fabricado por la empresa OroPlast



Capturado por: Helen Marian Abad Calva

Figura 7. Logo de la empresa OroPlast



Fuente: Facebook

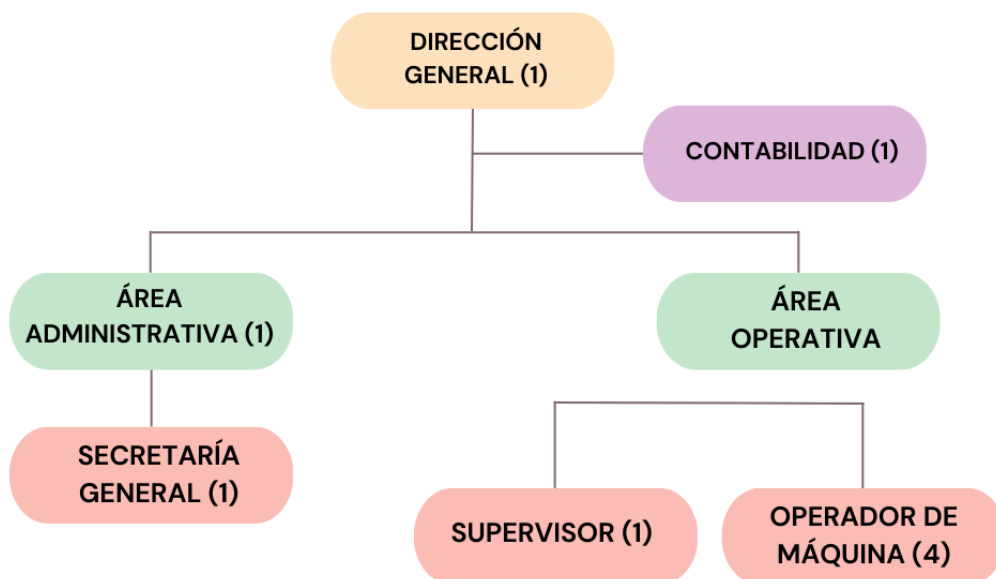
Elaborado por: OroPlast

1.4. Organigrama estructural

Según Sallán (1984) define como organigrama estructural a una expresión gráfica que se utiliza de manera estructural para expresar formalmente una organización que mediante él funciones ejercidas en la empresa junto con la subdivisión de los puestos de trabajo.

En la figura 8 se puede evidenciar las divisiones y subdivisiones en el organigrama estructural de OroPlast con el número de trabajadores por área y nivel, según lo determinó el gerente general por medio de entrevistas.

Figura 8. Organigrama estructural de OroPlast



Fuente: OroPlast

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

Como se puede visualizar la empresa se compone de 9 trabajadores en total en la cual 8 laboran de manera interna y 1 persona labora de manera externa. Particularmente, la persona que labora de manera externa es la persona de contabilidad quien realiza sus labores como un servicio y sin influenciar directamente en la empresa como tal.

1.5. Misión, visión y valores institucionales de “OroPlast”

De acuerdo con la información recogida mediante una entrevista en línea de la plataforma Zoom (Ver Anexo A) se pudo evidenciar dicha información con el objetivo de conocer más a fondo los objetivos futuros, presentes y cómo proyectan la empresa a lo largo del tiempo.

1.5.1. Misión

En cuanto a la misión de una empresa Calpena (2008) se conceptualiza como un propósito abarcado de manera general en la cual se manifiestan los valores y las expectativas de un individuo o grupo de interés.

La misión creada por OroPlast es la siguiente:

Apoyar los pequeños y grandes negocios en Ecuador por medio de la entrega y distribución de utensilios plásticos para facilitar la vida de los consumidores que tengan como sustituto de los utensilios normales y opten por los de plástico.

1.5.2. Visión

De acuerdo con Calpena (2008) se entiende como visión al estado deseado de la empresa y las aspiraciones futuras que tiene como organización en un futuro.

La visión creada por OroPlast es la siguiente:

Para el 2030, ser una empresa líder en la producción de utensilios plásticos con materia prima biodegradable brindando productos de calidad, durabilidad e innovación obteniendo así reconocimiento por nuestro tiempo en el mercado, tecnología y desarrollo.

1.5.3. Valores institucionales

Los valores institucionales según Calpena (2008) a aplicaciones de resolución de acciones completas que dan identidad a la organización en base a los objetivos establecidos por la misma.

Es por esto por lo que a continuación se mostraran los valores institucionales de la empresa OroPlast:

- Calidad
- Durabilidad
- Confianza
- Innovación
- Honestidad
- Responsabilidad

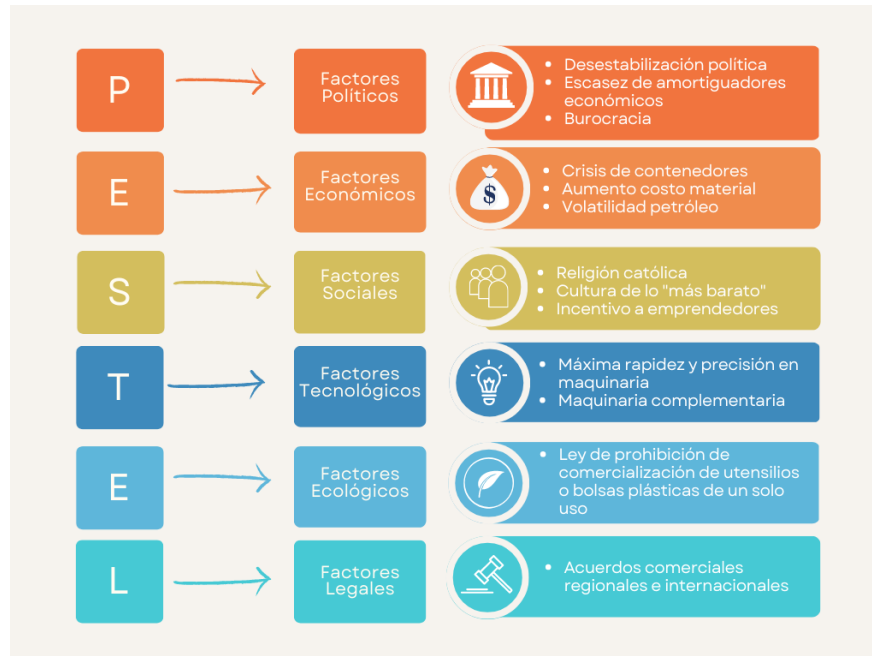
1.6. Análisis PESTEL

El análisis PESTEL se define como una herramienta que se utiliza para examinar factores externos que afectan de manera positiva y negativa a la organización con el fin de reconocer amenazas y debilidades que pueda rodear a la empresa objeto de investigación. (Amador-Mercado, 2022)

Asimismo, pretende analizar los siguientes factores externos: Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal.

A continuación, se presentará en la Figura 9 el PESTEL de los factores externos que actualmente mantiene la empresa OroPlast.

Figura 9. Cuadro de Análisis de Macroentorno PESTEL



Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

Tras el cuadro presentado anteriormente del análisis PESTEL se puede encontrar más información en la parte de Anexos (Ver Anexo C).

1.7. 5 fuerzas de Porter

Este modelo elaborado por Porter (1979) se encarga de “analizar factores que determinan la rentabilidad de una empresa a largo plazo y su nivel de competencia en el contexto global” (Torres, 2019) con el fin de maximizar recursos y superar la competencia de la organización.

En los siguientes apartados se analizará las fuerzas utilizadas para determinar la importancia de realizar importación de materia prima plástica para la empresa OroPlast determinando así la situación actual de la misma.

1.7.1. Poder de negociación de los clientes

Según Quiroa (2019) el poder de los clientes al tener la capacidad de poder controlar la capacidad de consumo o compra de materias primas, servicios o productos terminados es importante para que la empresa pueda garantizar la calidad y el precio de su producto.

En la Tabla 2 se puede evidenciar los factores más importantes que determina el poder de negociación del cliente en la empresa OroPlast.

Tabla 2. Análisis de poder de negociación de los clientes

Factores	Análisis	Impacto
Concentración de clientes	Al ser un producto de un solo uso y que es vital en cualquier evento familiar y tras el fin de la pandemia se pudo recuperar la clientela perdida.	Alto
Volumen de compra	Los utensilios plásticos que se fabrican son productos que muy pocas fábricas producen y las que producen son de países vecino produciendo en grandes cantidades a un costo de \$70 aprox. El bulto de 250 paquetes.	Alto
Diferenciación	Al tratarse de productos cuya calidad deriva de una materia prima de calidad, con variedad de colores, cura y fácil de producir en las máquinas inyectoras. Existen varias empresas que están optando por la compra de materia prima en el exterior.	Alto
Información del proveedor	La empresa carece de información externa a cerca de los productos y la misma. Es por esto por lo que el cliente adquiere información específica por medio de teléfono móvil o cuando visita las instalaciones de la empresa.	Medio
Identificación de la marca	La empresa mantiene un logo con la marca de OroPlast, aunque cuando se distribuye a los grandes intermediarios los diseños que se mandan son del intermediario.	Medio

Productos sustitutos	Al ser un producto básico y diario en la vida de las personas OroPlast tiene muchos sustitutos como son los utensilios biodegradables, los utensilios normales y los que son de plástico, pero no de un solo uso.	Alto
----------------------	---	------

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

1.7.2. Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación en cuanto a los proveedores se asemeja en gran medida al de los clientes, pero el que toma el papel de cliente en este caso es la empresa. Pero, los proveedores tienen menos capacidad de influir en las decisiones de la empresa que los clientes quienes son los más importantes en las etapas de la compra.

En la Tabla 3 se puede analizar los factores relevantes en cuanto al poder de negociación de los proveedores.

Tabla 3. Análisis del poder de negociación de los proveedores

Factores	Análisis	Impacto
Concentración de proveedores	En cuanto a la materia prima que se encarga de abastecer a la empresa cuenta con un total de 4 proveedores semanalmente quienes son dueños de empresas recicladoras o intermediarios de una importadora.	Alto
Importancia de volumen para los proveedores	La empresa OroPlast es un cliente frecuente ya que demanda mensualmente aproximadamente 4 toneladas de material abarcando así una gran parte de la fabricación.	Alto
Diferenciación de insumos	En cuanto al picapapa existen numerosas empresas que fabrican este producto. Por el contrario, el chiquitenedor es fabricado únicamente por la empresa ya que este producto lo adquieren desde Perú.	Medio
Costos de cambio	Los proveedores manejan diversos métodos de pago como transferencias, efectivo y cheque.	Alto

Disponibilidad de insumos sustitutos	Existe la materia prima que no es reciclada que se adquiere desde la empresa que importa este material o desde una empresa recicladora, aunque no son del todo eficientes.	Medio
Impacto de los insumos	En cuanto a la materia prima que no es reciclada repercute mucho en el producto final.	Alto

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

1.7.3. Amenaza de nuevos entrantes

En este factor Porter hace referencia a las posibles amenazas que pueden tener ciertas organizaciones al entrar al mercado que, en este caso, es la industria manufacturera de fabricación de utensilios plásticos. En sí, el sector del plástico es un sector que genera rentabilidad a medida que se va recuperando la inversión y eso es motivo suficiente para que muchas empresas quieran invertir en este tipo de negocios.

Para esto es necesario el análisis de las amenazas y facilidades que suponen a empresas competidores entrar o salir de este tipo de mercado.

En la Tabla 4 se puede plantear los casos dependiendo de los factores existentes en este análisis.

Tabla 4. Análisis de la amenaza de nuevos entrantes

Factores	Análisis	Impacto
Economías de escala	El mercado manufacturero supone el abastecimiento de grandes cantidades de producto final, pero mientras sea más grande los costos van a ser inferiores lo que ocasionará mayores ganancias para la empresa.	Bajo
Curva de experiencia	Hay que tomar en cuenta que para comercializar productos o utensilios plásticos la misma empresa garantiza la calidad, variedad, experiencia de venta y rapidez de entrega.	Medio
Diferenciación del producto		Alto

	En Quito existen numerosas empresas que se dedican a la fabricación y comercialización de estos productos con la misma procedencia de la materia prima.	
Capital	Incurrir en importación de materia prima plástica supone una inversión de capital grande en cuanto logística, desaduanización, publicidad, etc.	Alto
Canales de distribución	OroPlast tiene distintos distribuidores independientes que se encargan de abastecer a distintas provincias de Ecuador. Uno tiene en Santo Domingo quien se encarga del sector costero mientras que Ambato se encarga de la sierra.	Alto
Políticas gubernamentales	Con el fin de poder realizar las importaciones de materia prima hay que tomar en cuenta los procesos para ser apto para importar.	Alto

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

1.7.4. Amenazas de productos sustitutos

En esta cuarta variables se puede encontrar a los productos que pueden satisfacer las mismas necesidades provocando así que la empresa pueda obtener pérdidas, Es por esto por lo que el precio y costos que mantengan son influyentes para determinar duchas amenazas. (Quiroa, 2019)

En la siguientes Tabla 5 se puede establecer los distintos factores para determinar qué tan positivo o negativo es la existencia de estos productos sustitutos.

Tabla 5. Análisis de amenazas de productos sustitutos

Factores	Análisis	Impacto
Disponibilidad de sustitutos	Se conoce los utensilios plásticos fabricados dentro del territorio nacional y a veces de productos sustitutos provenientes del exterior.	Medio
Precio relativo entre producto sustituto y producto propio	El precio del material importado es menor al que usualmente están acostumbrados de ver en territorio nacional.	Alto
		Alto

Rendimiento y calidad comparada entre el producto ofrecido y su sustituto	En base a la calidad de la materia prima que es capaz de cumplir con las necesidades es el material importado ya que contribuye a calidad y precio al por mayor.	
Costos de cambio para el cliente	En cuanto al material ofrece garantía de calidad además de una gama inmensa de colores llamativos para incurrir en costos mayores	Medio

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

1.7.5. Rivalidad entre los competidores existentes

Según Porter aquí se hace un análisis extenso en lo que concierne a los competidores ya existentes en el sector y su posterior rivalidad que abarca gran cantidad del público objetivo que permiten generara estrategias y acciones positivas para enaltecer a la empresa sobre su competencia (Quiroa, 2019)

Por consiguiente, en la Tabla 6 se puede hacer un extenso análisis a cerca de los numerosos factores que determinan la intensidad de la competencia de OroPlast.

Tabla 6. Análisis de rivalidad entre competidores existentes

Factores	Análisis	Impacto
Concentración	En Quito se concentra únicamente una empresa que se dedica a la importación de materia prima plástica con fines de comercialización.	Medio
Diversidad de competidores	El objetivo particular de la empresa es importar para que la misma empresa utilice la materia prima importada.	Alto
Diferenciación del producto	Los productos ofrecidos serán ofertados de la misma manera, pero habrá numerosos tipos de materiales plásticos que la competencia no ofrece.	Alto
Costos de cambio	Son productos prácticamente iguales que incurren con menos costos al ser la empresa compradora directa del producto como tal.	Medio

Crecimiento de la demanda	La demanda ha aumentado tras la recuperación de la economía que estuvo disminuyendo en los últimos años. Ahora con las actividades normalizadas se presenta un aumento de demanda.	Alto
Barreras de salida	Las barreras de salida son de gran impacto ya que la compra de materia prima supone una gran inversión lo que imposibilita a la competencia a dejar el mercado con facilidad.	Alto

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

CAPITULO 2. ASPECTOS TEÓRICOS DE LA IMPORTACIÓN DIRECTA DE MATERIA PRIMA

Este capítulo busca desarrollar el marco teórico planteado en el segundo objetivo del actual estudio relacionado con la estructura de la gestión de cadena de suministros, así como aspectos logísticos adheridos a las cadenas de distribución internacional en la industria manufacturera plástica en el continente asiático ya que para recibir dicha materia prima es necesario entender los procesos logísticos dando a entender la importancia de este material por su bajo costo y calidad y el destino final que es Ecuador.

2.1. Gestión de cadena de suministro

Para Chavez (2012) la gestión de cadena de suministro se define como la gestión integrada de procesos específicos que rodean a un eje fundamental y relevante que es el proceso logístico. Esta gestión se da desde el cliente final hasta los principales e importantes proveedores con el fin de abastecer bienes y servicios con valor al cliente final.

Además, en este tipo de gestión existes actividades interconectadas de manera directa e indirecta y a lo que el Global Supply Chain Forum ha dividido en tres grupos estas

actividades: comerciales, logísticas y financieras. Es por esto por lo que cuando se planifica el lanzamiento de un producto al mercado este conlleva detrás una cadena de actividades desde los proveedores hasta los puntos de venta y así poder llevar una cadena organizada y coordinada.

Cabe destacar que cada actor de la gestión de esta cadena intercambia transacciones financieras porque, como lo manifiesta el actor, “pues ninguno participará motivado por el altruismo”. (Chavez, 2012)

Por otro lado, en la revista (Morales et al. 2012) se cita a Ballou et al. (2004) y agrega que el concepto de cadena de suministro se le conoce comúnmente como dirección de la logística de los negocios y como un conjunto de actividades funcionales entre sí que se rehacen una y otra vez a lo largo de la cadena con el fin de transportar la materia prima en productos terminados añadiendo valor agregado para el cliente final.

Cabe mencionar que las fábricas y los puntos de venta usualmente no se encuentran cerca el uno del otro y esta cadena “ejerce una secuencia de pasos de manufactura y actividades logísticas” (Morales et al. 2012) cuando este debe llegar a su punto final o su lugar de mercado.

Con los componentes expuestos por varios autores a cerca de cadena de suministro como a la gestión integrada de procesos específicos que rodean a un eje fundamental y relevante que es el proceso logístico, que se da desde el cliente final hasta los principales e importantes proveedores con el fin de abastecer bienes y servicios con valor al cliente final se puede dar paso con más exactitud al proceso de gestión de cadena de suministro.

Figura 10. Representación de cadena de suministro



Fuente: grupoberistain.com (2018)

En la Figura 10 se puede visualizar hipotéticamente una cadena de suministro diseñada por una empresa. En esta figura se visualizan distintos actores y lugares que intervienen en el proceso de fabricación, distribución y entrega de un producto a una empresa. En primer lugar, vemos la materia prima que los proveedores se encargan de proveer a la empresa para que pueda producir un producto terminado. Después, la logística de transporte tiene la actividad de trasladar el producto desde las empresas a los mayoristas, minoristas o consumidores finales donde se almacena en una bodega o un espacio donde se encuentran los productos. Finalmente, mediante la comunicación entre empresa y cliente se realiza la venta del bien para su posterior entrega a su lugar final o punto de venta.

2.1.1. Beneficios de la cadena de suministro

Según Rodríguez (2017) los beneficios de la cadena de suministro son los siguientes:

- Reducción de los costos a largo plazo
- Reducción de incertidumbre
- Relaciones y/o sociedades a largo plazo
- Mejor comunicación
- Maximización de beneficios y reducción de riesgos para el cliente

2.1.2. Desafíos de la cadena de suministro

De acuerdo con Rodríguez (2017) los beneficios potenciales explicados anteriormente traen consigo una serie de riesgos y dificultades que enfrentar para que se puedan dar a cabo:

- Comunicación efectiva y oportuna
- Sistemas de información conectados entre sí para una mejor visibilidad de la cadena de suministro
- Personal con conocimientos predeterminados (Compras, embarques, tarifas, impuestos, procesos de importación y exportación)
- Capacidad de responder de manera inmediata y dar soluciones en caso de que se den a cabo situaciones imprevistas

2.1.3. Tipos de estrategias de cadena de suministro

De acuerdo con Chopra & Meindi (2013) la cadena de suministro es un conjunto de acciones planificadas y en coordinación con una empresa. Las estrategias se dividen en:

Gestión de la demanda

Este tipo de estrategia tiene como objetivo contribuir en “la cantidad y variabilidad de la demanda del cliente y utilizar de manera más eficiente a la gestión de cadena de suministro” (Chopra, 2013). Esta estrategia predice la demanda de los consumidores para poder ajustar la producción y el inventario.

Colaboración con los proveedores

De acuerdo con Chopra (2013) esta estrategia busca la cooperación entre proveedores para poder coordinar actividades y gestionar relaciones para llegar a metas en conjunto. Todo esto para llegar a tener mayor calidad, incurrir en reducciones de costo y optimizar tiempo en los procesos de entrega.

Gestión de inventarios

Este tipo de estrategia de cadena de suministro el autor explica que busca “gestionar el nivel, la ubicación y el momento de las existencias” (Chopra, 2013). Es importante destacar que el control del nivel o número de inventario es crucial para poder incurrir en reducciones de costos y aumento de satisfacción del cliente.

Planificación de la producción

De acuerdo con Chopra (2013) en este tipo de estrategia se busca planificar la producción tomando en cuenta la cantidad y el lugar donde se va a producir el bien en cuestión con el objetivo de satisfacer al consumidor final.

Logística

En este tipo de estrategia de cadena de suministro Chopra (2013) la logística incurre en una serie de actividades con el fin de trasladar bienes por medio de la cadena de suministro comenzando por los proveedores y finalizando con los consumidores finales.

2.2. Cadena logística de distribución de materia prima

De acuerdo con Mahadevan (2015) define a la cadena logística de distribución como una estructura de actividades que comprende desde la adquisición de un bien, en este caso, llamada materia prima plástica, hasta la entrega en las bodegas del importador.

Por otro lado, Chavez (2012) manifiesta que la cadena logística de distribución forma parte de la Gestión de Cadena de Suministro pues se encarga de planificar, implementar y controlar los flujos y el almacenamiento de bienes, servicio e información desde el punto de origen hasta el punto de destino o de consumo con el fin satisfacer las necesidades de los consumidores.

Además, añade el autor que implica un valor añadido como es el valor del tiempo y lugar puesto que estos factores permiten que el producto en cuestión llegue en el tiempo, lugar, condiciones y costo conveniente.

La propuesta de importación de materia prima plástica desde el continente asiático se prevé que se realizará por medio de transporte marítimo con el objetivo de que el material llegue en buenas condiciones al país de destino, Ecuador. Cabe mencionar que, según la WTO (s.f.), está aceptada internacionalmente por la Organización Mundial de Aduanas el nombre de Sistema Armonizado (SA) como código aduanero.

Según Mondragón (2015) la logística manufacturera evidencia y verifica todos los pasos a seguir para recibir bienes finales, intermediarios o finales desde el lugar de origen, en el exterior, hasta un lugar concreto en el país de destino. Es por esto por lo que numerosos actores logísticos y empresas se verán involucrados en procesos de importación o exportación con el fin de asegurar el transporte seguro de la mercadería objeto de importación o exportación.

Figura 11. Cadena Logística de distribución



Fuente: Diario del Exportador (2015)

En la Figura 11 se puede evidenciar los pasos específicos en cuanto al transporte internacional de mercancía objeto de exportación o importación. Algunas de las actividades más importantes son: transporte interno en país de origen, carga y estiba en el puerto país de origen o exportador, flete y seguro, desestiba y descarga en país de destino o importador y pago de impuestos interiores, transporte interno del país importador y descarga en el mismo.

2.2.1. Beneficios de la cadena logística

De acuerdo con Espinosa (2022) los beneficios de externalizar y la adquisición de un servicio de logística óptimo son los siguientes:

- Reducción de costes
- Gestión eficiente en cuanto a logística
- Planificación de transporte en caso de que sea urgente
- Innovación en cuanto a tecnología de la información
- Mayor eficiencia, calidad y nivel de servicio
- Automatización de procesos para garantizar mejor gestión de inventarios
- Mejoramiento de ventaja competitiva y mayor cuota de mercado

2.2.2. Desafíos de la cadena logística

El autor Norkin (2023) manifiesta que una gran parte de las empresas manufactureras enfrentaron problemas en su cadena logística por la pandemia de la COVID-19. Es por esto por lo que la cadena logística presenta los siguientes desafíos:

- Aumento de los costos de transporte
- Inconsistencia en el seguimiento de tecnologías
- Visibilidad limitada de los envíos
- Comunicación fragmentada
- Millas sin ingresos al ocasionar costos innecesarios
- Retrasos en los tiempos de entrega

2.2.3. Tipos de estrategias de cadena logística

De acuerdo con Escalante & Osorio (2022) las estrategias de logística procedimientos estratégicos cuyo objetivo es favorecer el transporte de mercancías garantizando así un servicio, costo y calidad óptimo para el importador o exportador desde el punto de origen hasta el de destino. En base a Escalante & Osorio (2022) las estrategias se dividen en:

Estrategia de búsqueda de proveedores

En esta estrategia se identifica el método de selección del proveedor. Aquí, se dictarán dos métodos para identificar al proveedor:

- **Primer método:** Proveedores cuyo historial tiene la empresa y mantienen relaciones comerciales por el departamento respectivo.
- **Segundo método:** Identificación de nuevos proveedores en base a diversos criterios con el fin de buscar la mejor solución. Estos criterios son la búsqueda del producto, la calidad, el rendimiento y la certificación de este producto para importarse desde el país de origen.

Estrategia de búsqueda de productos

El producto es considerado como un factor vital para en la cadena de logística y abastecimiento donde se seleccionarán criterios de calidad, precios asequibles y condiciones de compra óptimas. Aquí, los criterios que se consideran es la búsqueda y las certificaciones del proveedor.

Estrategia de transporte logístico

En esta estrategia el factor principal el transporte de los productos y su gestión donde se encarga del proceso de traslado y de carga de los productos desde el país de origen hasta el país de destino. Cabe mencionar que en algunos acuerdos de carácter comercial se consideran ciertos criterios como el costo de transporte, la documentación del transporte y operadores logísticos.

Estrategias de aprovisionamiento

En esta estrategia se toman en cuenta tres aspectos importantes como es el control de inventarios, adquisición de productos y la logística de almacenes. Con esto se puede evitar el desabastecimiento y sobreabastecimiento de los productos a importar. Aquí se toma en cuenta los siguientes criterios: técnicas de compra, cotizaciones, medios de pago y marco legal donde se encuentran los INCOTERMS.

2.3. Diferencia entre cadena de suministro y cadena logística

De acuerdo con Cristopher (2016) se refiere a la cadena de suministros como una agrupación de empresas que tienen el objetivo de diseñar, producir, entregar y vender un producto a un mercado en específico mientras que la cadena logística es una agrupación de actividades cuyo objetivo es trasladar los productos dentro del proceso de cadena de suministros.

De la misma manera, Chopra y Meindi (2013) afirman que la cadena de suministro se refiere a una serie de actividades en la que incluyen la producción y distribución de un producto desde que se obtiene la materia prima hasta que este producto llega a las manos del consumidor final. En cuanto a la cadena logística los autores la definen como un fragmento de la cadena de suministros cuyo objetivo es trasladar bienes o materiales hasta el consumidor final.

Cabe destacar que los autores llegan a la conclusión que la cadena de suministro es el conjunto de actividades cuyo enfoque se basa desde la adquisición de materia prima hasta la entrega del producto final mientras que la cadena logística se refiere más a “las actividades de planificación, control, coordinación y ejecución del transporte, almacenamiento y la distribución” (Hugos, 2018) de la materia prima, en este caso. de estos productos que, relacionados con la importación, el flujo de físico se basaría en la materia prima desde el punto de origen hasta el de destino garantizando tiempo, calidad y costos óptimos.

2.4. Aspectos del proceso de importación en el sector manufacturero para importación de materia prima en Ecuador

Los organismos gubernamentales encargados de regular y controlar actividades de comercio exterior es el Servicios Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) quien se encarga de facilitar el comercio exterior y controlar el ingreso o salida de mercancías. El Comité de Comercio Exterior (COMEX) tiene la función de aprobar políticas públicas del Ecuador en materia de política comercial.

Asimismo, para que una persona natural o jurídica pueda ejercer actividades de comercio exterior en el Ecuador debe presentar una serie de requisitos para poder realizar correctamente el registro como exportador e importador por medio del sistema ECUAPASS.

2.4.1. Plan de importación

De acuerdo con Guamán et al. (2018) el proceso de importación da inicio cuando se realiza la Declaración Aduanera de Importación (DAI), “un formulario donde se da registro a la información general de la mercancía objeto de exportación” (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2022). El periodo donde debe presentarse este documento es con 15 días antes de la llegada de la mercancía o 30 días después de la llegada de esta.

Es por esto por lo que el concepto del proceso de importación según Ludeña (s.f.) se basa en una serie de pasos que el cliente debe de ir superando con el fin de obtener un bien o servicio que procede de un país ajeno al de residencia y que lo más complejo son los acuerdos comerciales que se establezcan entre ambos países.

Además, otro autor como Jean-Paul Rodrigue (2019) manifiesta en su libro que el plan de importación es un proceso que busca la adquisición de bienes y servicios y comercializarlos en el mercado interno del país de destino.

De la misma manera el autor Czinkota (2010) establece que la importancia del plan de importación es la adquisición de productos provenientes del mercado extranjero para que, posteriormente, se vendan en el país de destino.

Cabe destacar que los autores anteriormente mencionados coinciden en cuanto al concepto de plan de importación y la venta o la comercialización de este en el mercado interno cumpliendo regulaciones y aranceles que el país de destino instaure.

Es muy importante mencionar que tanto la cadena de suministro como la cadena logística tienen relación con el plan de importación ya que este plan incorpora ideas en cuanto a la gestión y coordinación de las actividades de comercio exterior que da paso a un proceso efectivo y eficiente. De acuerdo con Linton et al. (2007) tanto la cadena de suministro como la cadena logística son dos cadenas esenciales para poder evaluar de mejor manera un plan de importación y así poder garantizar que los productos objeto de importación lleguen a puerto de destino en el lugar y tiempo acordado entre importador y exportador.

2.4.1.1. Etapas del plan de importación

De acuerdo con O' Sullivan (2014) las siguientes etapas del plan de importación de un determinado producto o servicio se van a dar de manera óptima siguiendo los siguientes pasos o etapas:

Identificación del producto a importar

En esta etapa se realiza un proceso de identificación del producto a importar donde se establecerán sus características técnicas y requisitos que garanticen calidad de estos.

Búsqueda de proveedores

Cuando ya se ha identificado el producto a importar con sus respectivas características se efectúa la búsqueda y posterior selección de un proveedor adecuado en la que cumpla con los requisitos establecidos en base a al precio, calidad, plazo de entrega y lugar de origen de donde saldrá el producto como tal.

Negociación con el proveedor

Tras la búsqueda y selección del proveedor se da paso a la negociación con el mismo en donde se establecerá los términos y las condiciones del importador y exportador. En estos términos y condiciones incluye “el precio, condiciones de pago, plazo de entrega, calidad del producto y otros que la empresa desee establecer”. (O’Sullivan, 2014)

Preparación de la documentación y trámites aduaneros

Con los términos y condiciones ya establecidos y acordados se procede a la preparación de los documentos que se necesitan para que puedan cumplir con los requisitos legales y aduaneros. Estos documentos pueden ser “la factura comercial, certificados de origen, seguro de transporte, entre otros”. (O’Sullivan, 2014)

Transporte y recepción de la mercancía

Tras la aprobación y el cumplimiento de los requisitos legales y aduaneros ya se da paso “el proceso de transporte y recepción de mercancías” (O’Sullivan, 2014) en lugar y fecha establecidos en la primera etapa del plan de importación. En esta última parte se coordina el proceso de traslado y recepción de la mercadería donde un agente de aduanas se encargará de verificar que los requisitos sean cumplidos para dar paso al despacho de estas.

2.4.1.2. Participantes en el plan de importación

Los siguientes actores son importantes en el plan de importación ya que intervienen en los pasos a seguir para obtener o recibir el servicio o producto (Fottrell, 2018)

- *Proveedor:* Persona natural o jurídica que se encarga de vender el bien o servicio objeto de negociación.
- *Cliente:* Persona natural o jurídica quien se encarga de recibir el bien o servicio objeto de negociación.

- *Bancos de ambas partes*: Estas entidades financieras son utilizadas para realizar las transacciones monetarias entre el exportador y el importador que incluyen en la operación comercial.
- *Transportistas*: Son personas que se dedican al traslado de las mercancías desde el punto de origen hasta el punto de destino
- *Personal de aduanas*: Son agentes determinados por las entidades públicas de aduanas que se encargan de la fiscalización del producto o servicio que se acordó en el acuerdo comercial.
- *Seguros*: Son entidades privadas encargadas de garantizar el estado de mercancías en todo el proceso de importación.

2.4.1.3. Importancia del plan de importación

De acuerdo con Fanjul (2018) las importaciones son minusvaloradas a lo largo de los años ya que se toma más en cuenta las exportaciones en el comercio exterior. Es por esto por lo que la importancia de las importaciones es:

- De acuerdo con la opinión del consumidor, es la adquisición de productos con un precio más accesible al mismo.
- Desde el punto de vista del empresario el acceso a maquinaria y tecnología permitirá ampliar la capacidad productiva de esta.
- Progreso en cuanto a las cadenas globales de valor mejorando los procesos de producción y dando un producto competitivo al mercado.

2.5. Herramientas para evaluar un proceso de importación

2.5.1. Análisis FODA

Esta herramienta es muy utilizada para analizar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para averiguar sus capacidades de exportación. Con este análisis se puede averiguar la posición competitiva del país en el mercado mundial. (Kotler et al. 2009)

2.5.2. Estudios de mercado

De acuerdo con Humphrey (1960) esta herramienta es útil para la evaluación de la demanda de un producto en un territorio en específico con el fin de obtener las nuevas tendencias del mercado y su competencia. Esto ayuda averiguar si el país desde donde se realizará la importación es viable y rentable.

2.5.3. Tratados de libre comercio

Lawrence (1996) establece que los tratados de libre comercio ayudan a evaluar que tan conveniente es importar ya que los tratados traen consigo acuerdos de libre comercio o reducción de barreras arancelarias haciendo más atractivo al país exportador.

2.5.4. Indicadores económicos

Stiglitz & Walsh (2002) manifiestan que indicadores económicos como el PIB, tasa de crecimiento, inflación, balanza comercial, tipo de cambio y tasa de interés son factores importantes para evaluar la capacidad política y económica de un país e influir directamente en la decisión de qué país se importa.

2.5.5. Evaluación de proveedores

Con Simchi-Levi, Kaminsky & Simchi-Levi (2007) evaluar a posibles proveedores del país en el que se decidirá importar es vital ya que en base a su calidad, experiencia, capacidad productiva y capacidad de cumplimiento hará más atractiva la posibilidad de tomarla en cuenta en el proceso de importación.

CAPÍTULO 3. SITUACIÓN ACTUAL COMERCIAL ENTRE LOS PAÍSES ASIÁTICOS Y ECUADOR

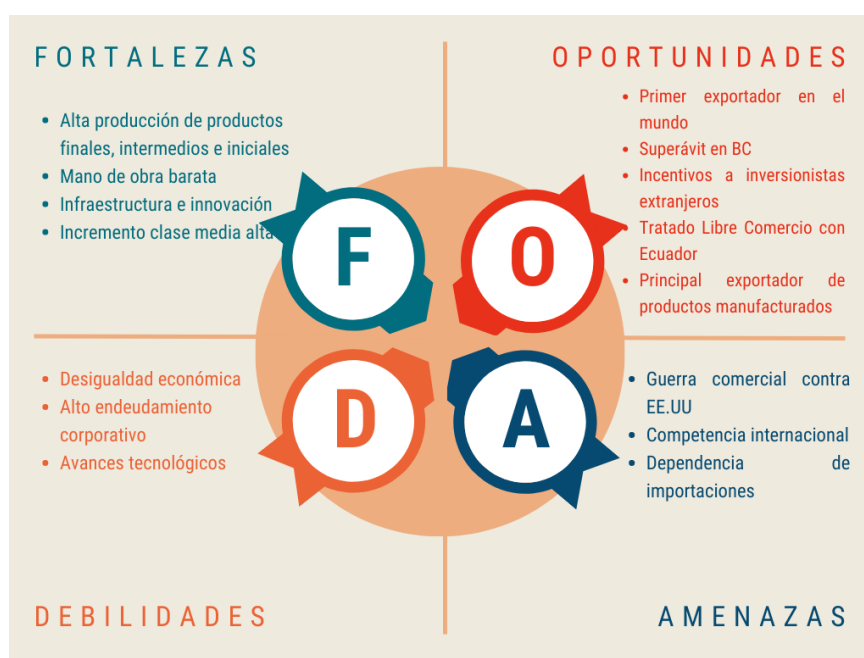
En este capítulo se pretende examinar el tercer objetivo de la actual investigación en la cual se dará a cabo el análisis de las actuales situaciones comerciales de los países asiáticos donde se detectarán fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Además, se hará un análisis de las relaciones comerciales entre Ecuador y dichos países junto a un análisis del mercado donde se buscará encontrar el mejor mercado posible donde obtener la importación de la materia prima plástica. Cabe destacar que estas herramientas se mencionaron en el capítulo 2 donde diversos autores corroboraron que estas contribuyen a un mejor análisis en cuanto al mercado de los países asiáticos y así averiguar qué país es más idóneo para importar.

3.1. Situación actual comercial en China

Según Trade Map (2021) China se encuentra como el sexto país que exporta polipropileno en formas primas y el segundo de los países asiáticos con una cantidad de 1.273.557 toneladas con un valor unitario de 1.477 la tonelada. En lo que corresponde a exportación de plástico China representa un 3,9% según el Banco Santander (2023). Además, según COFACE FOR TRADE (2023) el crecimiento de China en el último año no fue el esperado ya que la ola de Ómicron y confinamiento en el país proporcionaron un crecimiento del PIB del 3% en lugar de un 5% que era el objetivo propuesto.

A continuación, se elaborará un análisis FODA en cuanto a la situación comercial de China actualmente.

Figura 12. Análisis FODA de la situación comercial de China



Fuente: COFACE FOR TRADE (2023)

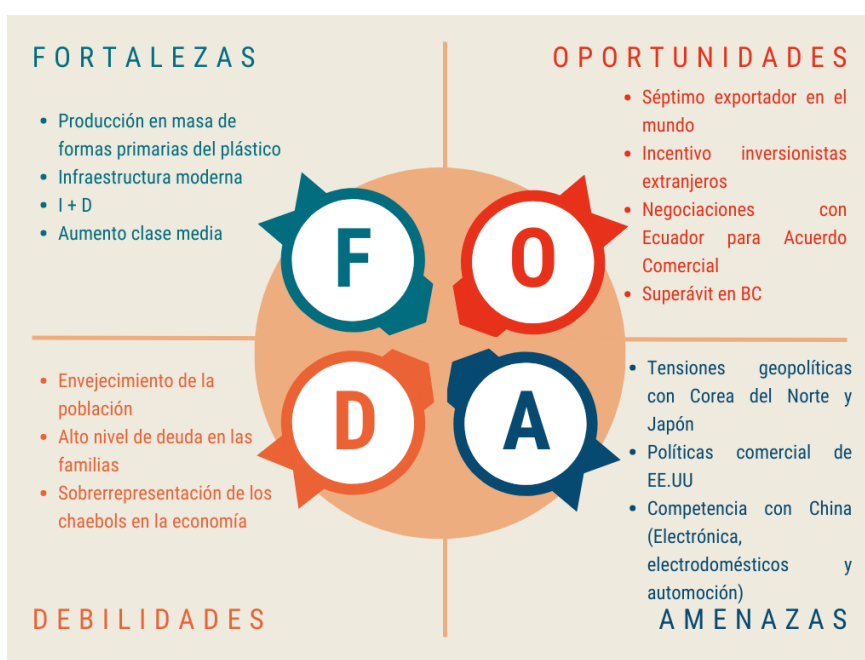
Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

3.2. Situación actual comercial en Corea del Sur

De acuerdo con Trade Map (2021) Corea del Sur se encuentra como el segundo país que más exporta polipropileno en formas primas en el mundo y el primero entre los países asiáticos con una cantidad exportada de 2.040.943 de toneladas y un precio unitario por tonelada de 1.384. En lo que corresponde a exportación de plástico Corea del Sur representa un 6,7% según el Banco Santander (2023) Además, según COFACE FOR TRADE (2022) las exportaciones han representado el 40% del PIB del país dando una posición exterior muy sólida respaldada por el superávit apoyado de la cuenta corriente (3%), activos externos netos y amplias reservas oficiales.

A continuación, se elaborará un análisis FODA en cuanto a la situación comercial de Corea del Sur actualmente.

Figura 13. Análisis FODA de la situación comercial de Corea del Sur



Fuente: COFACE FOR TRADE (2022)

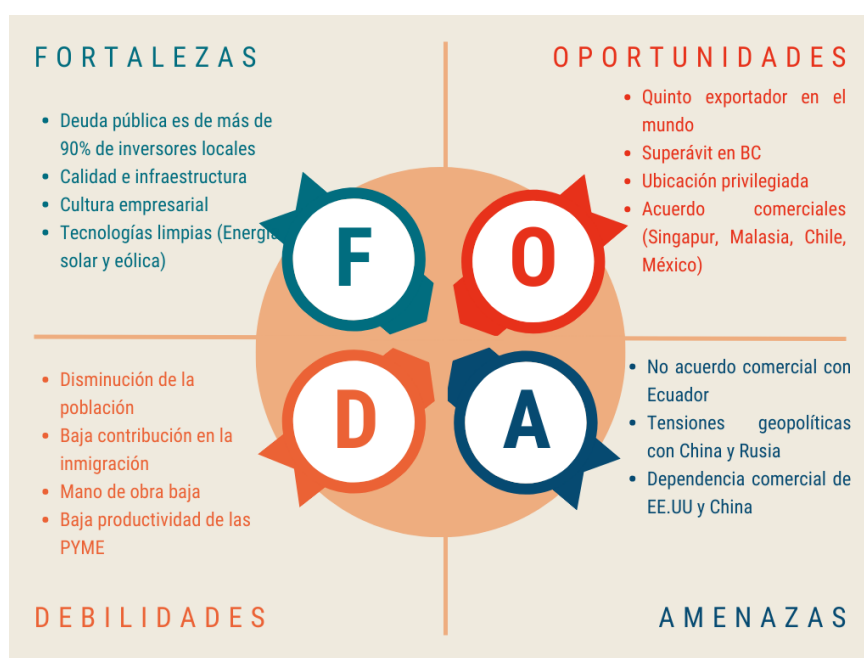
Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

3.3. Situación actual comercial en Japón

De acuerdo con Trade Map (2021) Japón está en el vigésimo cuarto puesto de países exportadores de polipropileno en formas primarias y el décimo puesto de los países asiáticos con una cantidad exportada de 250.373 de toneladas y con un valor unitario de 1.009 por tonelada. Además, según COFACE FOR TRADE (2023) en el segundo semestre del 2022 el consumo privado representó un 55% del PIB dando paso a una recuperación más sólida, aunque las exportaciones netas se vieron perjudicadas por los altos precios de importación, falta de ingresos del turismo y la desaceleración del comercio. Debido a esto, el déficit comercial de Japón fue el más grande en 40 años.

A continuación, se elaborará un análisis FODA en cuanto a la situación comercial de Japón actualmente.

Figura 14. Análisis FODA de la situación comercial de Japón



Fuente: COFACE FOR TRADE (2023)

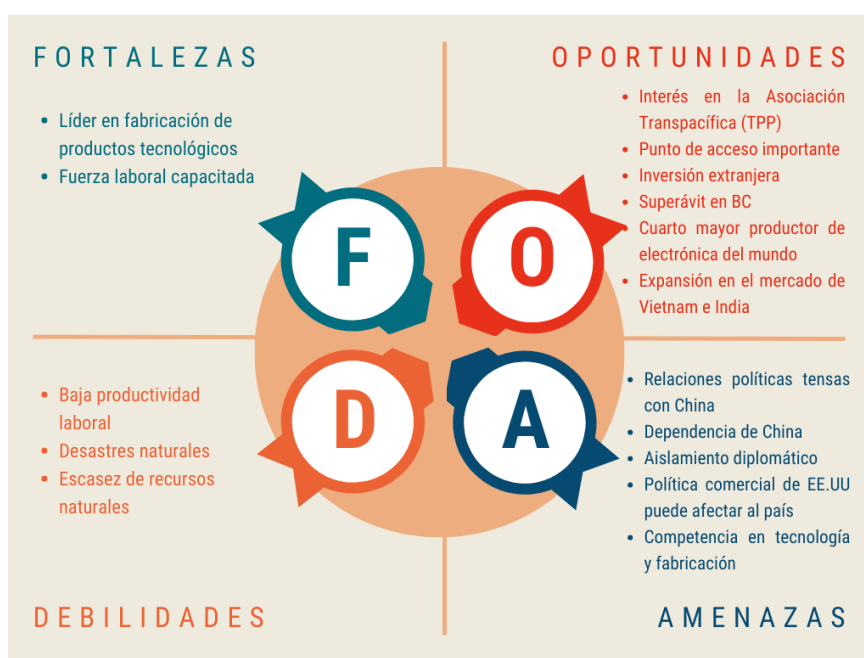
Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

3.4. Situación actual comercial en Taiwán

Según Trade Map (2021) Taiwán representa el vigésimo tercer país que exporta polipropileno en formas primarias y el noveno en los países asiáticos con una cantidad exportada de 0 toneladas y sin valor unitario. En lo que corresponde a exportación de plástico Taiwán representa aproximadamente el 3%. Además, según COFACE FOR TRADE (2022) la exportación de mercancías aumentó en un 30% en enero y octubre de 2021 representando así un crecimiento del PIB del 6,7%. Se estime que habrá un aumento en la capacidad de oferta de producción de semiconductores ya que habrá una demanda fuerte y sostenida.

A continuación, se elaborará un análisis FODA en cuanto a la situación comercial de Taiwán actualmente.

Figura 15. Análisis FODA de la situación comercial de Taiwán



Fuente: COFACE FOR TRADE (2022)

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

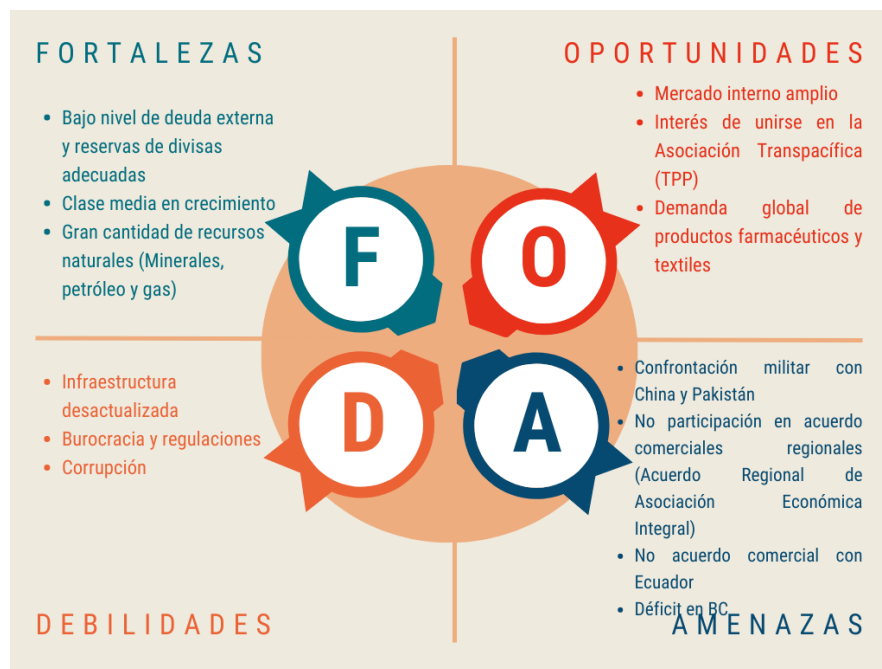
3.5. Situación actual comercial en India

De acuerdo con Trade Map (2021) India se encuentra en el décimo cuarto puesto de los países que más exportan polipropileno en formas primarias en el mundo mientras que dentro de los países asiáticos se encuentra en el sexto con una cantidad de 630.502 toneladas y un valor unitario por tonelada de 1.345. India fue un estado proteccionista pero poco a poco fue abriéndose al comercio internacional. Según Banco Santander (2023) a pesar de que su balanza comercial se encuentra en déficit el volumen de exportaciones aumentó y se proyecta que seguirá aumentando. En lo que corresponde a exportación de plástico India no representa un porcentaje de ventas de este producto según el Banco Santander (2023) Además, según COFACE FOR TRADE (2023) que el consumo privado con más del 80% del crecimiento del PIB en los tres primeros meses de 2022. Por otro lado, las exportaciones de bienes y servicios en el año 2023

se vuelven un reto al desacelerarse el crecimiento en economías avanzadas dando paso a una ampliación en la resistencia de exportaciones netas

A continuación, se elaborará un análisis FODA en cuanto a la situación comercial de India actualmente.

Figura 16. Análisis FODA de la situación comercial de India



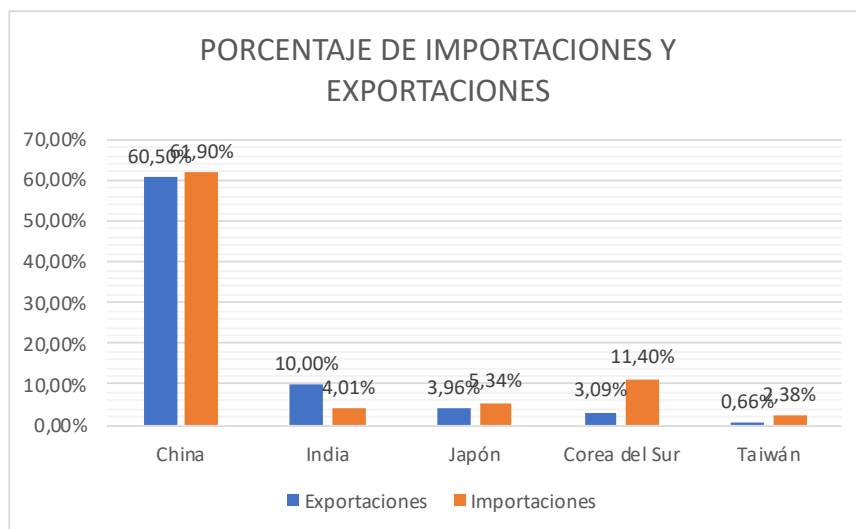
Fuente: COFACE FOR TRADE (2023)

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

3.6. Situación actual de las relaciones comerciales entre Ecuador y los países asiáticos

De acuerdo con OEC WORLD (2021) Ecuador exportó un total de \$6,66 MM a los países asiáticos. Mientras que, en términos de importaciones, Ecuador importó un total del \$9,59MM desde el continente asiático. A continuación, en la Figura 17 se presentan los porcentajes de importaciones y exportaciones entre el Ecuador y los países asiáticos.

Figura 17. Gráfico de porcentajes de exportación e importación de los países asiáticos con Ecuador



Fuente: OEC WORLD (2021)

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

Cabe mencionar que los principales productos a exportar generalmente son materia prima como los crustáceos, petróleo crudo, cobre y banana. Por otro lado, los principales productos a exportar generalmente son productos transformados como es la maquinaria industrial, vehículos, combustibles, hierro, acero y con un 5,04% materias plásticas.

Cabe destacar que Ecuador mantiene acuerdos bilaterales con China y Corea del Sur. Según el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2023) se concluyeron las negociaciones con China en cuanto al Tratado de Libre Comercio garantizando la reducción de aranceles y la facilitación en cuanto a logística y documentación en procesos de importación y exportación. En el caso de Corea del Sur, el Acuerdo de Asociación Económica Ecuador – Corea están en procesos de revisión de las ofertas de ambos países para que, posteriormente, este tratado entre en vigencia en un futuro muy próximo (Expreso, 2023). Los demás países objeto de análisis no mantienen un tratado comercial con Ecuador.

3.7. Análisis de mercado

En el siguiente análisis de mercado se tomaron en cuenta, mediante un análisis FODA, las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de cada país objeto de estudio calificándolo por el atractivo que presentan para el país destino de la exportación, Ecuador.

Cabe destacar que este análisis se encuentra en la siguiente Tabla 7:

Tabla 7. Análisis de mercado FODA de los países asiáticos

Pais	China	Corea del Sur	Japón	Taiwán	India
Fortalezas	Alta producción de productos finales, intermedios e iniciales Mano de obra barata Incremento clase media alta Infraestructura e innovación	Producción en masa de formas primarias de plástico Infraestructura moderna Aumento clase media I + D	Deuda pública del 90% de los inversores locales Tecnologías limpias Cultura empresarial	Líder de fabricación de productos tecnológicos Fuerza laboral capacitada	Gran cantidad de recursos naturales (Minerales, petróleo u gas) Bajo nivel de deuda externa y reservas de divisas adecuadas
Oportunidades	Primer exportador del mundo Tratado Libre Comercio con Ecuador Superávit en Balanza Comercial	Séptimo exportador en el mundo Negociaciones con Ecuador para Acuerdo Comercial Superávit en Balanza Comercial	Quinto exportador en el mundo Superávit en Balanza Comercial Acuerdos comerciales con los demás países	Undécimo exportador del mundo Superávit en Balanza Comercial Cuarto mayor productor de electrónica del mundo	Mercado interno amplio Demanda global de productos farmacéuticos y textiles
Debilidades	Desigualdad económica Alto endeudamiento corporativo Avances tecnológicos	Envejecimiento de la población Alto nivel de deuda en las familias Sobrerrepresentación de los chaebols	Mano de obra baja Baja productividad de las PYME No acuerdo comercial con Ecuador	Baja productividad laboral Desastres naturales Escasez de recursos naturales	Infraestructura desactualizada Burocracia y regulaciones Corrupción
Amenazas	Guerra comercial contra EE.UU Competencia internacional	Tensiones geopolíticas con Corea del Norte y Japón Competencia con China	Tensiones geopolíticas con China y Rusia por las islas No acuerdo comercial con Ecuador	Relaciones políticas tensas con China La política comercial de EE. UU y China puede afectar a este país	No acuerdo comercial con Ecuador Déficit en Balanza Comercial
Atractivo	Muy atractivo	Muy atractivo	Poco atractivo	Poco atractivo	Poco atractivo

Fuente: COFACE POR TRADE (2022)

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

Es importante mencionar los valores unitarios por tonelada de cada país objeto de análisis de este trabajo de investigación en base a datos proporcionados por International Trade Commerce (2021):

Tabla 8. Valores unitarios y cantidad exportada de los países asiáticos

País	China	Corea del Sur	Japón	Taiwán	India
Valor unitario (USD/unidad)	1.274	1.384	1.009	1.368	1.345
Cantidad exportada (en toneladas)	1.273.557	2.040.943	403.814	458.464	468.719

Fuente: International Trade Commerce (ITC)

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

CAPÍTULO 4. PLAN DE IMPORTACIÓN PARA LA IMPORTACIÓN DE MATERIA PRIMA PLÁSTICA DESDE EL MERCADO ASIÁTICO

De acuerdo con el capítulo 2 del presente trabajo de investigación se estableció el concepto de plan de importación y su relación con la cadena logística y cadena de suministro. Además, se establecieron las etapas de este plan con el fin de obtener un buen producto garantizando una buena logística en cuanto al tiempo y la entrega del producto.

En base a diversos autores el plan de importación se divide de la siguientes etapas.

4.1. Descripción actual del mercado importador de materia prima en Ecuador

De acuerdo con Revista Líderes (2018) las empresas fabricantes de plástico importaron en el año 2017 un total de 373.776 toneladas de materia prima utilizando este tipo de plástico en alimentos, cuidado personal e higiene.

Datos sustraídos de Trade Map (2021) sustentan que las importaciones realizadas de Ecuador de materia prima plástica representan el 0,4% en las importaciones mundiales ubicándose en la posición relativa número 49 en la clasificación de importaciones de materia prima plástica hasta el año 2021. A pesar de que el año 2021 fue una temporada donde el mundo se estaba reponiendo de las consecuencias de la pandemia de la COVID-19 presenta una tasa de crecimiento del 68% entre los años 2020-2021 de estas importaciones a Ecuador.

Con el análisis en el código arancelario 390210 que corresponde a “polipropileno, en formas primarias”, los principales países exportadores y proveedores del Ecuador son Chile, China, Arabia Saudita, Brasil, Taipei chino, Colombia y Corea del Sur.

En la Tabla 10 se especifica los principales puntos a considerar en cuanto al valor importado, participación, cantidad importada, unidad de medida, valor unitario y las tasas de crecimiento de los países mencionados anteriormente.

Tabla 9. Países exportadores de polipropileno en formas primarias a Ecuador

Exportadores	Valor importado en 2021 (miles de USD) ▼	Saldo comercial en 2021 (miles de USD) †	Participación de las importaciones para Ecuador (%) †	Cantidad importada en 2021	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) †	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2017-2021 (% p.a.) †	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas entre 2017-2021 (% p.a.) †	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2020-2021 (% p.a.) †	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales †
Mundo	137.149	-131.513	100	85.123	Toneladas	1.611	7	4	68	
Chile	21.453	-21.354	15,6	13.121	Toneladas	1.635	3	-1	48	40
China	20.308	-20.308	14,8	13.264	Toneladas	1.531	69	63	956	6
Arabia Saudita	17.076	-17.076	12,5	11.325	Toneladas	1.508	36	37	165	1
Brasil	16.987	-16.987	12,4	9.794	Toneladas	1.734	-10	-14	32	32
Taipei Chino	15.693	-15.693	11,4	9.318	Toneladas	1.684	88	85	274	15
Colombia	11.666	-9.924	8,5	6.305	Toneladas	1.850	-11	-15	-14	27
Corea, República de	10.013	-10.013	7,3	5.904	Toneladas	1.696	19	16	135	2

Fuente: International Trade Commerce (2021)


En la Tabla 9 se puede observar que China es el segundo exportador de polipropileno hacia Ecuador con un valor unitario por tonelada de \$1.531. Valor que, en comparación con otros países asiáticos, es considerado el más bajo. Esto se puede dar por los bajos costos de producción en este país dando como resultado el abaratamiento de la materia prima como tal.

4.2. Descripción de los productos a importar

La empresa OroPlast propone importar materia prima plástica, específicamente propileno en formas primarias. Este tipo de material plástico tiene como objetivo ser utilizado para la fabricación de productos plásticos de un solo uso en alimentos, cuidado personal e higiene. Por esta razón se debe considerar la calidad y variedad de colores y así se pueda adecuar a las necesidades de cada consumidor.

En la Tabla 10 se va a especificar algunos de los colores de polipropileno que se desea importar junto con su código, características y cantidad.

Tabla 10. Tipo de polipropileno que se propone importar

TIPO	CÓDIGO	CARACTERÍSTICAS	KG POR IMPORTAR
Polipropileno transparente 	5	Gran resistencia mecánica Elevado punto de fusión Baja absorción de humedad Resistencia química Gran versatilidad Ligereza (menor densidad) Sirve como aislante eléctrico	25.000

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

4.3. Selección de país proveedor

Para el trabajo de estudio es importante realizar la búsqueda de potenciales proveedores de materia prima plástica, específicamente, polipropileno cuyo origen es China. Es por esto por lo que la plataforma dónde se realizó la búsqueda fue por medio de Alibaba.com, plataforma Business to Business (B2B) perteneciente a Alibaba Group cuyo objetivo principal es realizar es “encontrar proveedores verificados para así poder facilitar la internacionalización y comercio de productos en todo tipo de sector” (Packlink, 2022). En base a esta plataforma B2B se eligieron los siguientes proveedores:

- Hebei Yaheng Import Export Co., Ltd
- Guangdong Qiangda New Materials Te
- Shanghai Qishan Plastic Industry Co., Ltd.

En la Tabla 11 se realizará un análisis de las tres empresas proveedoras con diferentes indicadores a considerar para poder elegir un proveedor óptimo para la realización de la importación de polipropileno.

Tabla 11. Análisis de posibles proveedores de polipropileno

Indicadores	Hebei Yaheng Import Export Co., Ltd	Guangdong Qiangda New Materials Te	Shanghai Qishen Plastic Industry Co., Ltd.
Ubicación	Hebei, China	Guangdong, China	Shanghai, China
Puerto	TianJin, QingDao, NingBo	Shenzen	Shanghai
Precio	1,25 USD/kg	1,14 USD/kg	1,17 USD/kg
Calidad	N/I	N/I	Alta, Certificado ISO 9001, 14001 y IATF16949
Formas de pago	T/T (Transferencia), garantía comercial de Alibaba, Western Union, L/C (Carta de crédito).	TT (Transferencia), 30% Depósito, L/C (Carta de crédito), Paypal y Western Union	30% T/T, visa, Paypal, L/C (Carta de crédito), D/A (Documentos contra Aceptación), D/P (Documento contra Pago)
Tiempo de entrega	20 días	7 - 15 días	15-20 días
Servicio post venta	Garantía de envío y reembolso	Garantía de envío y reembolso	Garantía de envío y reembolso
Personalización	≥ 100000 Kg (Logo, embalaje y personalización gráfica)	≥ 25000 (Logo, embalaje y personalización gráfica)	≥ 1000 Kg (Logo, embalaje y personalización gráfica)
Términos de entrega	FOB, EXW, CIP, CIF	FOB y CIF	FOB, CIF, EXW, CNF
Tipo de empresa	Trading	Proveedor multi-especialidad	Fabricante
Tiempo en Alibaba	6 años	11 años	2 años
Empresa verificada	No	Si	Si

Fuente: Alibaba.com (2023)

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

Tras el respectivo análisis de los indicadores de los proveedores se procede a la realización de una matriz de ponderación donde se medirá el grado de importancia de cada indicador establecidos de las tres empresas escogidas con el fin de obtener el mejor proveedor para poder importar el polipropileno a Ecuador. En la Tabla 12 se encuentra la siguiente matriz de ponderación.

Tabla 12. Matriz de ponderación de proveedores

Indicadores	Evaluación			Ponderación	Peso por calificación		
	Hebei Yaheng Import Export Co., Ltd	Guangdong Qiangda New Materials Te	Shanghai Qishen Plastic Industry Co., Ltd.		Hebei Yaheng Import Export Co., Ltd	Guangdong Qiangda New Materials Te	Shanghai Qishen Plastic Industry Co., Ltd.
Ubicación	1	4	5	10	10	40	50
Puerto	4	4	5	13	52	52	65
Precio	3	5	4	12	36	60	48
Calidad	0	0	5	5	0	0	25
Formas de pago	4	4	4	12	48	48	48
Tiempo de entrega	2	4	2	8	16	32	16
Servicio post venta	2	2	2	6	12	12	12
Personalización	1	4	5	10	10	40	50
Términos de entrega	5	4	5	14	70	56	70
Tipo de empresa	3	4	4	11	33	44	44
Tiempo en Alibaba	3	5	2	10	30	50	20
Empresa verificada	0	5	4	9	0	45	36
Total					317	479	484

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

En base a la ponderación realizada anteriormente se concluye que el proveedor óptimo para realizar la importación de materia prima plástica es Shanghai Qishen Plastic Industry Co., Ltd. con un total de 484 puntos en el cual se caracteriza por su ubicación y cercanía con el puerto de Shanghai, las certificaciones en cuanto a calidad de la materia prima (Ver Anexo E, F y G) y su variedad en cuanto a términos de negociación comercial.

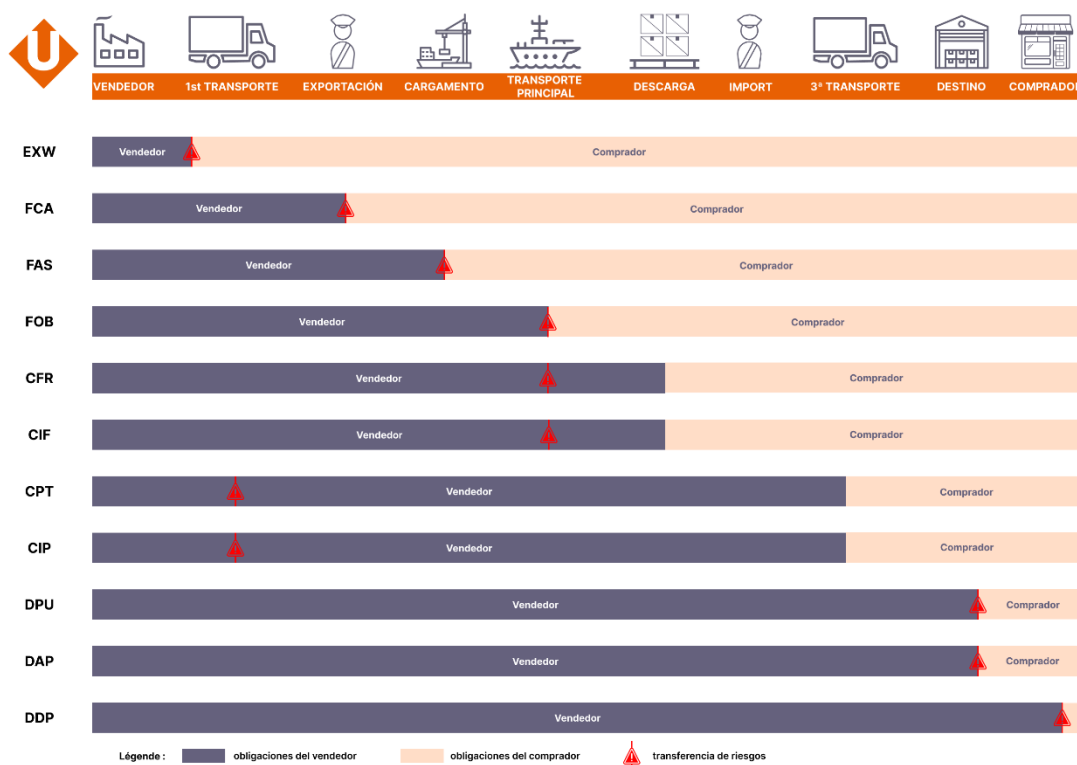
4.4. Condiciones de negociación con el proveedor

4.4.1. INCOTERM

Según UPELA (2022) los Términos Comerciales Internacionales, mejor conocidos como INCOTERMS, se definen como las condiciones de entrega que ejercen en procesos de transporte de mercancías y determinan las obligaciones y responsabilidades que el vendedor y el comprador deben asumir en caso de producirse cualquier inconveniente. Cabe destacar que los INCOTERMS se subdividen en multimodal y por vía marítima.

En la Figura 12 se encuentran los diferentes códigos INCOTERMS para poder definir la responsabilidad del exportador y el importador.

Figura 18. INCOTERMS



Fuente: upela.com (2022)

En el presente caso de estudio, el tipo de Incoterm elegido para realizar esta negociación va a ir en el contrato de compraventa internacional. En este contrato se procederá a realizar la importación bajo término comercial CIF (Cost, Insurance and Freight) ya que es uno de los términos que ofrece la empresa exportadora y es considerado un incoterm de tipo marítimo en el que los costos y riesgos del traslado de la mercancía recaen hasta la llegada de la mercancía en el país de destino, en este caso, Ecuador.

4.4.2. Ciudad punto de embarque

De acuerdo con el Banco Mundial & Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (s.f.) este factor importante de comercio exterior se define como el lugar clave donde se llevará a cabo el cargamento de la mercancía objeto de exportación hacia el lugar de destino. Cabe destacar que este lugar puede ser un puerto marítimo, aeropuerto, estación de tren o frontera.

En este caso la empresa del país exportador y/o proveedor indica que los procesos de exportación del polipropileno saldrán del puerto de Shanghai, considerado el puerto más eficiente e importante a nivel mundial y nacional, ya que es el puerto más cercano a la empresa matriz o fábrica industrial. Por otro lado, como puerto de destino será el puerto marítimo de Guayaquil en Ecuador.

4.4.3. Número de unidades a embarcar

Tras la elección del sitio donde se va a producir el cargamento de la mercancía sigue el número de unidades comerciales que se van a embarcar. Aquí, según Ojeda (2020) las unidades comerciales equivalen a la cantidad de mercancías objeto de importación. cuando se produce la importación o exportación se utiliza el sistema ECUAPASS para dar paso a la Declaración Aduanera de Importación debe detallar la cantidad que se va a declarar constatando en el Arancel Nacional de Importaciones o en los documentos comerciales.

Como lo indica la Tabla 12, en el presente trabajo de investigación y el número de unidades a embarcar, en primera instancia medidas en kilogramos serán 25.000 superando así el mínimo de kilogramos para poder personalizar logo, embalaje y personalización gráfica.

4.4.4. Tipo de empaque

El tipo de empaque a considerar es importante pues es una herramienta útil para proteger y manipularla mercancía que se va a exportar (Logycom, s.f.). En este punto el empaquetado y etiquetado es vital para que la mercancía se pueda movilizar al país de destino.

Existen tres tipos de empaquetado: primario, secundario y terciario. El primario suele estar en contacto directo con el producto y usualmente es el que el cliente final visualizará al momento de la compra. El secundario se encarga de agrupar los de empaquetado primario, como cajas, bolsas o separadores, en una sola unidad para

poder facilitar su transporte de estas. Por último, el terciario se encarga de agrupar los empaquetados primarios y secundarios a gran escala para poder desplazarlos.

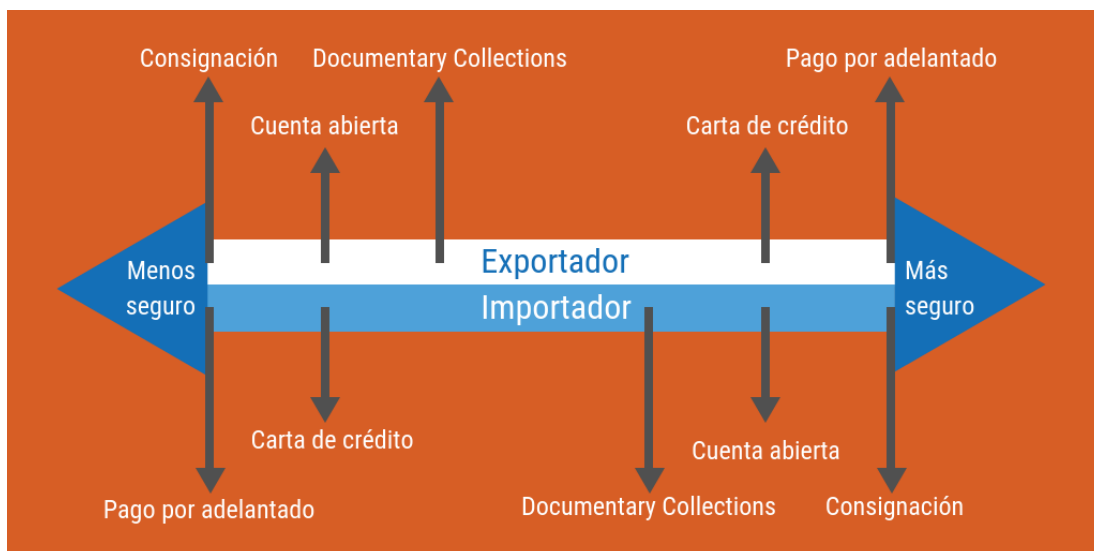
En cuanto al empaque del polipropileno el producto como tal es tipo granel y empacado por 25 kg cada saco poniendo cada saco en un pallet. En primera instancia, el tipo de empaquetado será primario ya que estos sacos tienen cierre hermético aislándolos de la humedad y cualquier tipo de contaminante externo. Después, estos sacos tendrán un tipo de empaquetado secundario dónde irán en contenedores de plástico de alta densidad protegiendo así el contenido del interior.

4.4.5. Forma de pago

De acuerdo con iContainers (2019) cuando existe una compraventa en las negociaciones del comercio exterior la forma de pago se transforma como un punto de desconfianza entre el exportador y el importador. Estos medios de pago son: pago anticipado, carta de crédito, remesa documentaria, cuenta abierta o consignación.

En la Figura 13 se procede a evaluar los riesgos dependiendo del tipo de pago.

Figura 19. Medios de pago internacional en base al riesgo



Fuente: iContainers (2019)

En este caso de estudio la empresa exportadora tiene múltiples formas de pago disponibles: T/T (Transferencia), Visa, Paypal, L/C (Carta de crédito), D/A

(Documentos contra Aceptación), D/P (Documento contra Pago). En base a las opciones mencionadas la forma de pago se realizará por medio de transferencia ya que no supone intereses mayores para la empresa importadora y es un método de pago rápido y confiable tanto para el vendedor como para el comprador.

4.4.6. Tipo de contenedor

Según KANSAS CITY SOUTHERN (s.f.) el término contenedor se refiere a un tipo receptáculo similar a un remolque que está diseñado para el transporte y manejo de carga. Estos contenedores están diseñados para los modos de transporte intermodal en la cual puede acondicionarse a cajas grandes o pequeñas y suelen medir 20', 40', 45' o 53'.

En el caso del transporte de polipropileno se establecerá un contenedor intermodal de 20 pies con capacidad de carga máxima de 28.280 kg lo cual que con el pedido de 25.000 kg podría cumplir con los requisitos y el peso del contenedor. Sus medidas son 6,06 m de longitud, 2,59 m de altura 2,44 metros de ancho.

4.4.7. Seguro

De acuerdo con CESCE (2022) El Seguro en cuanto a los procesos de comercio internacional tiene un objetivo clave y es cubrir los posibles riesgos que se puedan dar en una actividad de comercio exterior. Si bien es cierto, este paso no es obligatorio pero es fundamental en caso de producirse cualquier problema en caso de que se suscite.

Para el presente caso de estudio el seguro corre por parte del vendedor ya que la negociación se realizó en términos CIF. La empresa vendedora se encargará de entregar la póliza de seguro donde se especificará los riesgos cubiertos por la compañía aseguradora. Generalmente, el seguro a pagar es del 1% el valor que tenga la carga.

4.5. Requisitos para importar

4.5.1. Registro Único de Contribuyente (RUC)

Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2021), el primer paso para poder registrarse como importador es la obtención de un RUC (Registro Único de Contribuyentes) como persona natural o jurídica con nacionalidad ecuatoriana o extranjeros radicados en el Ecuador cuya actividad principal se base en la importación de materia prima plástica para su posterior procesamiento como materia prima. Cabe destacar que el registro aduanero es vital para poder realizar actividades de importación de forma regular y constante.

De acuerdo con el primer capítulo del trabajo de investigación se explicó que la empresa OroPlast cuenta con el RUC 1900517309001. Este RUC tiene como razón social el nombre del representante legal de la empresa, Vinicio Jardel Abad Calva cuya actividad comercial es venta al por mayor y menor de utensilios de plástico.

4.5.2. Obtención de firma electrónico o Token

Una vez esté registrado en Servicio de Rentas Internas (SRI) como importador de materia prima plástica se debe adquirir un certificado digital para poder emitir la firma electrónica o token. Actualmente, existen tres entidades encargadas de facilitar este proceso. Los dos son por medio de dos entidades públicas: Registro Civil y el Banco Central del Ecuador (BCE). El tercero se da por medio de una entidad privada, Security Data, cuyo documento se puede efectuar en línea siguiendo los pasos manifestados en la misma página de la entidad para encontrar la firma en la cuenta a nombre del usuario importador.

En la Tabla 13 se presentan los valores de la firma electrónica y la renovación de las dos entidades: Registro Civil y Security Data.

Tabla 13. Precios Firma electrónica + Token

Producto/Servicio	Vigencia	Tarifa Registro Civil	Tarifa Security Data
Firma electrónica + Token	2 años	\$54,88	\$60,48
Renovación	2 años	\$20,16	\$35,84

Fuente: Registro Civil & Security Data (2023)

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

Particularmente, OroPlast, al identificarse como un RUC de una persona natural deberá adjuntar los siguientes documentos:

- Comprobante de pago
- RUC digitalizado
- Cédula o pasaporte digitalizado
- Papeleta de votación digitalizado
- Nombramiento de representante legal

4.5.3. Registro en el portal web ECUAPASS

Una vez obtenido el RUC y la firma digital se registra como Importador en el sistema ECUAPASS donde se deben actualizar datos, creación de usuario y contraseña, aceptación de políticas y el registro de la firma electrónica. Con esto los procesos de comunicación con las respectivas autoridades para dar transparencia y eficiencia de las operaciones aduaneras (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, s.f.) y facilidades en la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE) donde se procederá a entregar los documentos objetos del desarrollo del comercio exterior.

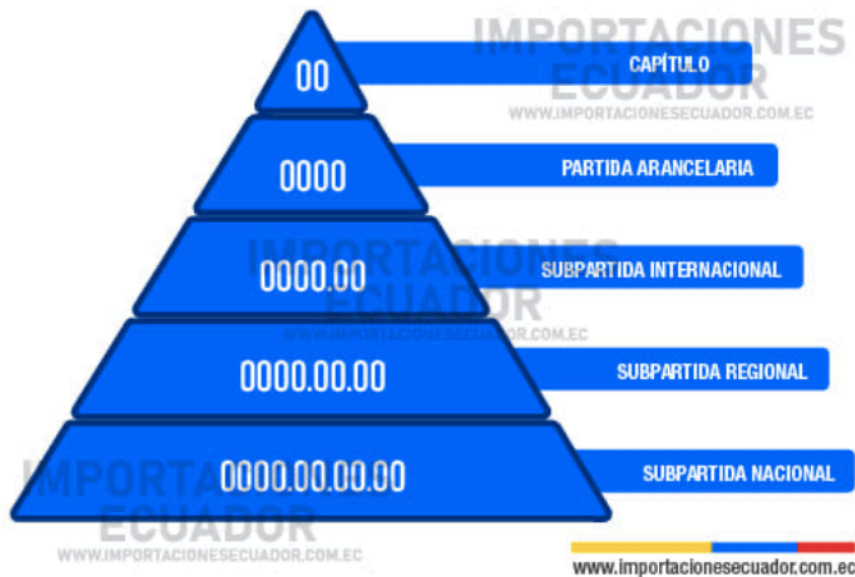
4.6. Posición Arancelaria

4.6.1. Valores y tasas arancelarias

El sistema que utilizan para denominar la nomenclatura y el código arancelario se basan en el Sistema Armonizado (SA) desarrollado por la Organización Mundial de Aduanas (OMA). Esta llamada Codificación de mercancías se utilizan para determinar los impuestos, derechos y obligaciones (IMPORTACIONES ECUADOR, 2023).

En la Figura 14 se puede visualizar el Sistema Armonizado subdividido en los diferentes dígitos que existen.

Figura 20. Codificación Arancelaria



Fuente: IMPORTACIONES ECUADOR (2023)

Aquí se subdividen en capítulos, partida arancelaria, subpartida arancelaria, subpartida arancelaria regional y nacional. Las seis primeros dígitos son de carácter universal y son determinadas en base a la OMA. En cuanto a subpartida regional se establece en base a la Nomenclatura Común de los Países Miembros de la Comunidad Andina (NANDINA) los séptimo y octavo dígito y en caso de no necesitar se colocan dos ceros. Por último, el noveno y décimo dígito corresponden a la subpartida arancelarias nacional ARIAN donde existen más de 5.387 subpartidas.

La materia prima plástica rige con el nombre de “Polímeros de propileno o de otras olefinas en formas primarias: Polipropileno” con la partida arancelaria 3902100000.

Tabla 14. Tributos a la partida arancelaria 3902100000

Tributos Fijos de Mercancías	Tasa
ADVALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)	0%
SALVAGUARDIA	0%
FODINFA (Fondo de Desarrollo para la infancia)	0,50%
IVA (Impuesto al Valor Agregado)	12%
ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)	0%

Fuente: International Trade Commerce (ITC)

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

Es importante mencionar que Ecuador no tiene ninguna restricción ni prohibición para importar esta materia prima plástica. Además, al tener un acuerdo de libre comercio con China tiene una reducción en los aranceles aplicable.

4.7. Régimen aduanero de importación

De acuerdo con IMPORTACIONES ECUADOR (2023) los regímenes de importación son procedimientos aduaneros que provienen del exterior que son declarados por el declarante en base a la legislación vigente ya que toda mercancía declarada debe declarar el destino.

A continuación, en la Figura 15 se representarán los regímenes de importación como la importación al consumo con código 10, la admisión temporal para reexportación en el mismo estado con código 20, depósito aduanero con código 21, reposición de mercancías con franquicia arancelaria con código 11, reimportación en el mismo estado con código 72, transformación bajo control aduanero con código 70 y la admisión temporal para perfeccionamiento activo con número 32.

Figura 21. Regímenes aduaneros de importación

Régimen	Fin admisible	Plazo	Culminación de Régimen
10	Considerarse mercancía nacionalizada.	Proceso de nacionalización	Una vez que se haya cumplido con la obligación tributaria aduanera.
20	Exposiciones, congresos y eventos análogos. Como moldes y matrices para uso industrial. Actividades de turismo internacional. Obras o prestación de servicios públicos. Herramientas o equipos de reparación o mantenimiento	Hasta por un año, contado a partir de la fecha de levante de las mercancías. *En el caso de maquinaria o herramientas para obra pública, se otorgará un plazo de permanencia el período de vigencia establecido en el contrato.	Mediante reexportación, cambio de régimen, o cambio de destino, ya sea a destrucción o ingreso a una Zona Especial de Desarrollo Económico.
21	Transformación Elaboración de nuevas mercancías Reparación, restauración. Maquila autorizada	Un año, contado a partir de la fecha de levante de las mercancías.	Con el ingreso a zona primaria para la reexportación del producto terminado, al exterior, previa autorización.
11	Mercancías idénticas o similares por su especie, calidad y sus características técnicas, a las que estando en libre circulación, que hayan sido utilizadas para obtener las mercancías exportadas	Un año, contado a partir de la fecha de levante de las mercancías importadas para el consumo.	Con la reposición de la mercancía
72	Podrán ingresar todo tipo de mercancías susceptibles de ser transformadas, incluso aquellas de prohibida importación.	Seis meses contados a partir del momento del levante de las mercancías o su aceptación de cambio a régimen especial.	Con la importación para el consumo o reexportación de los productos terminados derivados de los procesos de transformación.
70	Almacenamiento de las mercancías importadas por un periodo determinado, exentas del pago de derechos e impuestos y recargos aplicables.	Hasta de un año contado a partir de la fecha de levante de las mercancías importadas directamente a este régimen.	Con el cambio de régimen, cambio de destino o reexportación.
32	Reimportación total o parcial de mercancías nacionales que hayan salido del país	Un año contado a partir de la fecha de embarque de las mercancías exportadas definitivamente	Con la importación.

Fuente: IMPORTACIONES ECUADOR (2023)

Para el presente caso de investigación el régimen aduanero de importación elegido para importar polipropileno en formas primarias es desde el régimen 10 del Art. 147 del, importación para el consumo. Este régimen aduanero se caracteriza por la importación de un bien desde un país extranjero consumido en el país de destino luego de cumplir las formalidades y obligaciones y pagar los impuestos de la mercancía.

4.8. Contrato de agente de carga

De acuerdo con Mejía et al. (2017) define a este término como una persona natural o jurídica quien lleva la logística de transporte desde la coordinación hasta la puesta en práctica del proceso de importación o exportación con el fin de que los bienes lleguen a su destinatario final.

En el presente caso de estudio se pretende contratar como agente de carga a “GPLogistics”, establecida en Quito cuyo objetivo es ofrecer servicios de asesoramiento, logística de transporte y distribución. El agente de carga tendrá que ocuparse de consolidar la carga y despachar en aduanas ya que el incoterms elegido por la empresa importadora y exportadora fue bajo CIF.

4.9. Nacionalización de mercancías

De acuerdo con la SENAE (s.f.) la nacionalización de las mercancías comprende procesos administrativos y legislativos como es el pago de aranceles e impuestos aduaneros, declaración de facturas comerciales, certificados de origen y la Declaración Aduanera de Importación (DAI).

4.9.1. Contratación de agente de aduanas

Según la SENAE (s.f.) la definición de agente de aduanas es toda persona natural o jurídica cuya labora es representar a todo importador o exportador en procesos de nacionalización de mercancías y de realizar todas las gestiones y trámites que conlleva dicho proceso.

Particularmente, se pretende establecer la contratación de agente de aduanas a la empresa “GPLogistics” quien se encargará de los procesos logísticos de dicha importación. Además, la empresa se encargará de realizar el DAI con el fin de evitar cualquier error o problema en este proceso. Cabe destacar que el DAI se realiza por medio de la plataforma ECUAPASS.

4.9.2. Documentos de acompañamiento

Los documentos de acompañamiento son aprobadas y emitidas antes del embarcamiento de la mercancía. Tras revisar los requisitos planteados a esta partida arancelaria se requiere como requisito de importación una exigencia de que el producto en cuestión fue sometido a ensayos con el nivel de rendimiento y el muestreo realizado (B820).

4.9.3. Documentos de soporte

De acuerdo con la SENA (s.f) define el término de documentos de soporte como los documentos que respaldan la Declaración Aduanera de Importación con el fin de verificar su fidelidad y legitimidad durante todo el proceso de importación.

Entre estos documentos se destacan las siguientes de acuerdo con IMPORTACIONES ECUADOR (2023) en la Tabla 15:

Tabla 15. Documentos de soporte

TIPO	DEFINICIÓN	CARACTERÍSTICAS
Facturas	Documento administrativo cuyo fin es acreditar las transacciones internacionales y es base de la Declaración Aduanera. Cabe destacar que esto es emitido por el exportador tras la confirmación de la venta y usualmente es una proforma.	Debe detallar la fecha de emisión, número de factura, datos del vendedor y comprador, detalle de la mercancía, especificar forma y condiciones de pago, término de negociación, tributos en país de origen y las tasas y recargos en el país de origen.
Certificado de origen	Permite a un importador o exportador manifestar el país o región de donde es originaria la mercancía.	Preferencias arancelarias, contingentes, regímenes especiales aduaneros y otras medidas.
Certificado de transporte	Al ser tipo marítimo se establece el Bill of Lading, es un documento con título de valor donde hace constatar la recepción de la mercancía que será transportada al puerto de destino bajo condiciones de ambas partes.	En origen se utiliza como recepción de la mercancía. En destino es utilizado como título representativo de la libre disponibilidad y propiedad de la mercancía. Además, es prueba de la existencia del contrato de transporte marítimo.
Póliza de seguro	Contrato donde la compañía aseguradora obliga el pago de una indemnización al asegurado en caso de que ocurran problemas, esto a cambio de una prima.	Debe contener: Nombre y domicilio de ambas partes, descripción detallada del producto, monto de la prima, la suma de dinero que no indemnizará, modificaciones, beneficiario y la vigencia del seguro.

Fuente: IMPORTACIONES ECUADOR (2023)

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

En la factura comercial se puede dar con el fin de efectuarse con el fin de tener más exactitud el plan de importación se ha solicitado una proforma a la empresa proveedora China, Shanghai Qishan Plastic Industry Co., Ltd., el cual fue elegido mediante una matriz de ponderación en el apartado de selección del país proveedor del presente capítulo. La proforma puede visualizarse en el Anexo D.

En cuanto al certificado de origen es importante mencionar que la partida que se está poniendo en práctica goza de liberalización de tributos al tener un Acuerdo Comercial China-Ecuador mencionado en el capítulo 3 del presente caso de estudio y que, al ser objeto de reducción de aranceles, el certificado de origen es importante para efectuar la Declaración Aduanera de Importación.

Por último, la póliza de seguro, este documento será realizado y efectuado por el agente de carga quien será contratado por la empresa de logística “GPLogistics”, responsable a cargo de entregar dicha póliza ha determinado en el apartado de agente de carga.

4.10. Control Aduanero

De acuerdo con IMPORTACIONES ECUADOR (2023) el control aduanero se define como una serie de reglas que la Autoridad Aduanera tiene el objetivo de asegurar la ejecución de la actual legislación y llevar a cabo el allanamiento de los operadores de comercio exterior.

4.10.1. Aforo

De acuerdo con el COPCI (2022) tras la Declaración Aduanera se produce el despacho de las mercancías con el fin de verificar las condiciones de la mercancía y corroborar con lo expuestos en los documentos. El aforo se divide en las siguientes modalidades: Automático, documental, físico y físico no intrusivo.

Cabe destacar que la revisión se producirá “de acuerdo con el análisis de perfiles de riesgo implementados por la SENA” (COPCI, 2022).

En la Tabla 16 se podrá visualizar de mejor manera cada modalidad de aforo con su respectiva definición.

Tabla 16. Modalidades de aforo

AFORO	AUTOMÁTICO	DOCUMENTAL	FÍSICO	FÍSICO NO INTRUSIVO
DEFINICIÓN	Modalidad de despacho efectuada por medio de validación electrónica de la DAI por medio de un sistema informático.	Modalidad que consiste en contrastar la DAI junto con los documentos de acompañamiento y soporte con la información registrada en la SENAE en el fin de poder establecer la correcta liquidación de tributos de comercio exterior.	Modalidad de reconocimiento visual donde se pretende corroborar la naturaleza, origen, condición, cantidad, peso, medida, valor, calificación arancelaria con la información plasmada en la DAI.	Modalidad en la que se verifica al naturaleza y demás características a través del uso de sistemas de alta tecnología de escaneo.

Fuente: COPCI (2022)

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

4.10.2. Pago de tributos

El pago de tributos arancelarios a pagar son valores o porcentajes impuestos por leyes orgánicas, ordinarias y acuerdos comerciales entre países. Estos aranceles e impuestos de la mercancía que se pretende importar se establecieron en la Tabla 16 del presente capítulo.

4.11. Levante de mercancías y transporte a destino final

Tras haber cumplido con todos los requisitos y procedimientos de despacho previo al traslado del país de origen del bien objeto de importación, en este caso polipropileno en formas primarias, al país de destino, Ecuador y haber pagado los tributos impuestos por las entidades respectivas de estos procesos la SENAE procede a autorizar el retiro o salida de la mercancía de la bodega temporal o almacenamiento temporal donde la mercancía se encontraba hasta haber cumplido todos los pasos mencionados anteriormente. Todo esto con el fin de que pueda ser retirado y trasladado a su destino final, en la ciudad de Quito, por medio de transporte autorizado a cargo de la empresa importadora de este bien.

4.12. Gestión de cadena logística

En base al capítulo 2 del presente trabajo de investigación se establecieron los conceptos de cadena logística y los tipos de estrategias existentes que se pueden aplicar a un plan de importación y así maximizar los beneficios, optimizar costos y reducir el riesgo para el cliente que, en este caso, es OroPlast. Estos tipos de estrategias son: estrategia de búsqueda de proveedores, estrategia de búsqueda de productos, estrategia de transporte logístico y estrategias de aprovisionamiento.

Para el presente caso de estudio se tomó en cuenta la mejor estrategia en cuanto a temas de costos, estrategia de búsqueda de proveedores.

Para este tipo de estrategia es indispensable crear una relación sólida con China y así obtener menor riesgo en cuanto a las procedencias de los productos de los proveedores. Para esto se tomó en cuenta, por medio de Alibaba, una serie de requisitos para corroborar la confiabilidad de la empresa, Shanghai Qishen Plastic Industry Co., Ltd y la calidad de los productos que ofrecen dicho proveedor. Mediante una matriz de ponderación se determinó el mejor proveedor.

La empresa proveedora, Shanghai Qishen Plastic Industry Co., Ltd, está verificada como proveedor en Alibaba.com lo cual quiere decir que toda la información de su página es verídica y cumple con todos los requisitos que pide al aplicación y el cliente, OroPlast. En cuanto a los precios se determinó un precio en CIF y al ser una cantidad grande el que se pide ofreció a la empresa la mejor cotización posible (Ver Anexo D) e inferior a la que ofrece el mercado local. En términos de calidad el producto tiene certificado ISO 9001, 14001 y IATF16949 (Ver Anexo E, F y G) garantizando una materia prima de calidad. Finalmente, las condiciones de compras son las acordadas por el proveedor ya que el cargamento se recibirá en el Puerto de Guayaquil.

Cabe destacar que, de acuerdo con la entrevista hecha al gerente general de OroPlast, los precios locales oscilan a 1,60 USD/kg y haber conseguido la materia prima en China a 1,17 USD/kg en CIF supone una diferencia de precios de aproximadamente un 40% respecto a la reducción de costos.

A continuación, en la Tabla 10, se puede visualizar los valores establecidos por la empresa exportadora Shanghai Qishen Plastic Industry Co., Ltd y por los costos establecidos por la empresa GPLogistics en los pagos en el país de destino, de servicios e impuestos.

Tabla 17. Costos de Importación y Nacionalización

OroPlast		
Costo de Importación y Nacionalización		
Detalle		Valor
VALOR FOB DE MERCANCÍA	\$22.943,48	
FLETE + Seguro	\$3.806,53	
Valor CIF		\$26.750,00
Tributos		\$3.343,75
AdValorem 0%	\$0,00	
FODINFA 0,5%	\$133,75	
IVA 12%	\$3.210,00	
GASTOS LOCALES MARÍTIMO EN DESTINO		\$1.154,44
Manejo	\$400,00	
Servicio Logístico	\$223,20	
Servicios portuarios	\$111,60	
Administración	\$45,00	
Transmisión	\$45,00	
Collect fee	\$329,64	
GASTOS DE SERVICIOS INTEGRALES		\$775,00
Nacionalización de mercaderías	\$250,00	
Transporte interno a Quito	\$525,00	
TOTAL GASTOS DE IMPORTACIÓN		\$32.023,19
TOTAL GASTO POR KG DE POLIPROPILENO		\$1,28

Elaborado por: Helen Marian Abad Calva

En la Tabla 17 se puede evidenciar que con la totalidad de los gastos de importación el valor por kg de materia prima plástica, polipropileno, es de 1,28 USD lo cual, frente al precio interno en Ecuador en 1,60 USD/kg, supone una diferencia de 0,32 USD/kg y una disminución de los costos de fabricación para la empresa OroPlast.

CONCLUSIONES

- OroPlast es una empresa que fabrica y comercializa utensilios plásticos desechables y, tras la disminución de las medidas por la COVID-19 tuvo un impacto positivo ya que los pequeños y grandes clientes que mantiene esta pudieron vender los productos a mayor escala aumentando las ventas.
- La empresa tiene amenazas en cuanto a posibles entrantes ya que al producir a mayor escala los productos se incurre en disminuir costos de fabricación y producción lo que le lleva a obtener mayor rentabilidad y eso es algo que puede incentivar a nuevos entrantes a querer entrar en el mercado.
- La estrategia de cadena logística que se seleccionó fue la de estrategia de búsqueda de proveedores para la correcta importación de la materia prima plástica al país de destino, Ecuador. En este caso, por medio de una matriz de ponderación se determinó que la empresa Shanghai Qishen Plastic Industry Co., Ltd iba a ser el proveedor óptimo con una puntuación de 484 puntos. Así mismo, se evidencia que los gastos totales de la importación son inferiores al que actualmente OroPlast compra la materia prima en el mercado interno con una diferencia de 0,32 USD/kg.
- Se examinaron diferentes países del continente asiático que eran potenciales proveedores para realizar la importación. Por medio de la matriz FODA se determinó que los países mas atractivos eran China y Corea del Sur por los potenciales acuerdos comerciales que actualmente tienen con Ecuador.
- Para un correcto plan de importaciones eficiente de polipropileno el país más atractivo es China al ser el segundo exportador que mas vende a Ecuador. Por otro lado, el término comercial de negociación más eficiente para importar el polipropileno con China fue en CIF garantizando que el producto llegue en buenas condiciones a la empresa OroPlast.

RECOMENDACIONES

- Tras la disminución de las medidas por COVID-19 se recomienda expandirse de manera nacional para que la demanda de los productos de la empresa OroPlast aumenten incurriendo en más ganancias para la misma mediante otros distribuidores potenciales.
- Tras la ausencia de marca de la empresa OroPlast en el mercado se recomienda implementar un plan de marketing para hacer conocer la marca y los distintos productos que ofrecen en el mercado con el fin de obtener mayor rentabilidad.
- Debido a que tras las estrategias mencionadas en el trabajo de investigación se recomienda realizar un análisis financiero para futuras investigaciones y así poder comprobar la rentabilidad que tendría la empresa tras la realización de la importación de materia prima plástica.
- En el presente trabajo de investigación se utilizó la plataforma Business To Business Alibaba.com para poder obtener un óptimo proveedor. En base a esto se aconseja acudir al país de origen y así poder obtener mejores opciones en términos de costos y calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Aduana del Ecuador. (s.f.). PREGUNTAS FRECUENTES. Recuperado el 2 de abril de 2023, de [aduana.gob.ec: https://www.aduana.gob.ec/archivos/Ecuapass/faqs_VUE.pdf](https://www.aduana.gob.ec/archivos/Ecuapass/faqs_VUE.pdf)
- Aduana del Ecuador. (s.f.). PREGUNTAS FRECUENTES. Recuperado el 2 de abril de 2023, de [aduana.gob.ec: https://www.aduana.gob.ec/archivos/Ecuapass/faqs_ECUAPASS.pdf](https://www.aduana.gob.ec/archivos/Ecuapass/faqs_ECUAPASS.pdf)
- Aduana Nacional del Ecuador. (13 de octubre de 2006). La Comisión de la Comunidad Andina. Recuperado el 16 de abril de 2023, de [aduana.gob.ec: https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2016/CAN.pdf](https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2016/CAN.pdf)
- Amador-Mercado, C. Y. (2022). *El análisis PESTEL*. Uno Sapiens Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 1, 4(8), 1-2
- Amador-Mercado, C. Y. (marzo de 2022). UNO Sapiens Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 1. Recuperado el 16 de marzo de 2023, de [repository.uaeh.edu.mx: https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/article/view/8263/8494](https://repository.uaeh.edu.mx)
- AMERICAN PROGRESS. (8 de febrero de 2011). China's Strengths and Weaknesses 101. Recuperado el 10 de abril de 2023, de [americanprogress.org: https://www.americanprogress.org/article/chinas-strengths-and-weaknesses-101/](https://www.americanprogress.org/article/chinas-strengths-and-weaknesses-101/)
- Arcia, M. (25 de octubre de 2018). Grupo Berristain Puebla. Recuperado el 1 de abril de 2023, de [grupoberistain.com: https://grupoberistain.com/quienes-integran-cadena-suministro/](https://grupoberistain.com/quienes-integran-cadena-suministro/)
- Asamblea Nacional. (21 de diciembre de 2020). LEY ORGÁNICA PARA LA RACIONALIZACIÓN, REUTILIZACIÓN Y REDUCCIÓN DE PLÁSTICOS DE UN SOLO USO. Recuperado el 29 de marzo de 2023, de [produccion.gob.ec: https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/02/1.-Ley-de-plasticos-R.Oficial.-21.12.2020-Comprimido.pdf](https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/02/1.-Ley-de-plasticos-R.Oficial.-21.12.2020-Comprimido.pdf)
- Ballou, R. (2007). Business logistics/supply chain management: planning, organizing, and controlling the supply chain. Pearson Prentice Hall.

- Banco Central del Ecuador. (Junio de 2019). Boletín Informativo de Integración Monetaria y Financiera. Recuperado el 29 de marzo de 2023, de contenido.bce.fin.ec:
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/BOLETIN312019.pdf>
- Banco Mundial & Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú. (s.f.). Análisis de los costos marítimos y portuarios. Recuperado el 16 de abril de 2023, de mincetur.gob.pe: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/Costos_Portuarios_Maritimos_Peru.pdf
- BANCO SANTANDER S.A. (abril de 2023). Herramientas y recursos para ayudar a tu empresa a expandirse globalmente. Recuperado el 10 de abril de 2023, de santandertrade.com: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/china/cifras-comercio-exterior>
- Burbano, P. L. (12 de julio de 2020). Regímenes Aduaneros de Importación. Recuperado el 16 de abril de 2023, de comunidad.todocomercioexterior.com.ec:
<https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/reg-menes-aduaneros-de-importaci-n-1>
- CESCE. (28 de mayo de 2022). Riesgos del comercio internacional: ¿Qué son y qué seguro contratar? Recuperado el 16 de abril de 2023, de cesce.es:
<https://www.cesce.es/es/w/asesores-de-pymes/riesgos-justifican-seguro-comercio>
- Chavez, J. H. (2012). *Supply Chain Management (Gestión de la cadena de suministro)*. RIL editores.
- Chopra, S., & Meindi, P. (2013). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation*. Boston: Pearson Education.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (s.f.). Servicio de Aduana del Ecuador. Recuperado el 7 de mayo de 2023, de aduana.gob.ec:
<https://www.aduana.gob.ec/gacnorm/data/CODIGO-ORGANICO-DE-LA-PRODUCCION-COMERCIO-E-INVERSIONES.pdf>
- COFACE FOR TRADE. (abril de 2023). ECONOMIC STUDIES. Recuperado el 11 de abril de 2023, de coface.com: <https://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/China>

- COFACE FOR TRADE. (Abril de 2023). ECONOMIC STUDIES. Recuperado el 11 de abril de 2023, de coface.com: <https://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/Japan>
- COFACE FOR TRADE. (abril de 2023). ECONOMIC STUDIES. Recuperado el 11 de abril de 2023, de coface.com: <https://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/India>
- COFACE FOR TRADE. (febrero de 2022). ECONOMIC STUDIES. Recuperado el 11 de abril de 2023, de coface.com: <https://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/South-Korea>
- COFACE FOR TRADE. (febrero de 2022). ECONOMIC STUDIES. Recuperado el 11 de abril de 2023, de coface.com: <https://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/Taiwan>
- Cristopher, M. (2016). Logistics & supply chain management. Reino Unido: Pearson Education.
- Czinkota, M. R. (2010). Marketing internacional. México: Cengage Learning.
- Data, S. (Dirección). (2022). ¿Cómo adquirir tu firma electrónica en línea? [Película].
- Escalante Vasquez, J. S., & Osorio Flores, D. P. (2022). Estrategias logísticas para la importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C., Provincia de Chiclayo, 2022. Recuperado el 14 de abril de 2023, de Universidad César Vallejo: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/110656/Escalante_VJS-Osorio_FDP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Espinosa, G. (3 de diciembre de 2022). EDUCACIÓN DE PROFESIONAL INDUSTRIA MANUFACTURERA. Recuperado el 8 de abril de 2023, de epim-educacion.com: <https://epim-educacion.com/ventajas-de-la-cadena-de-logistica/>
- Fanjul, E. (13 de diciembre de 2018). Las importaciones también son un motor del crecimiento y el bienestar. Recuperado el 16 de abril de 2023, de realinstitutoelcano.org: <https://www.realinstitutoelcano.org/blog/importaciones-motor-crecimiento-bienestar/>
- Guaman Lozano, A. G., Miño Cascante, G. E., Garcia Cabezas, E. F., Garcia Flores, A. N., & Moyano Alulema, J. C. (marzo de 2018). Análisis del sistema logístico del Ecuador y Japón en las importaciones desde la región asiática.

- Recuperado el 3 de abril de 2023, de eumed.net:
<https://www.eumed.net/rev/japon/32/ecuador-japon-importaciones.html>
- Hugos, M. H. (2018). Essentials of supply chain management. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Humphrey, A. (1990). SWOT analysis for teaching and planning. Journal of business education.
- iContainers. (19 de febrero de 2019). Medios de pago internacional. Obtenido de [icontainers.com](https://www.icontainers.com/es/ayuda/medios-de-pago-internacional/): <https://www.icontainers.com/es/ayuda/medios-de-pago-internacional/>
- IMF. (21 de mayo de 2019). Korea's Economic Outlook in Six Charts. Recuperado el 10 de abril de 2023, de [imf.org](https://www.imf.org):
<https://www.imf.org/en/News/Articles/2019/05/16/na052119-koreas-economic-outlook-in-6-charts>
- IMPORTACIONES ECUADOR. (30 de mayo de 2020). CÓMO IMPORTAR A ECUADOR. Recuperado el 3 de abril de 2023, de [importacionesecuador.com.ec](https://www.importacionesecuador.com.ec): <https://www.importacionesecuador.com.ec>
- IMPORTACIONES ECUADOR. (5 de enero de 2023). Regímenes aduaneros de importación. Recuperado el 16 de abril de 2023, de [importacionesecuador.com.ec](https://www.importacionesecuador.com.ec):
<https://www.importacionesecuador.com.ec/regimenes-aduaneros/regimenes-aduaneros-de-importacion/>
- IMPORTACIONES ECUADOR. (6 de enero de 2023). Sistema armonizado de designación y codificación de mercancías. Recuperado el 16 de abril de 2023, de [importacionesecuador.com.ec](https://www.importacionesecuador.com.ec):
https://www.importacionesecuador.com.ec/merceologia/sistema-armonizado-de-mercancias/#_ftn5
- INEC. (2010). Fascículo Provincial Pichincha. Recuperado el 16 de marzo de 2023, de [ecuadorencifras.gob.ec](https://www.ecuadorencifras.gob.ec): <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- Interempresas. (s.f.). Feria virtual. PLÁSTICO Y CAUCHO. Recuperado el 16 de marzo de 2023, de [interempresas.net](https://www.interempresas.net):
<https://www.interempresas.net/Plastico/FeriaVirtual/Producto-Inyectoras-servohidraulicas-Chen-Hsong-JETMASTER-MK6-171813.html>

- INTERNATIONAL MONETARY FUND. (26 de julio de 2018). China's Economic Outlook in Six Charts. Recuperado el 10 de abril de 2023, de [imf.org: https://www.imf.org/en/News/Articles/2018/07/25/na072618-chinas-economic-outlook-in-six-charts](https://www.imf.org/en/News/Articles/2018/07/25/na072618-chinas-economic-outlook-in-six-charts)
- International Trade Commerce (ITC). (2021). Trade Map. Recuperado el 19 de abril de 2023, de [trademap.org: https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c390210%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c390210%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1)
- KANSAS CITY SOUTHERN. (s.f.). Términos y definiciones. Recuperado el 16 de abril de 2023, de [kcsouthern.com: https://www.kcsouthern.com/es-mx/rail-resource-center/terms-definitions?language_id=2#c](https://www.kcsouthern.com/es-mx/rail-resource-center/terms-definitions?language_id=2#c)
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2009). Marketing management. Pearson Education.
- Lawrence, R. (1996). Regionalism, multilateralism, and deeper integration.
- Logycom. Logística y Comercio Exterior. (s.f.). Tipos de envases y embalajes en logística. Recuperado el 16 de abril de 2023, de [logycom.mx: https://www.logycom.mx/blog/tipos-de-envases-embalajes-logistica](https://www.logycom.mx/blog/tipos-de-envases-embalajes-logistica)
- Ludeña, J. A. (s.f.). Proceso de importación. Recuperado el 16 de abril de 2023, de [economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/proceso-de-importacion.html](https://economipedia.com/definiciones/proceso-de-importacion.html)
- Machicado Corriño, F., & Gutierrez Quiroga, M. (30 de marzo de 2016). Estudio de localización de un proyecto. Recuperado el 20 de marzo de 2023
- Machicado, F. C., & Quiroga, M. G. (2016). Estudio de localización de un proyecto. *Odontología Actual*, 7(11), 29-33
- Martos Calpena, R. (2009). *Cultura Corporativa: Misión, Visión y Valores en la Gestión Estratégica de las empresas del sector de la Automoción en España*. Universitat Politècnica de Catalunya
- Mejía, F., Galofre, M., & Silva, A. (diciembre de 2017). Caracterización del Proceso de Reserva de Exportación a través del método IDEF0: en el contexto del Agente de Carga Internacional. Recuperado el 9 de mayo de 2023, de [scielo.org.co: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-82612017000200040](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-82612017000200040)

- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (3 de enero de 2023). Gobierno del Ecuador. Recuperado el 30 de marzo de 2023, de [produccion.gob.ec](https://www.produccion.gob.ec): <https://www.produccion.gob.ec/concluye-exitosamente-negociacion-del-acuerdo-comercial-entre-ecuador-y-china/>
- Mondragón, V. (Julio de 2015). Cadena Logística simulando proceso de exportación e importación. Recuperado el 1 de abril de 2023, de [diariodelexportador.com](https://www.diariodelexportador.com): https://www.diariodelexportador.com/2015/07/cadena-logistica-simulando-proceso-de_13.html
- Morales, J. A. F., Nugent, M. A. L. M., Llave, A. M. T., & Quispe, J. T. (2019). *Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1136-1146.
- Norkin, G. (19 de enero de 2023). HCLTech. Recuperado el 8 de abril de 2023, de [hcltech.com](https://www.hcltech.com): <https://www.hcltech.com/blogs/central-challenges-logistics-2023-and-how-solve-them-right-tools>
- Oficina Comercial del Ecuador en Beijing. (abril de 2021). Nuevos Acuerdos Comerciales post pandemia COVID19. Recuperado el 14 de marzo de 2023, de [proecuador.gob.ec](https://www.proecuador.gob.ec): <https://www.proecuador.gob.ec/nuevos-acuerdos-comerciales-post-pandemia-covid19/>
- Ojeda Ahmed, S. S. (julio de 2020). Unidades Comerciales. Recuperado el 2023, de comunidad.todocomercioexterior.com.ec: <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/unidades-comerciales#>
- Organización Mundial del Comercio (OMC). (s.f.). Cómo obtener datos arancelarios. Recuperado el 1 de abril de 2023, de [wto.org](https://www.wto.org): https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariff_data_s.htm
- Packlink. (30 de Marzo de 2022). Packlink Simply Shipping. Recuperado el 6 de mayo de 2023, de [packlink.es](https://www.packlink.es): <https://www.packlink.es/blog/como-comprar-en-alibaba/#:~:text=Qué%20es%20Alibaba&text=Es%20una%20de%20las%20empresas,productos%20de%20todos%20los%20sectores.>
- Registro Civil, Identificación y Cedulación. (2023). Emisión de Certificado Digital de Firma Electrónica en Token. Obtenido de [registrocivil.gob.ec](https://www.registrocivil.gob.ec): <https://www.registrocivil.gob.ec/solicitud-de-emision-de-certificado-digital-de-firma-electronica/>

- Revista Líderes. (4 de septiembre de 2018). La industria del plástico se mueve al ritmo de unas 600 empresas Este contenido ha sido publicado originalmente por Revista Líderes en la siguiente dirección: <https://www.revistalideres.ec/lideres/industria-plastico-inversion-innovacion-ritmo.html>. Si es. Revista Líderes.
- Rodrigue, J.-P. (2019). The geography of transport systems. New York: Routledge.
- Rodríguez, B. A. (21 de Junio de 2017). Cadena de suministro: Beneficios y retos, una visión particular. EGADE Business School Tecnológico de Monterrey, 1.
- Salgado, J. G. (2010). CAPÍTULO II–ANÁLISIS SITUACIONAL. Ecuador: ESPE.
- Sallán, J. G. (1984). *Posibilidades y límites de los organigramas*. Educar, 181-204
- Security Data. (2023). Precios Firma Electrónica. Recuperado el 16 de abril de 2023, de securitydata.net.ec: <https://www.securitydata.net.ec/firma-electronica-en-ecuador/>
- Servicio de Aduanas del Ecuador. (10 de noviembre de 2022). REGLAMENTO AL TÍTULO DE LA FACILITACIÓN ADUANERA PARA EL COMERCIO, DEL LIBRO V DEL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES. Recuperado el 10 de mayo de 2023, de [aduana.gob.ec](https://www.aduana.gob.ec): <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2022/11/REGLAMENTO-AL-TITULO-DE-LA-FACILITACION-ADUANERA-PARA-EL-COMERCIO-DEL-LIBRO-V-DEL-COPCI.pdf>
- Servicio de Rentas Internas. (s.f.). REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC). Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <https://www.sri.gob.ec/RUC>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (18 de enero de 2022). Registro de la Declaración Aduanera de Importación. Recuperado el 3 de abril de 2023, de www.gob.ec: <https://www.gob.ec/senae/tramites/registro-declaracion-aduanera-importacion>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Noviembre de 2021). Para Importar. Recuperado el 2 de abril de 2023, de [aduana.gob.ec](https://www.aduana.gob.ec): <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (2007). Designing and managing the supply chain: Concepts, strategies and cases. Estados Unidos de América: McGraw-Hill.
- Stiglitz, J., & Walsh, C. E. (2002). Economics. WW Norton & Company.

Torres Arriaga, M. G. (2019). *Modelo de las cinco fuerzas de Porter*

UPELA. (mayo de 2022). ¿Cuáles son los Incoterms para mi transporte de mercancías?

Recuperado el 15 de abril de 2023, de upela.com:

<https://www.upela.com/es/blog/todo-sobre-incoterms-678.html>

ANEXOS

Anexo A. Ficha de entrevista a gerente de la empresa OroPlast

Ficha de entrevista a gerente de la empresa OroPlast

Perfil:

Nombre: Vinicio Jardel Abad Calva

Cargo: Gerente general de la empresa “OroPlast”

Edad: 27 años

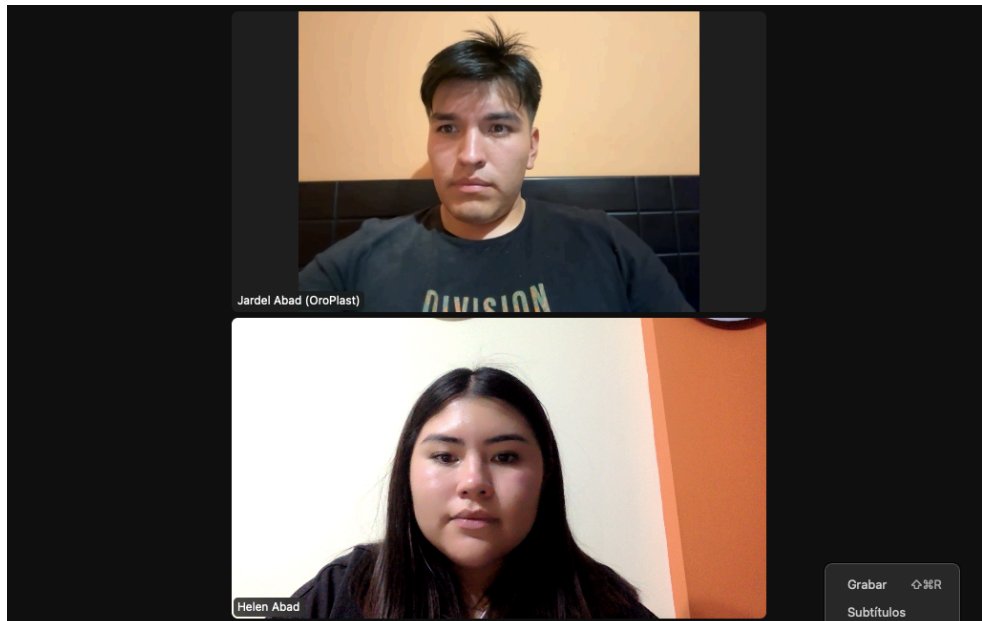
Bienvenida

1. ¿Nos podría contar un poco a cerca de la empresa? ¿Nacimiento, productos, servicios, giro de negocio, locación?
2. ¿Nos puede hablar de los valores institucionales, misión y visión que tiene la empresa actualmente?
3. ¿Qué producto tiene mayor acogida? ¿Y cuánto vende en volumen de ventas?
4. ¿Nos puede hablar de la materia prima que utilizan? ¿Cuáles son sus proveedores?
5. ¿Tuvo inconvenientes al momento de crear la microempresa?
6. ¿Qué complicaciones le trajo a usted respecto al incremento del precio de la materia prima?
7. ¿Qué alternativas buscó usted al incremento de estos precios?
8. ¿Qué factores externos piensa usted que afectan a la empresa?
9. ¿Qué debilidades y fortalezas piensa usted que tiene la empresa y que soluciones está dando para poder solucionarlas?
10. ¿Cuáles son sus competidores en la actualidad?
11. ¿Qué valor/es agregado/s ofrece la empresa que la diferencia de la competencia?
12. ¿Cuál es su cliente objetivo y como lo caracterizaría?
13. ¿Qué lo impulsó para buscar proveedores en el exterior?

14. ¿Cómo se dan los procesos de negociación con los proveedores?
15. ¿En cuánto compra usted la materia prima aquí en Ecuador?
16. ¿Qué planes tiene a futuro con la empresa OroPlast? ¿Pretenden innovar?
17. ¿Cuánto cantidad de materia prima le gustaría pedir?

Agradecimiento

Anexo B. Entrevista a gerente de la empresa OroPlast



Link de acceso:

<https://drive.google.com/file/d/193j5sGg9DvczuaIZkiUNbvjraD-epXxS/view?usp=sharing>

Anexo C. Desarrollo de Análisis PESTEL

Político

Tras las elecciones del 2021, el presidente del Ecuador Guillermo Lasso ha llevado un desequilibrio en cuanto a su manera de gobernar y controlar el país. Después de la pandemia por COVID-19 y su Plan de Vacunación no ha podido ejercer buenos resultados en beneficio del país.

La crisis actual trajo consigo numerosas debilidades estructurales tales como la escasez de amortiguadores macroeconómicos, reducción del acceso a los mercados de capital, poca preparación en el sistema de salud y burocracia en cuanto al acceso a los servicios públicos. (Banco Mundial, 2022)

Otro factor determinante que afectó a la empresa fueron los conflictos internos o manifestaciones del pasado mes de junio lo cual detuvo totalmente la producción y produjo una desaceleración en cuanto a la economía del país que trataba de salir a flote tras la pandemia de la COVID-19. De esta manera el crecimiento económico del país fue de 1,7% según el Banco Central del Ecuador (2022) lo cual respecto al año anterior fue un porcentaje muy bajo.

Económico

La economía del país se encuentra en desequilibrio tras la pandemia de la COVID-19 y, por ende, la crisis de los contenedores en cuanto a la falta de fletes para poder exportar e importar productos desde otros países dando paso a retrasos en cuanto a los pedidos y la demanda acumulada de materia prima plástico a Ecuador. Este problema dio paso a la subida del material a nivel nacional y la subida del precio del utensilio plástico.

Al ser un producto que no tiene mucha exigencia en cuanto a calidad y durabilidad muchos de los distribuidores optaron por la sustitución por productos más baratos, sin importar la calidad y el empaquetado del producto. Esto ocasionó inconformidad a los clientes y afectación a la empresa objeto de estudio ya que por temas de precios se tuvo que ver obligado a bajar el precio y obtener menos rentabilidad y menos demanda de productos.

Social

La sociedad ecuatoriana es mayoritariamente de religión católica y los principios de dicha religión se basa en la unión familiar y el respeto hacia las personas mayores. Es por esto por lo que sus hábitos y cultura van de la mano de las fiestas familiares que se hacen en fechas destacadas. Esto ocasiona que los potenciales clientes opten por sustitutos de las herramientas que utilizan para hacer la fiesta y no tengan que incurrir en tanto trabajo para poder realizarlo. Debido a esto las personas buscan un modelo alternativo como la compra de utensilios plásticos de un solo uso la cual no supone

mucho costo y no es necesario lavarlo. Simplemente debe reciclarse y las labores en cuanto a la festividad serían menos pesadas.

Por otro lado, el negocio del plástico ha supuesto un impacto significativo en los pequeños negocios de alimentación ya que con el uso de este tipo de utensilios plásticos facilita la vida del vendedor a la hora de ofrecer un producto de calidad y visualmente bien efectuado.

A pesar de que está de moda el reciclaje Ecuador presenta un retroceso significativo ya que predomina el bolsillo del cliente al impacto que tenga el reciclaje de estos productos plásticos.

Tecnológico

En cuanto a tecnología, la industria manufacturera ha obtenido numerosos cambios en cuanto a la manera en la que operan las máquinas inyectoras de plástico obteniendo así un producto casi perfecto, de calidad y de rápida elaboración.

Figura 22. Máquina inyectora de plástico CHEN HSONG



Fuente: Interempresas (s.f.)

En la Figura 22 se puede evidenciar la máquina inyectora de plástico marca Chen Hsong el cual cuenta con máxima eficiencia, alta precisión, ahorro de energía, rápida respuesta y disminución de ruido a la hora de producir. En comparación con anteriores diseños de este mismo modelo ha innovado a gran escala.

Además, trae consigo una máquina llamada “máquina de trituradora de plástico” lo cual ha supuesto un gran impacto en el mercado industrial ya que a la hora de producir quedan sobrantes de material en el producto y gracias a esta máquina se puede reciclar

y posteriormente volver a utilizar para no incurrir en pérdidas y contribuir al no desperdiciamiento de plástico.

Ecológico

De acuerdo con la Ley Orgánica para la Racionalización, Reutilización y Reducción de Plástico de un solo uso (Asamblea Nacional, 2020) que aprobó el presidente de la Asamblea Nacional, César Litardo, prohibió la comercialización y uso de utensilios o bolsas de plástico de un solo uso durante ciertos periodos de tiempo. En primer lugar, se prohibieron los plásticos de un solo uso con el objetivo de que su cumplan 12 meses para dejar de comercializar y usar bolsas, envases, entrega de bolsa de plástica con las impresoras y la eliminación de los sorbetes.

Después, se prohibieron los plásticos de un solo uso con el objetivo de que su cumplan 24 meses en la comercialización y distribución en el consumo interno deben tener un porcentaje bajo de materia prima reciclada. De la misma manera de la prohibición después de 36 semanas tras la aprobación donde deberán comprar productos cuyo porcentaje depende de la cantidad utilizada de materia prima reciclada. Además, pagar por el plástico de un solo uso en los establecimientos y preguntar si el cliente desea o no una bolsa son prácticas establecidas por medio de con la Ley Orgánica en contra de los utensilios plásticos. Estas son prácticas que favorecen el medio ambiente, pero al tratarse de un producto que se puede comercializar a la empresa OroPlast supone un factor de riesgo en el desarrollo de la empresa a largo y corto plazo.

Legal

En la actualidad el Ecuador mantiene distintos acuerdos regionales e internacionales con el objetivo de establecer relaciones comerciales y fortalecer las relaciones entre países.

Entre los regionales se encuentran la organización MERCOSUR con México, Cuba, Guatemala, El Salvador y Nicaragua; Acuerdo de Alcance Parcial con Chile; y de Uniones Aduaneras como la Comunidad Andina de Naciones con Bolivia, Colombia y Perú. (Banco Central del Ecuador, 2019)

Por otro lado, entre los acuerdos internacionales, Ecuador mantiene el Acuerdo de Libre Comercio con la Unión Europea y es perteneciente a la Asociación Económica

Integral Regional con 10 países del continente asiático en el que se incluyen Corea del Sur y Japón. (Oficina Comercial del Ecuador en Beijing, 2021)

Anexo D. Proforma proveedor Shanghai Qishen Plastic Industry Co., LTD



上海祺申塑业股份有限公司

SHANGHAI QISHEN PLASTIC INDUSTRY CO., LTD

Building 3 NO.1188, FengLiang Road, Fengxian District, Shanghai 201411,China

PROFORMA INVOICE

INVOICE NO: 230517MP001

DATE: 2023-05-17

SELLER: SHANGHAI QISHEN PLASTIC INDUSTRY CO., LTD
ADDRESS: Building 3 NO.1188, FengLiang Road, Fengxian District, Shanghai 201411,China
TEL: +86-21-57545645

BUYER: OroPlast
DELIVER ADDRESS Panamericana Sur Km. 2, Mejia, Quito, Ecuador

Port Of Loading :	Shanghai		P/O Number :			
Port Of Destination	Guayaquil		Terms Of Payment		30% TT advance, 70% against the BL copy	
Country Of Origin	China		Terms Of Shipment		By ship	
Mark & Number:	Descriptions:	Model Number	QUANTITY		UNIT PRICE (CIF)	AMOUNT
N/M	PLASTIC GRANULES	PP S0303	25.00	tons	\$1,170.00	\$29,250.00
TOTAL			25.00	tons		\$29,250.00
Beneficiary:	SHANGHAI QISHEN PLASTIC INDUSTRY CO., LTD					
Tax ID:	91310120664368596H					
Bank Information:						
Bank Name:	Shanghai Rural Commercial Bank					
Account Number:	51431000882602641					
Bank Address:	No. 2259 Wangyuan South Road, Fengxian District, Shanghai, China					
SWIFT:	SHRCCNSH					



For and on behalf of
 SHANGHAI QISHEN PLASTIC INDUSTRY CO., LTD

Anexo E. Certificado de calidad IATF6949

Certificate of Registration



兹证明

上海祺申塑业股份有限公司

上海市奉贤区奉粮路 1188 号 3 幢

的质量管理体系适用于

改性塑料粒子（聚丙烯、聚碳酸酯及其合金）的设计和生产

已经 NQA 根据标准

IATF 16949:2016

审核和注册

本注册要求组织必须按照上述标准保持其质量管理体系，并由 NQA 进行监督。
若有任何争议，以英文证书为准

Managing Director



NQA Certificate No: T85031
IATF Certificate No: 0364180
Date: 14 January 2020
Valid Until: 15 July 2023
Version: 2



Reproduction of the IATF 'globe' logo in any form is strictly prohibited by copyright

NQA is a trading name of NQA Certification Limited, Registration No. 09351758. Registered Office: Warwick House, Houghton Hall Park, Houghton Regis, Dunstable LU5 5ZX.
This certificate is the property of NQA and must be returned on request

Revision Date: Feb 2017

Page 1 of 1

Issue 5

Anexo F. Certificado de calidad ISO9001



