



**Instituto Tecnológico Universitario de Formación Profesional, Administrativa y
Comercial**

Carrera:

Tecnología en Comercio exterior

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

**Manual de procedimientos para la atención al cliente de la empresa WLADIMIR
COKA ASOCIADOS S.A. como agente de aduana.**

**Requisito previo para la obtención del título de Tecnológico (a) en Comercio
Exterior**

Autor (a)

Erick Ariel Cedeño Naranjo

Tutor (a)

Msc. Célida Gómez Sánchez

Guayaquil- Ecuador

2022



Instituto Tecnológico Universitario de Formación Profesional, Administrativa y Comercial

Carrera:

Tecnología en Comercio exterior

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

Manual de procedimientos para la atención al cliente de la empresa WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. como agente de aduana.

Requisito previo para la obtención del título de Tecnológico (a) en Comercio Exterior

Autor (a)

Erick Ariel Cedeño Naranjo

Tutor (a)

Msc. Célida Gómez Sánchez

Guayaquil- Ecuador

2022

Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, Erick Ariel Cedeño Naranjo, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en Comercio Exterior, titulado: **“Manual de procedimientos para la atención al cliente de la empresa WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. como agente de aduana.”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo. De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, sureglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

Erick Ariel Cedeño Naranjo

C.I.:0954732806

**RECONOCIMIENTO DE FIRMA, NOTARIADO
(DOCUMENTOS DE LA NOTARIA)**

**COPIA A COLOR DE:
CÉDULA DE CIUDADANÍA Y CERTIFICADO DE VOTACIÓN**


REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA
N. 095473280-6

APellidos y nombres del titular:
CEDERO NARANJO ERICK ARIEL

LUGAR DE NACIMIENTO:
QUAYAS
BOLIVAR (SAGRARIO)

FECHA DE NACIMIENTO: 2001-07-15
NACIONALIDAD: ECUATORIANA
SEXO: HOMBRE
ESTADO CIVIL: SOLTERO



INSTRUCCIÓN: BACHILLERATO
PROFESIÓN / OCUPACIÓN: BACHILLER

V4443V4442

APellidos y nombres del padre:
CEDERO PIVAGUE EDDYN ADRIAN

APellidos y nombres de la madre:
NARANJO IBARRA AUDELJA MILENA

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN:
QUAYAQUIL
2019-11-08

FECHA DE EXPIRACIÓN:
2029-11-08



CERTIFICADO DE VOTACIÓN
11 ABRIL 2021

PROVINCIA: **QUAYAS**

CIRCUNSCRIPCIÓN: **1**

CANTÓN: **QUAYAQUIL**

PARROQUIA: **XIMENA**

ZONA: **2**

JUNTA N.º: **0004 MASCULINO**

N.º: **69902329**

CE N.º: **0954732806**

CEDERO NARANJO ERICK ARIEL



CIUDADANO/O:

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED
SUFRUÓ EN LAS ELECCIONES GENERALES 2021



CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Msc. Célida Gómez Sánchez, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, cuyo tema es: **“Manual de procedimientos para la atención al cliente de la empresa WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. como agente de aduana”**, fue elaborado por el señor Erick Ariel Cedeño Naranjo, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

Msc. Célida Gómez Sánchez
Tutor de Trabajo de Titulación

Agradecimiento

En primer lugar agradezco a Dios por permitirme terminar mis estudios académicos y profesionales de manera exitosa, agradezco a mi señora madre Audelia Naranjo por apoyarme en todo el proceso de mis estudios, ya que ha sido el pilar fundamental para cumplir mis objetivos, a los docentes que me impartieron conocimientos en las aulas del instituto, los cuales fueron importantes para el aprendizaje alcanzado y a todas las personas que de manera directa o indirecta formaron parte de este proceso, ya que de cada una de ellas he aprendido experiencias para mejorar cada día.

Cada uno de los momentos vividos ha sido especial y espero que perduren en el tiempo, ya que son inolvidables, los cuales son aprendizajes que me ha permitido corregir errores y avanzar de manera positiva en mi vida.

Erick Cedeño Naranjo

Dedicatoria

Con la bendición y sabiduría otorgada por Dios, dedico el presente trabajo principalmente a mi madre y familiares, los cuales me han impulsado para lograr las metas que me he propuesto, sin olvidar a mis amigos y compañeros de clase, todos ellos han sido el motor que me han impulsado en cumplir lo que me he propuesto tanto en mi vida académica como profesional. Gracias por la paciencia brindada y espero contar siempre con el apoyo de mis seres queridos.

Erick Cedeño Naranjo

Índice de contenido

Agradecimiento	V
Dedicatoria.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XI
ÍNDICE DE ANEXOS	XII
Informe de Urkund (Resultado de % de plagio).....	XIII
Resumen	XIV
Abstract.....	XV
Introducción.....	1
PROBLEMA	5
OBJETIVO GENERAL	5
Capítulo I.....	6
Fundamentación.....	6
1.1. Marco histórico	6
1.1.1. Evolución del comercio exterior.....	6
1.1.2. Evolución de los manuales de procedimientos y servicio al cliente.....	8
1.1.3. Historia de la agencia de aduana WCA WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.....	10
1.2. Marco teórico.....	12
1.2.1 Comercio Exterior	12
1.2.2. Funciones administrativas	13
1.2.3. La organización en comercio exterior	14
1.2.4. Atención al cliente.....	16
1.2.5. Manuales de procedimientos	17
1.3. Marco conceptual.....	19
1.4. Marco legal	21
1.4.1 Constitución de la República del Ecuador 2008	21
TITULO V	21
1.4.2 Plan de creación de Oportunidades 2021- 2025	22
1.4.3 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)	23
1.4.4. Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción.....	27
1.4.5. Ley de Comercio e Inversiones	28
1.4.6. Reglamento que regula el ejercicio de la actividad de los agentes de aduanas y de sus auxiliares	30
1.4.7. Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación	34

1.4.8. Ley de Comercio electrónico, firmas y mensajes de datos.....	35
1.4.9. Reglamento a la Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensaje de datos.....	38
1.4.10. Reglamento Interno de Trabajo de la Compañía WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.	39
1.4.11. Código de ética de la compañía WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.	43
CAPITULO II.....	46
2.1. Metodología implementada.	46
2.1.1 Enfoque de la investigación.....	46
Enfoque mixto.....	46
2.2 Tipos de investigación.....	47
Investigación Explicativa.....	47
Investigación Descriptiva.....	47
2.3. Métodos teóricos.....	47
2.3.1 Análisis- síntesis.....	47
2.3.2 Inducción – deducción.....	48
2.3.3 Histórico – lógico.....	48
2.4 Métodos empíricos.....	49
2.4.1 Observación.....	49
Desarrollo de la observación.....	49
2.4.2 Cuestionario.....	51
2.5 Métodos estadísticos.....	52
2.5.1 Universo y Muestra.....	52
2.6. Análisis de los resultados.....	52
2.6.1. Análisis de los resultados de la encuesta aplicada.....	52
2.6.2. Análisis de los resultados de la observación.....	65
2.6.3 Análisis de la situación.....	70
2.6.4. Análisis DAFO (FODA).....	70
Análisis CAPA.....	71
Capítulo III.....	74
3). Propuesta.....	74
3.1. Título de la Propuesta.....	74
3.2. Objetivo de la Propuesta.....	74
3.3. Descripción de la Propuesta.....	74
3.4. Factibilidad de Aplicación.....	76

3.4.1. Factibilidad operativa	77
3.4.2. Factibilidad Técnica.....	77
3.4.3. Factibilidad Legal	77
3.4.4. Factibilidad financiera	78
3.5 Resultados esperados de la propuesta.....	79
3.6. Análisis del servicio empleado	80
3.6.1. Diseño y aplicación del manual de procedimientos.....	80
3.6.2. Recursos empleados en la propuesta.....	81
3.6.3. Evaluación del manual de procedimientos	83
3.6.4. Diagrama de Gantt para la realización de capacitaciones.....	85
Conclusiones.....	88
Recomendaciones	89
Bibliografía.....	90
Anexos	1

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	53
Tabla 2	54
Tabla 3	55
Tabla 4	56
Tabla 5	57
Tabla 6	59
Tabla 7	60
Tabla 8	61
Tabla 9	62
Tabla 10	64
Tabla 11	65
Tabla 12	65
Tabla 13	66
Tabla 14	66
Tabla 15	67
Tabla 16	67
Tabla 17	68
Tabla 18	68
Tabla 19	69
Tabla 20	69
Tabla 21	70
Tabla 22	71
Tabla 23	72
Tabla 24	78
Tabla 25	86

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1.....	53
Gráfico N° 2.....	54
Gráfico N° 3.....	55
Gráfico N° 4.....	57
Gráfico N° 5.....	58
Gráfico N° 6.....	59
Gráfico N° 7	60
Gráfico N° 8.....	62
Gráfico N° 9.....	63
Gráfico N° 10.....	64
Gráfico N° 11.....	87

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Modelo de la encuesta	93
Anexo N° 2 Modelo de la guía de observación	95
Anexo N° 3 Manual de procedimientos.....	96

CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación “Manual de procedimientos para la atención de la empresa WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. como agente de aduana.”

CERTIFICO

Que el trabajo del estudiante **ERICK ARIEL CEDEÑO NARANJO** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **COPYLEAKS**.

Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa



Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico



@unversitarlodeformacion

Resumen

En el presente trabajo se desarrolla un manual de procedimientos para mejorar la calidad en la atención al cliente en materia de comercio exterior que brinda la agencia de aduanas WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. Para lo cual se realizó una investigación detallada y profunda para conocer el origen del problema planteado, lo que permitió estudiar las actividades y comportamientos tanto de los colaboradores de la empresa como los clientes de la misma. Los resultados de la misma mediante cuestionarios y guías de observación evidenció la manera correcta de mejorar de manera significativa el servicio ofrecido hacia los usuarios que requieren los servicios aduaneros de la institución, por lo que, por la recopilación de datos planteada permite solventar el tema de la problemática presentada, ya que se presenta el manual pro medio de capacitaciones y aplicativos para ofrecer una mejorar en el servicio al cliente de la agencia de aduanas. Dicha propuesta sirve de gran herramienta para la compañía para incrementar su cartera de clientes y alcanzar un gran reconocimiento tanto nacional como internacionalmente en operaciones del comercio exterior de la agencia WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Palabras claves: Manual de procedimientos, servicio al cliente, comercio exterior

Abstract

In the present work, a manual of procedures is developed to improve the quality of customer service in foreign trade provided by the customs agency WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. For which a detailed and deep investigation was carried out to know the origin of the problem, which allowed studying the activities and behaviors of both the company's collaborators and its clients. The results of the same through questionnaires and observation guides showed the correct way to significantly improve the service offered to users who require the institution's customs services, so that, due to the data collection proposed, it allows solving the issue of the problem presented, since the manual is presented through training and applications to offer an improvement in the customer service of the customs agency. This proposal serves as a great tool for the company to increase its client portfolio and achieve great recognition both nationally and internationally in foreign trade operations of the agency WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Keywords: Procedures manual, customer service, foreign trade

Introducción

El comercio exterior es una actividad que ha existido desde siempre, ya que se ha realizado en tiempos antiguos mediante el acto del intercambio de bienes o productos denominado trueque. Dichos procesos han evolucionado a lo largo de la historia e incrementado su utilización en regiones o países, donde se ha implementado la práctica de la comercialización de mercancías con un propósito de satisfacer una demanda para un grupo de personas que necesitan dicho bien.

La tecnificación de dicha práctica ha permitido que las naciones establezcan normas y leyes para que se suscriban acuerdos comerciales entre regiones que deseen compartir intereses de oferta con los demás países, los cuales han fortalecido la práctica del comercio internacional en el mundo. Con el paso del tiempo y la evolución de tecnología, la globalización llegó para reforzar las bases de la economía mundial, lo cual permite que el comercio exterior crezca de manera exponencial y se amplíen los mercados a todos los países del mundo, para establecer economías de escala que permitan mejorar la situación económica de dichas naciones. Las naciones identifican sus ventajas competitivas con la finalidad de buscar nuevos mercados, diversificar su oferta a nivel mundial lo cual trae como consecuencia el establecimiento de canales de comercialización, precios competitivos con el respectivo beneficio para el consumidor (bajos precios- ley de oferta y demanda).

Por lo que, el comercio exterior se ha vuelto fundamental para la vida de importadores y exportadores extranjeros, los cuales solicitan o entregan bienes de una región a otra mediante los medios de transporte y términos de compraventa internacional que existen para negociar el proceso y mantener los mercados unidos e interconectados entre sí a nivel mundial.

En Ecuador existen aproximadamente más de 275 agentes de aduana a nivel nacional, los cuales se encargan de ofrecer un servicio enfocado en los procesos que las instituciones encargadas de regir la política comercial del país han establecido para para la importación y exportación de bienes o mercancías. La exportaciones e importaciones a nivel nacional se han incrementado un 21% según datos del Banco Central del Ecuador entre el periodo de enero a noviembre del 2020, lo cual se ha evidenciado y reafirmado en los mismos meses del 2021, lo cual permite comparar con el año 2019, ya que se observa un aumento del 5%, en el territorio ecuatoriano. De modo que los ingresos de

dichos operadores del comercio exterior también se han incrementado de manera positiva, ya que se ha observado que en los últimos años, un gran volumen de procesos aduaneros se han realizado mediante agencias de aduana, pues crea en las personas naturales y/o jurídicas mayor seguridad en el manejo de sus operaciones por lo cual prefieren contratar los servicios que ofrece dicho operador y así garantizar que el proceso de nacionalización sea llevado a cabo por profesionales con la tranquilidad de que la carga llegue de manera óptima a las bodegas del importador para su posterior comercialización.

El territorio ecuatoriano es una región que tiene una gran diversidad de ecosistemas, lo cual permite que se obtengan variedades de productos que son demandados a nivel internacional por regiones que carecen de ellos, lo cual permite tener una ventaja competitiva sobre estas naciones; detalle que es aprovechado por los exportadores ecuatorianos para ganar terreno en mercados extranjeros con la finalidad de expandir regiones a las cuales exportar y representar al país con el producto ecuatoriano. Sin embargo, en ámbitos de tecnología avanzada, nuestro país aún tiene un déficit en dicho aspecto, por lo que, importadores nacionales conservan una visión de mejorar a futuro, por lo que solicitan productos o bienes extranjeros para nacionalizarlos en el Ecuador y comercializarlos a nivel nacional, dicha visión se concentra en un aspecto emprendedor y visionario, el cual es traer a conocer a los consumidores ecuatorianos productos que no se generan con facilidad en la región, del extranjero, a su entorno gracias a la globalización existente en el mundo.

En este contexto, la función y los servicios logísticos que brindan los despachadores de aduana, se torna imprescindible, como un aliado estratégico que mientras más eslabones de la cadena logística abarque, más comprometido con el cliente está.

Wladimir Coka Asociados S.A., es una empresa de agente de aduana que se dedica a mejorar el servicio y funcionamiento de procedimientos que se realizan en comercio exterior por importadores y exportadores a nivel nacional e internacional, la cual se fija como meta empresarial buscar la optimización absoluta del proceso de logística en el comercio internacional y satisfacer con totalidad la demanda de los clientes que solicitan el servicio de la agencia de aduana para los trámites aduaneros. La empresa consta con más de quince clientes en el territorio ecuatoriano fijos que depositan la confianza de realizar todo el proceso aduanero del comercio exterior con la institución, lo cual implica que la corporación sea una de las más completas a nivel nacional en cuanto a logística y estabilidad económica en el territorio ecuatoriano.

La presente investigación se basa en la mejora del servicio al cliente en el proceso aduanero de la agencia de aduana mencionada anteriormente, para la captación de nuevos clientes y reconocimiento internacional en mercados extranjeros, los cuales valoran la satisfacción del usuario en el proceso de compraventa internacional ofrecida por un agente de aduana. En la actualidad existen una gran cantidad de agencias de comercio exterior que ofrecen servicios de importación y exportación similares, sin embargo, lo que las diferencia del resto es la forma de manejar los procesos de atención al cliente y capacidad de resolver los problemas regulares y constantes que surgen en el área, donde se debe de estar correctamente preparado y capacitado como institución para brindar respuestas y soluciones a los requerimientos del cliente derivados del manejo de su mercancía, ya que un pequeño error en el desarrollo de la logística de comercio exterior supone costos de almacenaje, demorajes y multas para el usuario que afectan directamente al costo de importación del producto restándole competitividad en el mercado local y desemboca en un cliente insatisfecho que termina por prescindir de los servicios logísticos y de despacho de aduana, por tanto, el manejo eficaz y eficiente que el agente de aduana de a los trámites a él encomendados, provee grandes beneficios al cliente.

Los problemas regulares en el ámbito del comercio exterior para los cliente que utilizan el servicio de un agente de aduana, es que sus cargas no se entreguen en el tiempo provocados por errores en el llenado de la Declaración Aduanera de Importación que el funcionario en aduana se percata y no permite por las leyes existentes, que la mercancía sea nacionalizada, lo que causa un gran problema al importador, ya que se le genera costos adicionales que no tenía contemplado en su presupuesto para dicho procedimiento aduanero. Otro inconveniente que sucede son errores graves que causan multas de cuantiosas cantidades de dinero para el agente de aduana, como lo es la falta de presentación de algún documento de control previo, el cual se sanciona según leyes aduaneras con el diez por ciento del valor de mercancía, lo cual por lo general el importador no asume dicha multa, ya que es un error por parte de la agencia de aduana contratada por no solicitar dicho documento necesario para la importación, ya que el cliente confía su mercancía en el agente aduanero, con dicho valor lo que sucede es que el cliente obtenga una pésima experiencia del servicio brindado, lo cual genera pérdidas económicas y de clientes a nivel institucional para la agencia.

El objetivo de la persona que contrata los servicios de un agente de aduana, es optimizar el tiempo y facilitar el proceso de nacionalización de su carga de manera legal

con la máxima eficiencia posible en el mismo, no obstante los procedimientos trabados, complicados y difíciles de comprender, confunden a la persona dueña de la carga que se encuentra por arribar, lo cual permite que exista problemas de entrega de documentos importantes en el proceso del comercio exterior o malos entendidos que facilita que el desarrollo del trámite aduanero se vea obstaculizado por no tener un buen conocimiento impartido entre cliente y agente de aduana que traerá como consecuencia un mal desenlace a la hora de que la carga en cuestión llegue al puerto de destino, ya que no existirá comprensión de ninguna de las partes y operadores del comercio exterior para la correcta nacionalización de la misma y ubicarla a disposición del importador.

En cuanto a exportaciones, también ocurren errores en los procedimientos para enviar mercancías a algún país y mercado extranjero, ya que en la Declaración Aduanera de Exportación se deben de llenar campos sumamente sensibles, los cuales si se llega a ingresar algún dato del contenedor o de la mercancía enviada a otro país de forma incorrecta, puede generar un gran problema tanto para el agente de aduana como para el exportador, ya que este último podría perder su facultad de exportar bienes a otro país como sanción a un incorrecto llenado de la DAE. Por lo que se debe llenar cada dato e información puntual de manera precisa para evitar sanciones o retrasos en el envío de la mercancía.

Todos los errores o inconvenientes mencionados anteriormente involucrados con los procedimientos de importación y exportación con los servicios brindados por la agencia de aduana hacia el cliente se originan por un motivo general, el cual es la falta de comunicación entre los diferentes eslabones de la empresa con el cliente para solicitar información faltante o errada en los documentos requeridos como soporte y acompañamiento para el correcto llenado de la Declaración Aduanera de Importación. Una agencia de aduana no solo es el agente, consta de varios departamentos necesarios e indispensables para un correcto funcionamiento del proceso aduanero legal y óptimo para el cliente y la mercancía sujeta a nacionalización, como lo son los aforadores; ejecutivos de venta; digitadores; la correcta digitalización de documentos; departamento financiero y de archivos, los cuáles son fundamentales para que la cadena logística aduanera de como resultado un rendimiento impecable y satisfactorio servicio al cliente.

La presente investigación guarda relación con la línea comercial administrativa, la cual indica gestiones empresariales, emprendimiento e innovaciones en el campo del comercio exterior, la cual se aplica por los conocimientos impartidos a lo largo de la

carrera señalada y las experiencias laborales empleadas en el ámbito del comercio internacional, por lo cual se aplica la información conocida en los estudios realizados como lo son acuerdos comerciales, importaciones y exportaciones, procesos y valoraciones aduaneras, conocimientos informáticos y del idioma inglés, fundamental en este mundo del comercio con demás regiones del mundo, por lo cual se guía por dicha línea de estudio para realizar un correcto estudio analítico del tema propuesto correlacionado a la carrera del comercio exterior.

PROBLEMA

¿Cómo mejorar la atención al cliente en la empresa WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. como agente de aduana?

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un manual de procedimientos para la atención al cliente de la empresa WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. como agente de aduana.

En el desarrollo del capítulo I, se menciona los antecedentes e historia de la funcionalidad de los agentes de aduana y su servicio ofertado para obtener una excelente atención al cliente, por lo que se ha abarcado las diferentes teorías del comercio exterior junto a los conceptos relacionados con el tema a tratar, complementando dicha información con la perspectiva y normas legales existentes aplicables para el desarrollo de la información presentada en el tópico planteado.

En el capítulo II, se plantea los métodos de la investigación a realizar, tanto teóricos como prácticos para desarrollar la presente investigación, lo cual permite tener un enfoque concreto sobre el desarrollo de la información propuesta.

Por último, en el capítulo III, se desarrolla la propuesta para solventar la problemática ‘planteada, lo cual permite conocer con mayor detalle las falencias de la empresa estudiada, por lo que se brinda información sobre las acciones a cumplir con respecto al manual de procedimiento diseñado para la agencia de aduanas WLADIMIR COKAS ASOCIADOS S.A.

Capítulo I

Fundamentación

1.1. Marco histórico

1.1.1. Evolución del comercio exterior

El comercio exterior se ha establecido como una forma de intercambio de riquezas entre las regiones y sociedades por siglos, ya que en la antigüedad muchas naciones poseían una desigualdad de recursos comparada con otras, por lo que comerciar a nivel internacional con distintas comunidades generaban beneficios para ambas partes, ya que no solo se aumentaban las economías de las partes involucradas, sino que se mejoraban las relaciones comerciales entre ellas.

En la antigüedad solo existía el medio de transporte terrestre para poder realizarlos intercambios de productos o alimentos a demás regiones, la cual lo emplearon de gran manera las primeras colonias europeas como Roma, Grecia y España a mediados del siglo XV, sin embargo, con el tiempo y la tecnología en avance, se descubrió el medio de transporte marítimo, el cual es el más usado hasta en la actualidad, por su forma práctica de llevar los productos de un continente a otro. En Ecuador se comenzó a realizar el comercio exterior en los siglos XVI Y XVII, donde su primer producto de exportación hacia demás regiones fue el oro. Luego el territorio ecuatoriano proveído de una gran diversidad de recursos, con gran potencial en la agricultura, exportó banano y cacao, para después en 1973 dar un gran salto de exportación en el sector petrolero, conocido dicha época como el “boom petrolero”, donde se le dio la denominación a dicho producto como el oro negro, por lo que el Ecuador se consideró como un país rico en el sector de exportación.

Cabe destacar que los productos que abrieron el camino a las exportaciones a nivel internacional para el Ecuador fueron el cacao, denominada como “pepita de oro”, por su gran demanda en mercados extranjeros donde es solicitaba en gran volumen por consumidores a nivel mundial y el caucho junto a productos primarios como lo son la

tagua, cueros y café fueron solicitados en gran medida en los siglos XIX y principios del siglo XX. Fernando Carvajal, profesor dedicado a estudiar la historia económica y monetaria del Ecuador en la ciudad de Cuenca, indica que, “Hay una expansión impresionante en la agroexportación cacaotera, que tiene que ver con la concentración de la tierra en Guayas, Los Ríos y El Oro y creación de la banca. Ese dinamismo duró hasta la segunda década del siglo XX” (Carvajal, 2016, pág. 1). Por lo que, a consecuencia de la internacionalización gracias a la globalización de dichos productos, el territorio ecuatoriano despuntó en el continente por su gran diversidad en productos agrícolas, de gran calidad y con precios competitivos para mercados externos, incrementando a lo largo de los años la producción nacional en la región.

La ciudad de Guayaquil, denominada como el “Puerto Principal” o “La capital Económica del Ecuador” durante la historia ha hecho honor a sus apelativos, ya que se consideró como la ciudad donde más se exportaba cacao en todo el continente americano, hasta en la actualidad se distribuyen millones de productos a diversas regiones del mundo, generando millones de dólares anuales, por lo que siempre se ha concentrado la mayor fuerza del comercio exterior en dicha localidad. Desde el tiempo de la colonia la ciudad de Guayaquil poseía una bonanza de recursos, lo cual generaba una abundancia de comercios que explotaban los recursos que poseían para generar un intercambio de bienes y servicios de manera informal. Solo en la ciudad de Guayaquil, se registraban el 70% de todas las exportaciones que realizaba el territorio ecuatoriano y el 90% de las importaciones requeridas por el país, por lo cual su nombre de la capital económica del Ecuador, ya que se movilizaban grandes cantidades de dinero e incontables negocios en la ciudad que sostenían el sistema económico de la región, por lo que los recursos en la urbe eran valiosos para el país y demandados en gran magnitud a nivel internacional. A pesar los bloqueos e inconvenientes provenientes de la colonia hacia Guayaquil, la ciudad supo cómo resaltar a nivel continental con los productos de gran calidad, de excelente forma negociados y con eficiencia comercializarlos a nivel mundial para que lleguen de óptima manera a los mercados de destino. Los comerciantes en la metrópoli han ido aprovechando el crecimiento, para perfeccionar la forma de establecer acuerdos comerciales con empresas extranjeras y dar gran valor a la industria y producto nacional en el extranjero, por lo que negocios de productos textiles y agrícolas han sabido adaptarse a las nuevas formas de llegar a mercados internacionales para revalorizar sus precios y ser competitivos con demás países que ofrecen la misma mercancía que ellos, por lo que

el comercio en la ciudad de Guayaquil ha ido evolucionando de gran manera desde la época de la colonia hasta en la actualidad en el presente siglo.

A medida que ha ido avanzando el tiempo y la historia la ciudad ha mejorado exponencialmente su comercio con demás regiones, a pesar de los grandes contratiempos que ha sufrido esta urbe, por grandes incendios y ataque de piratas que hasta en la presente época se sigue suscitando, gracias a dicho acto el comercio exterior se ha visto afectado para el territorio ecuatoriano generando millones de dólares en pérdida y haciendo quebrar a muchas empresas, desafortunadamente dichos hechos aún no son controlados por las autoridades marítimas lo cual empañan los acuerdos y negociaciones comerciales que se mantienen con distintos países alrededor del mundo.

1.1.2. Evolución de los manuales de procedimientos y servicio al cliente

Los manuales de procedimientos existen desde la segunda Guerra Mundial, ya que se utilizaban por la falta de personal capacitado en materia de administración para elaborar sistemas o formas integrales para resolver conflictos o problemas sobre algún tópico u operación específica. Las empresas han utilizado los guías para los procedimientos como una herramienta interna para conocer y subsanar errores institucionales para mejorar la calidad de sus productos y servicios brindados al cliente, ya que, mediante éstos, pequeñas empresas han logrado convertirse en instituciones funcionales, responsables y corporativamente correctas. En el transcurso de la historia empresas arruinadas para la segunda Guerra Mundial, han implementado modelos para la realización de actividades como un instrumento corporativo institucional para mejorar sus funciones complejas en una solución para ampliar sus mercados y buscar un crecimiento nacional con sus productos comerciados u ofertados.

En 1973 el autor Arthur Wellington Holmes escribió el libro “Auditoría: Principios y Procedimiento”, donde resalta la utilización de las pautas para diseñar procedimientos para una correcta administración en una institución. Los manuales de procedimientos se relacionan con la administración y la gestión empresarial con los procesos que esta conlleva, por lo que se debe tener una correcta organización en la corporación por lo que Stephen Paul Robbins y Mary Coulter en su libro escrito en 1987 denominado “Administración” indica.

El cliente es el usuario del producto o servicio que es la base del trabajo del empleado. Siempre que sea posible, debe establecer relaciones directas entre sus trabajadores y sus clientes. Esta medida aumenta la variedad de las destrezas, la autonomía y la retroalimentación de los trabajadores. (Robbins & Mary Coulter, 1987, pág. 550)

Por lo que indican los autores la administración es fundamental para elaborar procedimientos óptimos para brindar una impecable calidad del producto al cliente, todo esto implica que los gerentes a lo largo del tiempo hayan mejorado su trato y beneficios sociales y ocupacionales con sus trabajadores ya que ellos son los que le brindan la imagen del negocio en cada una de las ventas o comercios que se realicen, por lo que un correcto trato hacia ellos, garantiza el éxito de la empresa. No siempre fue de dicha manera, ya que antes los colaboradores de las empresas realizaban las jornadas laborales en situaciones precarias y poco adecuadas, lo cual generaba grandes pérdidas en lapsos de tiempo en instituciones que, aun teniendo grandes recursos con potenciales productos o servicios ofertados, eran cerrados o quebrados por la falta de atención a su cliente interno, en este caso sus trabajadores.

Manteniendo dichos puntos claros, como efecto de una gran administración manteniendo un control y organización en los procedimientos y funciones realizados dentro de una corporación, se enlaza con el siguiente eslabón de la cadena institucional, el cual es el servicio al cliente, fundamental e indispensable para permanecer y madurar en lo que comercio y nuevos mercados se refiere, ya que si no se logra satisfacer la demanda o la expectativa por medio de la experiencia brindada a los usuarios que compran los servicios que se ofrece, la empresa indiferentemente de la actividad que realice está destinada a fracasar en el mundo empresarial.

Existen incontables números de libros que se dedican a explicar el servicio al cliente óptimo para satisfacer al público, sin embargo algunos por resaltar que son verdaderamente interesantes son, el libro denominado “Alcanzando la excelencia mediante el servicio al cliente” de John Tschohl, V escrito en 1991 y “Perfil de competencias para el servicio al cliente” de Jon Warner escrito en 2004, aunque existen tomos de libros con mayor antigüedad, no se centran verdaderamente en el problema, ya que como se mencionó anteriormente en el siglo pasado no se destacaba la importancia

de este servicio para los consumidores, se desplazaba a un segundo plano, en los últimos 30 años es cuando los gerentes de grandes empresas, ha observado que el cliente es lo fundamental para la empresa independientemente del servicio que ofrezcan o la necesidad que la institución solucione, lo importante es el usuario, por lo que el libro “En la experiencia Starbucks/ The Starbucks Experience” escrito por Joseph A. Michelli en el año 2006, el cual indica 5 puntos fundamentales para satisfacer al cliente, básicamente lo que quiere resaltar el libro en cuestión es sorprender al usuario, ser original y tener claro la frase cliché que es una realidad, el cliente siempre tiene la razón, por lo cual con una buena administración se logra tener una estabilidad en los puntos mencionados para realizar un crecimiento potencial de la empresa a nivel nacional e internacional. En la actualidad el servicio al cliente se prioriza en muchas empresas del mundo, tanto así que su modelo de negocio se basa y gira en torno a ello, en Ecuador específicamente en Guayaquil no es la excepción, ya que muchos negocios y comercios toman en gran consideración lo que señala el cliente, en cuanto las agencias de aduana, la opinión del cliente o sus decisiones son severamente importantes, ya que influyen negativa o positivamente en las operaciones de comercio exterior que se desempeñen, ya que ellos deciden cuando desean obtener sus cargas o cuando adquieren algún permiso de control previo necesario para la nacionalización de su mercancía, por lo que los agentes de aduana toman como prioridad la opinión y el servicio al cliente que se brinda, ya que ese es el modelo de negocio que se implementa para lograr una mayor eficiencia y exactitud en los procesos aduaneros.

1.1.3. Historia de la agencia de aduana WCA WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

La agencia de aduana WCA WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. a lo largo de sus años en la gestión del comercio exterior, se ha encargado de realizar procesos aduaneros en todo el territorio ecuatoriano y a nivel internacional, ya que se especializa en la importación y exportación de productos y mercancías, su representante legal es el Ingeniero en Comercio Exterior Coka Castello Miguel Wladimir, el cual constituyó dicha empresa el 25 de septiembre del 2003, para llevar a cabo los trámite de nacionalización de cargas y exportación hacia demás países de las mismas. En sus inicios la empresa se

ubicaba en otro establecimiento en el edificio World Trade Center en Guayaquil, sin embargo, hace unos años, hubo el cambio de despacho de agente de aduana por motivos de amplitud y expandir sus servicios a la Avenida Francisco de Orellana, en el Centro Empresarial las Cámaras, al lado del Hilton Colon, donde en la actualidad se encuentra ubicada la empresa, para desempeñar las funciones aduaneras en el Ecuador.

Como agente de aduana mantienen una gran competencia a nivel nacional, ya que no hay una gran cantidad en todo el territorio nacional como otros modelos de negocio, sin embargo, en el ámbito del comercio exterior existe mucha oferta, por lo que cada cliente o establecimiento importa para un mejor desempeño a futuro en sus funciones organizacionales. Su mayor competencia ha sido la agencia de aduana “Torres y Torres” y se ha mantenido a lo largo del tiempo, por lo cual se han disputado clientes importantes, pilares de las gestiones empresariales aduaneras para dichas instituciones.

La agencia de aduana ha ido implementando nuevos servicios y mejora en los tiempos de procedimientos para realizar un correcto despacho aduanero a sus clientes, no obstante, existen puntos a mejorar que lo podrían posicionar en una mejor escala a nivel nacional e internacional. Los servicios brindados a los clientes son procesos y trámites aduaneros por todas las vías multimodal de transporte para cargar la mercancía, incluir una asesoría de manera generalizada a los usuarios interesados en el comercio exterior, manejo óptimo de los regímenes especiales del comercio exterior, excelente logística y la obtención de documentos o autorizaciones que se soliciten previas al proceso de embarque, arribo y nacionalización de la carga.

Los clientes que contempla WCA WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. son Ambacar; Intaco; Alvarez Barba S.A.; IPAC; MOTRANSA; FV Area Andina S.A., entre otros, los cuales los mencionados son las empresas que desde el principio han apoyado a la empresa en sus gestiones como agente de aduana. De igual manera la empresa ha ido agregando clientes nuevos a su cartera empresarial, por la gran gestión realizada a lo largo de los años en procesos relacionados con la aduana y excelente servicio al cliente, aunque por lo señalado en párrafos anteriores, la gran competencia en el Ecuador, en dicha área los clientes se pueden perder o ganar en cuestión de horas, por lo que un eficiente y correcto servicio es pieza clave para sobresalir e internacionalizarse en el comercio exterior.

La empresa cuenta con aproximadamente más de 25 trabajadores, los cuales se dividen en varios departamentos, como ejecutivos de cuenta, digitadores, digitalización, contabilidad y clasificación de subpartidas, siendo las más destacables dentro del proceso administrativo y operativo de la institución. En los últimos años cuenta con un gran cliente denominado “Starcargo”, el cual genera un gran volumen de movimientos de importaciones y exportaciones para la empresa, dicho cliente es clave para la agencia, por lo que el servicio al cliente y una correcta administración es la base para mantener su demanda y cumplir con las necesidades que solicite en el ámbito aduanero.

1.2. Marco teórico

1.2.1 Comercio Exterior

La globalización ha sido fundamental e indispensable para el desarrollo y evolución del comercio exterior a nivel mundial, ya que las naciones y comunidades han necesitado realizar exportaciones y exportaciones para que sus habitantes dispongan de recursos que en determinadas regiones no poseen, ya sea por la región geográfica de su país o por climas no favorables para la elaboración de dichos productos, por lo que según la CEUPE MAGAZINE, una revista prestigiosa a nivel internacional en temas de comercio exterior concluye que “El comercio exterior puede definirse como el intercambio de bienes y servicios que realiza la economía de un país o área regional con las economías de otros países o áreas regionales” (CEUPE, 2018). Lo cual refleja que los territorios se proveen de recursos los cuales los transforman en exportaciones e importaciones según sean las circunstancias de las regiones y demanda de sus habitantes para dicho consumo nacional.

Según Raquel González Blanco, el comercio exterior tiene varias teorías, las cuales definen sus funciones y propósitos para las naciones las cuáles son:

- 1) Modelo de la Ventaja Absoluta de Adam Smith “La mano invisible”. Se caracteriza por la poca regulación del comercio. Aporta como ventaja que cada país puede especializarse en la producción de bienes en los que tiene una ventaja absoluta.

- 2) Modelo de la Ventaja Comparativa de David Ricardo. Los costes son relativos. El intercambio es posible y mutuamente beneficioso. Se trata de especialización en ventaja comparativa.
- 3) Modelo Heckscher-Ohlin. Los países se especializan en la exportación de los bienes cuya producción es intensiva en el factor en el que país es abundante.
- 4) Teoría del Coste de Oportunidad, de G. Haberler. El trabajo no es el único recurso ni es homogéneo. Se basa en el coste de oportunidad de un bien. (Blanco, 2018)

Por lo que el comercio exterior ha tenido varias perspectivas desde diferentes autores que se refieren al mismo como una base de comunicación económica, cultural y de diversidad de recursos entre naciones.

Los países deben de exportar los productos que de mayor abundancia posean e importar aquellos de los cuales carecen para lograr un equilibrio en la comunidad y aprovechar su producción nacional, lo cual mejora los comercios y empresas nacionales que desean empezar en el comercio exterior. Para Paul Krugman, el comercio exterior a nivel internacional se debe a la globalización por lo que las naciones que lo practican, lo realizan con regiones con economías parecidas, ya que es una competencia imperfecta, lo que da como consecuencia que se generen economías de escala, por lo que se producen mercancías con menor costo de elaboración a mayor volumen para satisfacer la demanda externa de los consumidores en otros países con diferentes gustos y aspectos culturales. (Krugman, 2014).

1.2.2. Funciones administrativas

La administración se basa en regular y controlar las funciones de alguna entidad o institución para alcanzar la eficiencia y el éxito en un ámbito empresarial, por lo que según Henry Fayol, “Se encargan de regular, integrar y controlar las cinco funciones anteriores, realizando actividades y/o deberes al tiempo que se coordinan de manera eficaz y eficiente en la cual se implementa la planificación, organización dirección la coordinación y el control” (Fayol, 1916).

La administración conlleva procedimientos y funciones utilitarias para poder cumplirla a cabalidad con el propósito de llevar un orden institucional o persona en dicha actividad en particular, por lo que según indican Mónica Thompson B. y Jonathan Antezana I. que la administración es una ciencia, la cual influye de manera positiva para realizar técnicas mediante la práctica para lograr actividades con una mayor eficiencia a la hora de realizarlas y eficacia como resultado al ejecutarlas. (Thompson & Antezana, 2022).

Para el desarrollo de una empresa, ya sea pequeña, mediana, grande o transnacional, es indispensable un gran potencial de los recursos acompañados de una correcta y óptima administración, donde las funciones deben ser compartidas entre los colaboradores de la institución midiendo la responsabilidad y compromiso de cada talento y capacidad humana en la empresa. La correcta administración de un negocio se puede medir en las ganancias o rentabilidad que genera la empresa en un periodo de tiempo determinado, por medio de datos contables y estadísticos, ya que los resultados de dichos análisis reflejan un corrector orden y manejo funcional administrativo en el modelo de negocio implementado.

Por lo que el mayor fracaso común en las empresas ecuatorianas y a nivel mundial a la hora de realizar un emprendimiento es la falta de toma de decisiones, ya que desperdician oportunidades o no observan falencias provenientes de la falta de administración y control de lineamientos internos de la empresa, la cual se está dirigiendo para lograr una internacionalización en nichos del comercio externos y lograr la meta alcanzada en un periodo determinado, por lo que se deben tomar correctas decisiones para lograr un equilibrio y éxito exponencial en el negocio emprendido. (Clark, 2017)

1.2.3. La organización en comercio exterior

La organización es base fundamental de un correcto éxito empresarial y potencial crecimiento en mercados internacionales de productos y mercancías para que la demanda de consumidores externos requiera la necesidad de satisfacer el consumo de productos nacionales en dichas regiones exportables. En el ámbito del comercio exterior, la organización es un pilar para la satisfacción del cliente en el servicio de aduanas brindado, por lo que, mediante la misma, se realiza un ajuste en la estructura interna de la empresa

y actividad señalada para cumplir con las expectativas y objetivos trazados por la compañía.

Por lo que según Pavel Prada indica que “El término organización representa una propuesta ligada a la intención de alcanzar un fin, una prueba de ello se puede hallar cuando se revisan las conceptualizaciones derivadas de diferentes investigaciones en el campo de las ciencias administrativas” (Prada, 2018). Por lo que se realizan análisis institucionales para evaluar el desempeño y evolución de la empresa para medir su productividad.

Se deben plantear metas y objetivos para aplicar a un fin determinado por medio de la organización, lo cual indica que la empresa realiza un crecimiento laboral y profesional por medio de la administración que practica en el mercado tanto a nivel nacional como internacional, es necesario trazar compromisos a largo plazo para cumplir con la organización y compromiso de los colaboradores y gerentes de dicha institución para ofrecer un producto de calidad al cliente y mejorar en el nicho de mercado correspondiente por medio de la globalización a nivel mundial. Según Julia Máxima Ugarte para la revista “Organizaciones”, indica que:

La organización constituye una institución social, es decir, una agrupación humana que requiere de ciertas normas y de un orden para convivir de manera adecuada y concretar sus objetivos. Esos aspectos se establecen mediante una cultura organizacional que le permite a una organización desempeñarse y perdurar en el tiempo. (Uriarte, 2021).

Los pilares de un servicio al cliente adecuado para brindar en el ámbito del comercio exterior un servicio de calidad, anteponiéndose a la competencia, es la administración y disponibilidad de recursos óptimos tanto de capital humano como institucional, un eficiente funcionamiento de la empresa, lo cual genera que el cliente base su confianza en el agente de aduana y la responsabilidad acuda sobre aquel. El agente de aduana debe tener una correcta organización cumpliendo objetivos a corto, mediano y largo plazo, para su desarrollo en el mercado internacional, ya que la repercusión de la toma de decisiones por parte del gerente de la empresa dedicada a brindar servicios aduaneros para los procesos de importación y exportación de mercancías es vital para el

ciclo de madurez de la empresa y perdure en el tiempo, obteniendo nuevos usuarios interesado en el servicio brindado a nivel nacional y externo del país.

Según CERTUS, una página dedicada al comercio exterior indica que se deben centrar los objetivos brindados por el agente de aduana en el comercio exterior enfocado a las necesidades del cliente, ya que cada caso es particular, por lo que requiere una atención personalizada según lo desee el cliente, dichas decisiones acertada puede ocasionar la expansión del mercado internacional generando para el servicio ofrecido economías de escala.

1.2.4. Atención al cliente

La atención al cliente es un término que a lo largo de los años por parte de las empresas ha ido retomando impulso para lograr el desarrollo y evolución del negocio emergente, donde se trata de satisfacer las necesidades de los clientes a partir de brindar un producto de calidad, complementando dicha acción con la experiencia brindada, para generar el acto de fidelización y ganar mercados tanto nacionales como internacionales, combatiendo a demás negocios involucrados en el mismo nicho de mercado, con precios competitivos e incrementando el volumen de ventas a mediano y largo plazo.

Fidelizar al cliente en las épocas actuales es tan importante como ofrecer un producto de calidad, el marketing y las ventas establecidas en el negocio marcan la línea y estándares disponibles para lograr un correcto servicio al cliente, el cual pueda promocionarse por el método de boca a boca, lo cual demuestra el cumplimiento de las obligaciones, responsabilidades y compromisos con los anteriores mencionados.

Se necesita una buena estructura empresarial para generar confianza e interés del cliente en los servicios o productos ofrecidos, por lo que se debe de determinar como principio clave de la institución al cliente para el óptimo funcionamiento de la misma. Por lo que se debe tener una correcta relación mediante las vías de comunicación posibles y capacitar de excelente manera al capital humano de la empresa o agencia indicada. Todo lo mencionado va de la mano con las funciones administrativas y de organización abordadas en párrafos anteriores, por lo que se entrelazan para formar una base y pilar de la agencia, en este caso en el comercio exterior, como agente de aduana con sus clientes. (Rojas, 2022)

Según Douglas Da Silva, la atención al cliente posee varios indicadores los cuáles se utilizan para medir la constancia y fidelización de aquellos con la empresa, por lo que se deben tomar en gran consideración, si se plantea adquirir una madurez en dicho nicho de mercado, los cuales son los siguientes:

1. Índice de satisfacción del cliente (CSAT)
2. Índice de recomendación Net Promoter Score (NPS)
3. Tiempo de respuesta inicial
4. Tasa de retención de clientes
5. SERVQUAL
6. Compromiso de tu equipo de atención al cliente. (Silva, 2020)

Dichos indicadores señalan, que el cliente debe de estar contento y satisfecho con el producto y mercancía ofertada por la agencia de aduana, en este caso dentro del comercio exterior, donde debe de sentir una sensación de comodidad y compromiso por parte de la persona que le ofrece sus servicios para nacionalizar su mercancía. Debe realizar un gesto de solidaridad en algunas ocasiones el gerente de la empresa, ya que un excelente trato y dar soluciones a tiempo ayuda de gran manera a obtener una credibilidad en el mercado, lo cual se define por hechos más no por palabras al consumidor final. (Caravaca, 2022)

Por lo que el servicio al cliente es fundamental para gestionar procesos aduaneros en el entorno económico y social, para generar una gran demanda en el exterior y solventar las necesidades de consumidores que desean realizar importaciones o exportaciones, ya sea el caso, para lograr una estabilidad económica, lo cual buscan un servicio en altas condiciones de excelencias en un agente de aduana.

1.2.5. Manuales de procedimientos

Son guías, pilares y estructuras internas de empresas o proyectos empleados para lograr una función específica o actividad en concreto mediante procesos los cuales deben cumplirse para lograr la meta trazada. Son documentos que detallan las operaciones y especificaciones de cada organización para una función concreta, por lo que se puede modificar con el fin de mejorar la utilidad y beneficios para la empresa.

Según la Ingeniera María Eugenia Vivanco Vergara, indica que, los manuales de procedimientos son documentos que contienen las descripciones específicas para lograr

las funciones de algún departamento en la empresa o sitio institucional. Deben ser claros, concisos y explícitos en su contenido, para que los colaboradores de dicho departamento, puedan entender el contenido del mismo, de otra manera, se retrasaría el proceso de comunicación y funcional en la empresa (Vergara, 2017).

Las normas otorgadas por la empresa para conocer las funciones desempeñadas en la misma, en el comercio exterior son elementales para lograr la excelencia en los procesos aduaneros otorgados por el agente de aduana, ya que los colaboradores de dicha empresa, se pueden guiar por los procedimientos ya establecidos acompañado con los lineamientos de la empresa. Dichas guías, deben ser supervisados y controlados con un correcto análisis por los gerentes de la organización, ya que deben evaluar si las funciones impartidas para los diferentes departamentos de la institución se están cumpliendo con responsabilidad, compromiso y exactitud para no cometer errores con el cliente. Los manuales de procedimientos brindan seguridad a los colaboradores de la empresa, lo cual da un aire de sencillez, simplificación y orden a las actividades funcionales de un departamento en cuestión, en el caso del agente de aduana se puede tomar como ejemplo, al departamento de digitación de trámites aduaneros, por lo que poseen normas y códigos de las obligaciones y responsabilidades a cumplir junto a especificaciones de los clientes para poder avanzar con los trámites y procesos requeridos al momento. Las responsabilidades asignadas son establecidas por temas relacionados al bienestar de la empresa interna como externamente para lograr una vocación por parte de los trabajadores de alguna empresa, deben tratarse como lo que son y buscar cómo mejorar su función para mejorar con la competencia nivel territorial (Palma, 2017).

Dentro de las normativas escritas para el cumplimiento de los procedimientos, se deben tomar en consideración ciertas especificaciones y estructura para poder ser evaluados como tal, por lo que según como se observa a continuación, se establecen por parte de lineamientos determinados para lograr la función principal, de ellos, los cuales son dar soporte y describir las actividades de alguna institución laboral.

1. Título y código del procedimiento.
2. Introducción: Explicación corta del procedimiento.
3. Organización: Estructura micro y macro de la entidad.
4. Descripción del procedimiento
5. Responsabilidad: Autoridad o delegación de funciones dentro del proceso.

6. Medidas de seguridad y autocontrol: Aplicables al procedimiento.
7. Informes: Económicos, financieros, estadísticos y recomendaciones.
8. Supervisión, evaluación y examen: Entidades de control y gestión de autocontrol.

Los cuales, permiten que los colaboradores, dentro del ámbito y perspectiva del comercio exterior, posean una visión clara de los procesos aduaneros adecuados a aplicar, para realizar una correcta actividad de tal forma con parámetros ofrecidos por la misma empresa, en este caso, la agencia de aduana la cual se encuentra amparada por la Aduana y decisiones tomadas por el mismo cliente sobre la mercancía a importar o exportar según se requiera (Gomez, 2022).

1.3. Marco conceptual

Agencia de aduana: Es el responsable de una figura como entidad encargada de mediante los procesos y documentos legales aduaneros, garantizar y asesorar a los usuarios importadores y exportadores que deseen realizar dichas actividades en el país de cumplir con todos los reglamentos y permisos correspondientes para poder realizar el pago de tributos, aranceles u otros gravámenes en el comercio exterior para el intercambio de bienes y mercancías con demás naciones. (SERVICIO DE ADUANAS DEL ECUADOR, 2022)

Agente de aduana: Es pilar fundamental en las operaciones y procesos aduaneros dentro del comercio exterior, ya que es el encargado de controlar de que las importaciones y exportaciones en la aduana se realicen de manera legal cumpliendo con los procedimientos correspondientes a las leyes de cada región. Donde le corresponde dentro de sus funciones ser un intermediario legal entre la aduana y el importador o exportador para que se garantice el pago de tributos al comercio exterior y que los bienes o mercancías que en el caso de que se requieran nacionalizar estén en regla y con la normativa aduanera correspondiente. (SERVICIO DE ADUANAS DEL ECUADOR, 2022)

Atención al cliente: Es fundamental para el crecimiento y expansión de una empresa en el nicho de mercado en el cual se desenvuelva, ya que se trata de brindar la mejor experiencia tanto en el producto ofertado como en el capital humano que realiza la atención al usuario, debe ser excelente en calidad para que el usuario se satisfaga con la

institución y el servicio brindado, ya que de no realizarlo de dicha manera podría marcar la quiebra y crisis de la entidad (CAMARA DE MADRID, 2021).

Comercio exterior: Consiste en el intercambio de bienes o servicios entre países o naciones a nivel mundial a través de la globalización, donde se comercializan mercancías en las cuales cierta región tiene ventajas competitivas con otra, para dicha manera expandir los mercados y generar economías de escala. (Roldan, 2017)

Globalización: Son las relaciones que se generan por la conexión que poseen todos países del mundo, donde pueden adquirir servicios, productos o información sin dificultades y en cualquier región donde se ubiquen, ya que tiene como gran aliado a la tecnología que avanza a grandes pasos cada día. (Bezerra, 2021)

Operador de Comercio Exterior: Son personas ya sean naturales o jurídicas que intervienen con la administración y los procesos aduaneros, lo cual su principal función es brindar seguridad a los procedimientos realizados en la aduana y las diversas actividades realizadas en el comercio exterior. (ACAVIR, 2022)

Procedimientos: Es una actividad detallada y específica para llevar a cabo u proceso planteado, el cual puede estar documentado o no, sin embargo, una de sus cualidad es que debe conocerse por parte de todos los colaboradores de la empresa o institución que lo aplique, por lo que se certifica que siempre que se aplique o realice un procedimiento en alguna empresa, existe un procedimiento detrás. (TORRES, 2022)

Procesos: Se denomina a la secuencia de actividades, acciones o tareas que se llevan a cabo para realizarse en cadena o una posterior a otra, para que se ejecute un eje principal para una finalidad en las metas que se plantean las instituciones y las relaciones que giran en torno a la misma. (TORRES, 2022)

Servicio integral de logística: Se basa en la estrategia esencial para formar una cadena de suministro óptimo, donde las operaciones se encuentran conectadas, para llevar la mercancía u operarios a los clientes con el principio de realizar dicha actividad en el menor tiempo posible con la mayor eficiencia permitida. (MECALUX ESMENA, 2020)

Sistemas de gestión de calidad: Se considera como el conjunto de técnicas y aplicaciones diseñadas para mejorar los procedimientos internos de una empresa en algún departamento establecido para lograr que el producto o servicio final ofrecido al cliente

funcione en óptimas condiciones y a plena calidad en todos los aspectos conformados para lograr la satisfacción del cliente. (Reyes, 2021)

Tracking: Generalmente se basa y consiste en una página web ya sea de la propia empresa o de alguna fuente externa, la cual está vinculada al transportista donde se puede observar el proceso logístico aplicado, donde permite visualizar la localización de la mercadería por lo que le brinda al cliente como al operador de comercio exterior, seguridad y control sobre la carga en propiedad. (RFL CARGO, 2022)

Ventajas competitivas: Son los recursos que disponen las empresas, países o nichos de mercados los cuales son exclusivos para dar un impulso a nivel mundial a cierto sector económico para generar reconocimiento internacionalmente al producto o servicio ofertado siendo diferente a los competidores establecidos en el mercado. (CEUPE, 2022)

1.4. Marco legal

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador 2008

TITULO V

ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL ESTADO

Capítulo cuarto

Régimen de competencias

Art 261.- El estado tendrá competencias exclusivas sobre:

5.- Las políticas económicas, tributarias, aduaneras, arancelarias; fiscal y monetarias; comercio exterior y endeudamiento. (p.85)

TITULO VI

REGIMEN DE DESARROLLO

Capitulo cuarto

Soberanía económica

Sección séptima

Política comercial

Art. 306.- El estado promoverá las exportaciones ambientales responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza. (p.96)

De acuerdo a los artículos indicados de la Constitución de la República del Ecuador, expresan la importancia de las exportaciones e importaciones para los ingresos del territorio ecuatoriano, donde mediante dichas operaciones relacionadas al comercio exterior se fomenta a la producción nacional mejorando la calidad a nivel del mercado internacional.

1.4.2 Plan de creación de Oportunidades 2021- 2025

Objetivos del Eje Económico

Objetivo 2. Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional. (p.6)

Políticas:

2.1. Fortalecer vínculos comerciales con socios y países de mercados potenciales que permitan un libre comercio y la consolidación de las exportaciones no petroleras. (p.32)

2.2. Promover un adecuado entorno de negocios que permita la atracción de inversiones y las asociaciones público-privadas. (p.32)

Metas al 2025

2.1.1. Incrementar las exportaciones alta, media, baja, intensidad tecnológica per cápita de 42,38 en al 51,31.

2.1.2. Incrementar la participación de las exportaciones no tradicionales en las exportaciones totales del 41,16% al 48,36%.

2.2.4. Incrementar la Inversión Extranjera Directa de USD 1.189,83 millones USD 2.410,17 millones. (p.31)

Mediante estos artículos señalados se busca mejorar las relaciones comerciales a nivel internacional para incrementar la cantidad de socios con los cuales el Ecuador puede realizar negocios internacionales e impulsar las importaciones y exportaciones en la región dando una modernización al sistema económico.

1.4.3 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)

LIBRO IV

Del comercio Exterior, sus órganos de control e instrumentos

TITULO I

De la institucionalidad en Materia de Comercio Exterior

Art 71.- El organismo que aprobará las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, será un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos procesos vinculados a esta materia, que se denominará Comité de Comercio Exterior(COMEX), y que estará compuesto por titulares o delegados de las siguientes instituciones:

A) El Ministerio rector de la política de comercio exterior

E) El Ministerio a cargo de coordinar la política económica

J) La autoridad aduanera nacional. (p.29)

LIBRO V

DE LA COMPETITIVIDAD SISTEMICA Y DE LA FACILITACION

ADUANERA

TITULO III

De las Sanciones a las Infracciones Aduaneras

Capítulo III

De las Contravenciones

Art 191.- Sanción aplicable. – Sin perjuicio del cobro de los tributos, las contravenciones serán sancionadas de la siguiente manera:

A) En el caso de la letra a) del artículo anterior, con multa equivalente a un (1) salario básico unificado;

B) En los casos de las letras b), c), d) y e) del artículo anterior, con multa equivalente a cinco (5) salarios básicos unificados;

C) En los casos de las letras f), g), I) y m) del artículo anterior, con multa de diez (10) salarios básicos unificados. En caso de la letra g), cuando la infracción sea cometida por un auxiliar de un agente de aduana será sancionado además de la multa con la cancelación de su credencial;

D) En los casos de las letras i) del artículo anterior, con multa de diez por ciento (10%) del valor en aduana de la mercancía;

E) En el caso de la letra j) del artículo anterior, con multa equivalente a 1 salario básico unificado por cada día de retraso. (p.57)

Capítulo IV de las Faltas Reglamentarias

Art 193. – Faltas Reglamentarias. – Constituyen faltas reglamentarias:

- A) El error por parte del transportista en la transmisión electrónica de datos del manifiesto de carga que no sean susceptibles de corrección conforme el reglamento al presente Código;
- B) La transmisión electrónica tardía del manifiesto de carga, por parte del Agente de Carga Internacional, Consolidador o Desconsolidador de Carga, excepto en el caso que dicha transmisión se realice por el envío tardío por parte del transportista efectivo;
- C) El error por parte del Agente de Aduanas, del importador o del exportador en su caso, en la transmisión electrónica de los datos que constan en la declaración aduanera que no sean de aquellos que se pueden corregir conforme las disposiciones del reglamento al presente Código;
- D) El incumplimiento de las disposiciones establecidas en el reglamento de este Título o a los reglamentos que expida la Directora o el Director del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, que hayan sido previamente publicadas en el Registro Oficial, siempre que no constituya una infracción de mayor gravedad.
- E) El incumplimiento o inobservancia de cualquier estipulación contractual, cuya sanción no esté prevista en el respectivo contrato. (p.58)

TITULO V

Auxiliares de la Administración Aduanera

Capítulo I

De los Agentes de Aduana

Art 227. – Agente de Aduana. – Es la persona natural o jurídica cuya licencia, otorgada por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, le faculta a gestionar de manera habitual y por cuenta ajena, el despacho de las mercancías, debiendo para el efecto firmar la declaración aduanera en los casos que establezca el reglamento, estando obligado a facturar por sus servicios de acuerdo a la tabla de honorarios mínimos que será fijados por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, Dicha licencia tendrá un plazo de duración de 5 años, la cual puede ser renovada por el mismo plazo. El Agente de Aduana podrá contratar con cualquier operador que intervenga en el comercio internacional y quedará obligado a responder ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por la información consignada en los documentos. El agente de aduana tendrá el carácter de fedatario y auxiliar de la función pública en cuanto que la aduana tendrá por cierto que los datos que consignan en las declaraciones aduaneras, guarden conformidad con la información y documentos que legalmente le deben servir de base para la declaración aduanera, sin perjuicio de la verificación que puede practicar el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (p.67)

Art. 228. – Derechos y deberes del agente de aduana. – Los agentes de aduana tienen derecho a que se les reconozca de tal a nivel nacional. El principal deber del agente de aduanas es cumplir este Código, sus reglamentos y las disposiciones dictadas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y asesorar en el cumplimiento de las mismas a quienes contraten sus servicios. El otorgamiento de la licencia de los agentes de aduana, sus derechos, obligaciones y las regulaciones de su actividad, se determinarán en el Reglamento de este Código y las disposiciones que dicte para el efecto el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (p.68)

Art. 230. - De los auxiliares de los agentes de aduana. - Los Agentes de Aduana podrán contar con auxiliares para el ejercicio de su actividad, los cuales serán calificados por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador de conformidad con las disposiciones que para el efecto dicte la Directora o el Director General. La credencial del auxiliar tendrá vigencia mientras esté vigente la credencial del agente de aduana y preste sus servicios a éste. Los auxiliares de los agentes de aduana podrán actuar en representación del agente de aduanas en los actos que correspondan a este ante la administración aduanera, excepto en la firma de la declaración. El principal deber de los auxiliares de agente de aduanas es cumplir este Código, sus reglamentos y las disposiciones dictadas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. La credencial del auxiliar del agente de aduana será cancelada en los siguientes casos:

- A) En caso de haber sido sentenciado por delitos contra la administración aduanera:
- B) Por fallecimiento del titular; o
- C) Las demás que establezca este Código. (p.69)

Por medio de los artículos indicados establecidos por el Código mencionado, se plantea conocer las funciones del Agente de aduanas y su compromiso legal y jurídico con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

1.4.4. Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción

TITULO III

LOS INCENTIVOS A LA INVERSION PRODUCTIVA

CAPITULO II

INCENTIVOS SECTORIALES

H. SERVICIOS LOGISITICOS DEL COMERCIO EXTERIOR. – Esos servicios implican todas aquellas necesarias para la adquisición, recepción, mantenimiento, reparación y asistencia técnica de los medios de transporte internacional, así como de las unidades de carga, mercancías y demás equipos que son necesarios para facilitar las operaciones aduaneras, portuarias, aeroportuarias y de cruce de frontera. También se incluyen en este sector a aquellas empresas que faciliten las provisiones y los insumos necesarios para la operación de los medios de transporte internacional de carga, Para efectos de este beneficio, no se considerarán servicios logísticos a la exclusiva actividad de agente de aduanas y de los consolidadores de carga de importación. (p.11)

TITULO I

DE LA OPERATIVIDAD DE LAS ZONAS ESPECIALES DE DESARROLLO ECONOMICO (ZEDE)

CAPITULO III

DEL CONTROL ADUANERO

Sección I

DE LOS PROCEDIMIENTOS PARA EL INGRESO Y SALIDA DE MERCANCÍAS

Art. 59.- No será obligatoria la participación de un agente de Aduana para todos los trámites que se realicen al amparo del destino aduanero ZEDE. (p.30)

Por medio de los artículos indicados, se especifica las acciones en los cuales se requieren las intervenciones del agente de aduanas para un proceso aduanero.

1.4.5. Ley de Comercio e Inversiones

TITULO I

DEL AMBITO Y OBJETO DE LA LEY

ART. 1.- La presente ley tiene por objeto normar y promover el comercio exterior y la inversión directa, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del País y propender a su desarrollo sostenible e integrar la economía ecuatoriana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población. (p.1)

TITULO II

DE LOS PRINCIPIOS Y DISPOSICIONES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE ESTA LEY

Art. 3.- Se considera de prioridad nacional al comercio exterior y en especial al fomento de las exportaciones e inversiones.

El estado diseñará y ejecutará sus políticas en esta materia conforme a los siguientes lineamientos:

- b) Impulsar la internacionalización de la economía ecuatoriana para lograr un ritmo creciente y sostenido de desarrollo.
- e) Promover el crecimiento y diversificación de las exportaciones de bienes, servicios y tecnología.
- g) Impulsar el fortalecimiento y desarrollo de los mecanismos de fomento de las exportaciones e inversiones. (p.2)

Se plantea detallar con los artículos señalados, la importancia del crecimiento económico para el territorio nacional, lo cual marca una incidencia en el aumento de importaciones y exportaciones en el Ecuador mediante la inversión extranjera.

1.4.6. Reglamento que regula el ejercicio de la actividad de los agentes de aduanas y de sus auxiliares

Capítulo III

DERECHOS Y OBLIGACIONES

Art 12. – De los derechos del agente de aduana. – Son derechos del agente de aduana, los siguientes:

1. Conocer sobre los procedimientos a su actividad y todas las disposiciones legales vigentes;
2. Conocer el estado de la tramitación de los procedimientos en los que sea parte o tenga interés legítimo;
3. Conocer la identidad de las autoridades del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, bajo cuya responsabilidad se tramitan los procedimientos administrativos aduaneros en los que sea parte en los que sea parte o tenga interés legítimo;
4. Conocer la identidad de las autoridades del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, bajo cuya responsabilidad se tramitan los procedimientos administrativos aduaneros en lo que sea parte interesada;
5. Formular quejas y sugerencias en relación con el funcionamiento del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador;
6. Gozar de las protecciones y garantías en los casos en que el Agente de Aduana en funciones denuncie en forma motivada ante la máxima autoridad del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, el

incumplimiento de las normas legales, así como la comisión de actos de corrupción; y

7. Los demás que establezca la Constitución y las normas de comercio exterior nacional e internacionales.

Los derechos señalados en el presente artículo son aplicables a sus auxiliares, en lo que hubiere lugar. (p.12)

Art 13. – Obligaciones Principales. – De conformidad con la normativa legal vigente, los agentes de aduana deberán:

1. Realizar sus actividades en la forma y condiciones que establezca el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, su reglamento, las normas supranacionales, las disposiciones dictadas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador; así como, las normas del Código Tributario y otras normas jurídicas sustantivas y adjetivas;
4. Llevar un registro (digital) en el que se detallen cronológicamente los despachos aduaneros efectuados, debiendo conservar los archivos físicos por el término de 5 años contados a partir de la fecha del levante de las mercancías. En los casos en que el Agente de Aduana ejerza la actividad en varios distritos aduaneros, deberá llevar un registro consolidado a nivel nacional en su domicilio tributario principal;
15. Las facturas que se expidan por los servicios brindados, deberán ser emitidas por quien ostenta la calidad de Agente de Aduana debidamente autorizado por el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador o su Delegado;

16. Obtener de todo importador una de las siguientes opciones:
- 1) La Declaración Andina del Valor suscrita por éste;
 - 2) La autorización que registra el importador en el sistema ECUAPASS de su agente de aduana, o;
 - 3) El mandato para suscribir la Declaración Andina de Valor a cuenta, nombre y riesgo del importador, en los términos y condiciones que disponga la correspondiente resolución;
17. Cumplir con la disposición que regula los honorarios mínimos para los agentes de aduana. (págs. 6-7)

At 16. – Fedatario y auxiliar de la función pública. – El Agente de Aduana tendrá el carácter de fedatario y auxiliar de la función pública en cuanto que la Aduana tendrá por cierto que los datos que consignan en las declaraciones aduaneras que formulen, guardan conformidad con la información y documentos que legalmente le deben servir de base para la declaración aduanera, sin perjuicio de la verificación que puede practicar el Servicio Nacional del Ecuador como parte de sus actividades de control. (p.7)

CAPÍTULO XII

SANCIONES ADMINISTRATIVAS

Art 61. – De las sanciones de suspensión y cancelación. – Siempre que el hecho no constituya delito o contravención, los agentes de aduana están sujetos a las sanciones de suspensión y cancelación determinadas en el artículo 229 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (p.20)

Art 62. -De las sanciones por faltas reglamentarias: Constituyen faltas reglamentarias las previstas en los literales c) y d) del artículo 193 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (p.20)

Art 63. – Procedimiento para el juzgamiento administrativo. – Precautelando el debido proceso, el Agente de Aduana se someterá al siguiente procedimiento:

1. La Dirección de Autorizaciones y Expedientes OCEs será el órgano instructor para iniciará un procedimiento sancionatorio administrativo en contra de un Agente de Aduana, cuando se determine un incumplimiento a los requisitos u obligaciones establecidos en las normas que regulan su actividad, ya sea por revisión documental por parte de la Dirección de Autorizaciones y Expedientes OCEs o inspección realizada por la Dirección Nacional de Intervención.
2. En el caso de que la autoridad competente de la materia declare la responsabilidad penal del Agente de Aduana, y dicha declaratoria se encuentre en firme, la autoridad aduanera aplicará las sanciones administrativas a las que hubiere lugar.
3. El procedimiento administrativo sancionador se llevará a cabo conforme a las disposiciones relativas al ejercicio de la potestad sancionadora de la administración y al procedimiento administrativo general, previsto en el Código Orgánico Administrativo; siempre que no se oponga al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y al Reglamento de su Libro V de la Facilitación Aduanera para el Comercio.
4. La resolución del procedimiento administrativo será susceptible de aclaración o ampliación siempre que se solicite dentro de los tres días hábiles siguientes a su notificación. La autoridad deberá atender la

petición de aclaración en los 3 días hábiles siguientes de presentada.

(págs..20-21)

Mediante dicha ley y los artículos detallados, se describe y declara las funciones que ejecuta un agente de aduana en el territorio ecuatoriano, junto a las sanciones que puede contraer cometiendo delitos aduaneros.

1.4.7. Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Artículo 1. – Objeto y ámbito. – La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor. El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de las diversas formas de economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal. (p.4)

Artículo 3. – Definiciones. – Para efectos de la presente Ley se tendrán en cuenta las siguientes definiciones:

1. Emprendimiento. – Es un proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tiene riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo diseño, proceso servicio, método u organización, o añade valor a los existentes.

2. Innovación. – Es el proceso creativo mediante el cual se genera un nuevo producto, diseño, proceso, servicio, método u organización, o añade valor a los existentes.
3. Emprendedor. – Son personas naturales o jurídicas que persiguen un beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades, desarrollan un proyecto y organizan los recursos necesarios para aprovecharlo. (p.4)

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

TECERA. – Registro de Propiedad intelectual para emprendedores. – El ente rector de derechos intelectuales, dentro del plazo de 90 días posteriores a la publicación de esta Ley en el Registro Oficial, deberá difundir los procedimientos y tasas aplicables para el registro de propiedad intelectual para emprendedores, conforme la normativa de la Comunidad Andina. (p.48)

Se citan dichos artículos ya que se comprueba la propiedad intelectual que deben tener los procedimientos e investigaciones para no sufrir plagios o robos de información lo cual perjudica al autor.

1.4.8. Ley de Comercio electrónico, firmas y mensajes de datos.

TITULO PRELIMINAR

Art. 1. – Objeto de la ley. – Esta ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas. (p.1)

Art. 4. – Propiedad intelectual. – Los mensajes de datos estarán sometidos a las leyes, reglamentos y acuerdos internacionales relativos a la propiedad intelectual. (p.2)

Art 9. – Protección de datos. – Para la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de mensajes de datos, se requerirá el consentimiento expreso del titular de éstos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros. (p.2)

Art. 12. – Duplicación del mensaje de datos. – Cada mensaje de datos será considerado diferente. En caso de duda, las partes pedirán la confirmación del nuevo mensaje y tendrán la obligación de verificar técnicamente la autenticidad del mismo. (p.3)

TITULO II

DE LAS FIRMAS ELECTRONICAS, CERTIFICADOS DE FIRMA

ELECTRONICA, ENTIDADES DE CERTIFICACION DE INFORMACION,

ORGANISMOS DE PROMOCION DE LOS SERVICIOS ELECTRONICOS, Y

DE REGULACION Y CONTROL DE LAS ENTIDADES DECERTIFICACION

ACREDITADAS

Art. 13. – Firma electrónica. – Son los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, adjuntados o lógicamente asociados al mismo, y que puedan ser utilizados para identificar al titular de la firma en relación con el mensaje de datos, e indicar que el titular de la firma aprueba y reconoce la información contenida en el mensaje de datos. (págs. 3-4)

Art. 14. – Efectos de la firma electrónica. – La firma electrónica tendrá igual validez y se le reconocerán los mismos efectos jurídicos que a una firma manuscrita en relación con los datos consignados en documentos escritos, y será admitida como prueba en juicio. (p.4)

Art. 16. – La firma electrónica en un mensaje de datos. – Cuando se fijare la firma electrónica en un mensaje de datos, aquella deberá enviarse en un mismo acto como parte

integrante del mensaje de datos o lógicamente asociada a éste. Se presumirá legalmente que el mensaje de datos firmando electrónicamente conlleva la voluntad del emisor, quien se someterá al cumplimiento de las obligaciones contenidas, en dicho mensaje de datos, de acuerdo a lo determinado en la ley. (p.4)

CAPITULO IV

DE LOS ORGANISMOS DE PROMOCION Y DIFUSION DE LOS SERVICIOS ELECTRONICOS, Y DE REGULACION Y CONTROL DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACION ACREDITADAS.

Art. 36. – Organismo de promoción y difusión. – Para efectos de esta ley, el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, “COMEXI”, será el organismo de promoción y difusión de los servicios electrónicos, incluido el comercio electrónico, y el uso de las firmas electrónicas en la promoción de inversiones y comercio exterior. (p.8)

TITULO V

DE LAS INFRACCIONES INFORMATICAS

CAPITULO I

DE LAS INFRACCIONES INFORMATICAS

Art. 57. – infracciones informáticas. – Se considerarán infracciones informáticas, las de carácter administrativo y las que se tipifican, mediante reformas al Código Penal, en la presente ley. (p.13)

Art. ...- Falsificación electrónica. – Son reos de la falsificación electrónica la persona o personas que con ánimo de lucro o bien para causar un perjuicio a tercero, utilizando cualquier medio; alteren o modifiquen mensaje de datos, o la información incluida en

éstos, que se encuentre contenida en cualquier soporte material, sistema de información o telemático, ya sea:

- 1.- Alterando un mensaje de datos en alguno de sus elementos o requisitos de carácter formal o esencial;
- 2.- Simulando un mensaje de datos en todo o en parte, de manera que induzca a error sobre su autenticidad;
3. – Suponiendo en un acto la intervención de personas que no la han tenido o atribuyendo a las que han intervenido en el acto, declaraciones o manifestaciones diferentes de las que hubieren hecho. El delito de falsificación electrónica será sancionado de acuerdo a lo dispuesto en este Capítulo. (págs. 13-14)

Los artículos que señala dicha ley, reflejan que los mensajes de datos y firmas electrónicas son parte fundamental del comercio electrónico, lo cual genera un respaldo en la información y transacciones comerciales realizadas en la actualidad.

1.4.9. Reglamento a la Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensaje de datos.

Art. 1. – Incorporación de archivos o mensajes adjuntos. – La incorporación por remisión a que se refiere el artículo 3 de la Ley 67, incluye archivos y mensajes incorporados por remisión o como anexo en un mensaje de datos y a cuyo contenido se accede indirectamente a partir de un enlace electrónico directo incluido en el mismo mensaje de datos y que forma parte del mismo

En las relaciones con consumidores, es responsabilidad del proveedor asegurar la disponibilidad de los remitidos o anexos para que sean accedidos por un medio aceptable para el consumidor cuando éste lo requiera. En las relaciones de otro tipo las partes podrán acordar la forma y accesibilidad de los anexos y remitidos. (p.1)

Art. 2. – Accesibilidad de la información. – Se considerará que un mensaje de datos, sus anexos y remitidos, son accesibles para consultar posterior cuando se puede recuperar su contenido de forma íntegra en cualquier momento empleando los mecanismos y procedimientos previstos para el efecto, los cuales deberán detallarse y proporcionarse independientemente del mensaje de datos a fin de garantizar el posterior acceso al mismo.
(p.2)

La presente ley se basa en la información que respaldan los mensajes electrónicos generados y que deben ser accesibles al usuario para guardar información valiosa sobre los procedimientos realizados.

**1.4.10. Reglamento Interno de Trabajo de la Compañía WLADIMIR COKA
ASOCIADOS S.A.**

CAPÍTULO VI

**JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE
ASISTENCIA**

Art. – 16. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo ordinario será de ocho (8) horas diarias y cuarenta (40) horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la Compañía, en los centros de trabajo asignados sin perjuicio de la posibilidad de que por acuerdo 9 entre las partes e incluso solicitud expresa unilateral por parte del trabajador esta jornada se vea reducida. Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código del Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de LA EMPRESA. Todos los colaboradores de la empresa, dentro de las disposiciones legales, tendrán derecho a un descanso entre sus jornadas de trabajo, mismo que será definido por el empleador. (págs. 9-10)

CAPÍTULO IX

ÍNDICES MÍNIMOS DE EFICIENCIA

Art.- 52. Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso; caso contrario la Compañía se acogerá al derecho previsto en el numeral 5 del artículo 172 del Código del Trabajo. (p. 20)

Art.- 53- En este sentido, de forma mensual, trimestral o semestral, a criterio del empleador, se evaluará el desempeño en el cargo de cada colaborador de acuerdo a los estándares de cumplimiento dentro de este periodo. En caso de no cumplir con encomiendas dadas al trabajador por periodo, se entenderá que el colaborador no es apto para la prestación del servicio contratado y en consecuencia podrá ser removido el colaborador no solo por faltas al Reglamento Interno de Trabajo sino también por ineptitud manifiesta. (p. 20)

Art.- 54- Todos los trabajadores de la Compañía precautelarán que el trabajo se ejecute en observancia a las normas técnicas aplicadas a su labor específica y que redunde tanto en beneficio de la Compañía, como en el suyo personal. En caso de que así lo considere la empresa, se podrán entregar bonificaciones no recurrentes para el sobresaliente cumplimiento de las disposiciones contractuales y por el cumplimiento de las encomiendas antedichas. (p.20)

CAPÍTULO X

LUGAR LIBRE DE ACOSO

Art.- 55. La Compañía se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Quien cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo con presente reglamento. (p.20)

Art.- 57. Si alguien tiene conocimiento de la existencia de los tipos de acoso ya mencionados tiene la responsabilidad de dar aviso a la Administración, para que se inicien las investigaciones pertinentes y tomar una acción disciplinaria. (p.21)

Art.- 58. Todo reclamo será investigado, tratado confidencialmente y se llevará un reporte de este. (p.21)

CAPÍTULO XI

OBLIGACIONES, DERECHOS Y PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR DE LAS OBLIGACIONES

Art.- 60. Además de las obligaciones constantes en el artículo 45 del Código de Trabajo, las determinadas por la ley, las disposiciones del Contrato de Trabajo y este Reglamento, son obligaciones del Trabajador las siguientes:

1. Cumplir las leyes, reglamentos, instructivos, normas y disposiciones vigentes en la Compañía; que no contravengan al presente Reglamento Interno de Trabajo.
2. Respetar y cumplir a cabalidad el Código de Ética de la compañía;
3. Ejecutar sus labores en los términos determinados en su contrato de trabajo, y en la descripción de funciones de cada posición, desempeñando sus actividades con responsabilidad, esmero y eficiencia.

7. Presentarse al trabajo vestido o uniformado, con sus credenciales, aseado y en aptitud mental y física para el cabal cumplimiento de sus labores. Los trabajadores de oficina y los que deban atender al público, se sujetarán a las disposiciones de uso respectivas;

15. Prestar esmerada atención a los clientes, y terceros, de la Compañía, con diligencia y cortesía, contestando en forma comedida las preguntas que le formulen;

16. Mantener los lugares de trabajo en perfecto orden y limpieza, así como los documentos, correspondientes, y todo el material usado para desempeñar su trabajo;

19. Informar inmediatamente a sus superiores, los hechos o circunstancias que causen o puedan causar daño a la Compañía. (págs. 22-23-24)

DE LOS DERECHOS

Art.- 61- Serán derechos de los trabajadores de la Compañía:

- a) Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la Compañía;
- b) Hacer uso de las vacaciones anuales, de acuerdo con la Ley y las normas constantes de este Reglamento;
- c) Recibir ascensos y/o promociones, con sujeción a los procedimientos respectivos, y de acuerdo con las necesidades y criterios de la Compañía;
- d) Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar;

- e) Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la Compañía, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones,
- f) Ser tratado con las debidas consideraciones, no infringiéndoles maltratos de palabra y obra. (p.26)

DE LAS SANCIONES PECUNARIAS - MULTAS

Art.- 72. Las multas serán aplicadas, a más de lo señalado en este reglamento, en los siguientes casos:

1. Provocar desprestigio a la Compañía o provocar enemistad con sus compañeros o terceros;
2. No acatar las órdenes y disposiciones impartidas por su superior jerárquico. (p.33)

Los artículos mencionados sobre el reglamento interno de la empresa de la investigación detallan las obligaciones como responsabilidades de los colaboradores, lo cuales tienen el compromiso de reflejar el profesionalismo y excelente calidad de atención a todos los usuarios que demanden en servicio aduanero para las actividades en materia del comercio exterior.

1.4.11. Código de ética de la compañía WLADIMIR COKA ASOCIADOS

S.A.

CAPTÍTULO IV

POLÍTICAS DE SEGURIDAD

Es política de WCA Wladimir Coka Asociados S.A. asegurar la confianza de sus clientes, ofreciendo soluciones inmediatas y seguras, mediante la implementación y

mantenimiento de sistemas de control a lo largo de la cadena logística en el comercio internacional, previniendo actos ilícitos mediante el cumplimiento de todas las normas legales existentes, garantizando así el bienestar de sus colaboradores, concibiendo una cultura de seguridad en la organización. (p.5)

OBJETIVOS

2. Minimizar el riesgo de contaminación por terceros, de la carga de nuestros clientes, supervisando que se cumplan todos los procedimientos correspondientes.
3. Controlar el cumplimiento de la Política de seguridad mediante la supervisión de los procedimientos y seguimiento de los planes de acción. (p.5)

CAPÍTULO V

COMPROMISOS INSTITUCIONALES

Todos los trabajadores tienen derecho a gozar de un entorno de trabajo sano y seguro, exento de discriminación y acoso en el cual puedan alcanzar los objetivos individuales, así como los de la organización. (p.6)

Comunicación oportuna y transparente WCA Wladimir Coka Asociados S.A. ejerce la comunicación oportuna, clara, precisa, y transparente hacia sus trabajadores. Asimismo, utilizamos canales de comunicación interna, a través de correos electrónicos mensajería instantánea y otros, para mantener informados a los trabajadores de todos aquellos temas relevantes para su desempeño y desenvolvimiento laboral en la institución. (p.8)

CAPÍTULO VI

DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA

En atención a lo antes mencionado, cada colaborador de la empresa deberá:

- a) Ser cortés y respetuoso, en todo momento, con el tiempo y el espacio de las personas, con el objetivo de promover una convivencia armónica, sana y productiva. (p.9)

CAPÍTULO VII

CONFIDENCIABILIDAD

Todos los trabajadores tienen la obligación de no revelar (si no tienen la autorización correspondiente) ninguna información de la que hayan tenido conocimiento o participación, directa o indirectamente, en el curso de sus labores, tales como la información interna de la administración, secretos profesionales, bases de datos o catálogo de los clientes de la empresa y/o información de propiedad de terceros (clientes o no) que estén en manos de la compañía por cualquier motivo. (p.11)

CAPÍTULO VIII

IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA

Los colaboradores de la empresa deberán mantener, tanto dentro como fuera de la empresa, inclusive en redes sociales y aplicaciones de mensajería, un comportamiento que no comprometa la buena imagen institucional y corporativa, así como la reputación u honra de sus compañeros de trabajo. En consideración a preceptos constitucionales, WCA WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A., respeta los derechos de todos los colaboradores y la libertad de expresión que tenemos todos; sin embargo, los colaboradores de la empresa deben expresarse y comportarse, en todo momento, de modo que no se desacredite a la empresa o a sus integrantes. (p.13)

Los artículos detallados por el código de ética de la empresa señalan los valores y compromisos de la compañía brindado a los colaboradores para el cumplimiento de sus funciones en óptimas condiciones, para satisfacer la demanda y exigencia que se debe contraer al ofrecer servicios operativos aduaneros a sus usuarios.

CAPITULO II

2.1. Metodología implementada.

Es la herramienta por medio de la cual se puede utilizar procedimientos aplicables en técnicas sistemáticas de un estudio, por lo que se señalan aspectos de la razón para responder acontecimientos de algún tema en particular.

2.1.1 Enfoque de la investigación

Enfoque mixto

En la presente investigación, el enfoque a utilizar y aplicar es mixto, ya que se evalúan situaciones y procedimientos de manera cualitativa y cuantitativa, por lo que se complementa la información de datos numéricos mediante estadísticas con la unidad cualitativa, que representa la observación y el estudio del caso presentado. Mediante la vinculación, recolección y análisis de datos mediante métodos de observación y muestreos no probabilísticos se resuelve el eje principal del problema lo cual es el servicio al cliente en términos de procesos aduaneros en el territorio ecuatoriano, por lo que se debe investigar en profundidad las cuestiones y procedimientos internos de la empresa mencionada para obtener un análisis correcto y concreto de las falencias cometidas en la estructura administrativa y operativa de la agencia aduanera. Por lo que el alcance de un enfoque mixto en la presente investigación se presenta por la necesidad de abordar la problemática compleja planteada y brindar una solución integral al suceso.

Mediante dicho enfoque se busca la expansión de la información recopilada para obtener a detalle la calidad del servicio al cliente, lo cual genera que se mida y precise por variables probabilísticas los resultados y comentarios de los colaboradores de la empresa sujeta a análisis en el presente informe.

2.2 Tipos de investigación

Investigación Explicativa

En el desarrollo del proceso de análisis de la información planteada se manifiesta la investigación explicativa, ya que se detalla aspectos a considerar para lograr entender la mejoría del servicio del cliente por parte del agente de aduana, explicando la razón de la importancia de elaborar un mejor procedimiento en la manera de realizar los trámites operativos correspondientes al servicio aduanero brindado.

Investigación Descriptiva

Se describen los problemas suscitados en la empresa Wladimir Coka Asociados S.A. que se presentan y se mantienen en el servicio al cliente en los procesos aduaneros, por lo que ciertos departamentos en el interior de la empresa no rinden a todo el potencial esperado, por lo que se detalla cada una de las situaciones que permite que el servicio se vea afectado y mermado, tanto por problemas internos como ajenos o externos.

2.3. Métodos teóricos

2.3.1 Análisis- síntesis

Por medio de dicho método, se analiza e interpreta la información recopilada para la investigación, ya que permite conocer los problemas y fenómenos que implican las debilidades y errores que comete la empresa WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. para garantizar la excelencia en el servicio al cliente en cuanto a procesos aduaneros se refiere. Con alcance a dichos datos se observa el origen del problema por lo que se aplica el aspecto sintético para interpretar tales causas, de esta manera, explicar el porqué de las falencias cometidas en la institución e idear una eficiente guía para elaborar procedimientos óptimos en la administración aduanera con los clientes receptores del servicio. La aplicación de este método se llevó a cabo por medio de la indagación realizada hacia la empresa como los conocimientos tanto laborales como académicos en el transcurso de la carrera de Comercio Exterior.

2.3.2 Inducción – deducción

El método teórico inductivo y deductivo es aplicado en la investigación para comprender las diferentes teorías acerca del comercio exterior planteadas a lo largo de la historia, por lo que complementa la información en el objetivo de buscar la solución al problema desarrollado.

Se debe de indagar y recolectar información mediante este método por las bases y referencias bibliográficas investigadas, ya que se necesita amplio conocimiento para entender el fenómeno suscitado en la parte interna de la institución, los datos obtenidos abarcan un período de tiempo entre los últimos 5 años según sus correspondientes autores, adicional a lo mencionado, se completó la investigación en base a la experiencia adquirida laboralmente dentro de la empresa WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A., por lo que se puede argumentar y deducir sobre los errores y fallos cometidos por parte de los colaboradores o procedimientos hacia los clientes o en factores externos con los procesos aduaneros ofertados a los mismos para llegar a una respuesta y solución efectiva a mediano y largo plazo para el crecimiento y permanencia de la agencia de aduana en el mundo tanto nacional como internacional del comercio exterior.

2.3.3 Histórico – lógico

Se aplica dicho método teórico, por el alcance del estudio en los acontecimientos históricos que producen la problemática del tema tratado, ya que en base a los sucesos y acciones precedentes se puede concluir las falencias y potencial vigente de la agencia de comercio exterior en la calidad y profesionalismo en atención al cliente, junto al gestionamiento para el trato de circunstancias adversas suscitadas en el área administrativa y operativa como agente de aduana. Con alcance al aspecto lógico de los hechos explicados con el correspondiente análisis en tiempo real, se estudia los acontecimientos y fenómenos aplicados con base a un período de tiempo o etapa comercial en la empresa, ya que se indaga sobre el comportamiento con el debido funcionamiento de la esencia del problema de los procedimientos en base al comercio exterior.

2.4 Métodos empíricos

2.4.1 Observación

Mediante la observación se puede receptar información y percibir una visión general sobre el problema captado en la institución, por lo que se plantea una estructura organizada sobre la resolución del objetivo de la investigación.

La observación se considera dentro del presente documento como directa, ya que el investigador pertenece y colabora en la empresa WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A., por lo que tiene experiencia en la problemática interna de la compañía, lo que permite que también el método adquiera una perspectiva participativa para resolver el dilema.

Se plantea dicho método empírico con el fin obtener el manual de procedimientos de la empresa WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A., de esta forma se incluye una forma integral y precisa de generar una solución óptima y práctica a las debilidades en el proceso aduanero de la agencia de aduana mencionada, por lo que se considera la relación, comportamiento y gestión de la institución y colaboradores en cada proceso realizado.

Desarrollo de la observación

El lunes 4 de julio se observó la agencia aduanera Wladimir Coka Asociados S.A. en sus procesos aduaneros y el servicio al cliente que se ofrece en la misma. Por lo que se visualiza que los importadores y exportadores que recurren en la necesidad del agente de aduana en sus procesos dentro del comercio exterior envían correos a las respectivas ejecutivas de ventas con el régimen del trámite complementando la información con los correspondientes documentos necesarios para realizar la declaración aduanera como lo son la factura comercial, en muchos casos la lista de empaque y el documento de transporte para avanzar con la digitación del trámite, lo cual permite que las ejecutivas de ventas transfieran dichos documentos a los digitadores que proceden con el ingreso de la información en la plataforma privada que posee la agencia para enviar los datos al Ecuapass. Aunque se cuenta con gran tecnología en la empresa, se evidencia que las ejecutivas de ventas en muchas ocasiones no proporcionan la información completa o necesaria para el avance del trámite al

departamento de digitación donde se cuenta con una jefa del área que administra y distribuye el volumen de trámite entre los cuatro digitadores que posee la empresa. Una vez que se obtiene la información completa y en casos puntuales se retrase el proceso por lo mencionado anteriormente, se envía los documentos como una Preliquidación aduanera, Declaración Aduanera de importación, Declaración Andina de Valor y en casos de los vehículos se añade el documento de la Declaración Aduanera Única al cliente para que apruebe la información digitada, para posteriormente de esa confirmación que se notifica mediante la herramienta digital de respaldo como lo es el correo, se procede con la transmisión del trámite hacia la aduanera para obtener la liquidación final del cliente. Sin embargo por parte del equipo de digitación también existen fallos de comunicación con las ejecutivas de ventas, como lo es no pedir la información faltante o errores en los documentos enviados por el cliente hacia las ejecutivas, lo cual se lo realiza al final, por lo que la rectificación de dichos errores en los documentos toma un gran tiempo de retraso lo que genera en muchas ocasiones pagos por demorajes en las bodegas de la aduana de la mercancía del cliente, lo cual genera malestar y disgusto en los importadores que requieren los servicios de la empresa. Por parte del sector de los exportadores, el proceso que se realiza tiene una diferencia, la cual es que las ejecutivas de ventas envían la información por correo a los digitadores para su respectivo ingreso, pero como no se genera pago de tributos por las exportaciones, el digitador designado para dicho trámite envía directamente el trámite a la aduana para la espera de la respuesta de aceptado por parte de la misma, lo cual agiliza de mayor manera el proceso, ya que no se espera la aprobación del cliente para la transmisión del trámite, ya que la agencia de aduanas Wladimir Coka Asociados S.A., tiene una filosofía de trabajo la cual es que las exportaciones son de carácter urgente, por la misma razón, si el digitador tiene un trámite de importación y llega una exportación debe dejar momentáneamente la importación para continuar con la exportación y ser eficiente en la misma.

Se realizó la observación de la empresa durante la semana del 4 de julio hasta el viernes 8 de julio, lo cual se evidenció las mismas fallas en la comunicación y errores en los departamentos de ejecutivas de ventas y digitadores, sin embargo en casos particulares, el departamento de clasificación también cometía errores en la designación de las subpartidas con su respectivo tnan para diferentes ítems, lo cual al momento de dicho departamento enviar el archivo clasificado a los digitadores para ingresar el

trámite se evidenciaban partidas que por el desdoblamiento constante que sufren dichas subpartidas ya no existían en el sistema Ecuapass, lo cual generaba aún mayor retraso en la digitación del trámite hasta la rectificación de las mismas, dicha responsabilidad recaía sobre el digitador por el factor del tiempo de demora en la declaración, sin embargo era responsabilidad de otro departamento, lo que generaba confusiones o frustraciones en el cliente que no tiene pleno conocimiento de las mencionadas situaciones que suceden en la cadena de digitación del trámite.

Después de la semana de la observación en la agencia aduanera mencionada, se evidencia que por fallos en la comunicación entre departamentos y el envío incompleto de la información dificulta un proceso eficiente y ágil en la digitación de los diferentes trámites que deben nacionalizar o exportar los clientes de la empresa, lo cual genera malestar e inconformidad por parte de los usuarios, lo que contribuye al problema de la presente investigación, el cual es la mala atención al cliente. Ya que también se evidenció que las ejecutivas de cuentas en momentos no proporcionan la información correcta a los usuarios para sus correspondientes dudas o toman tiempos de más en su receso lo cual genera retrasos en el resto de departamentos que continúan con la cadena en las operaciones de comercio exterior. Por lo que, aunque la empresa cuenta con gran tecnología y procesos establecidos para la satisfacción del cliente, las situaciones mencionadas no contribuyen con el crecimiento de la agencia a nivel nacional e internacional.

2.4.2 Cuestionario

Se aplicó un cuestionario a los colaboradores como a los clientes de la empresa WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. para conocer su opinión acerca de la atención brindada por parte de la compañía hacia sus respectivos usuarios demandantes de los servicios ofrecidos por los mismos y observar a detalle los procedimientos internos realizados por el personal de la agencia aduanera. Mediante este método se busca una mejora en la calidad y eficiencia a la hora de ejecutar la administración en la nacionalización o exportación de mercancías y demás regímenes especiales que ofrece la empresa.

Por lo que se recopilará información por medio de 10 preguntas a los clientes de la empresa con cuestionamientos para mejorar la calidad y administración de la agencia

de aduana WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A., con una encuesta dirigida a 30 usuarios, conocida como la población estudiada, para conocer la calidad ofrecida en servicio al cliente desde cada perspectiva del usuario sobre los distintos departamentos y eslabones de la cadena logística y operativa de la agencia de aduana en temas relacionados directamente con el comercio exterior.

2.5 Métodos estadísticos

Dicho método fue planteado en la investigación por la recolección de datos y análisis en base a diferentes técnicas para conocer de manera precisa y concreta los hechos en el período de tiempo y fechas correctas de los acontecimientos de los informes indagados. Por lo que se evaluará según los cuestionarios propuestos la influencia de la calidad al servicio al cliente y la importancia que genera en los procesos aduaneros mediante muestreos no probabilísticos, lo cual analiza la información obtenida para la búsqueda de una solución con la utilización de la frecuencia de los resultados según la muestra lo indique por parte de la población estudiada y las correspondientes perspectivas según el cuestionario lo señale.

2.5.1 Universo y Muestra

Se aplicará el cuestionario a 30 clientes fundamentales e influyentes en el desarrollo y crecimiento tanto económico como internacional de la empresa WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A., para conocer su perspectiva del proceso aduanero generado u ofertado por la agencia aduanera, con el fin de mejorar debilidades encontradas en el proceso y fortalecer procedimientos al momento de realizar las importaciones o exportaciones marcando diferencias con el resto de instituciones aduaneras dedicadas a dichas actividades en el ámbito del comercio exterior.

2.6. Análisis de los resultados

2.6.1. Análisis de los resultados de la encuesta aplicada.

Se realizó una encuesta para recopilar la información necesaria con el fin de conocer la atención y servicio al cliente de la agencia aduanera Wladimir Coka Asociados S.A.

1) Tipo de operador del comercio exterior

Tabla 1

Operador del comercio exterior de la muestra

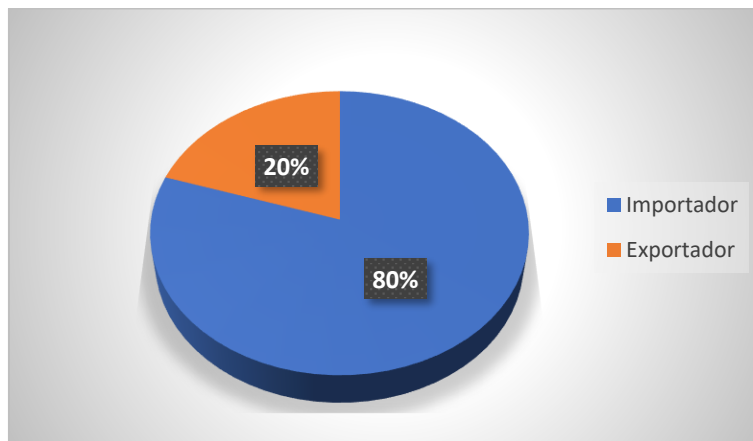
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Importador	24	80%
Exportador	6	20%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Gráfico 1

Operador del comercio exterior de la muestra



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Análisis:

Conforme a la encuesta aplicada, a los clientes de la agencia de aduana Wladimir Coka Asociados S.A., el 80% de los mismos, son importadores, mientras que tan solo el 20% de los usuarios corresponden a exportadores dentro de la empresa, por lo cual se evidencia que existe una

mayor cantidad de importadores que exportadores, los cuales requieren y solicitan el servicio de un agente de aduana para realizar los procesos aduaneros correspondientes.

2) Tiempo adquiriendo los servicios de la empresa:

Tabla 2

Tiempo demandando los servicios de la empresa

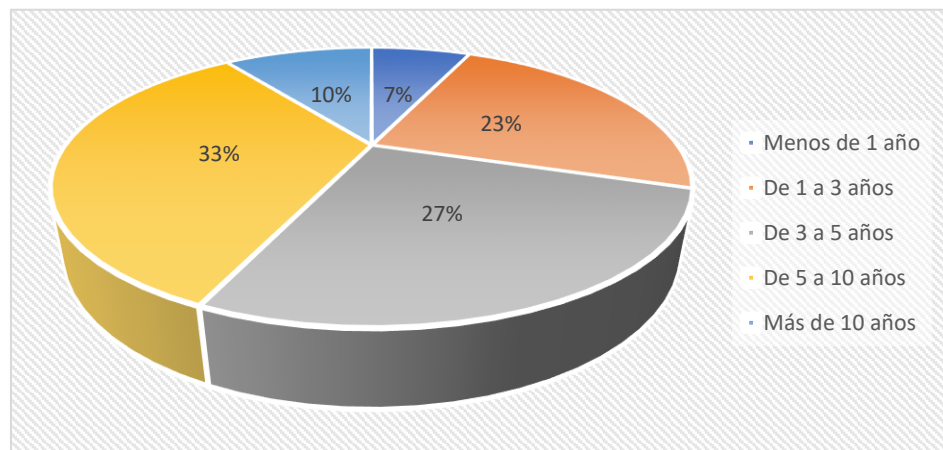
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	2	6,67%
De 1 a 3 años	7	23,33%
De 3 a 5 años	8	26,67%
De 5 a 10 años	10	33,33%
Más de 10 años	3	10,00%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Gráfico 2

Tiempo demandando los servicios de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Análisis:

En evidencia del cuestionario planteado, se presencia que la mayor afluencia de clientes se encuentran demandando el servicio de la agencia de

aduana en el periodo entre 5 a 10 años, por lo que se han fidelizado a los procesos aduaneros ofertados por la empresa, sin embargo en el último año, la empresa solo ha logrado obtener dos clientes nuevos, por lo que en dicha información muestra su cifra más débil, al igual que los usuarios que llevan más de 10 años con la empresa, con tan sólo una cantidad de 3 clientes, los cuales llevan dicho tiempo solicitando los servicios como agente de aduana de la misma. Como respuesta a lo señalado se puede evidenciar el problema de la empresa, la cual es la atención al cliente para mejorar su crecimiento dentro del comercio exterior en el Ecuador.

3) ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio del agente de aduanas anualmente?

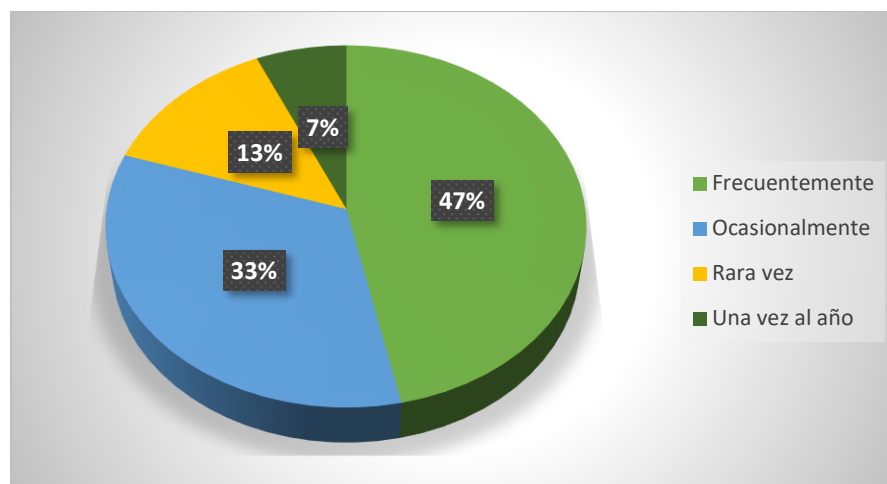
Tabla 3
Frecuencia del servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Frecuentemente	14	46,67%
Ocasionalmente	10	33,33%
Rara vez	4	13,33%
Una vez al año	2	6,67%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Gráfico 3
Frecuencia del servicio



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Análisis:

Los resultados de la encuesta realizada, demuestran la frecuencia de la demanda de la agencia aduanera a sus respectivos clientes, los cuales se determina que el 47% de los usuarios que solicitan dichos servicios, recurren frecuentemente con el agente de aduana para realizar los trámites aduaneros con sus mercancías, aunque aún existe un pequeño porcentaje del 7% que solo contrata dicho servicio por una vez al año, donde se debe aumentar dicho margen para incrementar la posición de la agencia de aduanera en el mercado tanto nacional como a nivel internacional.

4) ¿Qué tan eficiente y ágil es el proceso aduanero ofrecido?

Tabla 4

Eficiencia en el servicio ofrecido

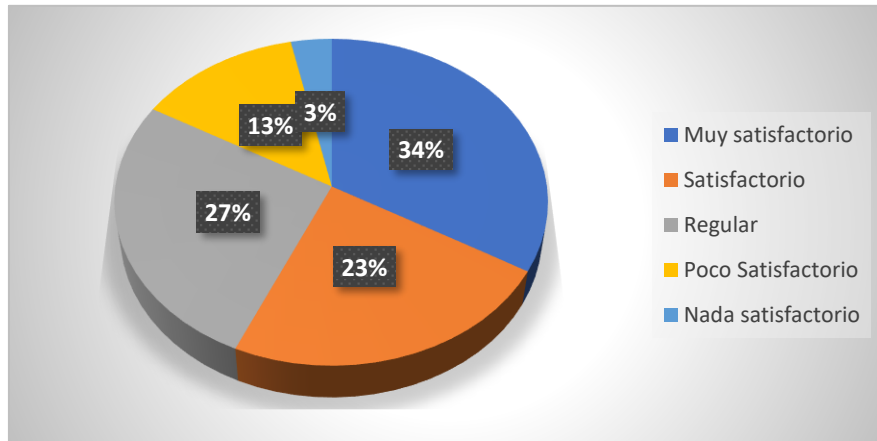
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	10	33,33%
Satisfactorio	7	23,34%
Regular	8	26,67%
Poco Satisfactorio	4	13,33%
Nada satisfactorio	1	3,33%
Total	30	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Gráfico 4

Eficiencia en el servicio ofrecido



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Análisis:

Como se observa en los resultados de la encuesta aplicada, existen perspectivas con opiniones divididas respecto al servicio y eficiencia brindada por la agencia de aduana, ya que en el rango de satisfactorio y regular se encuentran las experiencias por parte de los usuarios que frecuentan el servicio, por lo que no existe un equilibrio o balance para satisfacer por completo las necesidades en materia de comercio exterior por parte del agente de aduana hacia sus clientes.

5) ¿Qué aspecto es el que más valora de la agencia en comparación a las demás?

Tabla 5

Ventaja competitiva de la empresa

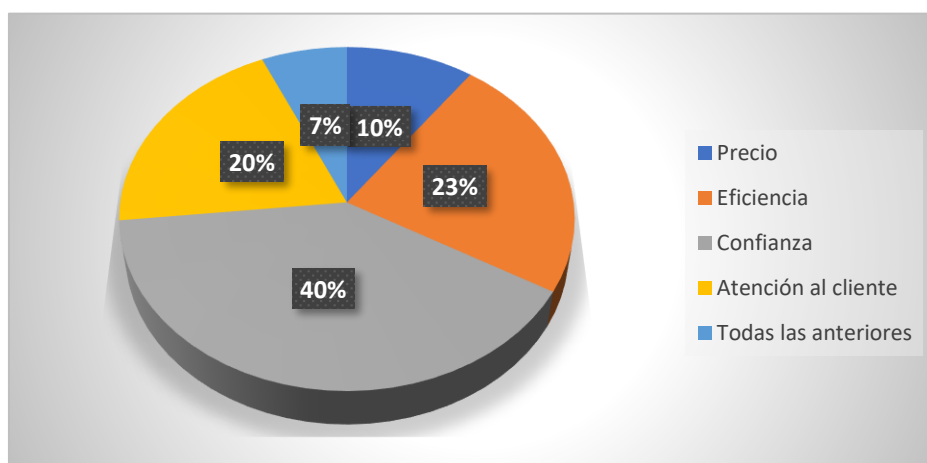
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	3	10,00%
Eficiencia	7	23,33%
Confianza	12	40,00%
Atención al cliente	6	20,00%
Todas las anteriores	2	6,67%
Total	30	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Gráfico 5

Ventaja competitiva de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Análisis:

En la encuesta realizada, se puede comprobar que la mayoría de usuarios, casi la mitad de los clientes de la agencia de aduanas Wladimir Coka Asociados S.A., utiliza el servicio brindado por la confianza que genera la empresa en los procedimientos aduaneros, ya sea por la experiencia en el mercado o afinidad con los gerentes de la empresa, sin embargo en cuanto la atención al cliente y eficiencia, la compañía aún tiene puntos por

mejorar para lograr una ventaja competitiva fuerte con las demás agencias en el territorio ecuatoriano.

6) ¿Por qué medio conoció a la agencia de aduanas Wladimir Coka

Asociados S.A.?

Tabla 6

Canales de comunicación

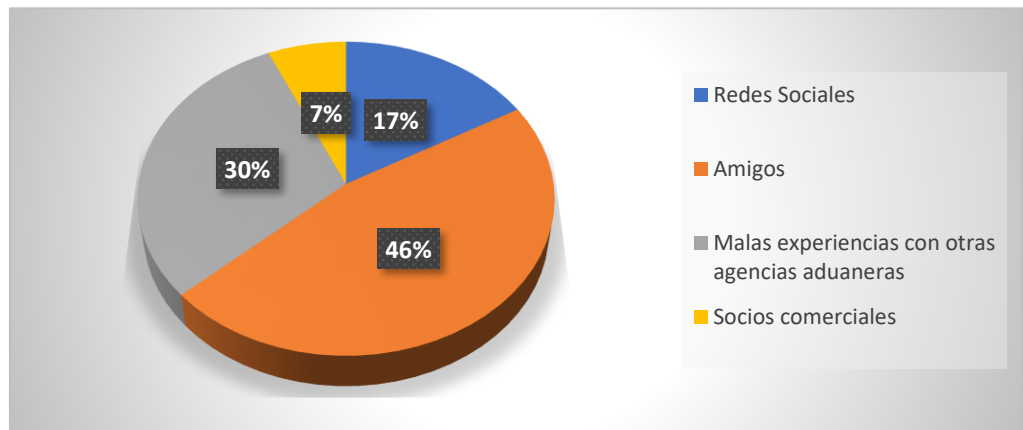
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	5	16,67%
Amigos	14	46,66%
Malas experiencias con otras agencias aduaneras	9	30,00%
Socios comerciales	2	6,67%
Total	30	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Gráfico 6

Canales de comunicación



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Análisis:

Por el cuestionario aplicado a los clientes de la agencia de aduanas Wladimir Coka Asociados S.A., se refleja que las redes sociales, fundamental para el marketing y medio de comunicación en la actualidad para una empresa, no es el punto fuerte de la empresa, sin embargo por el punto abordado anteriormente sobre la confianza en los directivos y experiencia en comercio exterior que posee la agencia, por amigos y malas experiencias con otras agencias predominan en las respuestas de los usuarios con un porcentaje del 30% y 46% correspondiente.

7) ¿Qué aspecto mejoraría de la agencia Wladimir Coka Asociados S.A.?

Tabla 7

Aspecto a mejorar de la agencia aduanera

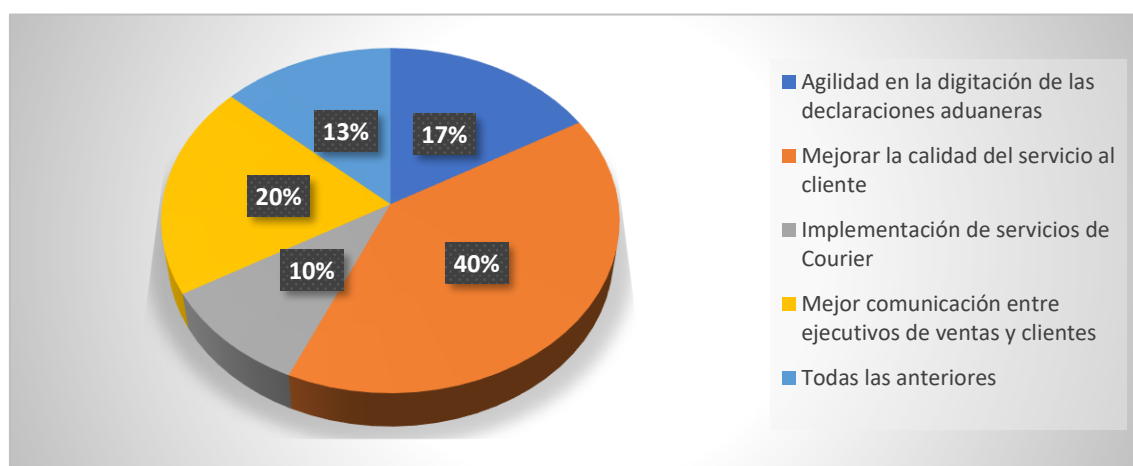
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Agilidad en la digitación de las declaraciones aduaneras	5	16,67%
Mejorar la calidad del servicio al cliente	12	40,00%
Implementación de servicios de Courier	3	10,00%
Mejor comunicación entre ejecutivos de ventas y clientes	6	20,00%
Todas las anteriores	4	13,33%
Total	30	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Gráfico 7

Aspecto a mejorar de la agencia aduanera



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Análisis:

Por los resultados presentados en la encuesta, se visualizan opiniones divididas sobre algún punto a mejorar para la empresa, sin embargo, la opción que refleja una mayor cantidad de porcentaje es la mejora de la atención al servicio al cliente con un 40%, lo cual define el gran problema de la compañía por mantener el equilibrio entre un buen servicio y la calidad de la atención que se le ofrece al usuario.

8) Hasta el momento ¿Con qué frecuencia ha tenido problemas en sus trámites con la empresa?

Tabla 8

Frecuencia de problemas

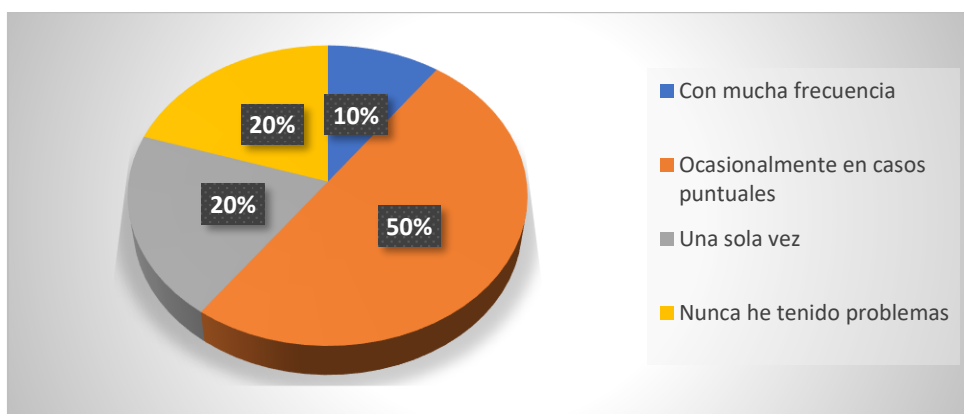
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Con mucha frecuencia	3	10,00%
Ocasionalmente en casos puntuales	15	50,00%
Una sola vez	6	20,00%
Nunca he tenido problemas	6	20,00%
Total	30	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Gráfico 8

Frecuencia de problemas



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Análisis:

Como se visualiza en los resultados de la encuesta, los clientes de la agencia aduanera mencionada, mantiene un gran margen con un 50% de usuario con problemas ocasionales, sin embargo, de esta manera se observa la proactividad de la empresa para resolver los problemas suscitados de manera oportuna, no obstante, también existe un porcentaje considerable, exactamente el 20% que nunca ha presentado problemas con la agencia en sus procesos aduaneros, lo cual es difícil cuando de importaciones y exportaciones se analiza.

9) ¿Ha pensado o piensa cambiar de agente de aduana?

Tabla 9

Opinión sobre la agencia aduanera

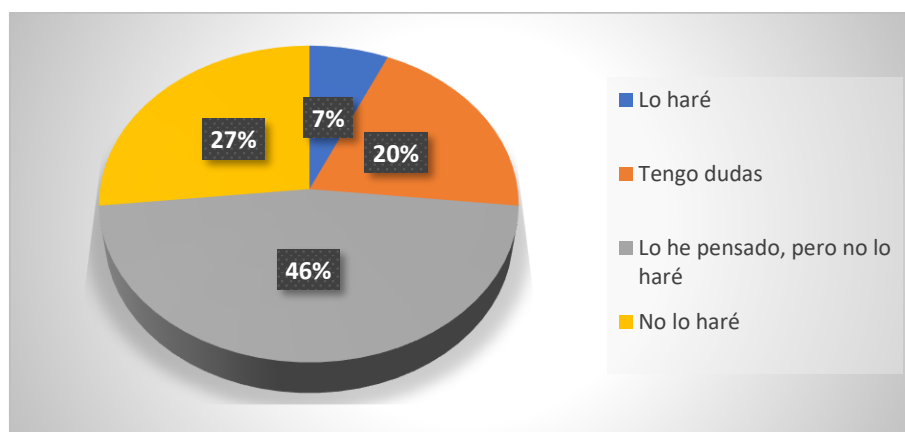
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Lo haré	2	6,67%
Tengo dudas	6	20,00%
Lo he pensado, pero no lo haré	14	46,67%
No lo haré	8	26,66%
Total	30	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Gráfico 9

Opinión sobre la agencia aduanera



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Análisis:

Mediante la encuesta aplicada, se puede visualizar que la opinión de los clientes sobre el cambio hacia otra agencia aduanera, es en cierta forma preocupante para la misma, ya que casi la mitad de los usuarios, lo cual equivale a un 46% que han requerido sus servicios, han pensado en realizar dicho cambio, sin embargo por alguna otra razón no lo han efectuado y aunque el 27% expresó que no lo haría, es un punto a considerar sobre la atención que se le brinda a los mismos para mejorar dichas estadísticas a futuro.

10) ¿Con qué departamento de la empresa ha tenido mayores contratiempos en sus trámites aduaneros?

Tabla 10

Contratiempos con los departamentos de la empresa

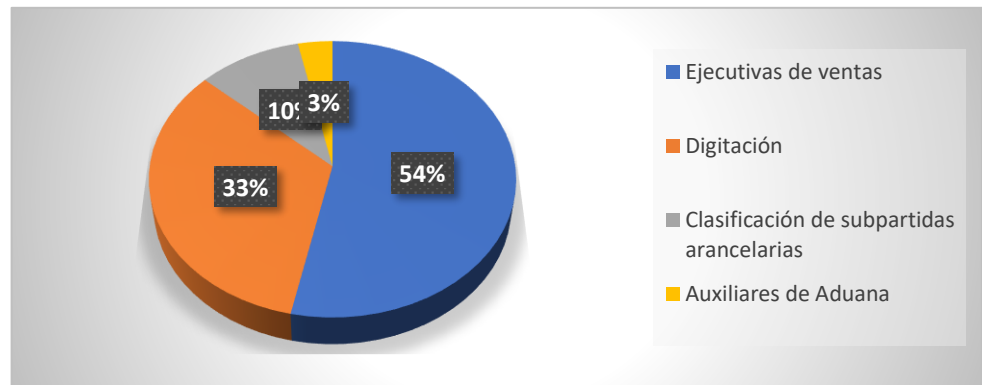
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ejecutivas de ventas	16	53,34%
Digitación	10	33,33%
Clasificación de subpartidas arancelarias	3	10,00%
Auxiliares de Aduana	1	3,33%
Total	30	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Gráfico 10

Contratiempos con los departamentos de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por el autor de la investigación

Análisis:

Como lo muestran los resultados planteados en la presente encuesta, para los clientes han tenido mayores contratiempos con el área de ejecutivas de ventas, lo cual se representa con 54%, ya que dicho departamento es el que se encarga de la atención y servicio al cliente a los usuarios, con un

porcentaje menor pero a considerar es el área de digitación con el 33%, ya que por dicha área se digitan las declaraciones aduaneras correspondientes para cada trámite aduanero, lo cual la ineficiencia o retraso de los mismos genera pérdidas a la empresa y mal servicio al cliente.

2.6.2. Análisis de los resultados de la observación

Se aplicó una observación participativa para obtener información sobre el usuario que demanda los servicios de la agencia de aduanas y el funcionamiento de los colaboradores de la empresa para la atención a los clientes.

Servicios ofrecidos hacia los usuarios

Tabla 11

Observación: criterio sobre los servicios ofrecidos

Resultados obtenidos de la observación

La agencia de aduanas Wladimir Coka Asociados S.A., presenta una variedad de servicios ofrecidos hacia sus usuarios, tanto procesos de importación como de exportación, regímenes especiales aduaneros lo cual no realizan otras agencias y servicios de consolidadores de carga, sin embargo, falta pulir la excelencia en cada uno de los mismos como la eficiencia al ejecutar dichos procedimientos para obtener una ventaja competitiva mayor a las agencias en todo el territorio nacional.

Elaborado por el autor de la investigación.

1) Tiempo en la realización del proceso

Tabla 12

Observación: Tiempo en la realización del proceso

Resultados de la observación

La empresa posee varios departamentos los cuales son parte de los eslabones para la cadena logística del proceso aduanero de los usuarios, las áreas mayormente involucradas en dichos procedimientos son digitación y ejecutivas de ventas, por lo que los retrasos generan pérdidas e inconformidad a los clientes, lo cuales han presentado su inconformidad con la poca agilidad al tramitar las declaraciones aduaneras y en algunas ocasiones la mala atención al cliente que se les provee.

Elaborado por el autor de la investigación.

2) Precio por trámite realizado

Tabla 13

Observación: Precio por trámite realizado

Resultados de la observación

Los precios ofertados por los servicios ofrecidos de la agencia aduanera, son un poco elevados con respecto a las demás empresas en el mercado, ya que por los completos procesos aduaneros que presenta a los clientes son justos y correctos para obtener un crecimiento exponencial tanto en el territorio ecuatoriano como a nivel internacional, pero que a diferencia de pequeñas agencias aduaneras puede presentarse como una desventaja en la elección de sus servicios.

Elaborado por el autor de la investigación.

3) Calidad en el servicio al cliente

Tabla 14

Observación: Calidad en el servicio al cliente

Resultados de la observación

Por lo presentado por la agencia de aduanas señalada, se presenta como una de las grandes debilidades de la empresa, ya que tiene puntos a mejorar para vincular con mejor eficiencia a sus clientes, ya que los digitadores retrasan en ocasiones el proceso para transmitir la declaración ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, al igual que el área de ejecutivas de cuentas, los cuales tienen contacto directo con los usuarios, ya que las mismas exceden en sus horarios de descanso lo cual perjudica la comunicación o no le proveen la información que solicitan los clientes para continuar con los siguientes procedimientos aduaneros.

Elaborado por el autor de la investigación.

4) Eficiencia en el proceso aduanero

Tabla 15

Observación: Eficiencia en el proceso aduanero

Resultados de la observación

Por los problemas de comunicación con el cliente o los errores en la digitación de los trámites aduaneros, genera que los usuarios no nacionalicen o exporten la mercancía en el tiempo establecido lo cual es un problema económica e internacionalmente con los proveedores o compradores de distintos que se involucran en el proceso aduanero, por lo que se deben corregir los errores presentados en dichas áreas para lograr una eficacia en el procedimiento aduanero de la agencia aduanera.

Elaborado por el autor de la investigación.

5) Tecnología empleada en el proceso aduanero

Tabla 16

Observación: Tecnología empleada en el proceso aduanero

Resultados de la observación

La empresa cuenta con computadoras de escritorio las cuales podrían ser mejoradas con mejores modelos actualizados para la mejor eficacia al momento de atender al cliente o realizar los procedimientos correspondientes a la clasificación o digitación de trámites de los usuarios.

Elaborado por el autor de la investigación.

6) Relación entre colaboradores y clientes

Tabla 17

Observación: Relación entre colaboradores y clientes

Resultados de la observación

Por medio de la observación planteada, se puede conocer la relación entre los colaboradores, especialmente las ejecutivas de ventas y directivos con los clientes que se establece en la empresa Wladimir Coka Asociados S.A., las cuales en ocasiones no es la correcta ya que la información transmitida en los correos no es la mejor lo cual causa confusión y vía telefónica, aunque las soluciones a problemas son inmediatas, se presentan quejas por parte de los usuarios hacia la demora de sus trámites.

Elaborado por el autor de la investigación.

7) Tiempo de espera

Tabla 18

Observación: Tiempo de espera

Resultados de la observación

El tiempo de espera ofrecido por la agencia de aduanas estudiada, aún tiene puntos a pulir para mejorar el servicio, ya que el actual genera retrasos en la nacionalización de la carga y gastos de demoraje en las bodegas de la Aduana por no ser del todo eficientes en los procesos aduaneros para mejorar la satisfacción del cliente.

Elaborado por el autor de la investigación.

8) Canales de comunicación del servicio

Tabla 19

Observación: Canales de comunicación

Resultados de la observación

La agencia de aduanas Wladimir Coka Asociados S.A. posee canales de comunicación para transmitir sus servicios a los usuarios en redes sociales, sin embargo, los mismos medios no son utilizados a profundidad ni de la mejor manera, ya que se publican novedades o actualizaciones rara vez lo cual muestra en los perfiles digitales de la empresa, información desactualizada, la misma causa confusión y duda al cliente que puede tomar una decisión por lo visualizado en las plataformas digitales.

Elaborado por el autor de la investigación.

9) Ambiente laboral

Tabla 20

Observación: Ambiente laboral

Resultados de la observación

El ambiente laboral de la agencia de aduana, en ocasiones es tenso y con mayor presión en algunos departamentos específicos, como lo es el área de digitación, ya que, por cuestionamientos de los ejecutivos y

clientes mediante correos, adquieren un malestar e incomodidad al realizar sus actividades, por lo que parte de los errores cometidos en dicho departamento es producto al mal ambiente laboral que recae en los mismos.

Elaborado por el autor de la investigación.

10) Búsqueda de nuevos clientes

Tabla 21

Observación: Búsqueda de nuevos clientes

Resultados de la observación

La agencia de aduanas Wladimir Coka Asociados S.A. ha propuesto a los mismos colaboradores sugerencias para la búsqueda de nuevos clientes para la empresa, sin embargo, ninguna de ellas ha sido 100% efectivas, ya que el crecimiento de nuevos usuarios que necesiten los servicios de la agencia de aduana, es lento y desacelerado, por lo que es preocupante que en los últimos años no se incorporen nuevos clientes a la empresa.

Elaborado por el autor de la investigación.

2.6.3 Análisis de la situación

2.6.4. Análisis DAFO (FODA)

Es una herramienta fundamental para conocer e indagar sobre la administración y organización de una empresa, para realizar un diagnóstico que mejore las decisiones tomadas en beneficio de la institución.

Tabla 22

Matriz análisis FODA

FORTALEZAS:
1) Pioneros en la adaptación de nuevos sistemas en el proceso aduanero
2) Experiencia en los procesos aduaneros del comercio exterior tanto nacional como internacionalmente
3) Proactividad con los problemas y contratiempos en los procesos aduaneros
4) Poseer un sistema privado para la realización de los trámites aduaneros
5) Constante capacitación para nuevos procesos aduaneros implementados en el comercio exterior del Ecuador

OPORTUNIDADES:
1) Negociaciones para adquirir nuevas relaciones y socios comerciales para el Ecuador
2) Gobierno a favor del crecimiento del comercio exterior
3) Baja de tasas arancelarias y tributos del comercio exterior
4) Tratado de libre comercio con China, el principal socio económico del Ecuador
5) Competencia sin la tecnología y servicios ofrecidos por la empresa

DEBILIDADES:
1) Retrasos en la digitación de las declaraciones aduaneras
2) Fallos en la clasificación de subpartidas arancelarias
3) Mala comunicación entre clientes y ejecutivos de ventas
4) Pésima utilización de las redes sociales
5) Falta de innovación en los servicios aduaneros ofrecidos al cliente

AMENAZAS:
1) Altas tasas de delincuencia y violencia en el territorio ecuatoriano
2) Aumento exponencial del narcotráfico en las exportaciones a nivel nacional
3) Aumento de restricciones para la importación o exportación de mercancías en la región
4) Fallos e intermitencias continuas del sistema Ecuapass
5) Inflación acelerada en el Ecuador

Fuente: Resultados de la aplicación aplicada.

Elaborado por el autor de la investigación

Análisis CAPA

Es una herramienta que analiza y permite establecer criterios sobre los procesos en alguna organización, lo cual señala las falencias e implementa mejoras en los procedimientos realizados.

Tabla 23

Matriz de análisis CAPA

Potenciar Fortalezas	Aprovechar las Oportunidades
<p>1) <u>Pioneros en nuevos sistemas en el proceso aduanero</u> Acceder a nuevos sistemas informáticos para servicios de SENA E para ofrecer a los clientes innovación en sus procesos aduaneros</p> <p>2) <u>Experiencia en los procesos aduaneros</u> Emplear la búsqueda de nuevos clientes garantizando la efectividad de los procesos respaldada en la experiencia obtenida y avalada por SENA E en trámites aduaneros.</p> <p>3) <u>Proactividad con los problemas</u> Evitar los problemas suscitados con mayor frecuencia en la empresa para reducir tiempos de espera al cliente.</p> <p>4) <u>Poseer un sistema privado</u> Aprovechar el sistema privado para la digitación de trámites aduaneros lo cual no lo poseen pequeñas agencias aduaneras, para ampliar los servicios ofrecidos al usuario.</p> <p>5) <u>Constante capacitación</u> Mantener al personal actualizado en materia de comercio exterior para mantener a los clientes actualizados sobre las novedades del servicio nacional de aduanas del Ecuador.</p>	<p>1) <u>Negociaciones para nuevos socios comerciales</u> Aprovechar las negociaciones que pueden beneficiar a la empresa en comercio exterior con demás regiones en el mundo</p> <p>2) <u>Gobierno a favor del crecimiento del comercio exterior</u> Crecer a nivel internacional con la oferta de nuevos servicios para las importaciones y exportaciones beneficiándose con las medidas optadas por el Gobierno actual.</p> <p>3) <u>Baja de tasas arancelarias y tributos del comercio exterior</u> Aumentar la búsqueda de nuevos clientes que deseen realizar operaciones aduaneras por las leyes vigentes en el mercado.</p> <p>4) <u>Tratado de libre comercio con China</u> Beneficiarse del futuro convenio con China, ya que una gran cantidad de clientes emprenderá sus negocios a nivel internacional con exportaciones importaciones de dicho país.</p> <p>5) <u>Competencia con pocos recursos</u> Obtener ventaja competitiva con los servicios privados ofrecidos comparados con las agencias aduaneras con poco presupuesto en la logística.</p>

Corregir Debilidades	Afrontar las Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1) <u>Retrasos en la digitación</u> Mejorar los procedimientos e incentivos en el área para disminuir errores. 2) <u>Fallos en la clasificación de subpartidas arancelarias</u> Capacitar al departamento de clasificación para evitar errores que son faltas graves para la agencia aduanera. 3) <u>Mala comunicación entre clientes y ejecutivos de ventas</u> Corregir formas de atención al cliente por medio de programas pilotos para la correcta cortesía hacia los usuarios 4) <u>Pésima utilización de las redes sociales</u> Activar el marketing digital encargando a un colaborador de dicha labor para dar a conocer los servicios hacia los nuevos clientes 5) <u>Falta de innovación en los servicios aduaneros ofrecidos al cliente</u> Innovar e incrementar el número de servicios ofrecidos al usuario, incorporando trámites de Courier y demás regímenes especiales útiles para los clientes a nivel nacional e internacional. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) <u>Altas tasas de delincuencia y violencia en el territorio ecuatoriano</u> Buscar un plan de emergencia para evitar la delincuencia o índices de violencia en los procesos aduaneros ofrecidos al cliente. 2) <u>Aumento exponencial del narcotráfico en las exportaciones a nivel nacional</u> Controlar de manera exhaustiva y conocer el historial de los clientes a los cuales se les ofrece el servicio, para no adquirir problemas legales con la agencia aduanera en el futuro. 3) <u>Aumento de restricciones para la importación o exportación de mercancías en la región</u> Reducir los procedimientos en la agencia aduanera para satisfacer la necesidad de los clientes de obtener o exportar su carga hacia demás regiones. 4) Fallos e intermitencias continuas del sistema Ecuapass. Poseer un sistema privado en óptimas condiciones para evitar retrasos en los procesos aduaneros. 5) <u>Inflación acelerada en el Ecuador</u> Mantener precios competitivos y correctos con la situación actual del Ecuador para mantener en vigencia la agencia aduanera.

Fuente: Resultados de la investigación aplicada.

Elaborado por el autor de la investigación

Capítulo III

3). Propuesta

La propuesta planteada en la presente investigación, nace con el fin de solventar y satisfacer la necesidad existente mencionada en la problemática, ayudando de gran manera a mejorar la atención y servicio al cliente de la agencia de aduanas Wladimir Coka Asociados S.A.

3.1. Título de la Propuesta

Manual de procedimientos para la atención al cliente de la empresa WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. como agente de aduana.

3.2. Objetivo de la Propuesta

Elaborar un manual de procedimientos para mejorar la atención al cliente de la agencia de aduanas WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

3.3. Descripción de la Propuesta

La propuesta planteada permitirá orientar y establecer nuevos procedimientos para mejorar la calidad en la atención al cliente que ofrece por los servicios referentes al comercio exterior la agencia de aduanas WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Por medio de la recopilación de datos para la construcción de la investigación hacia los clientes y colaboradores de la empresa, se evidenció que existen algunas deficiencias y actividades a mejorar para eliminar los procesos entorpecidos o atascados que presencian los clientes en los servicios aduaneros demandados, lo cual genera quejas e inconformidad por parte de ellos, lo cual como consecuencia, brindar un servicio de calidad hacia los mismos, generaría mayor prestigio y crecimiento tanto social como económico a la institución.

Se presentará la propuesta por medio de capacitaciones con las distintas áreas de la empresa, junto a reuniones con los ejecutivos para emplear cambios significativos a los procesos diseñados para la atención dirigida hacia los clientes y los problemas indirectos que son los servicios de digitación de declaraciones aduaneras de los usuarios para corregir deficiencias en las funciones desempeñadas por los colaboradores, basándose en la misión, visión y valores corporativos de la empresa para cumplir el manual de forma exitosa.

La propuesta mencionada, presenta un gran herramienta de apoyo con propósitos de mejora hacia la empresa, ya que genera un progreso en los procedimientos establecidos para el perfeccionamiento de la calidad del servicio al cliente, por lo que por medio de los conocimientos recopilados se plantea una solución a las debilidades de la empresa, para contribuir al objetivo del crecimiento tanto nacional como internacionalmente en comercio exterior, de dicha manera, alcanzar los objetivos trazados como resultado de elevar los estándares de calidad de la atención al cliente junto a los procesos aduaneros ofrecidos por parte de la agencia aduanera WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Con lo presentado se desea mejorar la calidad al servicio al cliente, ya que la empresa no posee un servicio de software de tracking con utilidad hasta el momento para ofrecer al cliente una mejor experiencia y seguridad en la logística de la carga sujeta a los procesos aduaneros correspondientes, lo cual generaría un servicio completo al ya ofrecido por la agencia aduanera, generando una ventaja competitiva con respecto a las demás instituciones operadores del comercio exterior.

Aplicando mejores procesos logísticos e internos en la empresa se produce una mejora en la aplicación de procedimientos en los diferentes trámites aduaneros, lo que motiva a la inserción de nuevos servicios en el mercado del comercio exterior en el Ecuador para la agencia de aduanas WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. y ampliar la cartera de clientes que posee la empresa por las funciones desempeñadas en las normas de calidad en el servicio aplicadas.

La aplicación de la propuesta que fija el manual de procedimientos impulsa la mejora enfocada en las necesidades que presente el usuario,

solventando los problemas o contratiempos internos que posee la empresa, disminuyendo en gran medida los demorajes de las nacionalizaciones de las correspondientes mercancías o pérdidas económicas tanto para el cliente como para la empresa por exceso de errores en la digitación de las declaraciones aduaneras. Se busca mantener un proceso en conjunto definido para englobar las situaciones cotidianas que se pueden presentar en el transcurso de algún proceso aduanero aplicado para que el cliente pueda obtener la carga en sus correspondientes bodegas en el menor tiempo posible o pueda exportar sus mercancías con la mayor eficiencia y agilidad en la misma, lo cual mejora la perspectiva que se presenta de la empresa y permite mejorar el ambiente laboral con acciones definidas que vayan en beneficio de las áreas que poseen contacto directo ya sea con el cliente como lo son en los casos de las ejecutivas de ventas o de manera indirecta con el mismo, como lo son los digitadores de la agencia de aduanas, ya que ingresan el trámite del usuario a la plataforma designada con la información correcta para evitar observaciones o dudas razonables por parte del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, lo cual perjudica al cliente y a la institución mencionada manchando de dicha manera el nombre e historial del agente de aduanas. Solventando dichos problemas con la propuesta planteada se evitan faltas graves o reglamentarias impuestas por el SENA E según las leyes correspondientes hacia la empresa y el agente de aduanas, lo cual en un futuro puede ocasionar en el peor de los casos el cierre o terminación de las funciones de la empresa y cancelación de la licencia para el agente aduanero responsable de las acciones de la institución.

Lo cual disminuye un gran riesgo o amenaza a futuro para la organización y apoya el crecimiento de las capacidades brindadas por parte de cada colaborador que interviene e integra la agencia, mejorando exponencialmente la calidad del servicio presentado a los clientes que necesiten los mismos para la realización de sus correspondientes trámites aduaneros con un agente de aduana.

3.4. Factibilidad de Aplicación

Brinda una factibilidad al aplicar el manual de procedimientos en las actividades realizadas por la agencia de aduanas WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A., ya que genera una mejor atención a los clientes que posee la empresa y capta la gran posibilidad de incrementar dicha cartera de usuarios, al igual que establecer mejores procesos en las situaciones cotidianas con la opción de elegir decisiones beneficiosas para el crecimiento de la agencia, por lo que dependiendo de lo mencionado, provocará el éxito o fracaso de la propuesta planteada.

3.4.1. Factibilidad operativa

Se describe como factible operativamente la propuesta, ya que favorece a los colaboradores y los procesos realizados por los mismos en los distintos departamentos de la empresa, por lo que mediante el manual de procedimientos se mejorará su rendimiento y desempeño en cada función que involucre su cooperación, lo cual, generará como resultado un mejor servicio que lo recibirá de manera positiva los clientes de la agencia aduanera.

3.4.2. Factibilidad Técnica

Es factible dicho criterio, ya que la agencia de aduanas WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A., posee las herramientas tecnológicas, equipos necesarios para los procesos aduaneros, la administración y la diversificación de funciones necesarias para llevar a cabo con la mejor predisposición el manual de procedimientos presentado.

3.4.3. Factibilidad Legal

Es factible legalmente porque la aplicación del manual de procedimientos tiene como guía las leyes y disposiciones vigentes en el servicio de los procesos aduaneros que ofrece la empresa junto a la propiedad intelectual resaltados y mencionados en el marco jurídico de la presente investigación, lo cual permite realizar la aplicación de los

procedimientos indicados por parte de la agencia de aduanas hacia sus correspondientes clientes.

3.4.4. Factibilidad financiera

Se refiere a todos los recursos que posee la empresa, para poder ejecutar el manual de procedimientos para la mejora en la calidad del servicio al cliente de manera correcta e indicada.

Es factible ya que debe reconocerse por parte de la agencia, como un costo más no como un gasto, ya que, mediante el manual presentado, el rendimiento de los colaboradores y el resultado ofrecido por la mejoría de atención y calidad del servicio hacia los clientes va a retornar la inversión realizada y posicionará en una mejor escala a la empresa. El presupuesto estimado para la elaboración y desarrollo del manual de procedimientos es de \$ 2.010,00.

PRESUPUESTO

Manual de procedimientos para la mejora en atención al cliente.

Tabla 24

Descripción	Costo
Desarrollo del manual de procedimientos	\$ 40,00
Producción del manual	\$ 80,00

Plan de capacitación para el servicio de atención al cliente de la empresa.

Descripción	Costo
Primera capacitación: Inducción	\$ 150,00
Segunda capacitación	\$ 200,00
Tercera capacitación: Inducción	\$ 200,00
Cuarta capacitación	\$ 200,00
Quinta capacitación	\$ 300,00

Costos adicionales

Descripción	Costo
Equipos audiovisuales y tecnológicos	\$ 500,00
Material didáctico	\$ 60,00
Transporte	\$ 80,00
Alimentación	\$ 200,00

Costo total del proceso	\$ 2.010,00
--------------------------------	--------------------

3.5 Resultados esperados de la propuesta

Los resultados esperados mediante la propuesta planteada, es la mejora progresiva en el servicio en atención al cliente, la cual es la problemática en la investigación presentada. Por lo que se desea brindar un apoyo y complemento en los procedimientos optados por la empresa para el trato con los usuarios que requieran los servicios aduaneros de importación y exportación de la agencia, de esta manera, tendrá una idea clara, precisa y detallada de las funciones que deben establecerse para generar una fidelización del cliente y empezar una búsqueda de clientes que requieran asesoramiento en temas de comercio exterior.

El manual de procedimientos empleado para mejorar la atención al cliente, se comunicará mediante charlas corporativas hacia los colaboradores, previamente discutidas y validadas por los gerentes de la empresa WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A., aceptando ideas o sugerencias por parte de los distintos trabajadores de las áreas donde mayores conflictos existen o quejas de los clientes se ha presentado, para potencializar las actitudes y desempeños laborales de los colaboradores incentivando el crecimiento personal y conjunto de la agencia aduanera.

Adicional mediante las herramientas tecnológica que posee la institución se dará a conocer las funciones empleadas que se realizarán de forma cotidiana para brindar un gran servicio de calidad a los clientes que presenten dudas o cuestionamientos sobre el servicio que han contratado. Por lo que la comunicación entre cliente – colaborador

mejorará en gran medida en beneficio de la empresa, gozando de un buen ambiente laboral y crecimiento económico en el mercado.

Dentro de las orientaciones presentadas a los colaboradores de la empresa, se resuelven las dudas de mayor recurrencia en la empresa junto a las situaciones o posibles inconvenientes que pueden surgir para tener un conocimiento general con mayor profundidad sobre temas que el cliente necesita orientación o asesoramiento en ciertos momentos, para que la empresa obtenga un avance profesional en servicios aduaneros en el territorio ecuatoriano.

3.6. Análisis del servicio empleado

En el cuadro planteado se detalla el servicio en atención al cliente y proceso aduanero ofrecido por la agencia de aduanas WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

3.6.1. Diseño y aplicación del manual de procedimientos

En el manual de procedimientos, para mejorar la calidad en el servicio al cliente, se va a aplicar las siguientes acciones:

- Instrucciones para mejorar el servicio al cliente
- Capacitaciones y reuniones en la empresa para mejorar el servicio ofrecido a los usuarios.

Instrucciones y procedimientos

Las instrucciones proporcionadas en la investigación, son entregadas a los directivos de la empresa, para mejorar y elevar la calidad en los procesos aduaneros ofrecidos a los usuarios que requieran el mismo, por lo que se desea como un objetivo trazado elevar el crecimiento económico y reconocimiento internacional de la empresa.

- Procedimiento para presentar el servicio aduanero al usuario
- Procedimiento de comunicación con el cliente

- Procedimiento de resolución de problemas o prevención de inconvenientes con el usuario
- Procedimiento para medir la eficiencia del servicio brindado al cliente con recompensas a los colaboradores de la empresa.

Las capacitaciones y reuniones que se realizarán tanto con los directivos y colaboradores de la agencia de aduanas, sirven para mejorar el trato brindado hacia los usuarios de la empresa, adicional se evaluará la comodidad y presión que presenta cada colaborador dentro del área del trabajo desempeñada, para que el servicio se ofrezca sin complicaciones o fallos que generen pérdidas económicas al cliente.

- Calidad del servicio
- Dinamismo en la comunicación con el cliente
- Soluciones eficientes en inconvenientes con los trámites de los usuarios
- Aprovechar intervalos de tiempos para mejorar el servicio

3.6.2. Recursos empleados en la propuesta

Dentro del manual de procedimientos para ejecutar la atención al cliente en operaciones aduaneras se van aplicar el siguiente proceso:

Actividades para el manual de procedimientos

- Elaboración del manual de procedimientos
- Revisión de los procedimientos diseñados para el manual
- Sugerencias o modificaciones acordes a las funciones de cada departamento de la empresa
- Aprobación y validación del manual de procedimientos presentado
- Impresión y presentación del manual
- Distribución del manual de procedimientos

Para dicho manual de procedimientos aplicable en la empresa, los encargados de administrar dicha información son directivos de la institución suministrando los manuales al jefe directo de los departamentos de operaciones aduaneras como lo es el asistente de presidencia y gerente del área de digitación para el conocimiento de dicha área.

Los recursos para efectuar las actividades mencionadas son: computadoras, servicio de Internet, impresoras, libros encuadernados, tinta para la impresión, embalaje y hojas oficio para respaldo de las mismas.

Capacitaciones en la empresa

- Elaborar el calendario para realizar las capacitaciones
- Notificar a los colaboradores de la empresa sobre la capacitación para la mejora del servicio al cliente
- Realizar la primera capacitación sobre la inducción del manual de procedimientos
- La segunda capacitación se tratará de los procesos aduaneros elaborados en la empresa
- La tercera capacitación se centrará exclusivamente en la atención al cliente
- La cuarta capacitación se basará en la solución de problemas frente a las adversidades que se pueden presentar al ejecutar el manual
- La quinta y última capacitación se evaluará a los colaboradores sobre los conocimientos recibidos en las anteriores reuniones

Para la realización de capacitaciones y actividades mencionadas, estarán encargados los directivos, como lo son el Gerente General de la empresa, la jefa

del departamento de Recursos Humanos, la asistencia de presidencia, los jefes de las distintas áreas correspondientes a la aduana en la empresa.

De esta manera se abarcan todas las áreas acentuando una postura al momento de realizar operaciones en la agencia aduanera beneficiando el servicio hacia el usuario por los distintos departamentos.

Los recursos que se emplearán para las capacitaciones mencionadas serán: la computadora, proyector, hojas oficio, bolígrafos, cuadernos, sillas, pantalla reflectora y adicional el espacio amplio e igual de cómodo para recibir las charlas presentadas.

3.6.3. Evaluación del manual de procedimientos

Se establecerán métodos de evaluación para el manual de procedimientos que favorecen a la ejecución del mismo en beneficio de la empresa, lo cual genera un crecimiento exponencial del mejoramiento de la atención del servicio al cliente brindado, por lo que se marca una diferencia con los diferentes agentes de aduana en el Ecuador.

Evaluación del manual:

- Elaboración del manual de procedimientos: Se debe adaptar el manual a las necesidades que presenta la agencia aduanera y a sus servicios ofertados.
- Revisión de los procedimientos diseñados para el manual: Junto a los directivos de la empresa y a los distintos jefes de áreas se debe revisar el manual de procedimientos elaborado para la empresa.
- Sugerencias o modificaciones acordes a las funciones de cada departamento de la empresa: Acorde a las funciones, actividades y procesos correspondientes a la empresa debe modificarse o moldearse a lo que se ajusta al formato de la agencia, para sentir comodidad al aplicar el mismo.
- Aprobación y validación del manual de procedimientos presentado: No debe contener errores o

problemas graves al momento de ejecutarse ya que puede causar confusiones en las áreas en los que se aplicará o contradicciones con los clientes.

- Impresión y presentación del manual: Debe de ser impecable, correcto y entendible para todos los usuarios.
- Distribución del manual de procedimientos: Se debe entregar a todos los colaboradores de la empresa con la correspondiente firma de recibido de cada uno de ellos como constancia y respaldo de la institución.

Plan de capacitaciones en la empresa

- Elaborar el calendario para realizar las capacitaciones: Se deben coordinar fechas y horarios en las cuales no existan alguna otra actividad fundamental para la agencia aduanera y se posea disponibilidad por parte los directivos y áreas funcionales de la misma.
- Notificar a los colaboradores de la empresa sobre la capacitación para la mejora del servicio al cliente: Se debe notificar a los colaboradores de la agencia de aduanas Wladimir Coka Asociados S.A. para que tengan conocimiento de las capacitaciones planteadas.
- Realizar la primera capacitación sobre la inducción del manual de procedimientos: Se tratará el tema por parte del encargado operativo, donde se hará cargo de la presencia de los colaboradores de la empresa, realizando participaciones dinámicas entre los mismos
- La segunda capacitación se tratará de los procesos aduaneros elaborados en la empresa: Se tratará el tema por parte del encargado operativo, donde se hará cargo de la presencia de los colaboradores de la empresa, realizando participaciones dinámicas entre los mismos.
- La tercera capacitación se centrará exclusivamente en la atención al cliente: Se tratará el tema por parte del

encargado operativo, donde se hará cargo de la presencia de los colaboradores de la empresa, realizando participaciones dinámicas entre los mismos.

- La cuarta capacitación se basará en la solución de problemas frente a las adversidades que se pueden presentar al ejecutar el manual: Se tratará el tema por parte del encargado operativo, donde se hará cargo de la presencia de los colaboradores de la empresa, realizando participaciones dinámicas entre los mismos.

- La quinta y última capacitación se evaluará a los colaboradores sobre los conocimientos recibidos en las anteriores reuniones: Se evaluará a los participantes que hayan intervenido en las capacitaciones para conocer el éxito o conocimientos aprendidos por los mismos, donde se debe documentar el proceso con las correspondientes firmas de los directivos para validar el manual de procedimientos en la empresa.

Mediante los procesos mencionados, junto a los recursos utilizados se planea realizar una mejora en la empresa perfeccionando la propuesta planteada, lo cual genera un mejor control y seguimiento al plasmar el manual de procedimientos en las actividades o funciones diarias de la agencia WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. por parte de los diferentes colaboradores de los diversos departamentos de la empresa. Por lo que se puede administrar los parámetros realizados para garantizar el éxito o beneficio del manual aplicado en la institución enfocado en materia del comercio exterior, específicamente en los procesos aduaneros ofrecidos al cliente.

3.6.4. Diagrama de Gantt para la realización de capacitaciones

Se aplicó el diagrama de Gantt para la realización del cronograma de las capacitaciones que se llevarán a cabo para aplicar el manual de procedimientos en la mejora de la calidad de atención al cliente presentado.

Por lo que se aplicarán las charlas en la agencia aduanera Wladimir Coka Asociados S.A. para la inducción y mejora del servicio en un período de 15 días

laborables que constaran desde el 15 de septiembre del 2020 y finalizará el 5 de octubre del presente año con el objetivo de comunicar la información recopilada a los colaboradores de la empresa para un crecimiento en los servicios aduaneros ofrecidos a los clientes que necesiten de los mismos.

Dentro de las capacitaciones planteadas y ofrecidas a la agencia aduanera, se tratarán los tópicos mencionados anteriormente para elevar la calidad del servicio al cliente y fomentar un crecimiento institucional con respecto a los demás agentes de aduana que ofrecen los mismos servicios a nivel nacional. Por lo que marcar una diferencia en el servicio ofertado a los consumidores dependerá de los valores planteados y procedimientos diseñados para que se tracen metas a futuro en materia de comercio exterior.

Se dividirán en cinco capacitaciones abarcando los problemas recurrentes y frecuentes de la institución que afectan al cliente o a sus declaraciones aduaneras por multas económicas o pagos por demorajes en las bodegas de la aduana, teniendo como responsables a departamentos como ejecutivas de ventas o departamento de digitación o clasificación que deben realizar un impecable trabajo al momento de ingresar la información al sistema o comunicar al cliente las novedades del trámite en los momentos adecuados.

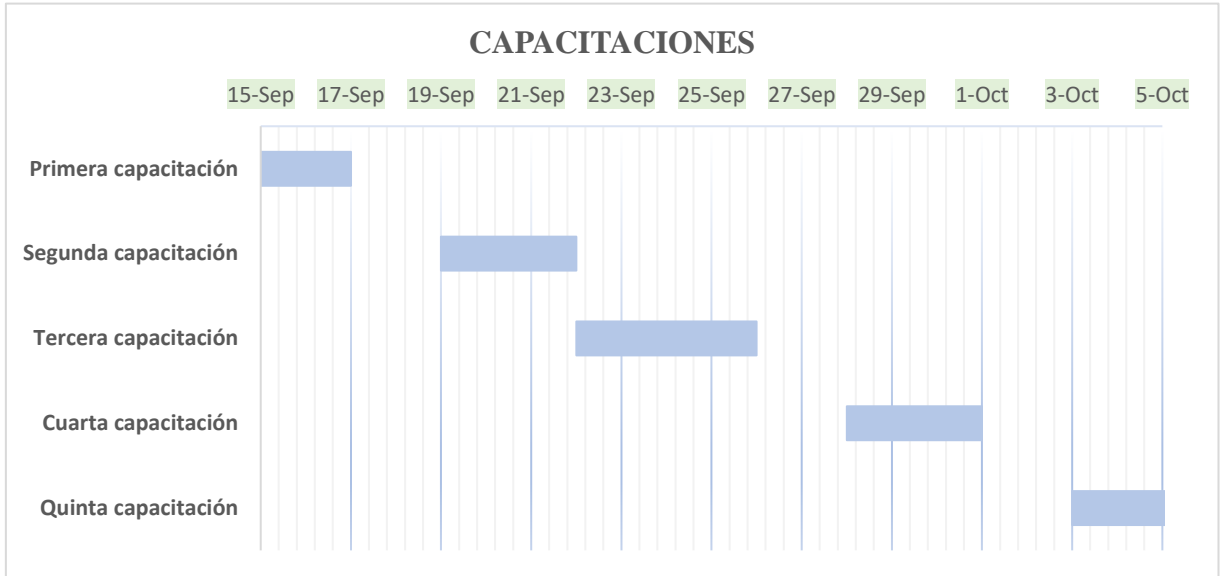
Tabla 25

CAPACITACIONES			
Nombre de actividad	Fecha inicio	Duración en días	Fecha fin
Primera capacitación	15-sep	2	16-sep
Segunda capacitación	19-sep	3	21-sep
Tercera capacitación	22-sep	4	27-sep
Cuarta capacitación	28-sep	3	30-sep
Quinta capacitación	03-oct	3	05-oct

Cronograma de las capacitaciones

Gráfico 11

Diagrama de Gantt de capacitaciones



Fuente: Elaborado por el autor

Conclusiones

Dentro de la investigación presentada, se indica una conclusión general sobre la calidad del servicio al cliente por parte de la empresa desarrollada en el informe. Donde la agencia aduanera WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. presenta problemas en el servicio al cliente brindado dentro de sus procesos aduaneros.

El cliente de la agencia aduanera WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. no se siente del todo conforme con las actividades o procedimientos que realiza la empresa, ya que lo mencionado se pudo confirmar con las encuestas presentadas en la presente investigación donde se pudo comprobar el nivel de fidelidad y conformidad que mantiene con la institución valorando los aspectos a mejorar o disgustos que ha pasado en sus procesos, donde un gran porcentaje aún no tiene plena comodidad y seguridad de que sus operaciones relacionadas con el comercio exterior se realicen con la agilidad o eficiencia que las mismas ameritan para ese tipos de casos, lo cual permite que la agencia aduanera pierda credibilidad y no adquiera alguna ventaja competitiva sobre los demás agentes en el mercado.

Por lo que mediante la propuesta planteada y los análisis recopilados en la investigación se ofrece una mejora significativa al servicio que brinda la empresa para solventar la seguridad que requieren y necesitan los usuarios que solicitan el servicio de un agente de aduana en el Ecuador, lo cual mejora la imagen de la institución y facilita la búsqueda de nuevos clientes o socios comerciales que tengan la visión que posee la empresa la cual es garantizar la seguridad en los procesos aduaneros de sus clientes brindando la mejor calidad en el servicio al cliente ofertado de cada uno de los colaboradores de la agencia con procesos óptimos y ágiles que faciliten y disminuyan costos en el comercio exterior.

Recomendaciones

Para la investigación presentada se determinan y analizan las siguientes conclusiones:

- Utilizar de manera frecuente las redes sociales para comunicar los servicios ofrecidos a los clientes nuevos que deseen realizar operaciones aduaneras.
- Establecer el manual de procedimientos unificado para todos los departamentos para evitar contradicciones y confusiones hacia los clientes
- Motivar a los colaboradores de las distintas áreas por su labor, para que de esta manera exista un ambiente de motivación en la empresa.
- Evitar presiones y reclamos de manera frecuente entre departamentos que causen distracción o errores en la digitación de declaraciones aduaneras.
- Ser proactivos en todo momento para cualquier adversidad suscitada, lo cual genera resolver problemas de manera inmediata sin generar pérdidas económicas a los clientes.

Bibliografía


- ACAVIR. (2022). OPERADORES DE COMERCIO EXTERIOR. *ACAVIR*, 1. Obtenido de <https://www.acavir.com/comercio-exterior/operadores-comex/#:~:text=Son%20operadores%20de%20comercio%20exterior,las%20actividades%20de%20comercio%20exterior.>
- ASAMBLEA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (9 de 06 de 1997). Registro Oficial Suplemento 82. *LEY DE COMERCIO E INVERSIONES*. Quito.
- ASAMBLEA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (20 de 10 de 2008). Registro Oficial 449 de 20-oct-2008. *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008*. Quito.
- ASAMBLEA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (29 de 12 de 2010). Registro Oficial Suplemento 351 de 29-dic.-2010. *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES*.
- ASAMBLEA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (17 de 05 de 2011). Registro Oficial Suplemento 450 de 17-may.- 2011. *REGLAMENTO DE INVERSIONES DEL CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION*.
- ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (12 de 12 de 2002). Registro Oficial 735, 31-XII-2002; Registro Oficial 168, 19-XII-2005. *REGLAMENTO A LA LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS*. QUITO.
- ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (17 de 04 de 2002). Registro Oficial Suplemento 557 de 17-abr-2002. *LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS Y MENSAJES DE DATOS*. QUITO.
- ASAMBLEA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (23 de 09 de 2021). Registro Oficial Suplemento 544 de 23-sep.-2021. *PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2021-2025*.
- Bezerra, J. (2021). GLOBLIZACION. *CIENCIAS SOCIALES*, 1. Obtenido de <https://www.todamateria.com/globalizacion/>
- Blanco, R. G. (11 de JUNIO de 2018). *EALDE BUSINESS SCHOOL*. Obtenido de <https://www.ealde.es/teorias-comercio-internacional/>
- CAMARA DE MADRID. (2021). SERVICIO AL CLIENTE. *CAMARA MADRID*, 1. Obtenido de <https://www.mba-madrid.com/marketing/servicio-al-cliente/>
- Caravaca, E. (2022). La atención al cliente. *Andalucia Lab*, 1. Obtenido de <https://www.andalucialab.org/blog/calidad-en-la-atencion-al-cliente/>
- Carvajal, F. (2016). Exportaciones del Ecuador. *El Comercio*, 1. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-caucho-exportaciones-ecuador-pajatoquilla.html#:~:text=El%20cacao%20fue%20el%20dominador,se%20sumaron%20a%20la%20lista.>

- CEUPE. (2018). Comercio Exterior. *CEUPE MAGAZINE*, 1. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-el-comercio-exterior.html>
- CEUPE. (2022). VENTAJA COMPETITIVA. *CEUPE MAGAZINE*, 1. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-ventaja-competitiva.html>
- Clark, L. E. (11 de DICIEMBRE de 2017). *PROCESO ADMINISTRATIVO*. Obtenido de [file:///C:/Users/erickc%20cedeno/Downloads/Dialnet-EstudioDeCaso-6560783%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/erickc%20cedeno/Downloads/Dialnet-EstudioDeCaso-6560783%20(1).pdf)
- CORTE CONSTITUCIONAL DEL ECUADOR. (28 de 02 de 2020). Registro Oficial N° 151. *LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN*. QUITO.
- Fayol, H. (8 de AGOSTO de 1916). *UTEL BLOG*. Obtenido de <https://utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/las-funciones-basicas-de-la-empresa-segun-henry-fayol-2/#:~:text=Funciones%20administrativas.,la%20coordinaci%C3%B3n%20y%20el%20control>.
- Gomez, G. (2022). Manual de procedimientos. *Gestipolis*, 1. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/manuales-procedimientos-uso-control-interno/#:~:text=Estructura%20del%20manual%20de%20procedimientos&text=Introducci%C3%B3n%20Explicaci%C3%B3n%20corta%20del%20procedimiento,Descripci%C3%B3n%20del%20procedimiento.&text=Respon>
- Krugman, P. (24 de Febrero de 2014). *ESAN BUSINESS*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/contribucion-paul-krugman-disciplina-economica#:~:text=Paul%20Krugman%20sostiene%20que%20parte,de%20econom%C3%ADas%20de%20escala%20crecientes>.
- MECALUX ESMENA. (2020). Logística Integral. *MECALUX*, 1. Obtenido de <https://www.mecalux.es/blog/logistica-integral#:~:text=La%20log%C3%ADstica%20integral%20es%20una,en%20el%20menor%20tiempo%20posible>.
- MINISTERIO DEL TRABAJO. (26 de 11 de 2021). RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN MDT-RI2021171942. *REGLAMENTO INTERNO WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.* GUAYAQUIL.
- Palma, J. (2017). Manual de procedimiento. *Administración*, 1. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos13/mapro/mapro>
- Prada, P. (2018). IMPORTANCIA DE LAS ORGANIZACIONES. *Gurux*, 1. Obtenido de <https://www.elgurux.com/organizacion-significado.html>
- Reyes, V. (2021). Sistema de gestión de calidad. *AULA10*, 1. Obtenido de <https://aula10formacion.com/blog/sistema-gestion-calidad-sirve/>
- RFL CARGO. (2022). TRACKING DE LOGÍSTICA. *RFL*, 1. Obtenido de <https://rflcargo.com/que-es-el-sistema-tracking-como-se-aplica-a-la-logistica/>

- Robbins, S. P., & Mary Coulter. (1987). Administración. En S. P. Robbins, & M. Coulter, *Administracion* (pág. 641). Missouri: Pearson. Obtenido de <https://www.auditorlider.com/wp-content/uploads/2019/06/Administracion-8ed-Stephen-P.-Robbins-y-Mary-Coulter-1.pdf>
- Rojas, K. (2022). Atencion al cliente. *Tiendanube*, 1. Obtenido de <https://www.tiendanube.com/blog/que-es-servicio-atencion-cliente/>
- Roldan, P. (2017). COMERCIO EXTERIOR. *ECONOMIPEDIA*, 1. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/comercio-exterior.html>
- SERVICIO DE ADUANAS DEL ECUADOR. (18 de 01 de 2022). *Agente de Aduana*. Obtenido de SENAE: <https://www.aduana.gob.ec/servicios-para-oces/>
- SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR. (13 de 09 de 2019). Resolución Nro. SENAE-SENAE-2019-0077-RE. *SERVICION NACIONAL DE ADUANA*. Guayaquil.
- Silva, D. D. (2020). Indicadores del servicio al cliente. *Blog de Zendesk*, 1. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/indicadores-de-atencion-al-cliente/>
- Thompson, M., & Antezana, J. (2022). ADMINISTRACION. *Promonegocios*, 1. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/administracion/proceso-administrativo.html>
- TORRES, I. (2022). PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS. *IV CONSULTORES*, 1. Obtenido de <https://iveconsultores.com/diferencia-entre-proceso-y-procedimiento/>
- Uriarte, J. M. (2021). Organizacion. *Organizaciones*, 1. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/organizaciones/>
- Vergara, M. E. (17 de JUNIO de 2017). SCIELO. *MAGRO*, pág. 1. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000300038
- WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. (2021). CÓDIGO DE ÉTICA WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. *CÓDIGO DE ÉTICA DE LA COMPAÑÍA*.

Anexos

Anexo 1 Modelo de la encuesta

Estructura del modelo de encuesta	
	
Unidad de análisis:	Los clientes de la agencia de aduanas Wladimir Coka Asociados S.A.
Objetivo:	Medir la calidad del servicio al cliente ofrecido desde la perspectiva del usuario
Pregunta 1	Tipo de operador del comercio exterior
Alternativas	Importador
	Exportador
Pregunta 2	Tiempo adquiriendo los servicios
Alternativas	Menos de 1 año
	De 1 a 3 años
	De 3 a 5 años
	De 5 a 10 años
	Más de 10 años
Pregunta 3	Frecuencia del servicio
Alternativas	Frecuentemente
	Ocasionalmente
	Rara vez
	Una vez al año
Pregunta 4	Eficiencia y agilidad en el servicio
Alternativas	Muy satisfactorio
	Satisfactorio
	Regular
	Poco Satisfactorio
	Nada satisfactorio
Pregunta 5	Aspecto más valorable
Alternativas	Precio
	Eficiencia
	Confianza
	Atención al cliente
	Todas las anteriores

Pregunta 6	Medio de comunicación del servicio
Alternativas	Redes Sociales
	Amigos
	Malas experiencias con otras agencias aduaneras
	Socios comerciales

Pregunta 7	Aspecto a mejorar en la agencia aduanera
Alternativas	Agilidad en la digitación de las declaraciones aduaneras
	Mejorar la calidad del servicio al cliente
	Implementación de servicios de Courier
	Mejor comunicación entre ejecutivos de ventas y clientes
	Todas las anteriores

Pregunta 8	Frecuencia de problemas
Alternativas	Con mucha frecuencia
	Ocasionalmente en casos puntuales
	Una sola vez
	Nunca he tenido problemas

Pregunta 9	Cambiar de agente de aduana
Alternativas	Lo haré
	Tengo dudas
	Lo he pensado, pero no lo haré
	No lo haré

Pregunta 10	Departamento con mayores contratiempos
Alternativas	Ejecutivas de ventas
	Digitación
	Clasificación de subpartidas arancelarias
	Auxiliares de Aduana

Anexo 2 Modelo de la guía de observación

Guía de observación



Unidad de análisis:	Los colaboradores de la agencia aduanera Wladimir Coka Asociados S.A.
Objetivo:	Establecer entre criterios los servicios de atención al cliente de los colaboradores de la agencia de aduanas WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.
Criterio 1	Servicios ofrecidos hacia los usuarios
Observación	
Criterio 2	Tiempo en la realización del proceso
Observación	
Criterio 3	Precio por trámite realizado
Observación	
Criterio 4	Calidad en el servicio al cliente
Observación	
Criterio 5	Eficiencia en el proceso aduanero
Observación	
Criterio 6	Tecnología empleada en el proceso aduanero
Observación	
Criterio 7	Relación entre colaboradores y clientes
Observación	
Criterio 8	Tiempo de espera
Observación	
Criterio 9	Canales de comunicación del servicio
Observación	
Criterio 10	Ambiente laboral
Observación	
Criterio 11	Búsqueda de nuevos clientes
Observación	

Anexo 3 **Manual de procedimientos**

Manual de procedimientos para el servicio al cliente



WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA
EMPRESA WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. COMO AGENTE DE ADUANA
GUAYAQUIL - ECUADOR
2022

Manual de procedimientos para el servicio al cliente



WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Introducción

En el presente manual de procedimientos se detallan los aspectos para mejorar la calidad ofrecida del servicio al cliente para la agencia aduanera WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Donde se diseñó con el objetivo de solventar los inconvenientes suscitados en la empresa por parte de los colaboradores de la misma, para resolver conflictos y situaciones internas que impiden la agilidad junto a la eficiencia para generar un excelente servicio a los usuarios tanto importadores como exportadores.

El señalado manual de procedimientos va dirigido hacia los directivos de la agencia de aduanas Wladimir Coka Asociados S.A., en conjunto a los respectivos colaboradores de las distintas áreas que poseen contacto con el cliente.

Elaborado por: Erick Ariel Cedeño Naranjo

Manual de procedimientos para el servicio al cliente



WLADIMIR COKA ASOCIADOS

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Contenido del plan

Misión

Visión

Valores

Estructura organizacional

Análisis del área

Objetivo del plan

Mejoras planteadas

Instrucciones

Capacitaciones

Seguimiento

Manual de procedimientos para el servicio al cliente



WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Lineamientos

Misión

Proporcionar a nuestros clientes soluciones confiables a los requerimientos de comercio exterior a nivel nacional e internacional, fomentando la eficiencia y promoviendo la mejora continua en todos nuestros procesos orientados hacia la satisfacción total de nuestros clientes y nuestros colaboradores.

Visión

Ser la empresa sinónimo de transparencia, eficiencia e innovación tecnológica que ofrece soluciones a los requerimientos de la cadena logística de sus clientes creando día a día valores agregados que excedan con sus expectativas, haciéndonos preferidos en el mercado.

Manual de procedimientos para el servicio al cliente



WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Lineamientos

Valores

Honestidad

Responsabilidad

Capacidad

Lealtad

Vocación de servicio

Innovación tecnológica

Objetivos

*Impulsar el comportamiento seguro de nuestras actividades como herramienta para la prevención de actividades ilícitas

*Minimizar el riesgo de contaminación por tercero de la carga de nuestros clientes

*Controlar el cumplimiento de la Política de seguridad mediante la supervisión de los procedimientos de los planes de acción

*Analizar los resultados de las mediciones y establecer prioridades de acción

*Realizar la mejora continua de las condiciones de seguridad establecidas en los procedimientos

Manual de procedimientos para el servicio al cliente

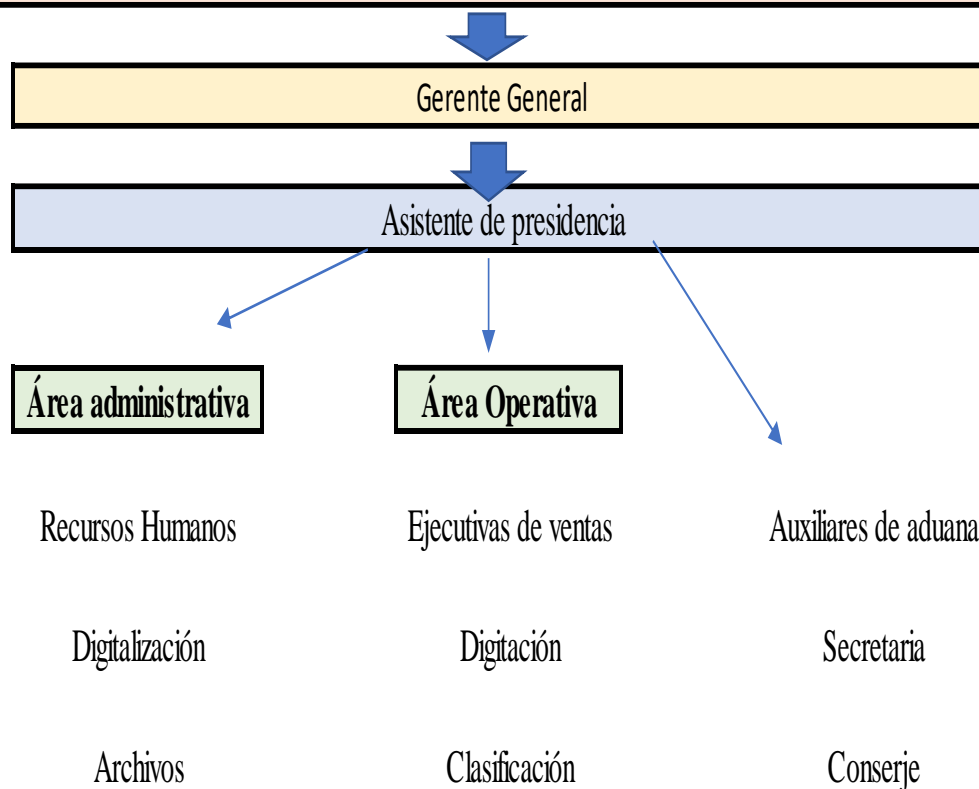


WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Estructura organizacional



Manual de procedimientos para el servicio al cliente



WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Plan de acción

Análisis del área

En la agencia de aduanas WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A., se han presentado problemas e inconvenientes entre los colaboradores de la empresa y los usuarios en los distintos procesos aduaneros, por lo que causa inconformidad en los mismos y genera una pausa en el crecimiento de la empresa provocando pérdidas económicas y participativas para la agencia.

Objetivo del manual

Mejorar significativamente la calidad del servicio al cliente brindado por la agencia de aduanas Wladimir Coka Asociados S.A.

Mejoras

Para mejorar la calidad en el servicio al cliente en la agencia aduanera se aplican las siguientes acciones:

- * Procedimientos e instrucciones en la atención al cliente
- * Capacitaciones para mejorar el servicio brindado

Manual de procedimientos para el servicio al cliente



WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Instrucciones y procedimientos

Procedimiento para presentar el servicio aduanero al usuario

- a) Se deben utilizar las redes sociales para comunicar todos los servicios y regímenes que presenta la empresa
- b) Cuando el cliente se comunique con la correspondiente ejecutiva de venta, se lo debe atender en la mayor brevedad posible resolviendo todas sus inquietudes y estableciendo los documentos necesarios para cumplir dichas funciones
- c) Cuando el cliente no presente dudas sobre el servicio demandado, se deben solicitar los documentos respectivos para la digitación del trámite

Manual de procedimientos para el servicio al cliente



WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Instrucciones y procedimientos

Procedimiento de comunicación con el cliente

- a) En el proceso de digitación del trámite, se deben comunicar en tiempos periódicos sobre las novedades del estado de la declaración
- b) Dependiendo de la complejidad del trámite, se debe comunicar al usuario sobre el tiempo estimado para la espera de la finalización del mismo
- c) El digitador al comienzo del trámite debe realizar todos los documentos para detectar errores graves en los mismos y comunicar inmediatamente a la ejecutiva correspondiente para indicarlo al cliente, sobre todo campos sensibles que demoran en su rectificación
- d) El digitador debe notificar a la ejecutiva campos erróneos como: el ruc correcto del importador en la factura comercial, la suma total de los precios de las mercancías, algún Incoterm equivocado en el documento o cualquier error de digitación en el documento presentado
- e) Se debe notificar al usuario cualquier documento faltante obligatorio para la transmisión de la declaración aduanera para ahorrar tiempo al usuario en el proceso aduanero ejecutado.
- f) Al enviar los documentos como: Declaración Andina de Valor, Declaración Aduanera de Importación, Preliquidación y para vehículos la Declaración Aduanera Única, se deben ubicar en el correo todas las observaciones menores o puntuales para el debido conocimiento del cliente y como respaldo de la agencia aduanera.

Manual de procedimientos para el servicio al cliente



WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Instrucciones y procedimientos

Procedimiento de resolución de problemas o prevención de inconvenientes con el usuario

- a) Si al momento de la transmisión de la declaración en importación o exportación llega como respuesta algún error por parte de sistemas o del Ecuapass por intermitencias, se debe realizar nuevamente el envío de inmediato para evitar contratiempos al usuario
- b) El digitador con el objetivo de evitar el pago de demorajes en las bodegas por las mercancías del cliente, debe estar atento a las respuestas de las transmisiones aduaneras que realiza, donde se debe monitorear el estado de la misma cada 10 minutos para realizar un trabajo eficiente y proactivo para la agencia.
- c) Si el cliente solicita que la transmisión se realice de manera anticipada, antes del arribo de la carga, se lo debe hacer de manera prioritaria, ya que si la mercancía llega a arribar puede ocasionar un contratiempo grave al importador.
- d) Si la carga ya ha arribado pero no contiene informe de ingreso de pesos y el importador solicita la transmisión de la misma, el digitador debe de estar monitoreando su ingreso con las respectivas taras de los contenedores o tolerancia de pesos que no sobrepasen el 10% de más o menos con el peso manifestado cada 30 minutos, para que el importador pueda obtener la salida autorizada de su mercancía.
- e) Si al momento de la transmisión llega un error en la respuesta por parte del SENA, que solicite algún documento de control previo, se debe comunicar de manera urgente al usuario en cooperación con la ejecutiva de venta, para no elevar el tiempo que la carga puede pagar demoraje en las bodegas.
- f) Si se presenta alguna observación de SENA en aforos físicos intrusivos o documentales, la realización de las correctivas debe realizarse por parte del departamento de digitación en menos de 30 minutos para subsanar la observación de inmediato y el usuario pueda sacar su carga.
- e) Las ejecutivas de ventas deben proporcionar la información y documentos completos al departamento de digitación para evitar errores en el ingreso de la información y lo deben realizar en el momento en el cual el cliente les proporciona los mismos, para evitar retrasos.

Manual de procedimientos para el servicio al cliente



WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Instrucciones y procedimientos

Procedimiento para medir la eficiencia del servicio brindado al cliente con recompensas a los colaboradores

- a) Si el trámite no ha presentado inconvenientes, las ejecutivas de ventas deben comunicarse con el cliente para un seguimiento después de la salida autorizada de sus correspondientes cargas o la exportación de sus mercancías, para conocer el grado de satisfacción del usuario
- b) Se debe fidelizar al cliente por la frecuencia de trámite solicitando la firma del agente de aduana de la empresa, donde se realizará una tabla de clientes VIP, para que al momento de llegar un trámite de dicho cliente, se le de prioridad por encima de otros, así los usuarios incrementarán el volumen de trámites para la institución
- c) Si se observa que un cliente no queda del todo satisfecho con el cliente o tiene disgustos con el servicio ofrecido, se deberá comunicar con el cliente y tomar sus sugerencias de manera cortés para agilizar el proceso la próxima vez con él o demás clientes
- d) Si el cliente felicita de manera telefónica o por correo electrónico a alguna ejecutiva de venta o departamento en particular, los directivos deberán recompensar a dicha área o persona con bonificaciones o reuniones dinámicas para fomentar una pausa activa con el fin de mejorar el trabajo o función del colaborador.
- e) Al equipo de digitación que se someten a varias presiones durante la semana del trabajo, si los trámites o declaraciones aduaneras ocurren sin novedades o disgustos de parte del cliente, podrán ser recompensados a disposición de los directivos con bonificaciones o recompensas laborales para mejorar su desempeño y mejorar el ritmo del área, satisfaciendo indirectamente la calidad del servicio al cliente brindado.



WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Plan de acción

CAPACITACIONES

Se presenta el programa de capacitaciones para la agencia de aduanas WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A. para mejorar la calidad del servicio al cliente desde los procedimientos enfocados a los colaboradores que intervienen la empresa.

Objetivo

Incrementar el nivel del servicio ofrecido a los usuarios que necesiten un agente de aduanas para sus correspondientes procesos aduaneros.

Mejorar la comunicación entre departamentos para incrementar la agilidad y eficiencia en las declaraciones aduaneras presentadas.

Simplificar procesos para el ahorro de tiempo en los trámites y disminuir contratiempos o errores con los clientes de la empresa.

Manual de procedimientos para el servicio al cliente



WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Plan de acción

Capacitaciones

Tema de capacitación	Objetivo	Tiempo	Autorización
Inducción del manual de procedimientos	Orientar a los colaboradores de la empresa sobre los nuevos procedimientos funcionales de la agencia aduanera	2 días	Departamento de Gerencia y Recursos Humanos de la agencia aduanera WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.
Procesos aduaneros de la agencia aduanera	Resaltar las principales funciones de cada trámite y régimen aduanero como servicio brindado al cliente a los colaboradores	3 días	

Manual de procedimientos para el servicio al cliente



WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Plan de acción

Capacitaciones					
Tema de capacitación	Objetivo	Tiempo	Autorización		
Atención al cliente	Presentar las formas correctas de atender al cliente para sus procesos aduaneros	4 días	Departamento de Gerencia y Recursos Humanos de la agencia aduanera WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.		
Soluciones de problemas a futuro en la empresa	Establecer conceptos a los colaboradores de que pueden existir problemas en la empresa a pesar de la ejecución a plenitud del manual presentado	3 días			
Evaluación a los colaboradores	Evaluar los conocimientos captados por los colaboradores para de dicha manera comparar el gran avance en los procedimientos gracias al presente manual	3 días			

Manual de procedimientos para el servicio al cliente



WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

ACCIÓN	RESPONSABLE
COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE	EJECUTIVAS DE VENTAS
DEFINIR PROCESOS CLAROS SIMPLIFICADOS CON EL CLIENTE	EJECUTIVAS DE VENTAS
DIGITACIÓN DE LAS DECLARACIONES ADUANERAS	DIGITADORES
NOTIFICAR ERRORES EN LOS DOCUMENTOS O EN EL TRÁMITE	DIGITADORES
ENVIAR LOS ERRORES DETECTADOS AL CLIENTE	EJECUTIVAS DE VENTAS
ENVIAR LOS DOCUMENTOS COMPLETOS A DIGITACIÓN	EJECUTIVAS DE VENTAS
REALIZAR LA PLANTILLA EN EXCEL PARA CLASIFICACIÓN	DIGITADORES
REALIZAR LA CORRECTA ASIGNACIÓN DE SUBPARTIDAS EN EL MENOR TIEMPO POSIBLE	CLASIFICADORAS
INGRESO DEL TRÁMITE EN EL SISTEMA CON LA MAYOR EFICIENCIA POSIBLE	DIGITADORES

Manual de procedimientos para el servicio al cliente



WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

ACCIÓN	RESPONSABLE
ENVÍO DE DOCUMENTOS CORRESPONDIENTES AL TRÁMITE CON LAS RESPECTIVAS OBSERVACIONES DEL MISMO POR CORREO ELECTRÓNICO	DIGITADORES
ENVÍO DE DOCUMENTOS AL CLIENTE PARA LA CONFIRMACIÓN DE LA CORRESPONDIENTE TRANSMISIÓN ADUANERA FINAL	EJECUTIVAS DE VENTAS
ENVÍO DEL CORREO DE CONFIRMACIÓN AL DIGITADOR PARA PROCEDER CON EL ENVÍO DE LA DECLARACIÓN ADUANERA	EJECUTIVAS DE VENTAS
ENVIAR LA DECLARACIÓN CORRECTAMENTE A LA ADUANA	DIGITADORES
ESPERA DE RESPUESTA POR PARTE DEL SENAE Y ENVÍO DE LA MISMA A LA EJECUTIVA DE VENTAS	DIGITADORES
ENVÍO DE LA RESPUESTA AL CLIENTE JUNTO A LA CORTÉS COMUNICACIÓN CON EL MISMO PARA FINALIZAR EL TRÁMITE	EJECUTIVAS DE VENTAS



Manual de procedimientos para el servicio al cliente

WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Control y seguimiento

Actividad	Responsable	Recursos
Notificar a los colaboradores de las capacitaciones	Gerente General de la agencia aduanera	Computadora, servicio de Internet
Coordinación de fechas de capacitaciones para impartir el manual	Asistente de Presidencia	Computadora, servicio de Internet
Primera capacitación: Inducción del manual	Capacitador	Cuadernos, bolígrafos, proyector, sillas, hojas oficio
Segunda capacitación: Procesos aduaneros	Capacitador	Cuadernos, bolígrafos, proyector, sillas, hojas oficio, computadora y servicio de internet
Tercera capacitación: Atención al cliente	Capacitador	Cuadernos, bolígrafos, proyector, sillas, hojas oficio, computadora y servicio de internet
Cuarta capacitación: Problemas futuros	Capacitador	Cuadernos, bolígrafos, proyector, sillas, hojas oficio, computadora y servicio de internet
Quinta capacitación: Evaluación	Capacitador, Asistente de Presidencia	Cuadernos, bolígrafos, proyector, sillas, hojas oficio, computadora y servicio de internet



Manual de procedimientos para el servicio al cliente

WLADIMIR COKA ASOCIADOS S.A.

Guayaquil, 15 de julio 2022

Versión 1.0

Control y seguimiento

Actividad	Indicador	Funcionalidad
Notificar a los colaboradores de las capacitaciones	Se debe realizar un correo electrónico masivo para los colaboradores de la empresa	Realizado SI: _____ NO: _____
Coordinación de fechas de capacitaciones para impartir el manual	Con el autor del manual y la gerencia de la empresa debe decidirse las fechas para las capacitaciones respectivas	Realizado SI: _____ NO: _____
Primera capacitación: Inducción del manual	Se debe orientar al personal sobre los temas a tratar	Realizado SI: _____ NO: _____
Segunda capacitación: Procesos aduaneros	Verificar los procesos emprendidos en la agencia para fomentar una mejora	Realizado SI: _____ NO: _____
Tercera capacitación: Atención al cliente	Establecer los estándares de calidad para el servicio ofrecido al cliente	Realizado SI: _____ NO: _____
Cuarta capacitación: Problemas futuros	Resaltar que los problemas pueden existir pero se debe presentar la proactividad para los mismos	Realizado SI: _____ NO: _____
Quinta capacitación: Evaluación	Evaluar los conocimientos de los colaboradores para mostrar su avance en los procedimientos presentados	Realizado SI: _____ NO: _____