



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

TEMA:

Estudio de factibilidad empresarial para la creación de asociación de
productores para la formación de un centro de distribución en la ciudad de
Huaquillas, Ecuador

AUTORA:

Rodríguez Maldonado Geanella Brigitte

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en
Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTOR:

Ing. Santillán Pesantes Jaime Antonio, MBA

Guayaquil, Ecuador

15 de septiembre del 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

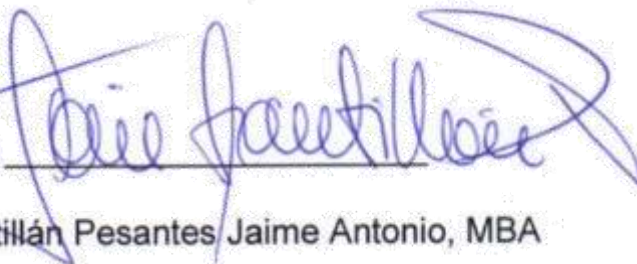
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA COMERCIO Y FINANZAS INTERACIONALES

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Rodríguez Maldonado Geanella Brigitte**, como requerimiento para la obtención del título de Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe.

TUTOR:

f. 
Ing. Santillán Pesantes Jaime Antonio, MBA

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

Guayaquil, 15 de septiembre del 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA COMERCIO Y FINANZAS INTERACIONALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Rodríguez Maldonado Geanella Brigitte**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad empresarial para la creación de asociación de productores para la formación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas, Ecuador**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 15 de septiembre del 2021

LA AUTORA

Rodríguez Maldonado Geanella Brigitte



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA COMERCIO Y FINANZAS INTERACIONALES

AUTORIZACIÓN

Yo, Rodríguez Maldonado Geanella Brigitte

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad empresarial para la creación de asociación de productores para la formación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas, Ecuador**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 15 de septiembre del 2021

LA AUTORA:

Rodríguez Maldonado Geanella Brigitte



UNIVERSIDAD CATÓLICA

DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES


Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Estudio de factibilidad empresarial para la creación de asociación de productores para la formación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas, Ecuador**, presentado por la estudiante **Rodríguez Maldonado Geanella Brigitte**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 1% , por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



Document Information

Analyzed document	TESIS Rodríguez Maldonado.docx (D112252692)
Submitted	9/8/2021 8:40:00 PM
Submitted by	
Submitter email	geanella.rodriguez01@cu.ucsg.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	jaime.santillan.ucsg@analysis.orkund.com

f. 
Ing. Santillán Pesantes Jaime Antonio, MBA

TUTOR

Agradecimiento

Por sobre todas las cosas, mi agradecimiento infinito con Dios. Gracias por estar a mi lado guiándome para ser una buena persona, y acompañarme en los momentos más duros.

Gracias por la salud, el trabajo, el amor y la familia para los míos.

Agradezco a todos mis maestros que formaron en mí una profesión que manejaré con mucho profesionalismo.

Geanella Brigitte Rodríguez Maldonado

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios por ser mi mayor soporte y quien guía mi camino.

A mis dos ángeles en el cielo: Rosita y Mila, nunca me dejaron sola.

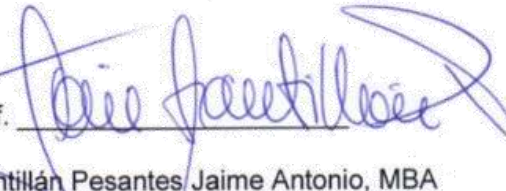
A las personas más importantes de mi vida: mis padres Gonzalo y Marina, no me quedan palabras para agradecer lo que han hecho por mí, sentaron en mí las mejores bases de respeto y amor. A mis hermanos Alex y Ronald a quienes adoro con el alma. Mis sobrinos Thiago, Bruno e Isabella, gracias por llenarme de momentos felices en los días más oscuros.

Finalmente, a toda mi familia y amigas incondicionales por siempre estar.

Geanella Brigitte Rodríguez Maldonado



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA COMERCIO Y FINANZAS INTERACIONALES
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. 
Ing. Santillán Pesantes Jaime Antonio, MBA

TUTOR

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Ing. Garzón Jiménez Luis Renato, Mgs
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ing. Alcívar Avilés María Josefina, PhD
OPONENTE

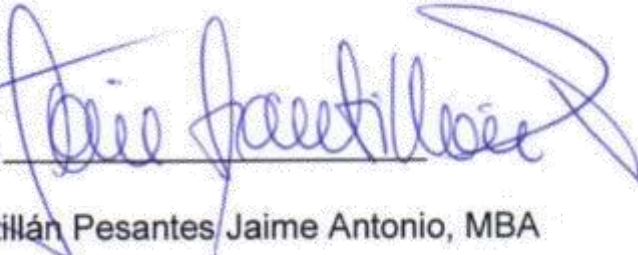


**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Rodríguez Maldonado Geanella Brigitte	8

f. 
Ing. Santillán Pesantes Jaime Antonio, MBA

TUTOR

Tabla de Contenido

Resumen	XIX
Abstract.....	XX
Introducción	2
Capítulo 1: Generalidades de la Investigación.....	4
Antecedentes.....	4
Justificación	5
Planteamiento del Problema.....	6
Formulación del Problema.....	7
Preguntas de Investigación	7
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos	8
Delimitación de la investigación.....	8
Limitaciones del Trabajo.....	8
Capítulo 2: Marco teórico, conceptual, legal y metodológico	9
Marco Teórico.....	9
Teoría de Thomas Mun	9
Teoría de la Ventaja Absoluta de Adam Smith.....	11
Teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo	12
Teoría del Comercio Internacional de Heckscher-Ohlin	13
Teoría de la Ventaja Competitiva	14
Marco referencial.....	15
Marco conceptual	16
Estudio de factibilidad	16

Centro de Distribución	16
Comercio exterior	17
Mercado	17
Zona de libre de comercio	17
Almacenaje.....	18
Aranceles	18
Marco legal	18
Marco Metodológico	22
Postura epistemológica	22
Método	22
Enfoque de la investigación.....	23
Enfoque mixto	23
Enfoque cuantitativo	23
Enfoque cualitativo	24
Nivel de la Investigación.....	24
Fuentes de Información.....	24
Población, muestra y muestreo	25
Capítulo 3: Análisis del mercado fronterizo peruano – ecuatoriano y MIPYMES	27
República del Perú	27
Historia del Perú.....	28
Matriz de exportación del Perú.....	29
Principales destinos de exportación de Perú.....	30
Productos de exportación.....	30
Principales destinos de importación de Perú.....	30

Productos de Importación.....	31
Vinculación entre Perú y el resto del mundo	32
Comunidad Andina de Naciones (CAN)	33
Inflación	35
Producto Interno Bruto (PIB)	35
República del Ecuador.....	36
Historia del Ecuador	37
Matriz de exportación de Ecuador.....	37
Principales destinos de exportación de Ecuador.....	38
Productos de exportación.....	39
Principales destinos de importación de Ecuador.....	39
Productos de importación.....	40
Vinculación entre Ecuador y el resto del mundo	40
Inflación	41
Producto Interno Bruto (PIB)	42
Relación Comercial entre Ecuador y Perú.....	42
Capitulo IV: Determinación de la demanda por parte de las empresas	
MiPymes en la frontera ecuatoriana con Perú.	45
MiPymes.....	45
MiPymes de Ecuador.....	45
Café “Don Manuelito”	45
Tutosnack S.A.	50
Coconuu	54
Mipymes de Perú.....	55
King Kong de San Roque	55

Danper.....	59
Meta establecida	64
Descripción del mercado a dirigirse.....	64
¿Qué es una asociación?	64
Asociación de productores	64
Propuesta detallada de la creación de un centro de distribución.....	65
¿Qué es un centro de distribución?	65
Ventajas de los centros de distribución	65
Ubicación del centro de distribución RODRIMALDO.....	66
Extensión dimensional.....	67
Capacidad de almacenamiento	68
Equipamiento requerido.....	70
Personal administrativo y operativo.....	71
Plan Estratégico del Centro de Distribución	72
Misión	72
Visión.....	72
Análisis FODA	72
Fortalezas.....	72
Oportunidades	73
Debilidades.....	73
Amenazas.....	73
Capítulo V: Propuesta financiera	74
Inversión Inicial.....	74
Activos fijos.....	74
Sueldos, salarios y beneficios	79

Préstamo adquirido.....	80
Participación de los socios	81
Cálculo del WACC.....	82
Capital de trabajo	82
Flujo de Caja Proyectado	84
Análisis de los Estados Financieros	89
Conclusiones	90
Recomendaciones	91
Referencias Bibliográficas	92

Índice de Tablas

Tabla 1 Precios de los productos de la empresa Café “Don Manuelito”	50
Tabla 2 Precios de los Productos de la Empresa “Coconuu”	55
Tabla 3 Precios de los Productos de la Empresa “San Roque”	58
Tabla 4 Servicio de Almacenamiento.....	69
Tabla 5 Venta y Distribución de Productos	70
Tabla 6 Maquinaria y Equipo	71
Tabla 7 Personal administrativo y operativo	72
Tabla 8 Muebles, Enseres y Equipo de Cómputo	75
Tabla 9 Equipo de seguridad	75
Tabla 10 Vehículo, Maquinaria y Equipo de Operación	76
Tabla 11 Gastos de Servicios Básicos.....	76
Tabla 12 Depreciación de Activos.....	77
Tabla 13 Gastos Administrativos y Operativos	78
Tabla 14 Sueldos y salarios.....	79
Tabla 15 Gastos de Pre-operación/Activos Intangibles	80
Tabla 16 Préstamo Bancario.....	80
Tabla 17 Participación de socios	81
Tabla 18 Peso del Patrimonio y Deuda.....	81

Tabla 19 Interés del Banco y Tasa Impositiva del Gobierno	82
Tabla 20 Cálculo del WACC	82
Tabla 21 Inversión	83
Tabla 22 Flujo de Caja Proyectado	84
Tabla 23 Balance General Proyectado	86
Tabla 24 Estado de Resultados	88
Tabla 25 Indicadores financieros	89

Índice de Figuras

Figura 1. Importaciones de Perú durante el periodo enero-febrero 2021	31
Figura 2. Red de acuerdos manejados por el país peruano alrededor del mundo.....	33
Figura 3. Funcionamiento de la CAN	34
Figura 4. Evolución del PIB Per Cápita de Perú	36
Figura 5. Destinos de las nuevas exportaciones	38
Figura 6. Acuerdos vigentes establecidos en el país ecuatoriano.	40
Figura 7. Incidencia por división de consumo en julio de 2021	41
Figura 8. Composición del PIB, 2020.....	42
Figura 9. Café Premium con Válvula	46
Figura 10. Café Tostado y Molido con Empaque Ecológico	46
Figura 11. Café Instantáneo.....	47
Figura 12. Café Tostado	47
Figura 13. Café de Haba.....	48
Figura 14. Pasta de Maní.....	48
Figura 15. Café Don Manuelito Económico	49
Figura 16. Patacones Sabor Original	51
Figura 17. Patacones Sabor a Cebolla	51
Figura 18. Patacones Sabor a Limón.....	52
Figura 19. Patacones Sabor a Ajo	52
Figura 20. Patacones Sabor a Jalapeño	53
Figura 21. Chiflar Yuca	53
Figura 22. Galletas de Coconuu	54

Figura 23. Barra de Frutos Rojos.....	56
Figura 24. Barra de Maracuyá	56
Figura 25. Barra de Lúcuma	57
Figura 26. Barra de Manjar Blanco	57
Figura 27. Barra de Chirimoya	58
Figura 28. Salsa de Alcachofa a la Parmesana	59
Figura 29. Salsa de Rocoto y Alcachofa	60
Figura 30. Pimiento Piquillo Grilled Marinado	60
Figura 31. Dip de Alcachofa, Espinaca y Quinoa.....	61
Figura 32. Dip de Pimiento y Quinoa	61
Figura 33. Dip de Pimiento y Queso	62
Figura 34. Dip de Ají Amarillo con Queso	62
Figura 35. Salsa Verde Peruana.....	63
Figura 36. Salsa Roja Peruana	63
Figura 37. Ubicación del Centro de Distribución.....	67
Figura 38. Grafico del levantamiento del centro de distribución.	68
Figura 39. Distribución de áreas dentro del centro de distribución	69

Resumen

En la actualidad existen complicaciones en el intercambio que se maneja día a día en la frontera ecuatoriano-peruana. Esto ha provocado la presencia de cunas de mafias por el intercambio que tanto Ecuador como Perú han manejado, y por lo que ha llevado a una escalonada ola de contrabando lo cual perjudica a las MiPymes de ambos países.

Por lo tanto, en este proyecto se buscó determinar la factibilidad para la creación de una asociación de productores para la formación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas.

La metodología utilizada es una postura paradigmática constructivista, método inductivo, estudio de caso y enfoque mixto para lo cual mediante entrevistas se recolectó mayor información de los accionistas para este centro.

Además, se da a conocer que hoy en día las MiPymes juegan un factor importante al impulsar la economía de un país, y por esta razón es el objeto del presente trabajo que conlleve a uniones estratégicas para fortalecer el sistema logístico de las empresas.

Finalmente, en esta investigación dio como resultado que sí es posible realizar una propuesta de una zona especial donde pueda haber intercambio tanto de productos ecuatorianos como peruanos de forma legal que beneficie en varios aspectos a la economía de los países.

Palabras claves: *asociación de productores, centro de distribución, productos nacionales, productos internacionales, almacenamiento, abastecimiento.*

Abstract

Currently there are complications in the exchange that is handled day by day on the Ecuadorian-Peruvian border. This has led to the presence of mafia cradles due to the exchange that both Ecuador and Peru have handled, and therefore has led to a staggered wave of smuggling which harms the MSMEs of both countries.

Therefore, this project sought to determine the feasibility for the creation of a producer's association for the formation of a distribution center in the city of Huaquillas.

The methodology used is a paradigmatic constructivist stance, inductive method, case study and mixed approach, for which, through interviews, more information was collected from the shareholders for this center.

In addition, it is announced that today MSMEs play an important factor in boosting the economy of a country, and for this reason it is the object of this work that leads to strategic unions to strengthen the logistics system of companies.

Finally, the result of this research was that it is possible to make a proposal for a special area where there can be a legal exchange of both Ecuadorian and Peruvian products that benefits the economies of the countries in various aspects.

Keywords: *producer association, distribution center, national products, international products, warehousing, sourcing.*

Introducción

El presente trabajo se desarrolla a partir de la necesidad de la creación de una asociación de productores en la zona fronteriza ecuatoriana, analizando distintos factores que interfieren y que permiten la viabilidad del presente estudio. Por tal motivo, se plantea la creación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas-Ecuador que comprenderá servicios de almacenamientos de productos innovadores generando una visión amplia a los logros que el sector empresarial podría alcanzar.

Ecuador es un país que se ha fortalecido a raíz de la pandemia por Covid 19, posee una gran diversidad de producciones nacionales lo que conlleva a que micro, pequeña y medianas empresas no tengan las herramientas logísticas para una mejor posición competitiva dentro del mercado.

La ejecución de este proyecto consta de 5 capítulos. Dentro del primer capítulo se exponen las generalidades de la investigación, tal como antecedentes, justificación, planteamiento del problema, formulación, objetivos, delimitación y limitaciones ya que con los datos obtenidos se da apertura a los siguientes capítulos

En el segundo capítulo se emplean distintas teorías investigativas que sustentan la creación de una asociación y un centro de distribución en Huaquillas, para ello se han citado y manejado distintos modelos de análisis que terminan siendo de gran utilidad para conseguir lo anhelado. Además de los reglamentos que se necesitan para la ejecución del trabajo antes mencionado y el diseño metodológico que mediante las fuentes de información se obtiene información más precisa.

El tercer capítulo se centra en el estudio a fondo de ambas fronteras objetos de estudio para la viabilidad de la propuesta estipulada, generalidades tanto como en aspectos económicos y sociales de ambos puntos, en especial de la zona fronteriza de Huaquillas. Se da a conocer el sistema económico que Ecuador y Perú ha llevado durante los últimos años.

Las MiPymes juegan un rol importante en el cuarto capítulo ya que se da a conocer los productos que estas empresas ofrecen. En esta sección se recurre a entrevistas para plantear estrategias a utilizar dentro de la asociación de productores.

Finalmente, en el quinto capítulo abarca el estudio financiero analizando indicadores como el VAN y TIR, costos, gastos e inversión.

Capítulo 1: Generalidades de la Investigación

Antecedentes

La relación bilateral entre Ecuador y Perú ha destacado varios cambios en cuestiones económicas, sociales, políticas, comerciales, etc. Uno de los hechos más importantes ha sido el Acuerdo de Paz en Brasilia alcanzado por ambos estados, suceso que destacaría el inicio de una nueva relación entre los dos países. Una etapa en la cual se crean condiciones para la cooperación binacional y permite que cada gobierno se preocupe por sus intereses y necesidades internas (López Contreras, 2004).

El objetivo de este tratado celebrado el 26 de octubre de 1998, “pretendía una aceleración más rápida en la desgravación entre los dos países que la que establecía la normativa andina”, puesto que se acordó un convenio: el de Aceleración y Profundización del Comercio entre Ecuador y Perú (Chiriboga, 2009a).

El proceso de paz da paso a lograr una zona de libre comercio entre ambos países en forma definitiva, lo que permite exportar e importar productos generando mayores oportunidades de inversión de lado y lado.

Entre los pueblos de frontera siempre ha existido los intercambios comerciales, lo que evidencia también la existencia de un comercio informal principalmente en productos alimenticios que son fáciles de llevar, que conlleva a la evasión tributaria y causa el llamado “contrabando” (Donoso et al., 2009).

El flujo de mercancías en la provincia de El Oro, es considerable en zonas de tránsito formales e informales. Muchos de los pasos no controlados son utilizados por los contrabandistas lo que provoca un grave daño a los comerciantes locales y legales. Estos acontecimientos se han dado por décadas al tener caminos clandestinos, trasladando pequeñas cantidades de productos que son depositados en centros de acopio no aptos, que son distribuidas a las grandes ciudades, estos acontecimientos ilegales evaden el pago de tributos o impuestos establecidos por las leyes aduaneras (Delgado Olaya, 2017).

Es por esto que la mejor manera de regularizar el contrabando en las fronteras es desarrollar un sinnúmero de actividades productivas. Una de ellas es crear centros de distribución que permitan que mercancías llegadas al país cuenten con la legalidad correspondiente.

Un centro de distribución tiene como objetivo almacenar materia prima o producto terminado para poder hacer llegar los productos a su destino final, en la manera más efectiva, rápida y económica posible, permitiéndole a la empresa mantener a los clientes permanentemente y adecuadamente abastecidos según las políticas de servicio al cliente, de acuerdo a los exigentes requerimientos del mercado (Chávez Chicas et al., 2019).

Justificación

Este proyecto tiene como propósito la creación de un centro de distribución con productos legales importados desde Perú para luego ser comercializados alrededor de las diferentes ciudades del Ecuador, ya que lo que se considera hacer es un análisis profundo en las mercancías que necesita este país y dar paso a una futura rebaja en el contrabando que se realiza en la ciudad fronteriza de Huaquillas.

A través de la concientización de los ciudadanos aledaños a zonas fronterizas se podrá generar un estudio óptimo para la realización de este centro de acopio que no sólo generará mayores fuentes de trabajos locales sino también nacionales e internacionales.

Es necesario sustentar este trabajo con datos recopilados de acontecimientos actuales que vive el país, como por ejemplo las grandes pérdidas que han surgido a raíz de la pandemia de Covid 19, que no sólo van de lo económico sino también lo social, cultural y político.

Dicho esto, se ha decidido promulgar soluciones pidiendo al estado que disminuya las regularizaciones que ambos países tienen en el intercambio de mercancías y se abra más espacio a los diálogos y acuerdos comerciales para un mejor bienestar de los ciudadanos de ambos países.

El presente proyecto está vinculado a la línea de investigación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil en el dominio 3 “Economía para el desarrollo Social y Empresarial” que impulsa el conocimiento a profesionales del área de la carrera de Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe (UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL, 2019).

Planteamiento del Problema

La realidad en las fronteras de norte y sur de Ecuador es diferente. Según Fabián Soriano (2015):

Asegura que, la frontera norte tiene un comercio informal acostumbrado a vivir del día a día, pero que ha cambiado por la capacitación que se les da a comerciantes y al temor de las sanciones fuertes establecidas tanto en el Código Orgánico de la Producción como en el Código Orgánico Integral Penal de [Ecuador]. Sanciones fuertes, pero necesarias para que el comportamiento del sector comercial deje de ser elusivo o evasivo, cambie y se convierta a una cultura tributaria. (p.11)

Por el contrario, continua Soriano, en la frontera con el Perú, vale citar que un día, las autoridades fronterizas ecuatorianas como estrategia de eliminación de potenciales caminos del contrabando incineraron varios puentes de madera sobre el río Zarumilla que se comparte en la frontera ecuatoriana-peruana. Sin embargo, en pocas horas esos mismos puentes fueron reestablecidos, es más existe una industria dedicada a producir puentes prefabricados adecuadas a las dimensiones del canal

Alessandro Ford (2020) comenta que:

Las medidas de fuerza en la frontera pueden inadvertidamente exacerbar los problemas. Huaquillas y Aguas Verdes en Perú son comunidades interdependientes que dependen del comercio transfronterizo, y el río Zarumilla que divide ambas poblaciones solo tiene 6 metros de ancho en algunos tramos. De ahí que el contrabando haya sido por mucho tiempo un método de comercio informal para evadir impuestos, donde los

vendedores traen gasolina y medicamentos ecuatorianos a Perú y textiles peruanos y electrodomésticos hacia Ecuador: muchas veces los “pasos clandestinos” son apenas tablones largos.

Entre uno de los factores que dan paso a la crisis económica de nuestro País está la evasión tributaria observada en la zona fronteriza de Huaquillas-Aguas Verdes, es una situación que al pasar de los años se ha ido incrementando más y más, puesto que actualmente con la pandemia de Covid 19 se desataron asesinatos entre bandas de contrabandistas donde, (Fernando Medina, 2020) asegura que “los servicios de inteligencia dicen que, mensualmente, cada paso ilegal llega a generar réditos superiores a USD 30000”, dependiendo la cantidad y el tipo de mercancía permitiendo que florezcan los negocios informales entre ambos países

Según (Gabriela Ruíz, 2015), los alimentos perecibles que más se contrabandean en Huaquillas, son: arroz, cebolla, maíz, limones; donde se reportan controles en El Telégrafo, a pocos kilómetros de la frontera sur, y la Reserva Ecológica Arenillas de 17700 hectáreas. (p. 5). Describiendo que son productos de primera necesidad los que están sometidos a esta comercialización informal e ilegal.

Es por esto que es necesario solucionar este intercambio informal por un intercambio formal que se ajuste a las normativas y leyes tanto ecuatorianas como peruanas y que al mismo tiempo sea una gestión de distribución organizada para todos aquellos productores que se encuentran en las cercanías de las fronteras. Por esta razón, se realiza esta investigación que pueda resolver de forma justa y pertinente la situación mercantil transfronteriza del Sur del Ecuador.

Formulación del Problema

¿Qué incidencia tiene la creación de una asociación de productores para la formación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas, Ecuador?

Preguntas de Investigación

- ¿Cómo se fundamenta teóricamente la investigación?

- ¿Quiénes son los emprendedores peruanos fronterizos?
- ¿Quiénes son los emprendedores ecuatorianos fronterizos?
- ¿Qué tipo de organización comercial y social necesita el intercambio ecuatoriano-peruano en la frontera?

Objetivo General

Determinar la factibilidad empresarial para la creación de asociación de productores para la formación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas, Ecuador – 2021.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente la investigación
- Detallar el mercado de Perú hacia Ecuador y viceversa
- Detallar las MIPYMES transfronterizas del sur
- Diseñar una propuesta de organización de mercados fronterizos

Delimitación de la investigación

- **Delimitación Temporal:** El periodo de investigación está dado dentro de los años 2021-2026
- **Delimitación Espacial:**

Frontera Ecuador - Perú

- **Delimitación Teórica:** La investigación se acogerá a las Teorías ventajas comparativas del comercio exterior de David Ricardo, Porter, Smith, Heckscher Ohlin. Teorías de la organización de Frischknecht, Federico. Los mercantilistas y Thomas Mun.

Limitaciones del Trabajo

Una de las limitaciones que dificulta el trabajo de campo es el factor de bioseguridad que se da por la pandemia de COVID 19, por lo que se optará por utilizar la tecnología para entrevistas, videoconferencias y conseguir resultados óptimos para este proyecto.

Capítulo 2: Marco teórico, conceptual, legal y metodológico

En este capítulo se va a fundamentar la investigación sobre el estudio de factibilidad empresarial para la creación de asociación de productores para la formación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas, Ecuador, cuyo principal teórico será Thomas Mun y el mercantilismo, ventaja absoluta de Adam Smith, ventaja comparativa de David Ricardo, a teoría del Comercio Internacional de Heckscher-Ohlin y la teoría de las ventajas competitivas. Del mismo modo, se detallan los términos usados en la investigación, la base legal que regirán ciertas leyes y por último la metodología a estudiar.

Marco Teórico

Teoría de Thomas Mun

En la economía, el periodo mercantilista es considerado un trabajo precientífico. Los pensadores económicos dieron paso a un sinnúmero de temas como la riqueza, el comercio y el dinero (Valencia Agudelo, 2011).

Uno de los más destacados miembros de la escuela mercantilista es sin duda Thomas Mun (1571 – 1641), nacido en Londres. La experiencia de comerciante la adquirió de su padre, quien fue un mercader exitoso. A través de sus viajes por Italia acumuló experiencias que lo llevó a ser uno de los primeros escritores en economía en distinguir un artículo invisible o servicio de un artículo visible o producto y teorizó sobre la balanza de pagos. También fue director de la East India Company donde su principal objetivo era defender el trabajo de la empresa a través de la exportación de la plata (Borgucci, 2011a).

Thomas Mun manifestaba que para enriquecer a un país era importante el intercambio con otros países, así pues, el principal medio para enriquecerse era el Comercio Exterior. La esencia principal era venderle al resto de los países más de lo que compraba (Eco-Finanzas, s.f.).

Mun en su libro *“England’s treasure by foreign trade”* propone medidas para un incremento en la balanza comercial. No obstante, opina:

“Que hay que reducir la presión fiscal sobre los productos de exportación, que se debe de prohibir la de las materias primas y fomentar en cambio su importación, tratando así de estimular fiscalmente la creación de una riqueza nacional mediante la industria, incluyendo la penalización mediante aranceles elevados los bienes competitivos del extranjero”. (Rodríguez Hernández et al., 2017, p. 394)

Para aumentar las exportaciones, Mun tenía ciertas medidas que eran:

a) poniendo las tierras ociosas en producción para incrementar el número y calidad de los productos a exportar

b) disminuir las importaciones, principalmente la reducción del consumo excesivo de bienes provenientes del resto del mundo

c) no solamente se debe exportar los sobrantes de la producción nacional, sino tomar en cuenta las necesidades de los países extranjeros;

d) que el país exportador utilice sus propias naves, ya que con eso se ahorra los gastos de seguro y flete

e) que el país exportador tenga una política de consumo frugal en el gasto tanto privado como público

f) las naciones exportadoras deben hacer uso de sus mares territoriales para desarrollar la pesca de exportación

g) así como se debe exportar mercancías se debe exportar dinero

h) permitir producir manufacturas con materiales extranjeros

i) no cargar los artículos nacionales con impuestos aduanales demasiado altos a fin de que, encareciéndolos para el consumo extranjero, no se vaya a estorbar su venta

j) fomentar el comercio con puertos lejanos con la finalidad de promover más aún el tráfico comercial, el uso de las propias naves y la exportación de dinero

k) promover la reexportación de todo género de mercaderías mediante la instalación local de almacenes”. (Borgucci, 2011b, p. 366)

Gracias a las recomendaciones de Mun se originó una figura que sería capaz de acoplar las habilidades y destrezas comerciales para obtener nuevas experiencias en el mundo de los negocios y desarrollar experiencias a lo que hoy en día se conoce como el “emprendedor”.

Teoría de la Ventaja Absoluta de Adam Smith

La teoría de la ventaja absoluta anunciada en 1776 por Adam Smith, filósofo escocés considerado el padre de la economía moderna, se enfoca en el estudio de la economía y el comercio internacional. Smith a diferencia de los otros mercantilistas, destacaba la importancia del libre comercio y que el bienestar de una nación se evidenciaba en la producción de bienes y servicios que cuenten con un coste medio por debajo de los demás países.

Evidentemente era un liberal que respaldaba a que se demuestre que los errores del mercado eran mayores a los del Estado. Para Smith sus intervenciones eran muy prácticas, el

Sencillo y obvio sistema de la libertad natural” significaba que “Toda persona, en tanto no viole las leyes de la justicia, queda en perfecta libertad para perseguir su propio interés a su manera y para conducir a su trabajo y su capital hacia la competencia con toda otra persona o clase de personas. El soberano queda absolutamente exento de un deber tal que al intentar cumplirlo se expondría a innumerables confusiones, y para cuyo correcto cumplimiento ninguna sabiduría o conocimiento humano podrá jamás ser suficiente: el deber de vigilar la actividad de los individuos y dirigirla hacia las labores que más convienen al interés de la sociedad. (Smith, 1776, p. 11)

Dicha intervención permite que los países prevengan la sobreproducción de productos que generaría pérdidas por poca o ninguna demanda. Es así que Smith señalaba dos principales objetivos: el primero que la libertad del comercio

era un poderoso factor de crecimiento económico que daba un gran impulso al desarrollo de los países no desarrollados por lo que, animaba a que los operarios aumenten sus fuerzas productivas para que finalmente el producto tenga un crecimiento considerable por lo tanto también el enriquecimiento y progreso del país. El segundo objetivo era de considerar los intereses y opiniones de los consumidores, pues reiteraba que solo el consumo era el propósito de toda producción. Y el tercero que el comercio se demuestra al comparar productividades, como la relación entre el costo de producción de un bien o servicio respecto de otro bien o servicio es distinta en un país que en otro (Schwartz, 2001).

Para este proyecto se utilizará las restricciones de importación que Smith sostenía, que son:

1. Limitación en la importación de productos de consumo que se puedan producir nacionalmente
2. Limitaciones en productos que perjudiquen la balanza comercial del país impositor (Borgucci, 2011c).

Teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo

La teoría de la ventaja comparativa es propuesta por el destacado economista inglés, David Ricardo en 1817 como respuesta a la teoría de Smith, que hace referencia a la producción de un bien o servicio elaborados a un costo relativamente menor que el resto de beneficiarios comerciales. En otras palabras, una ventaja comparativa le proporciona a un país aumento en su producción cuando los bienes que se producen posean el menor costo de oportunidad.

Es así que se analiza una idea básica dentro del estudio de esta teoría en el cual se manifiesta lo siguiente:

Para (Sánchez Galán, 2015), se trata de que la clave principal es que los países opten especializarse para seguir comercializando en actividades que les otorguen ciertas ventajas. Dicho en otro contexto, en lugar de empezar a producir lo que mejor hacen de forma absoluta, deberían empezar a producir lo que mejor

hacen de forma relativa. De modo que, continuando con las palabras de Sánchez, lo que hace distinto de la teoría de la ventaja absoluta es que no se produce lo que al país le cuesta menos, sino aquellos con menores costes comparativos.

El planteamiento de Ricardo también indicaba su análisis en cuanto a distribución y crecimiento en donde se determinaba tres categorías: rentas, salarios y beneficios. La renta es aquella que se incrementa mediante el crecimiento económico y, a su vez, guía hacia un desarrollo de la población y al crecimiento de las necesidades de los alimentos. En cuanto a los salarios, Ricardo manifestaba que el precio que recibía el trabajador dependía de la oferta y demanda ya que tendían a variar. Y los beneficios son idénticos cuando los bienes son vendidos, bajo transparencia de mercados, a precios naturales (Bolaños C., 1999).

Teoría del Comercio Internacional de Heckscher-Ohlin

En la época del siglo XX, surgen dos economistas suecos que llevaron a cabo esta teoría, Eli Heckscher y Bertil Ohlin, quienes se basaron en que el comercio no solo dependía de comprar y vender productos o servicios sino también en las habilidades que las naciones encuentran al momento de comercializar. Es así, que con su contribución presentaron uno de los principales supuestos básicos que es el modelo 2x2x2 o HO (2 países, 2 bienes, 2 recursos o factores productivos).

Según (Bajo Rubio, 2015), los demás supuestos son:

- a) Los bienes de un país pueden moverse sin impedimentos entre países implicados ya que no hay limitaciones como lo son el coste de transporte u otra causa que impida su libre tránsito. De igual manera, los factores de producción no pueden trasladarse de un país a otro, sólo deben hacerlo entre empresas intervinientes dentro de un mismo país sin necesidad de pagar por ellos.

- b) Posteriormente, para que se contribuyan altos rendimientos en la producción de bienes se debe permanecer las mismas funciones de producción para cada bien en ambos países. Así mismo se emplea la tecnología y se la agrega sin costes a los procesos productivos.
- c) Se afirma que hay competencia perfecta en aquellos mercados que comercializan bienes o factores productivos cuando son producidos internamente de la competencia en los países. Por otro lado, la demanda se caracteriza por ser homogénea e idéntica, lo que conlleva a que independientemente del nivel de la renta, el consumo de los bienes se hace de forma igual o proporcional.

De esta manera se concluye que, un país exporta los bienes cuyo factor a utilizar es abundante mientras para que un país importe el bien, el factor a utilizar es intenso, pero relativamente escaso; o sea, un país exporta siempre y cuando el bien es abundante y se dedicaría a importar cuando el bien es escaso, lo que conlleva a la solución del Teorema de Heckscher-Ohlin.

Teoría de la Ventaja Competitiva

Michael Porter introdujo en el año 1985 la teoría de la ventaja competitiva, la cual sugiere que los estados y las empresas deben aplicar políticas que creen bienes de alta calidad para vender a precios elevados en el mercado. Porter enfatiza el crecimiento de la productividad como el foco de las estrategias nacionales. Esta teoría se basa en la noción de que la mano de obra barata es ubicua y los recursos naturales no son necesarios para una buena economía ("*Ventaja competitiva*", s.f.).

A su vez, Porter enfatiza tres estrategias esenciales para alcanzar una ventaja competitiva:

1. Liderazgo en costos: es una estrategia la cual simboliza una oportunidad en el caso de que una compañía esté en la capacidad de vender los bienes a bajo precio comparado a las demás compañías competidoras.

2. Diferenciación: es una alternativa para compañías que se arriesgan a consumidores que buscan características especiales de los productos a diferencia de las que ofrece la competencia.
3. Enfoque: es presentar el producto más destacado para los requerimientos de los consumidores (*La Ventaja Competitiva según Michael Porter, s.f.*).

Lo que conlleva a que un país sea exitoso en mercados internacionales es tener definido que en cada país que se desplace van a existir diferencias en culturas, valores, economía, historias nacionales y el desarrollo tecnológico. Entonces si el entorno local de un país es dinámico, visionario, desafiante e innovador pues se logrará éxito o beneficios en las industrias.

En última instancia, (Porter, s. f.) menciona que alrededor del mundo, las compañías que han alcanzado un liderazgo internacional emplean estrategias que difieren entre sí en todo sentido. Pero si bien cada compañía exitosa emplea su propia estrategia particular, el modo de operación subyacente –el carácter y la trayectoria de todas las empresas exitosas– es fundamentalmente el mismo.

Marco referencial

El enfoque de los centros de distribución está principalmente en almacenar productos necesarios para la venta. Actualmente en Ecuador varias de las empresas multinacionales como Unilever, Nestlé, La Fabril, entre otros, cuentan con su respectivo CEDI lo que beneficia a que haya una buena gestión de flujo de sus productos. Otras empresas corporativas nacionales como La Favorita y El Rosado se concentran en el abastecimiento de mercadería para las diferentes cadenas de tiendas alrededor del país que, además, cuentan también con el proceso de empaque y transformación de productos.

No obstante, la problemática de este proyecto se basa en el mal manejo comercial en las fronteras de Ecuador y Perú por lo que se ha considerado la creación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas, que manejará productos ecuatorianos y peruanos debidamente importados al país.

Desde hace décadas las relaciones comerciales entre ambos países han sido expuesto bajo un conjunto de acuerdos bilaterales y multilaterales (Chiriboga, 2009b). Huaquillas es una ciudad fronteriza cuya actividad productiva principal es el comercio, que enfrenta el comercio informal, especialmente de productos alimenticios peruanos, que se expenden sin haber cumplido con las normas aduaneras y el pago de impuestos al estado ecuatoriano.

Marco conceptual

En este apartado se definen los principales conceptos: estudio de factibilidad, centro de distribución, comercio exterior, mercado, zona libre, almacenaje, aranceles, leyes comerciales fronterizas, comercio fronterizo, análisis PESTAL.

Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad se lo puede definir como “una herramienta que se utiliza para orientar la decisión de continuar o abandonar un proyecto y se aplica ya en la parte pre operativa del ciclo” (GERENCIA, 2016).

Es posible que a medida que se va realizando un proyecto, el estudio de factibilidad ayude a identificar impedimentos que pueden obstaculizar las operaciones ahorrando tiempo, dinero y preocupaciones. Según (Luna & Chaves, 2001), es importante proponer buenas decisiones ya que “sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias”

Centro de Distribución

El centro de distribución es aquel espacio físico donde se almacenan diferentes tipos de productos de una o varias empresas. Este tipo de centro tiene la capacidad de acopiar grandes mercancías con dimensiones diferentes.

Para llevar una correcta gestión de almacenamiento es importante seguir los siguientes pasos: (1) tipo de almacén de la empresa; (2) qué actividades tiene el almacén; (3) qué operaciones se realizarán en el centro de distribución; (4)

cómo se administrará el cedi (5) cuál es el layout del cedi y (6) qué tipo de equipos de almacenamiento se usan en el centro de distribución (Bartholdi, J., y Hackman, S., 2009, como se citó en Arrieta Posada, 2011).

Comercio exterior

El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios que se realiza entre dos o más países con el propósito de satisfacer la demanda de los consumidores puesto que, ningún país posee todo lo que necesita.

(Guzmán-Barrón Sobrevilla, s.f.) Manifiesta que dentro de las funciones del comercio exterior es el sustento para la mejora en actividades productivas y el progreso económico del país. Asimismo, contribuye a la industrialización, crea empleo, satisface las necesidades de consumir mercancías no producidas del país. En conclusión, aquello genera bienestar.

Mercado

En el concepto de mercado, autores como (Sampedro, 2002), publican que “son lugares donde se concentran, por un lado, vendedores que ofrecen sus mercancías a cambio de dinero y, por otro, compradores que aportan su dinero para conseguir esas mercancías. Existe, por tanto, una oferta y una demanda”. (p.4)

Por otro lado, según (Uriarte, 2019) los mercados tienen sus propias normas o reglamentos económicos y financieros que incurren en la disponibilidad, fijación de precios, y frecuencia de intercambio. Además, el impacto de los mercados en las personas es directo ya que ocupan un lugar central en el orden social, político y económico.

Zona de libre de comercio

Es el área de libre comercio donde no hay barreras comerciales de tipo económico y donde los aranceles e impuestos son menores a diferencia de otros países (Redacción España, 2020).

El mismo autor manifiesta que algunas de las implicaciones de la zona de libre comercio son: la disminución de costos arancelarios y el pago de estas

tasas, menos barreras comerciales para la importación y mejores facilidades en el pago de impuestos ya que pueden llegar a reducirse o eliminarse.

El objetivo es favorecer al crecimiento económico y fomentar el comercio internacional entre países, estabilidad financiera, generar empleo y contribuir a la productividad (Expansión, s.f.).

Almacenaje

El almacenaje radica en el manejo temporal de productos en un determinado lugar desde el momento en que se reciben por parte de proveedores hasta que son entregados a los clientes

En la logística existen diferentes tipos de almacenes:

- Generales: cubren el almacenaje de los productos en donde no haya una normativa una normativa de almacenamiento
- Especializados: Son aquellos que tienen registro sanitario para productos perecederos o autorizaciones para operar productos peligrosos.
- Depósitos aduaneros: Almacenes autorizados por una entidad aduanera que funcionan como almacenes generales en procesos de importación.
- Centros de distribución (cedis): Manejan grandes cantidades de inventario en rotación en un periodo de tiempo muy corto (Logycom, s.f.).

Aranceles

Según la Organización Mundial del Comercio (OMC, s.f.), los aranceles son aquellos derechos de aduana que se aplican a los productos importados. Estos facilitan ventajas en los precios a las mercancías producidas en el país a diferencia de las importadas.

Marco legal

En este segmento se recalca la importancia de tener leyes que ampare a los comerciantes para que, en lo que vayan a importar como exportar, sea todo bajo las normas del Estado y los Convenios Internacionales. Según el **Código de Comercio**, Empresa significa:

Art. 14.- Empresa es la unidad económica a través de la cual se organizan elementos personales, materiales e inmateriales para desarrollar una actividad mercantil determinada. (Código de Comercio, 2019, p. 6)

Como se sabe, el objetivo de este proyecto es crear un centro de distribución, por eso el motivo de que se tenga claro el significado de Empresa. Asimismo, al ser una fuente de entrega de mercancía hay que tener cuidado en lo que se dará o se recibirá, en este caso a los que comprarán para sus usos laborales como personales, y para acoger los productos que llegaran del Perú y de otros sitios, por eso hay la necesidad de un **Registro y Control Sanitario de Alimentos**, uno de los ítems importantes es el siguiente:

Art. 2.- Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, en adelante "productos alimenticios", que se expendan directamente al consumidor en envases definidos y bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas, deberán obtener el Registro Sanitario, mismo que será expedido conforme a lo establecido en el presente Reglamento. (REGLAMENTO DE REGISTRO Y CONTROL SANITARIO DE ALIMENTOS, 2013a, p. 2)

Como se espera ser comprador y vendedor de productos alimenticios y de emprendimientos hay que cumplir con los Requisitos establecidos por el **Registro Sanitario**, el cual dispone los documentos necesarios para poder obtener alimentos que vengan del extranjero, en este caso del País fronterizo, Perú.

Art. 14.- Para obtener el Registro Sanitario por producto, para productos alimenticios extranjeros, el interesado ingresará el formulario de solicitud a través del sistema automatizado. Al formulario de solicitud se anexarán los siguientes documentos:

1. Declaración de la norma técnica nacional o internacional específica que aplica al producto y bajo la cual está sujeto a cumplimiento, con nombre y firma del técnico responsable en Ecuador;

2. Certificación del fabricante extranjero o propietario del producto, en la que se nombre al Representante Legal del producto en el Ecuador;
3. Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura, o de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC o HACCP), otorgado por la Autoridad Sanitaria del país de origen del producto, o autoridad competente;
4. Certificado expedido por la Autoridad Sanitaria del país del fabricante del producto, en el cual conste que dicho producto alimenticio está autorizado para el consumo humano y es de libre venta en ese país (CLV), con su nombre y marca(s) comercial(es), original y consularizado, o con apostilla, según sea el caso;
5. Informe técnico del proceso de elaboración del producto, con nombre y firma del responsable técnico;
6. Especificaciones técnicas del material del envase emitidas por el proveedor, a nombre de la empresa fabricante del producto;
7. La etiqueta original del producto con la respectiva traducción al idioma español, si fuera el caso y, del proyecto de rótulo o etiqueta, tal como será utilizado en la comercialización en el país, en un solo diseño por nombre, marca y contenido, ajustado a los requisitos que exige el Reglamento de Alimentos y el Reglamento Técnico Ecuatoriano (RTE INEN 022) sobre Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano y Normativa relacionada;
8. Ficha de estabilidad del producto;
9. Descripción del código del lote, suscrito por el técnico responsable; y,
10. Notificación del pago por el valor correspondiente al derecho de servicios por obtención del Registro Sanitario. Los documentos y certificados del exterior redactados en otro idioma, deben presentarse con la traducción oficial al idioma español y estar debidamente notariados.

(REGLAMENTO DE REGISTRO Y CONTROL SANITARIO DE ALIMENTOS, 2013b, pp. 4-5)

Al ser un centro de distribución familiar, es por ende una compañía colectiva, así que la razón social debe ir de acuerdo a los nombres de los socios, así lo ordena la **Ley de Compañías**, en el

Artículo 36.- La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas naturales que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía". Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social. (LEY DE COMPAÑÍAS, 2014, p. 12)

Art. 2.- Territorio aduanero. - Territorio aduanero es el territorio nacional en el cual se aplican las disposiciones de esta Ley y comprende las zonas primaria y secundaria. La frontera aduanera coincide con la frontera nacional, con las excepciones previstas en esta Ley. (LEY ORGANICA DE ADUANAS, 2003, p. 1)

Es por eso que, al estar en uno de los sectores prioritarios de la Aduana, hay que tener en cuenta las normas que regulan esta zona y en el mejor de los casos los incentivos que el Estado otorga a las empresas privadas.

Para finalizar, la Constitución del Ecuador determina en el:

Artículo 13.-Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria. (CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008, p. 13)

Es por eso que se ha hecho previamente un estudio de la zona y se ha concluido que el lugar es el adecuado para poder establecer el centro de distribución de esa forma que se dé un excelente servicio y con la mejor calidad.

Marco Metodológico

Para el desarrollo del presente, se utilizará la metodología presentada a continuación:

Postura epistemológica

La postura paradigmática que asuma un investigador es lo que le va a permitir, establecer bases ontológicas, epistemológicas y metodológicas claras, para realizar un proceso de investigación, a su vez, le va a ayudar a definir su relación con el fenómeno o realidad objeto de investigación. (Rojas, 2014, como se citó en Boscán de Pacheco, 2016, p. 80)

Es por ello que el presente proyecto se acoge a la postura paradigmática constructivista la cual detalla que la realidad es construida basándose en las maneras diferentes de percibirla, la intervención de los investigadores en el proceso investigativo y los resultados no son generalizados.

Método

La palabra método hace referencia al procedimiento a seguir para obtener y analizar los datos y, cumplir con los objetivos finales a desarrollar por el investigador. En este proyecto el método a utilizar será el Inductivo: Estudio de Caso, por lo cual Bernal (2010) indica que “utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría”. (pp. 59-60)

En el presente trabajo se investiga la factibilidad de llevar a cabo la creación de un centro de distribución mediante un conocimiento fiable y estadísticamente probable aplicando el método anteriormente mencionado.

Enfoque de la investigación

Es la forma en la que el investigador llega al objeto de estudio. Es la perspectiva desde la cual aborda el tema, que variará dependiendo del tipo de resultados que espera encontrar (Yanez, 2020).

Con el pasar de los años la ciencia desarrolló dos tipos de enfoque: cuantitativo y cualitativo. Para (Hernández Sampieri et al., 2014) estos enfoques utilizan procesos cuidadosos, metódicos y empíricos para generar conocimiento. De la misma forma, llevan a cabo la observación y evaluación de fenómenos, establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas, demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento, revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis y finalmente proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas o incluso para generar otras.

En resumen, esta investigación se acoge al enfoque mixto que combina tanto cuantitativo como cualitativo en un mismo estudio.

Enfoque mixto

El enfoque mixto involucra la recolección, análisis y la interpretación de datos de los enfoques cuantitativo y cualitativo. Por lo que, para dar respuestas a problemas humanos, se fusionan desde la perspectiva objetiva de la investigación cuantitativa y la perspectiva subjetiva de la investigación cualitativa (Otero Ortega, 2018).

Enfoque cuantitativo

Conocido como método tradicional, se basa en “la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva”. (Bernal, 2010b, p. 60).

Este enfoque permite que la información recopilada del trabajo de investigación se mida, mediante encuestas, la vivencia de las personas como sus opiniones acerca de los problemas que hay en zonas fronterizas.

Enfoque cualitativo

Conocido también como método no tradicional. Es así que (Bonilla y Rodríguez, 2000, cita en Bernal, 2010c, p.60) expresan que no generaliza, sino que se orienta a profundizar casos específicos. No obstante, lo principal no es medir sino cualificar o explicar el fenómeno social partiendo de rasgos determinantes.

Debido a esto, las técnicas empleadas que se utilizan para el trabajo de investigación bajo este enfoque son: la recolección de datos mediante entrevistas y encuestas lo cual permitirá una mejor comprensión del objeto a estudiar.

Nivel de la Investigación

De acuerdo a la naturaleza del proyecto de investigación, pues se asocia las características de un Estudio de Caso No Experimental.

Fuentes de Información

Se empleará dos tipos de fuentes: primaria y secundaria, por lo que a continuación se describe cada una.

Fuentes primarias

La fuente primaria utilizada dentro del trabajo de investigación es la entrevista, ya que a partir de ella se adquiere datos de primera mano. De acuerdo con (Bernal, 2010d), una fuente es primaria cuando la entrevista que se realiza para la obtención de información, es con personas que están relacionadas directamente con la situación o el tema de estudio. (p.191)

Fuentes secundarias

La fuente secundaria que se utiliza en el proyecto son los sitios web, libros, noticieros, medios de información, entre otras. Para (Bernal, 2010e), este tipo de

fuente no obtiene datos originales de los hechos, sino son referencias de estos.
(p.192)

Técnicas de recopilación de información

Entre las técnicas para la recolección de información para el presente trabajo de investigación están:

- Entrevistas
- Contenido bibliográfico
- Videollamadas
- Grabaciones de audio y video
- La observación
- Bibliotecas

Población, muestra y muestreo

Población

Se comprende por población a el “conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación” (López, 2004). De esta manera, la población del presente proyecto contiene a pequeñas y medianas empresas dedicadas al sector alimenticio de las diferentes ciudades del Ecuador.

Muestra

La muestra de la investigación se ha enfocado en las empresas pertenecientes a la provincia de El Oro ya que el centro de distribución estará ubicado en la ciudad de Huaquillas.

Muestreo

En la fundamentación teórica el muestreo son los libros y las teorías recogidas por los diferentes autores: Thomas Mun, Adam Smith, David Ricardo, Heckscher-Ohlin, Michael Porter. Además de la metodología de la investigación de Bernal.

Dentro de la investigación del proyecto se recoge información de entidades como Banco Central del Ecuador, Banco de la República, Fondo Monetario Internacional, Ley Orgánica de Aduanas, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Organización Mundial del Comercio. Además de Revistas de Ciencias Sociales y Ensayos de Economía,

Y en cuanto al marco legal las reglamentaciones mediante la Constitución del Ecuador, Reglamentos de registro y Control Sanitario de Alimentos, la Comunidad Andina y la Ley de compañías

Capítulo 3: Análisis del mercado fronterizo peruano – ecuatoriano y MIPYMES

El presente capítulo muestra el estudio de mercado de Perú y Ecuador, y cómo estos se relacionan mediante el comercio fronterizo que ha existido durante décadas.

A lo largo de las últimas décadas, el comercio fronterizo entre estos países ha representado múltiples beneficios, sustentado a partir de la tasa de cambio entre el dólar y el sol, moneda local peruana y que a la vez lo mismo se deriva a un precio conveniente para Ecuador por ciertos productos peruanos.

Se ha vuelto parte de la cultura local, el cruzar fronteras terrestres en busca de beneficios en la compra de productos de consumo masivo e ingresarlos de forma irregular, causando un grave perjuicio al estado ecuatoriano por la pérdida del pago de impuestos a la importación como el impuesto a al valor agregado.

Huaquillas es una de las ciudades que centra su economía en el comercio, una práctica algo volátil en materia de estabilidad, teniendo en cuenta que cualquier escenario fuera de los estándares de normalidad pudiera afectar, pero al ser una práctica marcada por la tradición, lo ideal sería que exista una regularización más concreta en esta práctica.

Ecuador y el Perú cuentan entre sí con un convenio comercial al ser miembros de la Comunidad Andina de Naciones, esto deriva en tener preferencias arancelarias lo que facilita la importación de los productos de consumo masivo y aumenta la demanda por parte de los importadores ecuatorianos.

República del Perú

La economía peruana maneja ciertas similitudes con la ecuatoriana, centrandó su atención en la agricultura, y el turismo como mayor fuente de ingresos, mismas actividades que favorecen de forma exponencial las aspiraciones de crecimiento como nación que se ha visto inmersa en ese bache

propio de los países latinoamericanos, pero dentro de lo malo que la economía sudamericana pueda estar, Perú ha sido uno de los países con el mejor manejo de la crisis, registrando en los últimos meses del año 2021 un incremento de precios en todos los grupos de consumo con un índice de inflación de 3,81%, superior al rango meta (entre 1% y 3%) propuesto en el marco macroeconómico multianual del Gobierno (Agencia EFE, 2021).

Historia del Perú

Para posicionar de mejor forma lo que representa la actividad comercial en el Perú debemos referirnos al periodo prehispánico en donde ya se manejaban actividades de comercio.

Este periodo recoge el lapso que va desde la ocupación del territorio peruano por el género humano, hace unos veinte mil años, hasta los inicios del siglo XVI. El elemento común de todo este tiempo fue el aislamiento de la población respecto del resto del mundo, aunque no fue un aislamiento total, existen algunas hipótesis sobre contactos con pueblos mesoamericanos o de la Polinesia; pero a nivel práctico no hubo intercambio comercial ni de otro tipo con otros pueblos del mundo (Contreras, s.f.). Es por esto que, a partir del siglo XVI, el desafío de Perú es mantener su autonomía y no volver a caer en el aislamiento sin depender de nadie.

En el momento de la conquista o invasión española, el territorio del actual Perú tenía entre cinco y nueve millones de habitantes, lo que suponía en un territorio con poca tierra cultivable y sin comercio una organización económica compleja y eficaz (Lumbreras et al., 2020, párr. 12).

El imperio inca (el Tahuantinsuyu) que ocupa la menor extensión temporal del periodo prehispánico, entre los años 1470 y 1532, es el mejor conocido, ya que se cuenta para su conocimiento con restos arqueológicos y el testimonio escrito de los primeros testigos europeos que llegaron a conocerlo personalmente. El desarrollo político alcanzó su mayor grado de complejidad que tuvo un correlato en el ámbito económico (Lumbreras et al., 2020, párr. 14).

La actividad comercial era muy reducida, provocado por la ausencia de ríos navegables y la dificultad del uso de la rueda en esos territorios, además de que no existían animales de gran carga en Europa y Asia. Se contaba únicamente con la llama, cuya capacidad porteadora era similar a la de un hombre, por lo que la organización económica era de autoconsumo, porque debían consumirse básicamente en el lugar donde eran producidas (Lumbreras et al., 2020, párr. 16).

Matriz de exportación del Perú

La economía peruana tiene como característica principal ser proveedora de materias primas hacia el mercado internacional que se determina por dos importantes líneas de productos: los *commodities* y productos no tradicionales (PNT). Las decisiones que se tomen en cuanto a diversificación productiva, se deben considerar alrededor de los productos tradicionales y de los no tradicionales. Y en cuanto a los negocios internacionales de *commodities* peruanos, estos representan el 75% de las exportaciones; es decir, se exportan productos con un nivel mínimo de valor agregado (Barrientos-Felipa, 2017).

El Perú participa en el comercio internacional como un pequeño abastecedor de la mayoría de los productos que exporta, representando alrededor del 0.5% del comercio agrícola mundial se trata de una participación pequeña si la comparamos con países como Chile o Israel que han alcanzado éxitos notables con recursos naturales más limitados. Las exportaciones tradicionales son básicamente tres: Café, azúcar y algodón son las predominantes dentro del valor de exportación del sector agropecuario. Durante la década de los noventa las exportaciones no tradicionales, aumentan considerablemente su participación sobre el valor exportado llegando a alcanzar una participación en el año 2000 del 61% y de 68% en el año 2006. (MINAGRI, s.f.)

Principales destinos de exportación de Perú

En los últimos 12 meses, la exportación peruana acumuló ventas por un valor de 42.393 millones de dólares y llegó a un total de 172 mercados. Los principales destinos fueron China (31 %), Estados Unidos (15 %), la Unión Europea (12 %), Canadá (6 %) y Corea (5 %).

En concreto, el gigante asiático fue el mercado del 46 % del total de las exportaciones mineras y del 45 % de las pesqueras, mientras que los bienes agropecuarios se vendieron principalmente a Estados Unidos (35 %) y Europa (30 %).

En términos generales, el continente asiático concentró el 48 % de las exportaciones peruanas, América el 33 % y Europa el 17 % (EFE, 2021).

La misión como país para Perú es mejorar notablemente sus números de exportaciones y tener mayor llegada y acogida en los mercados internacionales, una intención no muy separada de los intereses de Ecuador y que busca de igual forma mediante la firma de convenios comerciales, esa llegada anhelada a un mayor grupo de consumidores en el exterior.

Productos de exportación

Perú se caracteriza por ser un país muy rico y diverso dentro de la canasta básica. Entre enero y abril del año 2021, la Asociación de Exportadores (ADEX), informó que se exportó alrededor de US \$ 1,402 millones 865,696 dólares.

Según el gremio exportador los principales productos a exportar fueron “uvas frescas, paltas (aguacates), mangos, espárragos, arándanos, bananas (plátanos), jengibre, (kión), cebollas, páprika y diversas hortalizas” (Lozano, 2021).

Principales destinos de importación de Perú

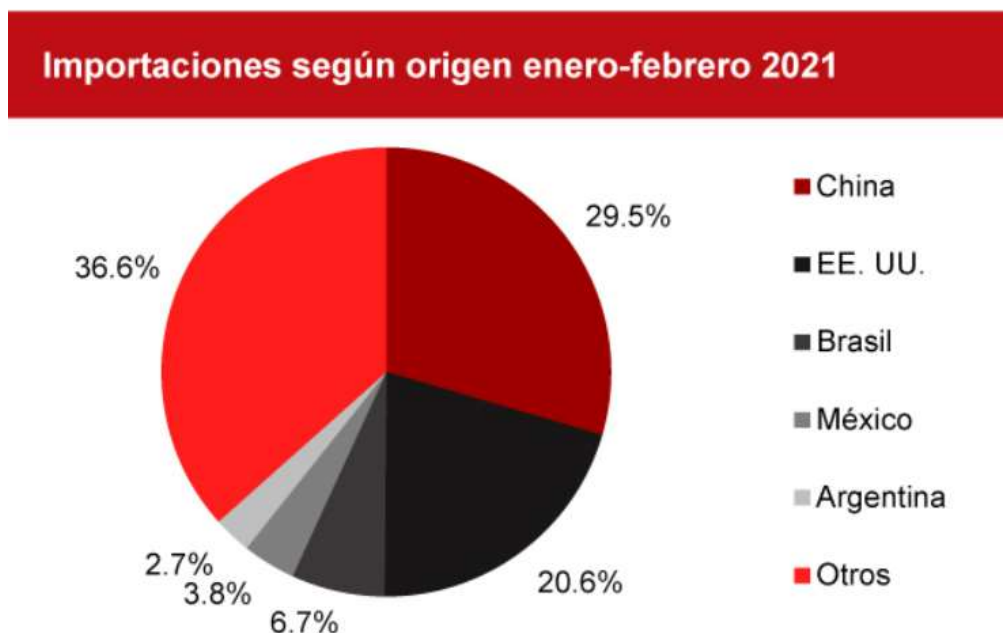
Para Perú, el año 2020 significó una gran barrera lleno de retos y aprendizajes que no sólo afectó a las exportaciones, sino también a las compras que realiza dicho país alrededor del mundo. Entre enero y febrero del 2021, las

importaciones peruanas sumaron US \$ 7.265 millones lo que equivale a un 3,5% encima de lo que se importó en 2020 durante el mismo periodo.

Entre los principales países importadores están China con US\$ 2,145 millones, un 29.5% del total importado y Estados Unidos con US\$ 1,495 millones (20.6%) se ubican como los más importantes durante el periodo enero y febrero del 2021. Seguidamente Brasil, con US\$ 490 millones (6.7%); México, con US\$ 278 millones (3.8%), y Argentina, con US\$ 198 millones (2.7%). A continuación, en la Figura 1 se compara esta información (ComexPerú, 2021a).

Figura 1

Importaciones de Perú durante el periodo enero-febrero 2021



Fuente: SUNAT. Elaboración: ComexPerú

Productos de Importación

El rol importante de las importaciones está en fomentar el crecimiento económico del país, ya que incentiva a la competitividad de nuestra industria.

ComexPerú (2021), señala que entre los principales productos de importación están:

“Aceites crudos de petróleo, con un valor importado de US\$ 220 millones (-32.7%); el diésel 2, con US\$ 203 millones (-21.3%); los celulares, con US\$ 212 millones (+51.2%); el maíz duro amarillo, con US\$ 186 millones (+62.7%), y las laptops, con US\$ 160 millones (+141.3%). Otros productos que también obtuvieron resultados favorables fueron los demás elevadores o transportadores, de banda o correa, que alcanzaron US\$ 71 millones (+150.3%); los tractores de carretera para semirremolques, con US\$ 40 millones (+147.3%); las motocicletas y velocípedos con motor de embolo alternativo, con US\$ 66 millones (+133.2%), y los demás medicamentos para uso humano, con US\$ 55 millones (+12.7%)”

Vinculación entre Perú y el resto del mundo

Para todo país la vinculación con el resto del mundo, y principalmente con tus principales compradores y vendedores es fundamental, por eso el Perú no es excepción en esta práctica y cuenta con distintos tipos de acuerdos con las demás naciones, entre los más relevantes que podemos destacar en la siguiente imagen están:

Figura 2

Red de acuerdos manejados por el país peruano alrededor del mundo.



Fuente: Tomado desde Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú

Dentro de los más importantes y en los que se enfocará el presente proyecto está el acuerdo de la CAN o, como también es conocido, la Comunidad Andina de Naciones, en el cual también es partícipe nuestro país Ecuador y que permite a partir de las preferencias que en este acuerdo se manifiestan, brindar un análisis de las actividades comerciales fronterizas entre ambas naciones.

Comunidad Andina de Naciones (CAN)

Es una organización internacional que trabaja con el objetivo de alcanzar un desarrollo integral social y económico, más equilibrado y autónomo, mediante el fortalecimiento de la integración andina, con proyección hacia Suramérica y Latinoamérica. La CAN nació el 26 de mayo de 1969, con la suscripción del Acuerdo de Cartagena, que es el Tratado Constitutivo que fija los objetivos de la integración andina, define su sistema institucional y

establece los mecanismos y políticas que deben ser desarrolladas por los órganos comunitarios. (COMUNIDAD ANDINA, s.f.a)

Los países que integran la Comunidad Andina: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, estamos unidos por el mismo pasado, una variada geografía, una gran diversidad cultural y natural; así como por objetivos y metas comunes. Como Países Asociados se encuentran: Chile, Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, y como Países Observadores: España. (COMUNIDAD ANDINA, s.f.b)

Figura 3

Funcionamiento de la CAN



Fuente: Comunidad Andina

Inflación

La inflación es el aumento que se le da a los bienes y servicios en un país durante un determinado periodo de tiempo. Una inflación baja y estable incentiva a la inversión y promueve el uso eficiente de los recursos productivos. Sin embargo, una inflación alta da paso a que las personas busquen mecanismos para que puedan defenderse de la inflación y las empresas destinen más recursos a portafolio y así no generar grandes pérdidas económicas (Banco de la República, s.f.).

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), Perú anotó una inflación de 1,04% en julio 2021. Pero en lo que va el presente año, el índice de precios al consumidor acumulado es del 3,43 %.

Las incidencias fueron alquiler de vivienda, combustible y electricidad (2,36%), alimentos y bebidas (1,53%), transporte y comunicaciones (0,95%), muebles y enseres (0,25%), entre otros.

En gran parte el alza de la inflación en esa fecha se dio en el periodo de las elecciones de Perú, por lo que el país vivió en una incertidumbre política y la tasa del sol peruano frente al dólar también anotó máximos históricos (Analitik, 2021).

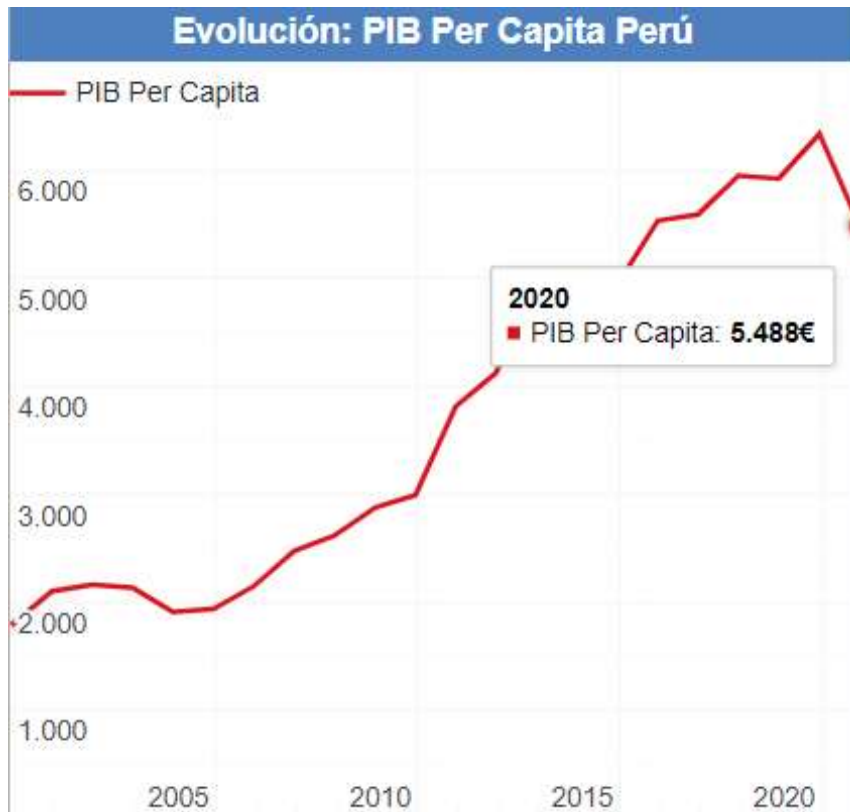
Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB es aquel que mide la producción total de los bienes y servicios de un país, es utilizado para medir la riqueza que genera un país. Cuando el PIB de un país sube es una ventaja para la economía ya que hacen crecer los ingresos de las personas y empresas. En cambio, si se baja es una mala señal en cuanto a lo económico.

En el año 2020 el PIB Per cápita de Perú “fue de 5.488€, 852€ menor que en 2019, cuando fue de 6.340€” (Datosmacro, 2020b). La caída se produjo ya que los peruanos estuvieron en cuarentena por 100 días debido a la pandemia por Covid 19 y paralizó el 44% de la actividad económica (Swissinfo, 2021).

Figura 4

Evolución del PIB Per Cápita de Perú



Fuente: Obtenido de Datos macro, (2020).

República del Ecuador

La economía ecuatoriana es considerada como una de las economías que inicia su recuperación después de los problemas que significaron el año 2020 (BCE, 2021), apostando por los productos no tradicionales y dejando esa dependencia que se tenía previamente por el rubro petrolero y que esa necesidad nacida a partir de la baja del petróleo ha representado para el Ecuador un despunte en las exportaciones de productos agrícolas, agropecuarios entre otros, confiando en gran manera que este crecimiento perdure por muchos años y que los organismos gubernamentales favorezcan a las empresas exportadoras, pequeños y medianos productores y demás participantes de la cadena logística de exportaciones.

Historia del Ecuador

Desde la época colonial Ecuador ya tenía bonanza en cuanto a la explotación de productos minerales, agrícolas e industriales. Pero la mayoría de las personas no supieron aprovechar este periodo de prosperidad y tuvo que terminar para que pudiera surgir un nuevo ciclo económico alrededor del cacao (Ordoñez Iturralde, 2012).

Asimismo, Ordoñez Iturralde indica que el primer rubro de exportación fue el oro en los siglos XVI y XVII, una actividad que fue generada por minas auríferas de Cuenca, Zamora y Zaruma. Al comienzo el volumen de exportación era tan alto que los embarques hacia España llegaban a los 800.000 pesos anuales, pero tan grande fue el saqueo durante un siglo que el oro llegó a extinguirse.

Es así que desde el principio el comercio exterior en Ecuador estuvo afectado cuando aún no era república ya que siguió siendo un país desconocido por los importadores europeos de materia prima y de productos originarios de nuestro país. Además, Ordoñez Iturralde señala que:

“La pobre concepción de los ecuatorianos sobre cómo introducir y mercadear nuestros productos en los países consumidores, se aprecia en su forma más elocuente, en la deficiente comercialización del sombrero de paja toquilla manabita y cuencano, el cual a partir de la segunda mitad del siglo XIX se convirtió en el segundo o tercer ingreso más importante de divisas para el Ecuador y, a pesar de ello, este auténtico producto ecuatoriano, por una miopía de “marketing”, se conoció en los mercados internacionales como el “sombrero de Panamá” (Panama hat)”.

Matriz de exportación de Ecuador

El crecimiento económico de Ecuador ha estado basado en la producción de bienes primarios para la exportación tales como el cacao, los bananos, el petróleo y sus derivados.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (2020) indica que:

“Los productos que forman el grueso de la oferta exportable agrícola de Ecuador, siguen siendo los tradicionales; sin embargo, otros rubros como yuca, malanga, papa china y jengibre (rizomas, cormos y tubérculos) han logrado un importante espacio en 12 diferentes destinos, con un total de 8.191,4 toneladas métricas que representaron para el Ecuador un ingreso de \$26 millones”

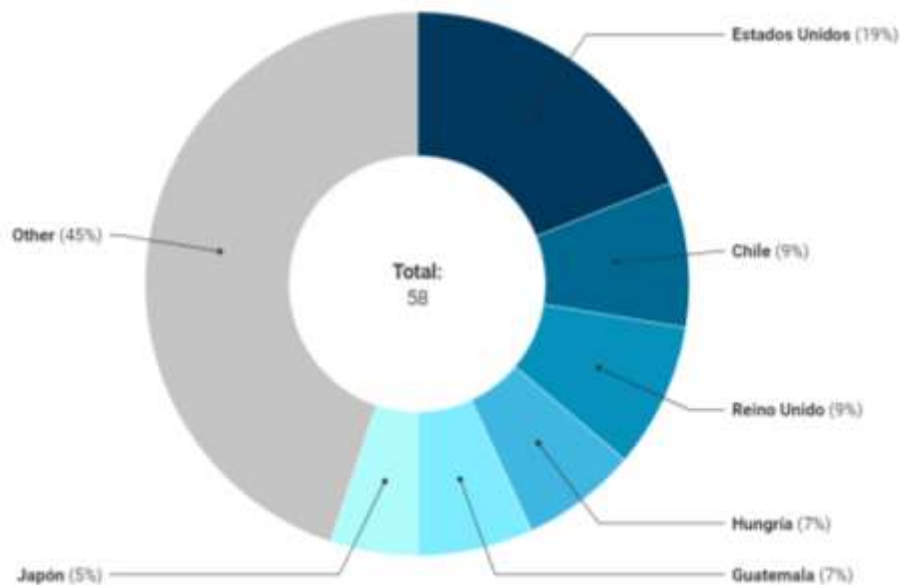
En el 2020 el cual fue un año complicado para el comercio mundial, las exportaciones en Ecuador cayeron en los meses de marzo y abril, pero pudieron recuperarse en el mes de mayo.

Principales destinos de exportación de Ecuador

Entre los principales países que exporta Ecuador están Estados Unidos con un porcentaje de concentración del 19%. Le siguen países como Chile, Reino Unido, Hungría y Guatemala.

Figura 5

Destinos de las nuevas exportaciones



Nota. Entre el 1 de enero y el 14 de diciembre de 2020. Fuente: ProEcuador, Ministerio de Agricultura, Ministerio de Comercio Exterior

“El hecho de que la mayor parte de las exportaciones nuevas se dirijan a Estados Unidos no sorprende, ya que ese es el principal socio comercial

de Ecuador. Entre enero y octubre de 2020 las exportaciones no petroleras a ese país representaron USD 2.707 millones, es decir 23,5% más frente al mismo período de 2019. Lo que más exporta Ecuador a ese mercado es camarón, banano y flores” (Coba, 2020)

Productos de exportación

Las exportaciones de materia prima incentivan al desarrollo económico de un país y fomentan su crecimiento. Entre los principales productos que Ecuador exporta al resto del mundo está: petróleo, flores, camarón y plátano.

Durante el año 2020, las exportaciones bajaron un 11,22%. Según Datosmacro (2020a) “Las ventas al exterior representan el 20,65% de su PIB, un bajo porcentaje comparado con el de otros países, que le sitúa en el puesto 101 de 191 países del ranking de exportaciones respecto al PIB”.

Pero a su vez pudo haber sido mayor el golpe, ya que el dinamismo de 5 productos hizo que mejorara el balance final. En primer lugar, el brócoli creció un 28%, lo que en ventas representa \$13 millones. Luego, el cacao mantuvo un ritmo proporcionado que para este año creció un 23% con ingresos de \$72 millones. En tercer lugar, son los enlatados de pescado con una participación del 21% con ventas de \$86 millones. Finalmente los jugos y conservas de frutas tuvieron \$8 millones (20%), mientras las flores naturales alcanzó los \$72 millones (6% más) (La Hora, 2021).

Principales destinos de importación de Ecuador

La economía de Ecuador es caracterizada por ser proveedora de materias primas del mercado internacional e importadora de bienes y servicios con valor agregado.

La gran mayoría de productos que Ecuador importa son provenientes de la China y Estados Unidos ya que los costos y la habilidad de conseguir proveedores juegan un papel muy importante en este caso. Aproximadamente el 60% de los productos desde la Unión Europea no pagan arancel 0% (ASCEXLOGIC, s. f.)

Productos de importación

Entre los productos que importa Ecuador están los siguientes:

- Materias primas
- Productos farmacéuticos
- Plásticos
- Químicos
- Fibras textiles
- Productos de acero
- Productos de hierro
- Maquinaria
- Productos electrónicos
- Vehículos
- Repuestos

Al no contar con la suficiente tecnología y mano de obra, se recurre a importar ciertos equipos de maquinaria o repuestos.

Vinculación entre Ecuador y el resto del mundo

Figura 6

Acuerdos vigentes establecidos en el país ecuatoriano.



Fuente: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Ecuador es una de las naciones que, por su situación actual ante el mundo, requiere de forma urgente incrementar el intercambio entre las naciones a través de la firma de tratados y convenios internacionales que faciliten la entrada de los productos locales hacia los principales compradores en el exterior.

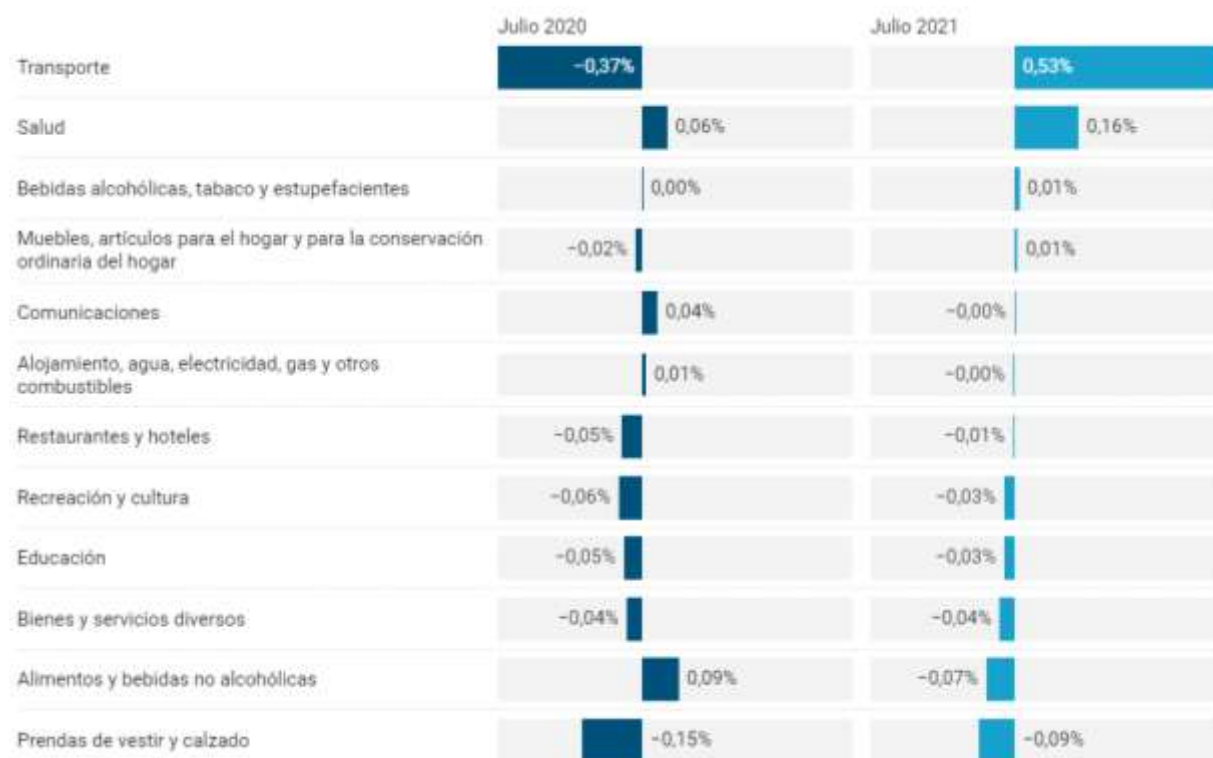
En el caso específico de nuestro vecino Perú, la intención de tener mayor llegada a partir del tránsito de mercancías en la zona fronteriza, se radica en el fortalecimiento de relaciones.

Inflación

En el mes de julio de 2021, las 4 divisiones más esenciales de bienes y servicios llegaron al 28,60% de participación, siendo las más importantes: Transporte (0,53%); Salud (0,16%); Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes (0,01).

Figura 7

Incidencia por división de consumo en julio de 2021



Fuente: INEC.

Producto Interno Bruto (PIB)

En el año 2020, el sector primario representó un total de 14,7% del PIB entre los que se destacan los productos tradicionales agropecuarios como el café, banano y cacao. Además de las flores, frutas y vegetales, y por último en el sector pesquero el atún y camarón.

Por otro lado, el sector secundario representó un total de 27,7% del PIB en donde la industria petrolera es de gran importancia para la economía y el sector industrial que se encuentra concentrado en las ciudades de Quito y Guayaquil.

El sector terciario tuvo una participación del 57,6% del PIB, que por efectos de pandemia ingresaron alrededor de 0,5 millones de turistas (FMI-ICEX, 2021).

Figura 8

Composición del PIB, 2020

Sector	Partic.
Primario	14,7%
Secundario	27,7%
Terciario	57,6%

Fuente. Banco Central de Ecuador

Relación Comercial entre Ecuador y Perú

Las relaciones comerciales entre Ecuador y Perú se han visto encaminadas hacia un bien común para ambos países. A pesar de las disputas que hubo hace más de veinte años y que llevó a firmar acuerdos bilaterales como lo es el “Acuerdo de Paz de Brasilia” en ese momento no se comercializaba en mayores proporciones. Por lo general eran semillas, uvas, manzanas, jugos, cacao, grasas y aceites, harinas, pieles, entre otros.

Entre los acuerdos comerciales que ambos países mantuvieron fue el de la Comunidad Andina de Naciones que marcó un importante hito para el comercio bilateral lo que ha impulsado también a que se realice la firma de **Convenio de**

Aceleración y Profundización del Libre Comercio la cual establece el arancel 0.

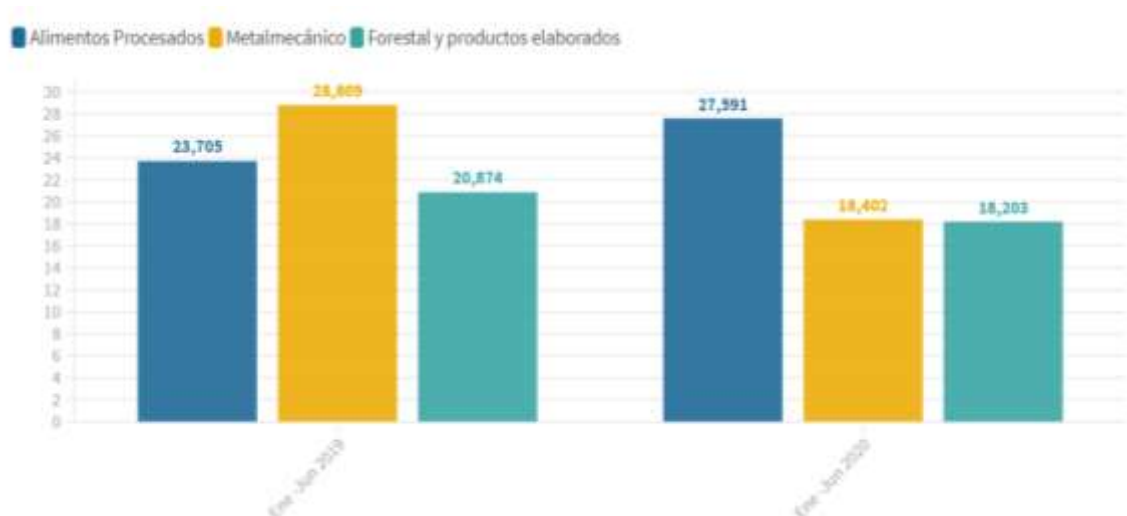
Veloz (2021) indica lo siguiente: “Perú es el cuarto socio comercial de Ecuador en América, después de Estados Unidos, Panamá y Chile. Según el BCE, las **exportaciones** a Perú representan más del **7%** de las ventas ecuatorianas en Latinoamérica, y las **importaciones** equivalen al **6%**”.

Según el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca para diario El Universo se dice que:

“La percepción de los productos y servicios ecuatorianos es positiva. Los importadores y consumidores peruanos valoran la calidad, seriedad y puntualidad de los empresarios del Ecuador” (Escobar, 2021a).

Actualmente, los alimentos procesados, productos metal – mecánicos y forestales elaborados es lo que se exporta a Perú. Lo cual solo los alimentos tuvieron un rendimiento favorable durante la pandemia, mientras los demás presentaron grandes pérdidas de hasta \$10 millones (Veloz, 2021b).

Figura 9 *Tres principales sectores exportadores Ecuador-Perú (\$ millones)*



Fuente: Banco Central del Ecuador, tomado de ProEcuador

Uno de los mejores motores para el desarrollo de Perú ha sido el comercio internacional, Pero entre las disposiciones del presidente de la República de Perú, Pedro Castillo, fueron contraponer a este comercio que se ha ido dando lo cual generaría complicaciones en las negociaciones con otros países. Sin embargo, eliminar los tratados comerciales no es favorable para el territorio peruano ya que perjudicaría a empresas y consumidores que requieren de productos provocando un impacto negativo en la economía del país (Veloz, 2021c).

Felipe Ribadeneria, presidente de Fedexpor (Federación Ecuatoriana de Exportadores), indica que “Perú es un mercado natural para la oferta exportable del Ecuador, especialmente para aquellos productos no tradicionales y manufacturados”. Además “productos como tableros de madera, línea blanca, preparaciones alimenticias y manufacturas de plástico son exportados al Perú por alrededor de 490 empresas exportadoras ecuatorianas” (Escobar, 2021b).

Intercambio informal en la frontera de Ecuador – Perú

De acuerdo a una investigación elaborada en la ciudad de Huaquillas los principales productos que se mueven ilegalmente por contrabando son fruta, verdura, ropa, calzado, gasolina y licores, esto se da por la falta de reglamentos y revisión en el proceso migratorio. Para la población huaquillense es una forma de vida y su sustento económico el “contrabando de hormiga”, como comúnmente se lo llama.

Capitulo IV: Determinación de la demanda por parte de las empresas MiPymes en la frontera ecuatoriana con Perú.

La creación de una asociación de forma general es establecida para satisfacer una demanda mayor por los productos que hacen parte de estos pequeños y medianos productores, por ello es de vital importancia observar distintos factores de comportamiento en el mercado, tanto el nacional como el internacional.

MiPymes

Las MiPymes comprenden a tres tipos de empresa: micro, pequeña y mediana. Estos son los actores principales que tienen los países andinos ya que generan grandes oportunidades de empleo, tecnología intensiva en mano de obra, y procesan materia prima nacional lo que se convierte en una de las prioridades de la Comunidad Andina. Así mismo, afrontan dificultades al momento de internacionalizarse debido a la escasez de financiamiento de los gobiernos nacionales, el conocimiento de oportunidades y los requisitos que se necesitan en mercados externos (Comunidad Andina, s.f.).

MiPymes de Ecuador

En este segmento se detallan 3 empresas ecuatorianas que conformarán la asociación de productores. Cabe destacar que son empresas en crecimiento por lo que se analizará los productos que estas ofrecen:

Café “Don Manuelito”

Café “Don Manuelito” es una empresa ubicada en la ciudad de Piñas de la provincia de El Oro. Cuenta con más de 30 años en el sector cafetalero y entre sus principales productos a ofrecer están: pasta de maní, café tostado, café tradicional, café premium, café instantáneo. A continuación, se detallan mediante figuras cada uno de estos productos:

Figura 10

Café Premium con Válvula



Nota. Café tostado y molido premium con válvula con presentación de 400 gramos. Fuente: Obtenido de la página web de Café Don Manuelito (2021)

Figura 11

Café Tostado y Molido con Empaque Ecológico



Nota. Café tostado y molido en empaque ecológico con presentación de 200 y 400 gramos. Fuente: Obtenido de la página web de Café Don Manuelito (2021)

Figura 12

Café Instantáneo



Nota. Café instantáneo con presentación de 30, 50 y 100 gramos. Fuente: Obtenido de la página web de Café Don Manuelito (2021)

Figura 13

Café Tostado



Nota. Café tostado con presentación de 400 gramos. Fuente: Obtenido de la página web de Café Don Manuelito (2021)

Figura 14.

Café de Haba



Nota. Café de Haba con presentación de 200 gramos. Fuente: Obtenido de la página web de Café Don Manuelito (2021)

Figura 15.

Pasta de Maní



Nota. Pasta de maní con presentación de 200 y 400 gramos. Fuente: Obtenido de la página web de Café Don Manuelito (2021)

Figura 16.

Café Don Manuelito Económico



Nota. Café Don Manuelito económico con presentación de 200 y 400 gramos. Fuente: Obtenido de la página web de Café Don Manuelito (2021)

Todos los precios de los productos anteriormente mencionados se detallan a continuación en la Tabla 1:

Tabla 1 Precios de los productos de la empresa Café “Don Manuelito”

PRODUCTOS	PRECIO	CANTIDAD
Café Premium con Válvula	\$2,90	100 unidades en adelante
Café Tostado y Molido con Empaque Ecológico	\$2,40	100 unidades en adelante
Café Instantáneo	\$1,90	100 unidades en adelante
Café Tostado	\$2,50	100 unidades en adelante
Café de Haba	\$1,00	100 unidades en adelante
Pasta de Maní	\$1,30	100 unidades en adelante
Café Don Manuelito Económico	\$1,70	100 unidades en adelante

Nota. Detalle de los productos el precio de 100 unidades en adelante

En base a la entrevista de la empresa Café “Don Manuelito” se determina que la disponibilidad del producto es de todos los meses del año debido a la capacidad que esta empresa tiene de acuerdo a las exigencias y requerimientos del mercado objetivo.

Tutosnack S.A.

Tutosnack es una empresa dedicada a la producción de snacks de alta calidad que su principal objetivo es satisfacer de manera placentera los momentos y antojos de los consumidores. Entre los principales productos están los patacones con sabor original, cebolla, limón, ajo, jalapeño, yuca. A continuación, se detallan mediante figuras cada uno de estos productos:

Figura 17

Patacones Sabor Original



Nota. Chiflar sabor original con presentación de 100 y 200 gramos. Fuente: Obtenido de la página web de Tutosnack (2021)

Figura 18

Patacones Sabor a Cebolla



Nota. Chiflar sabor a cebolla con presentación de 100 y 200 gramos. Fuente: Obtenido de la página web de Tutosnack (2021)

Figura 19

Patacones Sabor a Limón



Nota. Chiflar sabor a limón con presentación de 100 y 200 gramos. Fuente: Obtenido de la página web de Tutosnack (2021)

Figura 20

Patacones Sabor a Ajo



Nota. Chiflar sabor a ajo con presentación de 100 y 200 gramos. Fuente: Obtenido de la página web de Tutosnack (2021)

Figura 21

Patacones Sabor a Jalapeño



Nota. Chiflar sabor a jalapeño con presentación de 100 y 200 gramos. Fuente: Obtenido de la página web de Tutosnack (2021)

Figura 22

Chiflar Yuca



Nota. Chiflar yuca con presentación de 100 y 200 gramos. Fuente: Obtenido de la página web de Tutosnack (2021)

En función de la entrevista de la empresa “Tutosnack” se establece que los productos están a disposición de la cartera de clientes que manejan. Es importante señalar que esta empresa ya distribuye en varias ciudades del Ecuador por lo que su cartera de clientes ha crecido en los últimos años.

Una de las limitaciones en cuanto a la entrevista es que no se proporcionó información de los precios de sus productos por temas de seguridad y confidencialidad

Coconuu

Coconuu es un pequeño emprendimiento surgido en pandemia dedicado a realizar galletas de coco. Está ubicado en la ciudad de Machala y tiene puntos de venta alrededor de la provincia de El Oro. Su único producto es presentado en fundas que cuentan con 15 galletas aproximadamente.

Figura 23

Galletas de Coconuu



Fuente: Obtenido de la página de Facebook de la empresa Coconuu

Tabla 2 Precios de los Productos de la Empresa “Coconuu”

PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD
<i>Galletas Coconuu</i>	\$0,80	100 unidades en adelante

Nota. Detalle del precio del producto a ofrecer

En la entrevista con esta pyme se esclareció que aún no cuentan con suficiente maquinaria industrial para abastecer a un mercado alto. Sin embargo, consideran que a medida que el negocio crezca pues abrirán mercados a más ciudades del Ecuador.

Mipymes de Perú

A continuación, se detallan 2 empresas peruanas que ofrecen sus productos innovadores y tienen la oportunidad de exportar hacia el mercado ecuatoriano.

King Kong de San Roque

La empresa San Roque está ubicada en Lambayeque, Perú. La historia de esta empresa se remonta al año 1993 cuando se estrenaba una de las películas más populares del gorila King Kong. Un grupo de mujeres de Lambayeque empezaron a elaborar dulces para proveer a los pobladores de la ciudad, entonces estos empezaron a comparar dicho dulce con el personaje de la película antes mencionada. Es así que nació el producto King Kong de la calle San Roque.

Entre varios de los productos que esta empresa ofrece, se va a tomar en cuenta las barras de frutos rojos, maracuyá, lúcuma, majar blanco y chirimoya.

Figura 24

Barra de Frutos Rojos



Nota. Barra de frutos rojos con presentación de 230 g. Fuente: Obtenido de la página web de San Roque (2021)

Figura 25

Barra de Maracuyá



Nota. Barra de maracuyá con presentación de 230 g. Fuente: Obtenido de la página web de San Roque (2021)

Figura 26

Barra de Lúcuma



Nota. Barra de lúcuma con presentación de 230 g. Fuente: Obtenido de la página web de San Roque (2021)

Figura 27

Barra de Manjar Blanco



Nota. Barra de manjar blanco con presentación de 230 g. Fuente: Obtenido de la página web de San Roque (2021)

Figura 28

Barra de Chirimoya



Nota. Barra de chirimoya con presentación de 230 g. Fuente: Obtenido de la página web de San Roque (2021)

Tabla 3 Precios de los Productos de la Empresa “San Roque”

PRODUCTOS	PRECIO	CANTIDAD
Barra de Frutos Rojos	\$4,26	Por unidad
Barra de Maracuyá	\$4,26	Por unidad
Barra de Lúcuma	\$4,26	Por unidad
Barra de Manjar Blanco	\$4,26	Por unidad
Barra de Chirimoya	\$4,26	Por unidad

Nota. Detalle de los precios por unidades de las barras de King Kong

Danper

Danper es una empresa que realiza alimentos saludables e innovadores que se distinguen por la más alta calidad en sus productos. Cuenta con un portafolio de marcas que son: Casa Verde, Río Santa, Bloom, Fresh Plus, Muchik, Inka Cheff y Miskichay.

Para objeto de estudio de este proyecto se considera la marca Casa Verde que realiza salsas y dips que son utilizados en las comidas. A continuación, se detallan los diferentes productos:

Figura 29

Salsa de Alcachofa a la Parmesana



Nota. Salsa de Alcachofa a la Parmesana con presentación de 200 g. Fuente: Obtenido de la página web de Casa Verde Perú (2021)

Figura 30

Salsa de Rocoto y Alcachofa



Nota. Salsa de Rocoto y Alcachofa con presentación de 190 g. Fuente: Obtenido de la página web de Casa Verde Perú (2021)

Figura 31

Pimiento Piquillo Grilled Marinado



Nota. Pimiento Piquillo Grilled Marinado con presentación de 135 g. Fuente: Obtenido de la página web de Casa Verde Perú (2021)

Figura 32

Dip de Alcachofa, Espinaca y Quinoa



Nota. Dip de Alcachofa, Espinaca y Quinoa con presentación de 235 g. Fuente: Obtenido de la página web de Casa Verde Perú (2021)

Figura 33

Dip de Pimiento y Quinoa



Nota Dip de Pimiento y Quinoa. Fuente: Obtenido de la página web de Casa Verde Perú (2021)

Figura 34

Dip de Pimiento y Queso



Nota. Dip de Pimiento y Queso con presentación de 200 g. Fuente: Obtenido de la página web de Casa Verde Perú (2021)

Figura 35

Dip de Ají Amarillo con Queso



Nota. Dip de Ají Amarillo con Queso con presentación de 190 g. Fuente: Obtenido de la página web de Casa Verde Perú (2021)

Figura 36

Salsa Verde Peruana



Nota. Salsa Verde Peruana con presentación de 330 g. Fuente: Obtenido de la página web de Casa Verde Perú (2021)

Figura 37

Salsa Roja Peruana



Nota. Salsa Roja Peruana con presentación de 400 g. Fuente: Obtenido de la página web de Casa Verde Perú (2021)

Meta establecida

La meta establecida es crear una asociación de distintas empresas para alcanzar un mismo objetivo, el cual se direcciona al tener un crecimiento de productividad de estas empresas en la zona fronteriza de Huaquillas, por lo tanto, se crea un centro de distribución de mercancías que sirva como objeto de desarrollo para la zona y que se base enteramente en la economía.

Descripción del mercado a dirigirse

El mercado a dirigirse serán las zonas aledañas fronterizas, incluidas las situadas en el país vecino del Perú, un punto que por excelencia ha sido socio estratégico del comercio de Huaquillas, brindando un soporte mutuo en las prácticas comerciales y favoreciendo de forma constante la calidad de vida de los habitantes de la zona, creando estabilidad en cierto sector y una fuente de ingreso a raíz del comercio fronterizo.

De igual manera, buscar el espacio de expansión para ciertos productos con tienen potencial, que no exista una limitación territorial y que por el contrario se encuentre el espacio de promoción a gran escala de cada uno de los ítems que se pretende promocionar.

¿Qué es una asociación?

Una asociación es aquella que está formada por personas naturales o jurídicas que llegan a un fin el cual es promover la integración social ya sea de una empresa o el entorno.

Asociación de productores

Para el presente proyecto la creación de una asociación de productores ecuatorianos y peruanos pone en marcha una nueva idea de negocio. Al constituir las da paso a que los conocimientos, actividades y recursos económicos que tiene cada empresa aporte a una actividad en común. En este caso al ser una empresa en crecimiento se ha optado por asociar las Mipymes Café “Don Manuelito”, Tutosnack S.A. y Coconuu,, ya que al ser medianas, pequeñas y micro son una fuente necesaria de desarrollo del país.

Propuesta detallada de la creación de un centro de distribución

¿Qué es un centro de distribución?

Un centro de distribución es un lugar físico donde una o varias empresas almacenan diferentes tipos de productos. Estos espacios se manejan en diferentes dimensiones como mercancías muy grandes que requieren pallets y unidades sueltas (Arrieta Posada, 2011b).

Se podría decir también que es un espacio de proporciones significativas de carácter logístico, en el cual se puede realizar el almacenamiento de mercancía y se embarcan órdenes de salida para que de esta manera los productos aquí albergados sean distribuidos de forma paulatina hacia los centros minoristas o mayoristas, según corresponda (Zonalogística, 2018).

Es así como en estos centros el equipamiento puede ser muy variado, yendo desde espacios refrigerados para el mantenimiento de mercancías perecibles, espacios para cargas un poco más pesadas o cargas generales que su posicionamiento puede darse en lugares menos atendidos.

Los centros logísticos en ese contexto tienen como prioridad el almacenar, controlar, custodiar y despachar eficientemente los inventarios, lo cual no solamente se redirecciona al hecho de evitar su pérdida sino también del deterioro de las capacidades y cualidades del producto.

De forma resumida, podemos entender que un centro de distribución es un espacio físico, con el equipamiento adecuado para la manipulación de mercancías, en donde las mismas tienen que estar el menor tiempo posible y cuando estén dentro del centro deben ser manipuladas con poca frecuencia, de esta manera el producto almacenado no tendrá riesgos de sufrir daño alguno, y la rápida distribución a su vez asegura que el espacio siempre esté presente para nuevas mercancías.

Ventajas de los centros de distribución

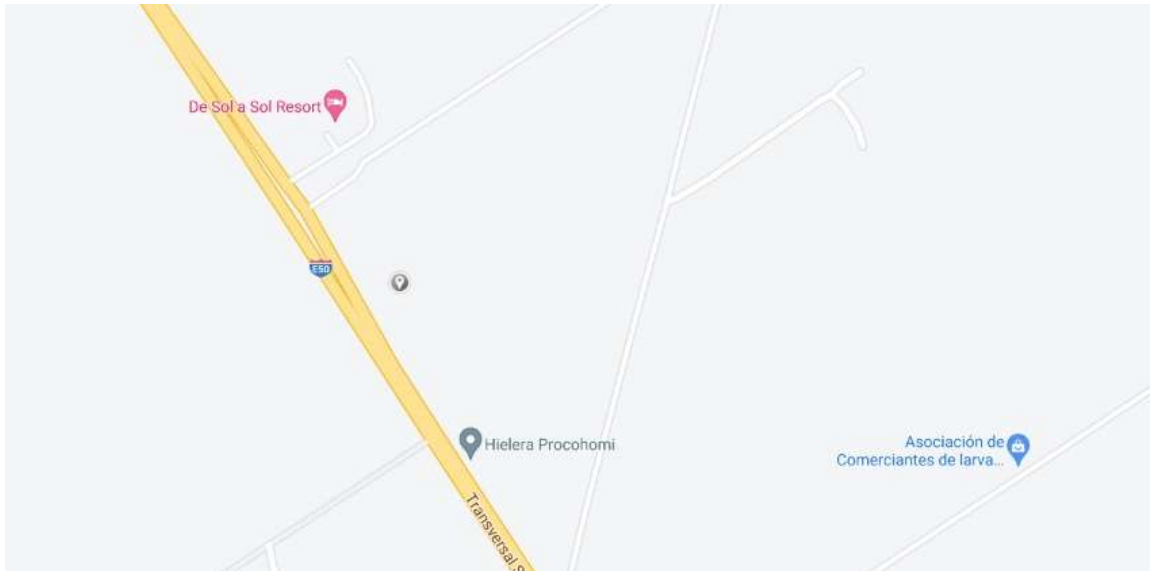
A. R. Racking (2021) señala las principales ventajas que conllevan los centros de distribución:

- Reducción de tiempos de entrega: Con su ubicación estratégica cercana a grandes ciudades, y zonas logísticas o industriales, se reducen notablemente los tiempos desde que se recibe la orden, hasta que la mercancía se entrega.
- Optimización de los costes: La centralización de las tareas de recepción y expedición de los productos en la última milla permite optimizar los costes de la empresa, reduciendo gastos de almacenaje y transporte innecesario. El producto pasa menos tiempos almacenado, pasa menos tiempo recorriendo distancias innecesarias en transporte y por tanto supone un ahorro de costes.
- Flexibilidad en el servicio: Los centros de distribución, como intermediarios de la cadena de suministro, dotan de flexibilidad a la empresa y le dan capacidad de respuesta para poder satisfacer las necesidades de empresas con plazos muy cortos en sus pedidos y en la comercialización de sus productos.
- Calidad y fiabilidad en el servicio: Los centros de distribución son claves en la eficiencia de la cadena de suministro y por tanto ayudan a evitar errores, aseguran entregas fiables y de calidad en el plazo estimado.

Ubicación del centro de distribución RODRIMALDO

La ubicación es uno de los puntos más importantes para la viabilidad del centro de distribución, el estar posicionados en una zona estratégica asegura que el mismo tengo mejor llegada a los consumidores mayoristas y minoristas que buscan el almacenamiento de mercancías que hayan sido objeto de importaciones.

Figura 38 *Ubicación del Centro de Distribución*



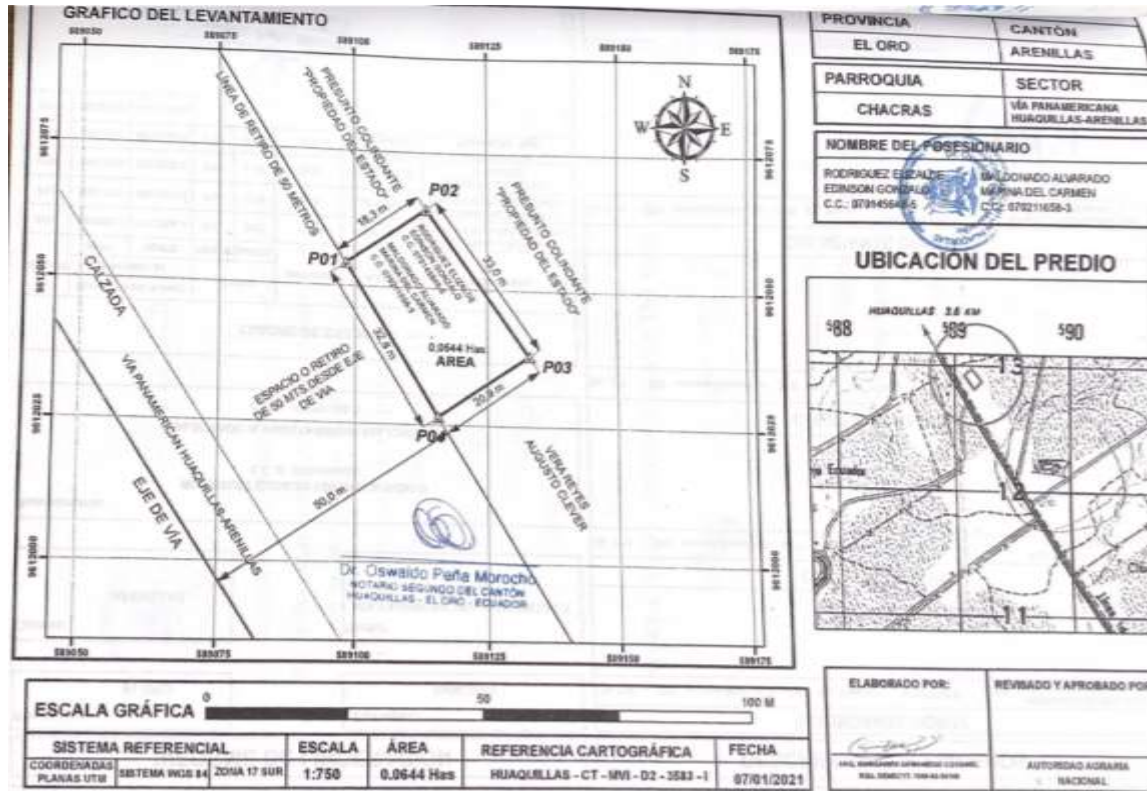
Fuente: El grafico detalla la ubicación real donde estará ubicado el centro de distribución. Adaptada desde Google Maps (2021).

Extensión dimensional

La extensión dimensional, abarca el detalle de la estructura que se plantea manejar, por lo que se presenta un plano donde se determina las extensiones del centro de distribución.

Figura 39 Grafico del levantamiento del centro de distribución.

Nota: El grafico presentada muestra la extensión dimensional que tendrá el centro de distribución, a más de mostrar su ubicación general y demás datos a considerar.



Capacidad de almacenamiento

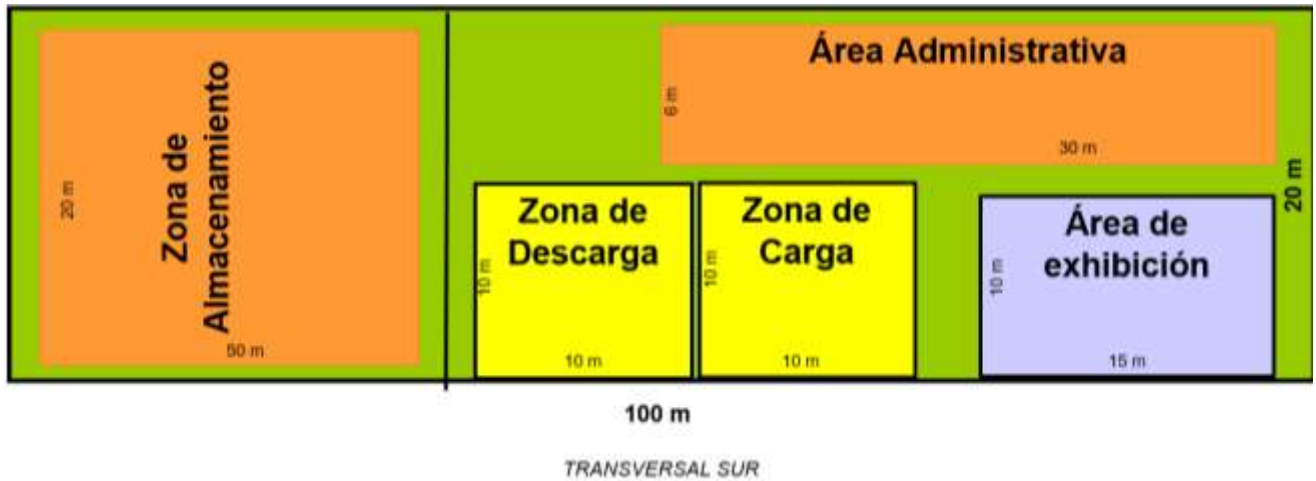
La capacidad de almacenamiento real se observará una vez estado en funcionamiento el centro de distribución, a esto debemos considerar que el espacio establecido en inicio de funciones no se presenta como un espacio de proporciones grandes, más bien moderadas con el fin de que en su momento la capacidad pueda ir en aumento.

Lo que se busca lograr, es tener la capacidad de 20m x 50m que servirá para abastecer la necesidad de los productores y consumidores de las zonas y que no se vean en la necesidad de limitar sus ingresos de mercancía al centro de distribución por la falta de espacio.

A continuación, se muestra cómo será distribuido el espacio dentro del centro de distribución.

Figura 40

Distribución de áreas dentro del centro de distribución



Nota: El grafico presentado detalla la distribución de las áreas administrativas y de operación

En la planta de distribución se ofrecerá espacios de alquiler para los pequeños y medianos productores que necesiten un lugar donde guardar o mantener su mercadería para poderla posteriormente distribuirla donde deseen. Además, se detalla a continuación los ingresos mediante la venta y distribución de los productos.

Tabla 4

Servicio de Almacenamiento

ALMACENAMIENTO BASIC	ESPACIOS	COSTO/ diario	Días	Mensual
5 metros cuadrados	15	\$10,00	30	\$4.500,00
10 metros cuadrados	5	\$20,00	30	\$3.000,00
Total Ingresos Mensuales Proyectados				\$7.500,00
Total Ingresos Anuales Proyectados				\$90.000,00
COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS				
Materiales (Pallets)				\$2.400,00
Mano de obra directa				\$16.680,00
Costos indirectos				\$9.600,00
Total Costos y Gastos Proyectados				\$28.680,00
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL PROYECTADA ANUAL				\$61.320,00

Nota. Detalle de ingresos y gastos del servicio de almacenamiento

Se presupuesta alquilar 15 espacios de 5 metros cuadrados cada uno a un costo diario de \$10 lo que al mes resultaría con una cantidad de \$4.500. Por otro lado, también está el alquiler de 5 espacios de 10 metros cuadrados y cada uno a un costo diario de \$20 lo cual resultaría al mes de \$3000. Si sumamos los dos servicios de almacenamiento al mes daría un resultado de \$7500. Lo que al año sería de \$90000.

Tabla 5

Venta y Distribución de Productos

DETALLE	Venta diaria	Días	Mensual
Productos Nacionales	\$400,00	30	\$12.000,00
Productos Importados	\$800,00	30	\$24.000,00
Total Ingresos Mensuales Proyectados			\$36.000,00
Total Ingresos Anuales Proyectados			\$432.000,00
COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS			
Inventario			\$320.000,00
Mano de obra directa			\$16.680,00
Costos indirectos			\$9.600,00
Total Costos y Gastos Proyectados			\$346.280,00
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL PROYECTADA ANUAL			\$85.720,00

Nota. Detalle de ingresos y gastos mensuales y anuales proyectados para la venta y distribución tanto de productos nacionales e internacionales

Entonces la suma de los Ingresos Anuales Proyectados del servicio de almacenamiento y la venta y distribución de los productos es de \$522.000 y la suma de Costos y Gastos Proyectados es de \$374.960, para lo cual en la Tabla 22 se los detallará en el Flujo de Caja.

Equipamiento requerido

Un correcto centro de distribución debe estar equipado con todos los implementos necesarios para el aseguramiento del correcto manejo de las mercancías que ahí vayan a almacenarse, por lo que las herramientas de buena calidad debe ser una prioridad en este punto.

El equipamiento principal para usarse en este caso es:

Tabla 6

Maquinaria y Equipo

Detalle	Cantidad
Balanzas	2
Pallets	800
Perchas	15
Montacargas	2
Indumentaria	3

Nota. Se detalla los principales equipamientos operativos para el centro de distribución

Se precisa la utilización de estos artículos, por el manipuleo que se requiere en un centro de distribución, en donde ocasiones, la mano de obra y fuerza humana no es suficiente para las mercancías que llegan al centro, por lo que el uso de máquinas especializadas en el manipuleo de pesos pesados, es primordial para aquello.

Personal administrativo y operativo

El personal administrativo es el encargado de llevar en orden todas las funciones del centro en donde el administrador debe estar siempre atento a todas las actividades que se vayan desarrollando, es por ello que se recomienda que la oficina del encargado del lugar se ubique en una zona alta del centro, para así tener visión periférica de lo que ahí se vaya realizando.

Al ser una nueva empresa en construcción se consideró 4 para personal administrativo y 3 para personal operativo de planta.

Tabla 7

Personal administrativo y operativo

Detalle	Cantidad
Personal Administrativo	
Gerente	1
Contabilidad	1
Departamento de Comercialización	1
Asistente administrativa	1
Personal Operativo	
Jefe de bodega	1
Recepción y despacho	1
Guardia de seguridad	1
TOTAL	7

Nota. Detalle del personal encargado del centro de distribución

Plan Estratégico del Centro de Distribución

Misión

Planificar y coordinar el desarrollo de la zona fronteriza de Ecuador y Perú mediante el intercambio de productos que serán almacenados en un CEDI para luego expedirla a su destino en el menor tiempo posible.

Visión

Ser líderes en el ámbito transfronterizo y reconocidos por la excelencia al ofrecer nuestros servicios.

Análisis FODA

Fortalezas

- Zona de ubicación estratégicamente adecuada

- Disponibilidad de productos innovadores hacia supermercados y tiendas locales
- Personal comprometido

Oportunidades

- Expansión a nuevos productos
- No existen otros centros de distribución en la ciudad
- Acceso a nuevas tecnologías para optimizar el despacho de mercancías
- Tratados de libre comercio

Debilidades

- Altos costos del personal de operación
- Limitada área de crecimiento

Amenazas

- Transporte internacional elevado
- Proveedores que no cumplan con el tiempo de entrega de productos

Capítulo V: Propuesta financiera

En el presente trabajo se describen las diferentes formas de financiamiento para llevar a cabo la creación del centro de distribución, cuál es la inversión que se requiere y el valor de los gastos preoperacionales o activos necesarios para el funcionamiento.

Los indicadores financieros a manejar serán el TIR o Tasa Interna de Retorno y el VAN o Valor Actual Neto y determinar si el proyecto es viable o no.

Un plan financiero, es la ejecución de un apartado en donde se esclarecen los distintos puntos económicos que harán parte del proyecto a realizarse, donde se especifican puntos como los costos, proyecciones de rentabilidad, gastos varios y demás. Es primordial que los puntos establecidos sean claros y concisos para que el mismo se focalice en entregar un correcto y oportuno análisis de la viabilidad del proyecto precisamente.

Para el correcto análisis de la propuesta se debe proponer todos los costos, gastos e inversión necesaria para la puesta en marcha del presente proyecto.

Inversión Inicial

Activos fijos

Para la creación del centro de distribución en donde hará sede la asociación, es necesario establecer el equipo necesario que se utilizará en el mismo, todo lo que será usado por los operarios del lugar para el correcto funcionamiento del centro y que se pueda ofrecer un servicio de calidad a cada uno de los clientes o usuarios que sean partícipes.

A continuación, se presentan las tablas donde se describirán cada uno de los activos necesarios para la planta de distribución.

Tabla 8*Muebles, Enseres y Equipo de Cómputo*

Detalle	Cantidad	P. Unitario	Total
Equipo de Cómputo			
Computadora	5	\$650,00	\$3.250,00
Impresora	4	\$220,00	\$880,00
			\$4.130,00
Muebles y Enseres			
Escritorio	5	\$240,00	\$1.200,00
Sillas de oficina	5	\$160,00	\$800,00
Silla de Atención al cliente	8	\$65,00	\$520,00
			\$2.520,00
Total			\$6.650,00

Nota. Detalle de los muebles, enseres y equipo de cómputo que se requieren para la creación del centro de distribución

Tabla 9*Equipo de seguridad*

Detalle	Cantidad	P. Unitario	Total
Equipo de seguridad			
Cámaras de seguridad	6	\$25,00	\$150,00
Instalación de cámaras de seguridad	1	\$800,00	\$800,00
Indumentaria	3	\$86,00	\$258,00
Total			\$1.208,00

Nota: Gastos incurridos en la instalación del centro de distribución

Tabla 10*Vehículo, Maquinaria y Equipo de Operación*

Detalle	Cantidad	P. Unitario	Total
Vehículo			
Camión	1	\$26.000,00	\$26.000,00
Maquinaria y Equipo			
Montacarga	2	\$17.000,00	\$34.000,00
Pallet	800	\$2,50	\$2.000,00
Perchas	15	\$160,00	\$2.400,00
Balanzas	2	\$320,00	\$640,00
			\$39.040,00
Total			\$65.040,00

Nota: Detalle de la maquinaria utilizada previo a construcción del centro de distribución

Tabla 11*Gastos de Servicios Básicos*

Detalle	Mensual
Luz	\$200,00
Agua	\$40,00
Internet	\$30,00
Teléfono	\$25,00
Total	\$295,00
Total Anual	\$3.540,00

Nota. Detalle de los gastos que incurren en los servicios básicos

Tomando los rubros de las tablas presentadas tenemos un total de activos de **\$77.192,08**, donde se considera el equipo de cómputo por un valor de \$4.130, muebles y enseres con \$2.520, equipo de seguridad de \$1.208, vehículo de \$26.000, maquinaria y equipo por \$39.040 y servicios básicos de \$3.540

A continuación, se detalla la depreciación de cada activo que son: Equipo de Cómputo, Muebles y Enseres, Equipo de Seguridad, Vehículo y Maquinaria y Equipo

Tabla 12

Depreciación de Activos

Depreciación de Activos	Porcentaje de depreciación	Valor Depreciado
Equipo de Cómputo	33%	\$1.362,90
Muebles y Enseres	10%	\$252,00
Vehículo	20%	\$5.200,00
Maquinaria y Equipo	10%	\$3.904,00
Equipo de seguridad	10%	\$120,80
Total de Gasto de Depreciación		\$10.839,70

Nota. Detalla el valor total depreciado por todos los activos mencionados

Dentro de los gastos administrativos y operativos comprende el sueldo y el alquiler de la planta, por lo que, se consideró a 4 trabajadores para el área administrativa y 3 de operación.

Tabla 13*Gastos Administrativos y Operativos***Gastos Administrativos**

Detalle	Cantidad	Salario Mensual
Gasto por alquiler		
Alquiler operativo		\$600,00
Personal Administrativo		
Gerente	1	\$1.200,00
Contabilidad	1	\$500,00
Departamento de Comercialización	1	\$600,00
Asistente administrativa	1	\$480,00
Personal Operativo		
Jefe de bodega	1	\$600,00
Recepción y despacho	1	\$400,00
Guardia de seguridad	1	\$600,00
TOTAL	7	\$4.980,00
TOTAL ANUAL		\$59.760

Nota. Detalle de los gastos de personal administrativo y operadores y alquiler de planta

Sueldos, salarios y beneficios

A continuación, se detallan los gastos en cuanto al pago de colaboradores

Tabla 14

Sueldos y salarios

Cargo	Cantidad	Sueldo	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva 8,33%	Aporte Patronal 12,15%	Aporte Personal 9,45%	Pago Neto
Personal Administrativo									
Gerente	1	\$1.200,00	\$100,00	\$400,00	\$50,00	\$99,96	\$145,80	\$113,40	\$909,16
Contabilidad	1	\$500,00	\$41,67	\$400,00	\$20,83	\$41,65	\$60,75	\$47,25	\$612,15
Departamento de Comercialización	1	\$600,00	\$50,00	\$400,00	\$25,00	\$49,98	\$72,90	\$56,70	\$654,58
Asistente administrativa	1	\$480,00	\$40,00	\$400,00	\$20,00	\$39,98	\$58,32	\$45,36	\$603,66
Personal Operativo									
Jefe de bodega	1	\$600,00	\$50,00	\$400,00	\$25,00	\$49,98	\$72,90	\$56,70	\$654,58
Recepción y despacho	1	\$400,00	\$33,33	\$400,00	\$16,67	\$33,32	\$48,60	\$37,80	\$569,72
Guardia de seguridad	1	\$600,00	\$50,00	\$400,00	\$25,00	\$49,98	\$72,90	\$56,70	\$654,58
Total	7	\$4.380,00	\$365,00	\$400,00	\$182,50	\$364,85	\$532,17	\$413,91	\$4.658,43
Total anual de los beneficios sociales									\$55.90121

Nota. Detalle de los gastos por empleados, incluyendo las aportaciones al Instituto de Seguridad Social (IESS)

Como se puede apreciar, todos estos trámites de permisos de funcionamiento se muestran a continuación, además de los documentos que avalen el correcto proceder del centro de distribución, generan un costo que se debe tener en consideración para el mejor análisis del proyecto.

Tabla 15

Gastos de Pre-operación/Activos Intangibles

Detalle	Cantidad	Costo total
Reserva de nombre	1	\$25,00
Permiso de funcionamiento municipal	1	\$95,00
Permiso de bomberos	1	\$15,00
Acta / permiso de constitución	1	\$198,00
Permiso Superintendencia de Compañías	1	\$80,00
ARCOSA	1	\$104,53
Agrocalidad	1	\$86,55
Firma electrónica Token	1	\$75,00
Patente	1	\$75,00
Total	1	\$754,08

Nota. Gastos de permisos y demás documentación requerida para la constitución de la empresa

Préstamo adquirido

Se considera adquirir un préstamo bancario de \$50000 a un interés del 9,33%. Por lo cual se detalla a continuación la anualidad, el interés a pagar, la amortización y el valor de la deuda total.

Tabla 16

Préstamo Bancario

Año	Anualidades	Interés	Amortización	Valor de la Deuda
		9,33%		\$50.000,00
1	\$12.964,88	\$4.665,00	\$8.299,88	\$41.700,12
2	\$12.964,88	\$3.890,62	\$9.074,26	\$32.625,87
3	\$12.964,88	\$3.043,99	\$9.920,88	\$22.704,98
4	\$12.964,88	\$2.118,37	\$10.846,50	\$11.858,48
5	\$12.964,88	\$1.106,40	\$11.858,48	\$0,00

Nota. Detalle de los diferentes indicadores del préstamo

Participación de los socios

En cuanto a la participación de los socios se consideran tres socios principales, entre los cuales Gonzalo Rodríguez ocupa el 75%.

Tabla 17

Participación de socios

SOCIOS	Participación	Total
Gonzalo Rodríguez	75%	\$120.000,00
Marina Maldonado	5%	\$8.000,00
Geanella Rodríguez	20%	\$32.000,00
	100%	\$160.000,00

Para el cálculo del WACC el 100% de la participación se lo divide para la cantidad de socios que van a estar. En este caso se hace una división de 100% para 3 (socios) que da un resultado de 33,33%, el cual lo denominamos Promedio Simple de los Retornos de cada socio.

Tabla 18

Peso del Patrimonio y Deuda

Participación de socios	\$160.000,00	76,19%
Préstamo B	\$ 50.000,00	23,81%
	\$210.000,00	100%

A continuación, en la Tabla 19 se detalla la tasa del préstamo previamente mencionado que es de 9,33% y la tasa impositiva que da el gobierno al constituirse una empresa que es del 40%.

Tabla 19

Interés del Banco y Tasa Impositiva del Gobierno

Tasa por préstamo B 9,33%

Impuesto a la renta gobierno 40%

Cálculo del WACC

El WACC en inglés es Weight Average Cost of Capital, o también denominado el Costo Medio Ponderado de Capital que evalúa la tasa de descuento de los flujos de caja futuros y analiza si un proyecto es rentable o no. En la tabla 20 se detalla el cálculo del WACC, por lo cual se utiliza la siguiente fórmula:

$$WACC = Wd * kd * (1 - t) + Ws * Ks$$

Tabla 20

Cálculo del WACC

	Peso Participación de Socios	Promedio simple de los retornos de cada socio	
Wd	76,19%	33,33%	25,40%
	Interés del préstamo	(1-tasa impositiva 40%)	
Kd * (1-t)	9,33%	60,00%	5,60%
	Peso del préstamo	kd*(1-t)	
Ws* Ks	23,81%	5,60%	1,33%
		WACC	26,73%

Nota. El resultado total del WACC es de 26,67%

Capital de trabajo

Para la correcta estimación de la inversión se consideró el rubro de los activos no corrientes los cuales están representados por nuestro total de activos ya presentado anteriormente, los gastos pagados por anticipado correspondientes a los montos incurridos para la puesta en marcha de la asociación, el capital de trabajo que en este caso se tomó los montos de los

costos y gastos de la puesta en marcha del presente proyecto dando como resultado la siguiente tabla, y por último la deuda bancaria la cual se la resta

Tabla 21

Inversión

Detalle

<i>Equipo de computo</i>	\$4.130,00
<i>Muebles y enseres</i>	\$2.520,00
<i>Vehículo</i>	\$26.000,00
<i>Maquinaria y Equipo</i>	\$39.040,00
<i>Equipo de Seguridad</i>	\$1.208,00
Activo No Corriente	\$72.898,00
Gastos de Pre-Operación Pagados por Anticipado	\$754,08
CAPITAL DE TRABAJO	\$86.347,92
Deuda bancaria	\$50.000,00
TOTAL	\$110.000,00

Nota: Total del capital de trabajo.

Flujo de Caja Proyectado

A continuación, se muestra el Flujo De Caja proyectado a cinco años

Tabla 22

Flujo de Caja Proyectado

RODRIMALDO Flujo de Caja Proyectado Privado

	0	1	2	3	4	5
Ingresos Operativos		\$522.000,00	\$574.200,00	\$631.620,00	\$694.782,00	\$764.260,20
		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Costos		\$374.960,00	\$393.708,00	\$413.393,40	\$434.063,07	\$455.766,22
Gastos de Beneficios Sociales		\$55.901,21	\$57.019,23	\$58.159,62	\$59.322,81	\$60.509,27
Gastos Administrativos y de Alquiler		\$59.760,00	\$59.760,00	\$59.760,00	\$59.760,00	\$59.760,00
Gastos de Depreciación		\$10.839,70	\$10.839,70	\$10.839,70	\$10.839,70	\$10.839,70
Gastos de Pre-operación		\$754,08	\$754,08	\$754,08	\$754,08	\$754,08
Gastos de Servicios Básicos		\$3.540,00	\$3.540,00	\$3.540,00	\$3.540,00	\$3.540,00
UTILIDAD OPERATIVA		\$16.245,01	\$48.578,99	\$85.173,20	\$126.502,34	\$173.090,93
Interés		\$4.665,00	\$3.890,62	\$3.043,99	\$2.118,37	\$1.106,40
Utilidades antes de impuesto		\$11.580,01	\$44.688,37	\$82.129,21	\$124.383,97	\$171.984,53
Participación del 15%		\$1.737,00	\$6.703,25	\$12.319,38	\$18.657,59	\$25.797,68
Utilidad después de participación		\$9.843,01	\$37.985,11	\$69.809,83	\$105.726,37	\$146.186,85
Impuesto 25%		-\$2.460,75	-\$9.496,28	-\$17.452,46	-\$26.431,59	-\$36.546,71

UTILIDAD NETA		\$7.382,26	\$28.488,83	\$52.357,37	\$79.294,78	\$109.640,14
DEPRECIACION		\$10.839,70	\$10.839,70	\$10.839,70	\$10.839,70	\$10.839,70
Amortización	-\$110.000,00	-\$8.299,88	-\$9.074,26	-\$9.920,88	-\$10.846,50	-\$11.858,48
FLUJO NETO	-\$110.000,00	\$26.521,83	\$48.402,79	\$73.117,96	\$100.980,98	\$132.338,32

Nota. Flujo de Caja Proyectado a cinco años

Tabla 23

Balance General Proyectado

**RODRIMALDO
Balance General**

ACTIVOS	2021	2022	2023	2024	2025
Activo Corriente					
Caja	\$6.000,00	\$6.060,00	\$6.120,60	\$6.181,81	\$6.243,62
Banco	\$74.000,00	\$20.461,83	\$42.282,19	\$66.936,15	\$94.737,36
Total Activo Corriente	\$80.000,00	\$26.521,83	\$48.402,79	\$73.117,96	\$100.980,98
Activo No Corriente					
Maquinaria y equipo	\$39.040,00	\$39.040,00	\$39.040,00	\$39.040,00	\$39.040,00
Muebles y enseres	\$2.520,00	\$2.520,00	\$2.520,00	\$2.520,00	\$2.520,00
Equipo de computación	\$4.130,00	\$4.130,00	\$4.130,00	\$4.130,00	\$4.130,00
Vehículo	\$26.000,00	\$26.000,00	\$26.000,00	\$26.000,00	\$26.000,00
Depreciación propiedad, planta y equipo	-\$10.839,70	-\$10.839,70	-\$10.839,70	\$22.700,00	\$22.700,00
Total de Activo No Corriente	\$82.529,70	\$60.850,30	\$60.850,30	\$94.390,00	\$94.390,00
Activos Intangibles					
Gastos de Administración y alquiler	\$4.980,00	\$4.980,00	\$4.380,00	\$4.380,00	\$4.380,00
Total de Activos Intangibles	\$4.980,00	\$4.980,00	\$4.380,00	\$4.380,00	\$4.380,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$167.509,70	\$92.352,13	\$113.633,09	\$171.887,96	\$199.750,98

PASIVOS					
Pasivo Corriente					
Impuesto por pagar	-\$2.460,75	-\$9.496,28	-\$17.452,46	-\$26.431,59	-\$36.546,71
Participación a trabajadores	-\$1.737,00	-\$6.703,25	-\$12.319,38	-\$18.657,59	-\$25.797,68
Préstamo Bancario	-\$12.964,88	-\$4.665,00	-\$8.299,88	-\$41.700,12	\$0,00
Beneficios Sociales	-\$55.901,21	-\$57.019,23	-\$58.159,62	-\$59.322,81	-\$60.509,27
Total Pasivo Corriente	-\$73.063,84	-\$77.883,76	-\$96.231,33	-\$146.112,12	-\$122.853,66
TOTAL PASIVO	-\$73.063,84	-\$77.883,76	-\$96.231,33	-\$146.112,12	-\$122.853,66
PATRIMONIO					
Capital Social	\$233.191,28	\$141.747,07	\$157.507,05	\$238.705,30	\$212.964,50
Reserva Legal	\$738,23	\$2.848,88	\$5.235,74	\$7.929,48	\$10.964,01
Utilidad Neta	\$6.644,03	\$25.639,95	\$47.121,63	\$71.365,30	\$98.676,13
Total Patrimonio	\$240.573,54	\$170.235,90	\$209.864,42	\$318.000,07	\$322.604,64
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$167.509,70	\$92.352,13	\$113.633,09	\$171.887,96	\$199.750,98

Nota. Detalle del Balance General proyectado a 5 años

Tabla 24

Estado de Resultados

RODRIMALDO
Estado de Resultado Proyectado a 5 años
De enero a diciembre del 2026

	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	\$522.000,00	\$574.200,00	\$631.620,00	\$694.782,00	\$764.260,20
Costo de Ventas	\$374.960,00	\$393.708,00	\$413.393,40	\$434.063,07	\$455.766,22
Utilidad Bruta	\$147.040,00	\$180.492,00	\$218.226,60	\$260.718,93	\$308.493,98
Gastos Operativos	\$130.794,99	\$131.913,01	\$133.053,40	\$134.216,59	\$135.403,05
Utilidad Operativa	\$16.245,01	\$48.578,99	\$85.173,20	\$126.502,34	\$173.090,93
Interés Bancario	\$4.665,00	\$3.890,62	\$3.043,99	\$2.118,37	\$1.106,40
Utilidad antes de Participación	\$11.580,01	\$44.688,37	\$82.129,21	\$124.383,97	\$171.984,53
Participación	-\$1.737,00	-\$6.703,25	-\$12.319,38	-\$18.657,59	-\$25.797,68
Utilidad antes de impuesto	\$9.843,01	\$37.985,11	\$69.809,83	\$105.726,37	\$146.186,85
Impuesto	-\$2.460,75	-\$9.496,28	-\$17.452,46	-\$26.431,59	-\$36.546,71
Utilidad después de impuesto	\$7.382,26	\$28.488,83	\$52.357,37	\$79.294,78	\$109.640,14
Reserva Legal 10%	-\$738,23	-\$2.848,88	-\$5.235,74	-\$7.929,48	-\$10.964,01
Utilidad Neta	\$6.644,03	\$25.639,95	\$47.121,63	\$71.365,30	\$98.676,13

Nota. Detalle del estado de resultados proyectado a 5 años

Tabla 25

Indicadores financieros

VAN	\$140.071,11
TIR	44%

Nota. Valor total del VAN y TIR

Análisis de los Estados Financieros

En la presente investigación se plantea un flujo de caja proyectado a 5 años donde se propone los ingresos y gastos incurridos en la planta de distribución y haciendo una correcta estimación de los mismos nos da como resultado un flujo de caja positivo, donde la utilización de herramientas financieras como el VAN, TIR y la tasa de descuento (WACC) nos da como resultado un VAN positivo, la TIR del 44% y la tasa de descuento (WACC) de 26,73%, el cual nos permite considerar al proyecto rentable. Mientras la TIR sea mayor que el WACC se considera factible el estudio realizado.

Direccionándonos de estos puntos el proyecto de investigación si se puede hacer considerando la inversión requerida y los gastos que incurren durante su periodo, con una correcta publicidad para darnos a conocer en el mercado para así abarcar el mayor espacio disponible en planta y poder cubrir con los gastos y cubrir la inversión de la puesta en marcha realizada por los socios.

Si consideramos los resultados obtenidos por el estado de resultados proyectado por 5 años, podemos observar que sus resultados correspondientes a la utilidad neta obtenida durante cada año ejercicio son positivas dándole a la asociación una utilidad considerable para la recuperación de los montos incurridos en la inversión del mismo.

Conclusiones

Luego de realizar el presente estudio, se dan a conocer las siguientes conclusiones de cada objetivo planteado.

- En respuesta al primer objetivo de fundamentar teóricamente la investigación mediante la principal teoría de Thomas Mun que establece que para enriquecer a un país es necesario el intercambio de bienes y servicios lo que conlleva al comercio exterior, además es necesario la baja de presiones fiscales sobre los productos a exportar. Otro factor importante es también la teoría de Adam Smith destacando el libre comercio siempre y cuando la persona no viole las leyes de la justicia.
- En cuanto al segundo objetivo el cual es detallar el mercado de Perú hacia Ecuador y viceversa, se concluye que gracias a los convenios que mantienen estos dos países existen ventajas significativas para llevar un comercio que enriquezca a los países.
- El tercer objetivo específico detalla las MIPYMES transfronterizas del sur que mediante una asociación éstas se ven garantizadas a ofertar sus productos no sólo localmente sino también internacionalmente. Empresas como “Don Manuelito”, “Coconut” y “Chiflar” están dispuestos a abarcar al país e internacionalizarse con sus productos. Es por eso que es factible la construcción de un centro de distribución ubicado en la ciudad de Huaquillas ya que al tener gran cantidad de demanda se podrá almacenar en dicho centro, además que la zona geográfica es ventajosa ya que se ubicará en las afueras de la ciudad para que ingrese vehículos de carga pesada y los distribuyan a los diferentes locales.

Finalmente, se realizó un presupuesto financiero que contará con varios socios que determina la viabilidad del proyecto en donde la TIR es de 44% y el WACC de 26,73% por lo que el flujo de caja es positivo ya que este valor es una cantidad equilibrada para los accionistas. Por otra parte, el VAN del proyecto es de \$140.071,11.

Recomendaciones

Se requiere al Estado que Huaquillas tenga mayor control para evitar el contrabando y la seguridad. Con el pasar de los años la ilegalidad que hay entre las fronteras hace que Huaquillas se convierta en una ciudad peligrosa por lo que se espera el aporte de estas instituciones gubernamentales-

Por otro lado, se espera implementar dentro del centro de distribución la logística verde que consiste en implementar beneficios que contribuyan al medio ambiente como el reciclaje de los desechos, transporte ecológico, almacenes verdes y el uso de la materia prima ya que mejora la imagen de la empresa y el ahorro de recursos y dinero.

Referencias

- A. R. Racking. (2021, junio 1). *Centros de Distribución o CEDIs: Qué son, ventajas y funciones* | AR Racking Perú. <https://www.ar-racking.com/pe/actualidad/blog/calidad-y-seguridad-2/centros-de-distribucion-logistica-o-cedi-que-son-ventajas-y-funciones>
- Agencia EFE. (2021, agosto 23). Economía peruana crece un 42% en el segundo trimestre sin recuperar el nivel del 2019. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/mundo/economia-peruana-crece-segundo-trimestre.html>
- Alessandro Ford. (2020, noviembre 17). Contrabando se torna sangriento entre Ecuador y Perú. *InSight Crime*. <https://es.insightcrime.org/noticias/noticias-del-dia/contrabando-se-torna-sangriento-entre-Ecuador-y-peru/>
- Analitik, V. (2021, agosto 3). Inflación de Perú en 2021 llega al 3,4 % y se aleja de la meta del Banco Central. *Valora Analitik*. <https://www.valoraanalitik.com/2021/08/03/inflacion-peru-2021-llega-3-4-se-aleja-meta-banco-central/>
- Arrieta Posada, J. G. (2011a). Aspectos a considerar para una buena gestión en los almacenes de las empresas (Centros de Distribución, cedis). *Journal of Economics*, 15. <https://www.redalyc.org/pdf/3607/360733610006.pdf>
- Arrieta Posada, J. G. (2011b). Aspectos a considerar para una buena gestión en los almacenes de las empresas (Centros de Distribución, CEDIS). *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 16(30), 83-96. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2077-18862011000100007&lng=es&nrm=iso&tlng=en
- ASCEXLOGIC. (s. f.). *Importaciones a Ecuador: ¿Qué tendencias hay en el 2021?* - *Ascexlogic*. Recuperado 6 de septiembre de 2021, de <https://ascexlogic.com/importaciones-a-ecuador/>

- Bajo Rubio, O. (2015). Teorías del comercio internacional: Una panorámica. *Ekonomiaz*.
file:///C:/Users/Geanella/Downloads/Dialnet-TeoriasDelComercioInternacional-274408.pdf
- Banco de la República. (s.f.). *¿Por qué es importante tener una inflación baja y estable?*
Banco de la República (banco central de Colombia).
<https://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-importante-tener-una-inflacion-baja-y-estable>
- Barrientos-Felipa, P. (2017). Estrategia de diversificación productiva en Perú y su aplicación en el sector agrícola*. *Semestre Económico*, 20(44), 117-136.
<https://doi.org/10.22395/seec.v20n44a6>
- BCE. (2021, mayo 31). *La economía ecuatoriana inicia la recuperación económica con una expansión del 2,8% en 2021*. <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1431-la-economia-ecuatoriana-inicia-la-recuperacion-economica-con-una-expansion-del-2-8-en-2021>
- Bernal, C. A. (2010a). *Metodología de la Investigación* (Tercera edición). Pearson Educación. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bernal, C. A. (2010b). *Metodología de la Investigación* (Tercera edición). Pearson Educación. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bernal, C. A. (2010c). *Metodología de la Investigación* (Tercera edición). Pearson Educación. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bernal, C. A. (2010d). *Metodología de la Investigación* (Tercera edición). Pearson Educación. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

- Bernal, C. A. (2010e). *Metodología de la Investigación* (Tercera edición). Pearson Educación. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bolaños C., E. A. (1999). David Ricardo . *Ensayos de Economía*, 10(16), 61-87. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ede/article/view/23864>
- Borgucci, E. (2011a). Vigencia de algunas de las ideas mercantilistas de Thomas Mun. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, Vol. XVII(No. 2), 359-374. [file:///C:/Users/Geanella/Downloads/Dialnet-VigenciaDeAlgunasDeLasIdeasMercantilistasDeThomasM-4112477%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Geanella/Downloads/Dialnet-VigenciaDeAlgunasDeLasIdeasMercantilistasDeThomasM-4112477%20(2).pdf)
- Borgucci, E. (2011b). Vigencia de algunas de las ideas mercantilistas de Thomas Mun. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, Vol. XVII(No. 2), 359-374. [file:///C:/Users/Geanella/Downloads/Dialnet-VigenciaDeAlgunasDeLasIdeasMercantilistasDeThomasM-4112477%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Geanella/Downloads/Dialnet-VigenciaDeAlgunasDeLasIdeasMercantilistasDeThomasM-4112477%20(2).pdf)
- Borgucci, E. (2011c). Vigencia de algunas de las ideas mercantilistas de Thomas Mun. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, Vol. XVII(No. 2), 359-374. [file:///C:/Users/Geanella/Downloads/Dialnet-VigenciaDeAlgunasDeLasIdeasMercantilistasDeThomasM-4112477%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Geanella/Downloads/Dialnet-VigenciaDeAlgunasDeLasIdeasMercantilistasDeThomasM-4112477%20(2).pdf)
- Boscán de Pacheco, G. (2016). Conocimiento, contexto y método. aspectos que promueven una postura de investigador. *Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado*, 19(36), 75-86. <https://www.redalyc.org/pdf/880/88046587005.pdf>
- Reglamento de registro y control sanitario de alimentos, n.º Acuerdo Ministerial 2912, 16 (2013). <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/Reglamento-de-registro-y-control-sanitario-de-alimentos.pdf>
- Reglamento de registro y control sanitario de alimentos, n.º Acuerdo Ministerial 2912, 16 (2013). <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/Reglamento-de-registro-y-control-sanitario-de-alimentos.pdf>

- Chávez Chicas, B. M., Najarro Martínez, J. B., & Rivas González, D. O. (2019). *“Análisis, Diseño e Implementación de un Centro de Distribución”, Objetivo: Tener la visión completa de las áreas que conforman un CDD y las variables que deben administrarse para su operación.* [Monografía Especializada, Universidad Dr. José Matías Delgado]. <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Biblioteca-virtual/tesis/04/IAI/ADCA0000922.pdf>
- Chiriboga, M. (2009a). *El acuerdo de paz Ecuador-Perú: ¿hubo rédito comercial y fronterizo?* 20.
- Chiriboga, M. (2009b). *El acuerdo de paz Ecuador-Perú: ¿hubo rédito comercial y fronterizo?* 20.
- Coba, G. (2020). 48 empresas en Ecuador exportaron a nuevos mercados en 2020. *Primicias.* <https://www.primicias.ec/noticias/economia/empresas-ecuador-oportunidades-exportacion-2020/>
- ComexPerú. (2021a, abril 9). *Importaciones muestran recuperación al primer bimestre de 2021.* COMEX - Sociedad de Comercio Exterior Del Perú. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/importaciones-muestran-recuperacion-al-primer-bimestre-de-2021>
- ComexPerú. (2021b, abril 9). *Importaciones muestran recuperación al primer bimestre de 2021.* COMEX - Sociedad de Comercio Exterior Del Perú. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/importaciones-muestran-recuperacion-al-primer-bimestre-de-2021>
- Ley orgánica de aduanas, n.º Registro Oficial Suplemento 219 (2003). http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2_ecu_anexo30.pdf
- Comunidad Andina. (s.f.). *Mipymes.* <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=313&tipo=TE&title=mipymes>
- Comunidad Andina. (s.f.a). *¿Qué es la Comunidad Andina (CAN)?* 7.
- Comunidad Andina. (s.f.b). *¿Qué es la Comunidad Andina (CAN)?* 7.

- Ley de compañías, Arts. 59, 143, Código de Comercio, Arts. 30 (2014). <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/Ley+de+compañias+act.+mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPeres&CACHID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>
- Constitución de la república del Ecuador*, 132 (2008). <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>
- Contreras, C. (s.f.). «*Historia prehispánica*» punto de partida para conocer nuestro pasado. 4. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/Moneda-139/Moneda-139-11.pdf>
- Datosmacro. (2020a). *Ecuador—Exportaciones de Mercancías 2020*. datosmacro.com. <https://datosmacro.expansion.com/comercio/exportaciones/ecuador>
- Datosmacro. (2020b). *PIB de Perú 2020*. datosmacro.com. <https://datosmacro.expansion.com/pib/peru>
- Delgado Olaya, R. M. (2017). *Efectos de la evasión en el impuesto a la renta, originado por el contrabando de mercaderías en la frontera Sur* [Maestría, Universidad Espíritu Santo]. <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/1646/1/TESIS.pdf>
- Donoso, C., FLACSO (Organization), & Corporación Andina de Fomento (Eds.). (2009). *Ecuador-Perú: Evaluación de una década de paz y desarrollo* (1a. ed). FLACSO Ecuador : Corporación Andina de Fomento.
- Eco-Finanzas. (s.f.). *Thomas Mun*. Thomas Mun: La importancia de vender más de lo que se compra. https://www.eco-finanzas.com/economia/economistas/Thomas_mun.htm
- EFE. (2021, mayo 5). *Las exportaciones peruanas crecieron un 12,6 % en el primer trimestre de 2021*. SWI swissinfo.ch. https://www.swissinfo.ch/spa/per%C3%BA-exportaciones_las-exportaciones-peruanas-crecieron-un-12-6---en-el-primer-trimestre-de-2021/46594318

- Escobar, L. (2021a, agosto 10). Relación comercial entre Ecuador y Perú está consolidada; posibles medidas del nuevo gobierno no la afectarían. *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/internacional/relacion-comercial-entre-ecuador-y-peru-esta-consolidada-posibles-medidas-del-nuevo-gobierno-no-la-afectarian-nota/>
- Escobar, L. (2021b, agosto 10). Relación comercial entre Ecuador y Perú está consolidada; posibles medidas del nuevo gobierno no la afectarían. *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/internacional/relacion-comercial-entre-ecuador-y-peru-esta-consolidada-posibles-medidas-del-nuevo-gobierno-no-la-afectarian-nota/>
- Expansión. (s.f.). *Zona de libre comercio (FTZ)*. <https://www.expansion.com/diccionario-economico/zona-de-libre-comercio-ftz.html>
- Fabián Soriano. (2015). *Controles aduaneros perfeccionados*. 16.
- Fernando Medina. (2020, noviembre 21). Mafias se disputan control de pasos para contrabando. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/seguridad/mafias-disputa-control-pasos-contrabando.html>
- FMI-ICEX. (2021, julio 14). *Contexto macroeconómico de Ecuador*. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/41eb41c7-fc00-4cd0-8604-cd2ae4fac062/Ecuador.aspx>
- Gabriela Ruíz. (2015). *Rutas fronterizas del contrabando en Ecuador*. 5. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/8342/1/BFLACSO-PC15-02-Ruiz.pdf>
- Gerencia. (2016, agosto 25). *¿Qué es un estudio de factibilidad?* Impulsa Popular | Banco Popular Dominicano. <https://www.impulsapopular.com/gerencia/que-es-un-estudio-de-factibilidad/>

- Guzmán-Barrón Sobrevilla, C. (s.f.). *Rol del Comercio Exterior en el desarrollo del país*.
file:///C:/Users/Geanella/Downloads/Dialnet-
RolDelComercioExteriorEnElDesarrolloDelPais-5110540%20(2).pdf
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014).
Metodología de la Investigación (Sexta edición). McGRAW-HILL.
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- La Hora. (2021, marzo 19). *El 50% de los principales productos de exportación generaron menos ingresos a inicios de 2021 | Diario La Hora*.
<https://www.lahora.com.ec/pais/el-50-de-los-principales-productos-de-exportacion-generaron-menos-ingresos-a-inicios-de-2021/>
- La Ventaja Competitiva según Michael Porter*. (s.f.). 6.
http://fcaenlinea.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf
- Logycom. (s.f.). *Importancia del almacenaje y distribución en logística*.
<https://www.logycom.mx/blog/importancia-almacenaje-distribucion-logistica>
- López Contreras, J. (2004). Las agendas de seguridad de Ecuador y Perú, antes y después del Acuerdo de Paz entre los dos países. En *Ecuador-Perú: Antagonismo, negociación e intereses nacionales* (1era Ed, p. 243). ABYA - YALA.
https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1168&context=abya_yala
- López, P. L. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 09(08), 69-74.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Lozano, V. (2021, junio 6). Estos son los 10 principales productos agrícolas de exportación del Perú. *Agencia Andina*. <https://andina.pe/agencia/noticia-estos-son-los-10-principales-productos-agricolas-exportacion-del-peru-848081.aspx>
- Lumbreras, L. G., Kaulicke, P., Santillana, J. I., & Espinoza, W. (2020). *Compendio de Historia Económica del Perú*.

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/libros/historia/1-economia-prehispanica.pdf>

Luna, R., & Chaves, D. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. 35. https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf

Código de Comercio, n.º 0, 187 (2019). https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf

MINAGRI. (s.f.). *El comercio Internacional*. <https://www.minagri.gob.pe/portal/22-sector-agrario/vision-general/191-el-comercio-internacional>

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020, diciembre 30). *Exportaciones impulsan a Ecuador como potencia agropecuaria – Ministerio de Agricultura y Ganadería*. <https://www.agricultura.gob.ec/exportaciones-impulsan-a-ecuador-como-potencia-agropecuaria/>

Ordoñez Iturralde, D. (2012). El comercio exterior del Ecuador: análisis del intercambio de bienes desde la colonia hasta la actualidad. *Economía del Ecuador*. <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2012/ddoi.html>

Organización Mundial del Comercio (OMC). (s.f.). *OMC | Aranceles—Portada*. https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariffs_s.htm

Otero Ortega, A. (2018). *Enfoques de investigación*. https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_Enfoques_de_investigacion/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/enfoques-de-investigacion.pdf

Porter, M. E. (s.f.). *La ventaja competitiva de las naciones*. <https://www.uic.org.ar/IntranetCompetitividad/1-jornada/2.lectura-complementaria/1.ser-competitivo-michael-porter-cap.pdf>

Redacción España. (2020, agosto 12). *Zona de libre comercio, ¿en qué consiste?* <https://internacionalmente.com/zona-de-libre-comercio/>

- Rodríguez Hernández, A. J., Arroyo Vozmediano, J., & Sánchez Belén, J. A. (2017). Thomas Mun y el Tesoro de Inglaterra o los orígenes intelectuales de la expansión comercial inglesa. , *En Antonio J. Rodríguez, Julio Arroyo Vozmediano y Juan Antonio Sánchez Belén (Eds.), Comercio, Ejército y Finanzas En Una Época En Transición (Siglos XVII-XVIII), Valladolid, Editorial Castilla, 2017.* https://www.academia.edu/35564863/Thomas_Mun_y_el_Tesoro_de_Inglaterra_o_los_origenes_intelectuales_de_la_expansion_comercial_inglesa
- Sampedro, J. L. (2002). *El mercado y la globalización.* 21. <http://www.encarnicela.com/libros-asignatura-BACH/el-mercado-y-la-globalizacion-jose-luis-sampedro.pdf>
- Sánchez Galán, J. (2015, julio 30). *Ventaja comparativa—Definición, qué es y concepto.* Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-comparativa.html>
- Schwartz, P. (2001). *El comercio internacional en la historia del pensamiento económico.* 68. <https://www.eumed.net/cursecon/textos/schwartzgironcom.pdf>
- Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones.* https://abertzalekomunista.net/images/Liburu_PDF/Internacionales/Smith_Adam/La_riqueza_de_las_naciones_-_Adam_Smith-K.pdf
- Swissinfo. (2021, febrero 15). *PIB de Perú cayó 11,12% en 2020, el peor desempeño en tres décadas.* SWI swissinfo.ch. <https://www.swissinfo.ch/spa/afp/pib-de-Peru-cayo-11-12--en-2020--el-peor-desempeño-en-tres-decadas/46372586>
- Universidad Católica Santiago de Guayaquil. (2019). *Dominios institucionales de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.* <https://www.ucsg.edu.ec/wp-content/uploads/pdf/sinde/Dominios-lineas-de-investigacion.pdf>
- Uriarte, J. M. (2019, octubre 31). *Mercado.* <https://www.caracteristicas.co/mercado/>
- Valencia Agudelo, G. D. (2011). *Teoría económica y formación del Estado nación: Mercantilistas y liberalistas.* 147-169. <file:///C:/Users/Geanella/Downloads/Dialnet-TeoriaEconomicaYFormacionDelEstadoNacionalMercantil-4024906.pdf>

- Veloz, A. (2021a, agosto 22). *¿Hacia dónde camina la relación comercial Ecuador-Perú?* | *Gestión*. <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/hacia-donde-camina-la-relacion-comercial-Ecuador-Peru>
- Veloz, A. (2021b, agosto 22). *¿Hacia dónde camina la relación comercial Ecuador-Perú?* | *Gestión*. <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/hacia-donde-camina-la-relacion-comercial-Ecuador-Peru>
- Veloz, A. (2021c, agosto 22). *¿Hacia dónde camina la relación comercial Ecuador-Perú?* | *Gestión*. <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/hacia-donde-camina-la-relacion-comercial-Ecuador-Peru>
- Ventaja competitiva.* (s.f.). <https://courses.lumenlearning.com/suny-internationalbusiness/chapter/reading-competitive-advantage/>
- Yanez, D. (2020, mayo 19). *Enfoque de la investigación: Tipos y características*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/enfoque-investigacion/>
- Zonológica. (2018, enero 15). *¿Qué es un centro de distribución?* <https://zonologica.com/que-es-un-centro-de-distribucion/>

APÉNDICE

Apéndice A: Entrevista a Café “Don Manuelito”



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
EMPRESARIALES**

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

Guayaquil, Ecuador

Estimado señor empresario me encuentro realizando mi trabajo de titulación para el título de Licenciada en Comercio Exterior de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, por lo que mi tema requiere de una entrevista con fines investigativos, el tema a tratar es el siguiente:

“Estudio de factibilidad empresarial para la creación de asociación de productores para la formación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas, Ecuador”

Por lo anterior agradezco la oportunidad y el tiempo que va usted a tomarse en contestar las siguientes preguntas:

1. Por favor denos un pequeño resumen de su negocio y cuánto tiempo lleva en el mercado.

Nuestra empresa lleva alrededor de 30 años de trayectoria en el sector del café, es una empresa que está ubicada en Piñas, parte alta de la provincia de El Oro. Tenemos variedad de productos cafetaleros como el café tostado y molido, instantáneo, premium, pastas de maní y chocolate en barra amargo y dulce.

2. ¿Cree usted que un centro de distribución internacional tanto en Ecuador como en Perú pudiera ser un potenciador de la venta de cada uno de los países y en particular de las empresas?

Por supuesto, actualmente en las fronteras de Huaquillas se visualiza un mayor impacto en cuanto al contrabando que estos dos países manejan. Es una situación fuerte debido a que acarrea grandes problemas de delincuencia por lo que al constituir una empresa que abarque productos legalmente importados no va a dejar de existir contrabando, sino más bien concienciar a los ciudadanos a adquirir productos con la legalidad correspondiente

3. ¿Su empresa actualmente está exportando hacia algún destino?

Por el momento no exportamos debido a las grandes regularizaciones que los gobiernos han puesto por delante hacia los productores. En cuanto a costos por vía aérea es más costoso el flete del producto y a nuestros clientes no les conviene por el precio.

4. ¿Le interesaría tener una sociedad o ser accionista en este centro de distribución?

Me interesa la idea ya que este centro de distribución está dando aperturas a que los mercados puedan internacionalizarse y dar la oportunidad a que en el país vecino puedan consumir nuestro café, que es un café de altura y de buena calidad.

Apéndice B: Fotografía con don Manuel Tapia, gerente de Café “Don Manuelito”



Apéndice C: Entrevista a “Tutosnack”



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

Guayaquil, Ecuador

Estimado señor empresario me encuentro realizando mi trabajo de titulación para el título de Licenciada en Comercio Exterior de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, por lo que mi tema requiere de una entrevista con fines investigativos, el tema a tratar es el siguiente:

“Estudio de factibilidad empresarial para la creación de asociación de productores para la formación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas, Ecuador”

Por lo anterior agradezco la oportunidad y el tiempo que va usted a tomarse en contestar las siguientes preguntas:

1. Por favor denos un pequeño resumen de su negocio y cuánto tiempo lleva en el mercado.

Tutosnack es una empresa encargada de producir snacks ecuatorianos, entre los que mayormente se consumen son los patacones y el tigrillo mix. Llevamos desde

el año 2010 en este negocio el cual nos ha llevado a innovar cada vez mas en nuestros productos.

2. ¿Cree usted que un centro de distribución internacional tanto en Ecuador como en Perú pudiera ser un potenciador de la venta de cada uno de los países y en particular de las empresas?

Sí, debido a que no es muy común que Ecuador cuente con centros de distribución en este caso privados. Por lo general las multinacionales cuentan con su propio CEDI lo cual no da apertura a que mercados como el nuestro podamos incursionar en el mercado internacional. Al haber un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas se está dando paso a la reactivación económica no solo de la ciudad sino también del país.

3. ¿Su empresa actualmente está exportando hacia algún destino?

Actualmente estamos enfocándonos principalmente en supermercados como “Mi Comisariato” y “Supermaxi”

4. ¿Le interesaría tener una sociedad o ser accionista en este centro de distribución?

Creo que si es muy interesante la idea de asociarse con productores así como nosotros y por qué no si estará ubicado este centro en Huaquillas, que es una ciudad muy comercial.

Apéndice D: Entrevista a “Coconuu”



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

Guayaquil, Ecuador

Estimado señor empresario me encuentro realizando mi trabajo de titulación para el título de Licenciada en Comercio Exterior de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, por lo que mi tema requiere de una entrevista con fines investigativos, el tema a tratar es el siguiente:

“Estudio de factibilidad empresarial para la creación de asociación de productores para la formación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas, Ecuador”

Por lo anterior agradezco la oportunidad y el tiempo que va usted a tomarse en contestar las siguientes preguntas:

1. Por favor denos un pequeño resumen de su negocio y cuánto tiempo lleva en el mercado.

Nuestro negocio tiene aproximadamente 4 años desde que lo comenzamos en familia. Nuestras galletas las realizamos en una bodega con máquinas un poco

más industriales la cual distribuimos alrededor de las ciudades de la provincia de El Oro.

2. ¿Cree usted que un centro de distribución internacional tanto en Ecuador como en Perú pudiera ser un potenciador de la venta de cada uno de los países y en particular de las empresas?

En nuestra provincia no conozco algún centro de distribución, y si este centro estará ubicado en Huaquillas trae muchos beneficios y oportunidades laborales a nuestra provincia.

3. ¿Su empresa actualmente está exportando hacia algún destino?

No, somos una empresa familiar muy pequeña que aún no exportamos nuestro producto.

4. ¿Le interesaría tener una sociedad o ser accionista en este centro de distribución?

Al tener sociedad con más empresas es importante destacar que nuestro país está lleno de personas innovadores. Si este centro de distribución cumple las expectativas de internacionalizar nuestros productos sería beneficioso estar ahí

Apéndice E: Presupuesto para la construcción del centro de distribución



Desarrollo de productos innovadores

Av. República e/ Chiriboga y Juan Montalvo
Huaquillas - Ecuador
Teléfono: 0983186801 - 0959564444 - (07) 2510 326
Asesor de venta: Ing. Marlelly Córdova
info@grupoacero.com.ec

COTIZACIÓN #	478921
CLIENTE ID	11081

CLIENTE

Ing. Geanella Rodríguez

	TOTAL
OBRA GRIS Y ACABADOS	
CONSTRUCCIÓN DEL PROYECTO	300000,00
Incluye materiales	
Incluye mano de obra	
FASE 1 (MUROS PLINTOS Y COLUMNAS)	
Preliminares	
Excavación de cimientos	
Relleno compacto	
Cimentación	
Replanteo	
Zapatas	
Muros y riostras	
Hormigón	
Acero de refuerzo en zapatas y riostras	
Plintos y columnas	
Distribución de tuberías y cajas de desagüe	
Cisterna subterránea	
FASE 2 (LEVANTAMIENTO)	
Levantamiento o enladrillado de paredes	
Distribución de manguereado eléctrico	
Enlucido de paredes	
Enlucido de filos	
Fundición y nivelación de pisos	
Estructura metálica y techado integral	
FASE 3 (ACABADOS GENERALES)	
Instalaciones eléctricas e iluminación	
Empaste y pintura	
Material y pegado de porcelanato en piso y paredes	
Instalación de ventanas y mamparas	
Grifería, piezas sanitarias, y similares	
Moviliario	
- Área administrativa (escritorio y archivadores)	
- Recepción (counter, y archivador aéreo)	

TÉRMINOS Y CONDICIONES

1. Forma de pago: 50% anticipado, 40% 20 días después, y 10% final de la obra
2. Precio no incluye IVA
3. Entrega: A convenir
4. Por favor enviar la cotización firmada al email info@grupoacero.com.ec

La aceptación del cliente (firmar a continuación):

x _____

Si usted tiene alguna pregunta sobre esta cotización, por favor, póngase en contacto con nosotros

Gracias por hacer negocios con nosotros!

grupoaceroarq

aceroarq



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Rodríguez Maldonado Geanella Brigitte**, con C.C: # **0706497815** y autora del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad empresarial para la creación de asociación de productores para la formación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas, Ecuador**, previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 15 de septiembre del 2021

Rodríguez Maldonado Geanella Brigitte

C.C: 0706497815



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Estudio de factibilidad empresarial para la creación de asociación de productores para la formación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas, Ecuador.		
AUTOR(ES)	Rodríguez Maldonado Geanella Brigitte		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Santillán Pesantes Jaime Antonio, MBA		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y EMPRESARIALES		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	15 de septiembre del 2021	No. DE PÁGINAS:	109
ÁREAS TEMÁTICAS:	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES, CENTRO DE DISTRIBUCIÓN, PRODUCTOS NACIONALES, PRODUCTOS INTERNACIONALES, ALMACENAMIENTO, ABASTECIMIENTO		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>En la actualidad existen complicaciones en el intercambio que se maneja día a día en la frontera ecuatoriano-peruana. Esto ha provocado la presencia de cunas de mafias por el intercambio que tanto Ecuador como Perú han manejado, y por lo que ha llevado a una escalonada ola de contrabando lo cual perjudica a las MiPymes de ambos países.</p> <p>Por lo tanto, en este proyecto se buscó determinar la factibilidad para la creación de una asociación de productores para la formación de un centro de distribución en la ciudad de Huaquillas.</p> <p>La metodología utilizada es una postura paradigmática constructivista, método inductivo, estudio de caso y enfoque mixto para lo cual mediante entrevistas se recolectó mayor información de los accionistas para este centro.</p> <p>Además, se da a conocer que hoy en día las MiPymes juegan un factor importante al impulsar la economía de un país, y por esta razón es el objeto del presente trabajo que conlleve a uniones estratégicas para fortalecer el sistema logístico de las empresas.</p> <p>Finalmente, en esta investigación dio como resultado que sí es posible realizar una propuesta de una zona especial donde pueda haber intercambio tanto de productos ecuatorianos como peruanos de forma legal que beneficie en varios aspectos a la economía de los países.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	+593-983-084-674	gbrodriguez11@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.		
	Teléfono: PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129		
	E-mail: monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			