



Trabajo Final (TF) en la modalidad de Curso

Título de la monografía:

**Plan de proceso logístico de una empresa multinacional
en República Dominicana**

Nombres de estudiantes y matrículas:

Stephanie E. Bobadilla A00087080

Roselina Acosta A00091592

Bienvenida Ana Iris Perez Diaz A00092232

Profesores del módulo

Ilena Carolina Rosario Rodríguez

Ramón Vladimir Hernández del Orbe

Santo Domingo, Distrito Nacional

Agosto, 2021

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS	i
RESUMEN Y PALABRAS CLAVE	iv
Resumen.....	v
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: EXPORTACIONES Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO	3
1.1 Origen y evolución de las exportaciones, Consecuencias de balanza comercial desfavorable.....	4
1.2 Requisitos para exportar en la República Dominicana	6
1.3 Acuerdos comerciales	8
1.4 Actividad de las empresas multinacionales	9
1.5 Inversión Extranjera Directa en la República Dominicana (IED).....	10
1.6 Dirección General De Aduanas, funciones, Objetivos.	14
1.7 Historia de H&M	18
CAPÍTULO II: IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA EL MANEJO DE ÓRDENES DE COMPRA.....	21
2.1. Modelo de logística desde Zona franca San Isidro hasta puerto Caucedo.	23
2.2 Capacitación y creación de modelos para procedimientos internos	24
2.3 Diseño de programas de información	26
2.5 Importancia de la logística empresarial.....	31
2.6 La revolución tecnológica	33
CAPÍTULO III: PLAN LOGÍSTICO PARA H&M.....	34
3.1 Costos, rutas y manejo de información confidencial.....	35
3.2 Plan de negocios para producción de la marca H&M en la zona franca de San Isidro.	36
3.3 Creación de manual de procedimientos según necesidad del cliente.	38
3.3.1 Información general	39
3.3.2 Verificación de órdenes de compra.....	40
3.3.3 Manejo de documentación	40

3.3.4 Manejo de Reportería	42
CONCLUSIÓN	44
BIBLIOGRAFÍA	45
A N E X O S	47

DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS

Dedico esta monografía a mi padre Wilson Bobadilla que estando en el cielo estoy segura de que celebra esta meta, la cual no es solo mía sino también de él. A mi abuela Socorro Arias por siempre apoyarme no solo en mi carrera profesional sino también en todos los aspectos de mi vida, cumpliendo el rol de la persona que más se interesa por mí y me apoya incondicionalmente, a mi madre Elizabeth Melo, mis abuelos y demás familiares por siempre alentarme y dar seguimiento a mi carrera. A mi esposo Jose Manuel Núñez por ser mi soporte y a mis hijos Diego Bautista y Owen Núñez por ser mi adoración e inspiración para todas mis metas.

Stephanie E. Bobadilla

En primer lugar, le doy gracias a Dios por permitirme llegar hasta aquí, ser mi soporte y guía en cada una de las etapas de mi vida, sin El no sería nada.

Agradezco infinitamente a mi madre, Rosa Emilia de León porque sin tu apoyo no estaría donde estoy, gracias por ser mi mentora de vida y mi mayor ejemplo, este mérito es de ambas.

A mi padre, Roselio Acosta, gracias por ser un padre ejemplar, por siempre apostar a mí, demostrarme que todo en la vida con esfuerzo y dedicación se puede lograr. A mi hermano, Jorge Brito, mi ejemplo a seguir, gracias por tu apoyo en los momentos más difíciles y enseñarme tanto, estoy muy orgullosa de ser tu hermana y sé que llegarás muy lejos.

A mis hermanas por elección, Michelle Hernández, Yliany Guzmán y Estefani Manzueta, gracias infinitamente por demostrarme su lealtad y amistad durante todo este tiempo, siempre estaré agradecida por tenerlas en mi vida.

A mis amigas, Aleandra Cruz, Lorena de León y Abril Suero que me han ayudado durante este camino y me han demostrado su apoyo durante este tiempo.

Y, por último, pero no menos importante a mi apreciada Universidad Unapep, a mis maestros y compañeros de aula, que durante estos años me ayudaron a forjarme como profesional y me brindaron el apoyo necesario para poder lograr esta anhelada meta.

Roselina Acosta

Quiero dedicar y agradecer primero a Dios por permitirme llegar hasta este punto, y a la vez agradecer y dedicar este trabajo a mis padres Rubén Perez, Xiomara Díaz y mi hermano Michael Perez por darme siempre su apoyo en todo momento a pesar de todas las dificultades que se nos presentaron en este trayecto los amo. A mi segunda madre Beatriz Ariza sin ti, sin tu apoyo no podría haber llegado hasta donde estoy hoy, estoy mucho más que agradecida por el apoyo incondicional que me has brindado en todo este camino, me faltarían palabras para darte las gracias, por tu esfuerzo que a través de él hoy gracias a Dios pude alcanzar mi meta, Te Amo. Agradecer a mis bebes la Señorita lisa, mi negra linda Yokaty y mi bebe bonita Valeria y mi amiga Claribel por hacer mis días mejores con su compañía, su amistad pura y risas continuas las quiero. Por último, agradecer a la Universidad Apec y a todo su personal docente, por brindarme el conocimiento para ser una gran profesional.

Ana Iris Perez

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

- **DR-CAFTA:** Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos de América
- **EEUU:** Estados Unidos de América
- **GORD:** Gobierno de la República Dominicana
- **ICC:** Iniciativa de la Cuenca del Caribe
- **NMF:** Nación Más Favorecida
- **OMC:** Organización Mundial del Comercio
- **RD:** República Dominicana
- **SA:** Sistema Armonizado
- **TLCAN:** Tratado de Libre Comercio de América del Norte
- **TM:** Tonelada Métrica
- **TRQ:** Contingente Arancelario
- **USAID:** Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
- **ADOZONA:** Asociación Dominicana de Zonas Francas, Inc.
- **CBTPA:** Ley de Asociación Comercial de la Cuenca del Caribe
- **CPP:** Proyecto de Competitividad y Políticas
- **DPI:** Derechos de Propiedad Intelectual
- **DGA:** Dirección General de Aduanas
- **DUA:** Declaración Única Aduanera

Resumen

El objetivo principal de la investigación fue analizar el proceso logístico de una empresa multinacional en la República Dominicana, como cada una de las acciones están definidas por el logro de un fin común y la medida en la que el manejo de información es vital para poder tener éxito. Las implicaciones que tienen desde los tratados de libre comercio, el manejo de rutas, desarrollo de protocolos y puntos específicos de corrección, fue vital para arrojar más luz en el desarrollo del tema mismo. El poder reconocer que un plan bien desarrollado, esquematizado con objetivos claros, fue de gran valía en el logro de un mejor proceso y en la garantía de una cadena de abastecimiento de clase mundial.

INTRODUCCIÓN

La logística nos permite poder garantizar el correcto desarrollo de todos los procesos involucrados en una acción, el objetivo de la misma es dar un paso a paso controlado, que al final se refleje en un accionar de excelencia. Cuando hablamos de un proceso logístico en el ámbito empresarial, nos centramos en un desarrollo esquematizado de los componentes de la misma y en una serie de formatos establecidos para garantizar el éxito de la empresa.

Al hablar de un proceso logístico para una empresa multinacional se ve la logística desde su ámbito más complejo, debido a todos los procesos que se ven involucrados en la misma, como los colaboradores influyen en su correcto desarrollo y que cada acción puede afectar de forma positiva o negativa al logro de los objetivos finales. Una serie de eventos que al no tomarse en cuenta podrían terminar en una operación poco viable y hasta en resultados caóticos para la empresa misma.

En la República Dominicana se desarrollan procesos muy importantes en materia logística internacional, su ubicación geográfica, sus acuerdos y tratados establecidos con otros países y la gran eficiencia en el manejo de los recursos, hacen que con una inversión relativamente reducida, se puedan tener una gran infraestructura y personal operativo. Algo que en otras localidades sería completamente inviable y hasta contraproducente.

En el capítulo 1 acerca de las exportaciones y oportunidades de negocio, se habla sobre las bases para poder exportar desde la República Dominicana, los procesos establecidos para lograrlo con éxito y como los tratados de libre comercio influyen en los mismos,

En el capítulo 2 enfocado en la implementación de un sistema de información, tratando cuáles son las claves que garantizan que el proceso implementado tenga éxito, desarrollando un proceso enfocado en 5 puntos claves y con un sistema de control que garantiza su funcionamiento extraordinario. Dejando a todas las partes involucradas en una sincronía.

En el capítulo 3 acerca de todas las implicaciones que tiene el plan logístico para H&M el manejo de cada punto de logística, los procesos que garantizan su correcto desarrollo y cómo el manejo de información es clave en cada parte del proceso. Una posible implementación de nuevas estrategias en el desarrollo de la misma y cómo su conocimiento es vital en el logro de los objetivos necesarios.

CAPÍTULO 1: EXPORTACIONES Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

1.1 Origen y evolución de las exportaciones, Consecuencias de balanza comercial desfavorable

En este capítulo estaremos viendo lo que son las balanzas comerciales, el origen de las exportaciones, a su vez cuales son los requisitos para realizar una exportación de la manera correcta, algunos de los acuerdos comerciales en los cuales está presente República Dominicana, la actividad de las empresas multinacionales, la inversión extranjera directa y un poco de la historia de H&M.

Las Exportaciones e Importaciones surgieron en nuestro país en la época colonial, con el cultivo de la caña de azúcar y las minas. En 1847, se creó una ley NO. 120, en la cual se abrían los puertos para las exportaciones e importaciones, con esta también se creó otra ley la NO. 121, en esta se fijaban los aranceles. Los organismos encargados de que estas leyes se cumplieran eran la secretaria del Estado de Hacienda, Comercio y Relaciones Exteriores.

Para el año 1929 se creó una oficina bajo la Secretaría de Estado de Agricultura y Comercio, la misma debía encargarse de inspeccionar todas las carnes que entraran o salieran del país. Años después se inició a colocar impuestos a los demás productos de exportación

En 1925 se promulga la ley NO. 95, esta era la ley de Inmigración, con esta se aprobó el reglamento de la aplicación de la misma ley NO. 279, el cual creó un permiso para de residencia, para las personas que desearan realizar inversión extranjera en nuestro país En los años 40 se creó la posición de Director General de Control de Importación y Exportaciones.

Ya para el 1948 la Secretaria de Estado de Economía Nacional, comenzó a manejar los permisos para las exportaciones e importaciones de algunos de los productos alimenticios, que entraban y salían del país. En el año 1959 se creó la junta de Importación y exportación.

En los años 70 la inversión en el comercio tuvo aumentos considerables, lo cual llevó a la iniciativa de crear una institución que promoviera las exportaciones y simplificará los procesos para el comercio exterior, a través de esto se fundó el Centro Dominicano de Promoción de las Exportaciones. Todo esto impulsó la creación de la ley NO. 16-95 de inversión extranjera.

En 1997 se inicia a organizar las inversiones tanto en el sector público como privado, con esto se crea la oficina para la promoción e inversión extranjera en la República Dominicana, mediante el decreto NO. 109-97, el cual se promulgó ese mismo año. En el año 2003 se intenta modernizar los organismos de inversión extranjera, por tal motivo se crea la Oficina de Promoción de Inversión en la República Dominicana (OPI-RD), mientras que al Centro de Dominicano de Exportaciones (CEDOPEX), pasa a ser llamado Centro de Exportación e Inversión en la República Dominicana (CEI-RD), esto se hizo bajo el decreto NO. 98-03, con este se busca promover y promocionar la inversión extranjera directa en nuestro país.

Lo ideal en el comercio Exterior es mantener una balanza comercial positiva, también conocido como Superávit Comercial o balanza comercial favorable. Esto nos dice que el país se encuentra exportando más de lo que está importando.

Mientras si es todo lo contrario, tendría un déficit comercial y la balanza comercial sería desfavorable, queremos decir con esto que las importaciones son mayores que las exportaciones. Con esto se genera un aumento en las divisas y aumenta el endeudamiento del país.

La balanza comercial nos permite ver las exportaciones e importaciones de un país, donde se puede diferenciar lo que adquiere el país y lo que vende, lo cual nos lleva a conocer mejor los ingresos de los países.

1.2 Requisitos para exportar en la República Dominicana

Las Exportaciones influyen de manera positiva la economía del país, nuestro país utiliza dos tipos de regímenes de exportación, los cuales son el de zona franca y el de exportación nacional,

Para exportar a la República Dominicana se necesitan los siguientes requerimientos:

- Registros en la oficina de Propiedad Industrial (ONAPI)
- Inscribirse en la cámara de comercio y producción.
- Contar con el RNC y estar Inscrito como Importador y exportador.
- Registrarse en la Consultoría Jurídica de la Dirección General de Aduanas y contar con el Token.
- Revisar y cumplir las regulaciones y restricciones del producto.
- Solidarizar los documentos que se requerían para exportar, que generalmente es: Factura Comercial, Conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte, Formulario DUA, Certificado de Origen, permiso de importación y exportación de ser requeridos, Lista de Empaque (Packing list), Documento de Embarque y Certificado Fitosanitario, Sanitario o de No Objeción para productos agrícolas, medicinales, mineros y medioambientales.
- Inspección por la Dirección General de Aduanas (DGA)

Debemos tomar en cuenta que para exportar ciertos productos se deben tener permisos de exportación, los cuales son suministrados por los diferentes organismos, entre estos organismos podemos mencionar, el ministerio de agricultura, ministerio de salud pública, ministerio de energías y minas, entre otros. A su vez algunos productos deben contar con registro sanitario, como son los medicamentos tanto para humanos, como para humanos, cosméticos, bebidas alcohólicas, etc.

Una vez cuentas con todos los requisitos debemos conocer el INCOTERMS con que exportamos dicha mercancía, estos son los términos de comercio internacional. Los más usados de estos términos son: FOB (Free On Board - Libre A bordo), EXW (Ex Works - En Fábrica), CIF (Cost, Insurance and Freight - costo, seguro y flete) y CFR (Cost and Freight - Costo y Flete).

En conjunto con todo esto el exportador debe conocer la conectividad, es decir por cuál de los puertos desea y es más factible para ellos entrar la mercancía, también tener la clasificación arancelaria correcta del producto. Una vez completado todo esto se puede proceder con la exportación de los productos o servicios que deseen entrar al país.



Fuente de datos: Dirección General de Aduanas¹

Fuente de Datos: ProDominicana

Durante este período, la tasa de crecimiento promedio de las exportaciones dominicanas ha sido de un 4.1%. Para el año 2020, las exportaciones dominicanas fueron de 9,853 millones de dólares.

LOS PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN A LO LARGO DE LOS ÚLTIMOS NUEVE AÑOS HAN SIDO:



Fuente de Datos: ProDominicana

1.3 Acuerdos comerciales

Los Acuerdos comerciales, son los tratados que abarcan desde los impuestos hasta la garantía de la inversión extranjera. Nuestro país ha firmado 6 acuerdos Comerciales, a su vez sacamos beneficio del Sistema Generalizado preferencial, es un programa de tarifas unilaterales en la que los países desarrollados, apoyan a los países que están en desarrollo.

En el siguiente cuadro podremos ver los 6 Acuerdos Comerciales en los que participa la República Dominicana.

Acuerdos Comerciales				
Acuerdos	Base	Países Signatarios	Firmados	Entraron en Vigencia
DR-CAFTA	Eliminación completa de los aranceles.	Estados Unidos, El Salvador, Guatemala, Honduras, Costa Rica y	Agosto 2004	Marzo 2007

		Nicaragua.		
RD-CARICOM	Cooperación Política y la creación de un mercado común entre los países de habla inglesa de la región.	Antigua y Barbuda, Barbados, Belice, Dominica, Granada, Guyana, entre otros.	Agosto 1998	Diciembre 2001
RD-PANAMA	Establecer las lista de productos libres de aranceles entre ambos países	Panamá	Julio 1985	Noviembre 2003
RD-CA	Integración Económica	Costa Rica, Nicaragua, Guatemala, Honduras, El Salvador	Abril 1998	Marzo 2002
CARIFORO-EPA	Consolidación de mercados para los productos Dominicanos, para que su exportación se mas competitiva.	28 Países de la Unión Europea y los 15 países del CARIFORO	Octubre 2008	Enero 2009
ALC Reino Unido-CARIFORO	Ratificación Acuerdo en el Comercio de mercancías, aranceles preferenciales y normas de origen.	CARIFORO y el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del norte.	Septiembre 2020	Diciembre 2021

1.4 Actividad de las empresas multinacionales

“Las empresas multinacionales son aquellas empresas que operan en más de un país. las cuales son producto de la globalización económica y suelen distribuir sus actividades de su cadena productiva, como la fabricación o la administración, en diferentes puntos del mundo.

Las mismas cuentan con varias sucursales en el mundo, pero centran la dirección en una única sede, normalmente ubicada en el país de origen. Cabe destacar que no deben confundirse con las empresas transnacionales, que tienen varias sedes descentralizadas y relativamente autónomas en diferentes países.

El origen de este tipo de empresas multinacionales se remonta siglos atrás. Con el progresivo crecimiento de los mercados gracias a la mejora del transporte, se crearon corporaciones como las compañías de Indias británica, neerlandesa o

sueca en torno al siglo XVII. Así las empresas tramitaban los canjes comerciales entre las potencias coloniales europeas y sus territorios de ultramar.

Este tipo de empresas genera algunos beneficios para los países donde son colocadas como, el favorecimiento del desarrollo económico, debido a que estas generan inversión extranjera directa, creación de nuevos empleos y aumento de la producción con la venta de productos a un bajo costo. Pero debemos las desventajas que puede causar esta, para nosotras la más importante es que afecta la soberanía del país y afecta el desarrollo socioeconómico". (elordenmundial.com, 2021)

Entre las empresas Multinacionales más destacadas podemos mencionar las siguientes:

- Apple
- Amazon
- Microsoft
- FaceBook
- Johnson & Johnson
- Visa, entre otras.

1.5 Inversión Extranjera Directa en la República Dominicana (IED)

Nuestro país es el destino caribeño que más tiene inversión extranjera directa, para el año 2019 obtuvo el 47% de las inversiones realizadas en la región, totalizando con esto US \$6,467 millones, lo que representó para nosotros un crecimiento de 20.3% en comparación con el 2018.

Como ya sabemos el turismo es el sector que más inversión extranjera atrae a nuestro país este representó en ese año el 29% de las entradas de inversión extranjera, en segundo lugar, podemos ver al sector inmobiliario que tuvo un 15%, también podemos mencionar que el sector eléctrico, la minería y las telecomunicaciones atraen inversión extranjera.

Por otro lado, debemos tener en cuenta que la inversión extranjera directa en el 2020 se vio muy afectada por la pandemia, según datos de CEPAL estimó que para el año 2020 la IED disminuiría en un 40%, mientras que para el 2021, sería entre un 5% y 10%.

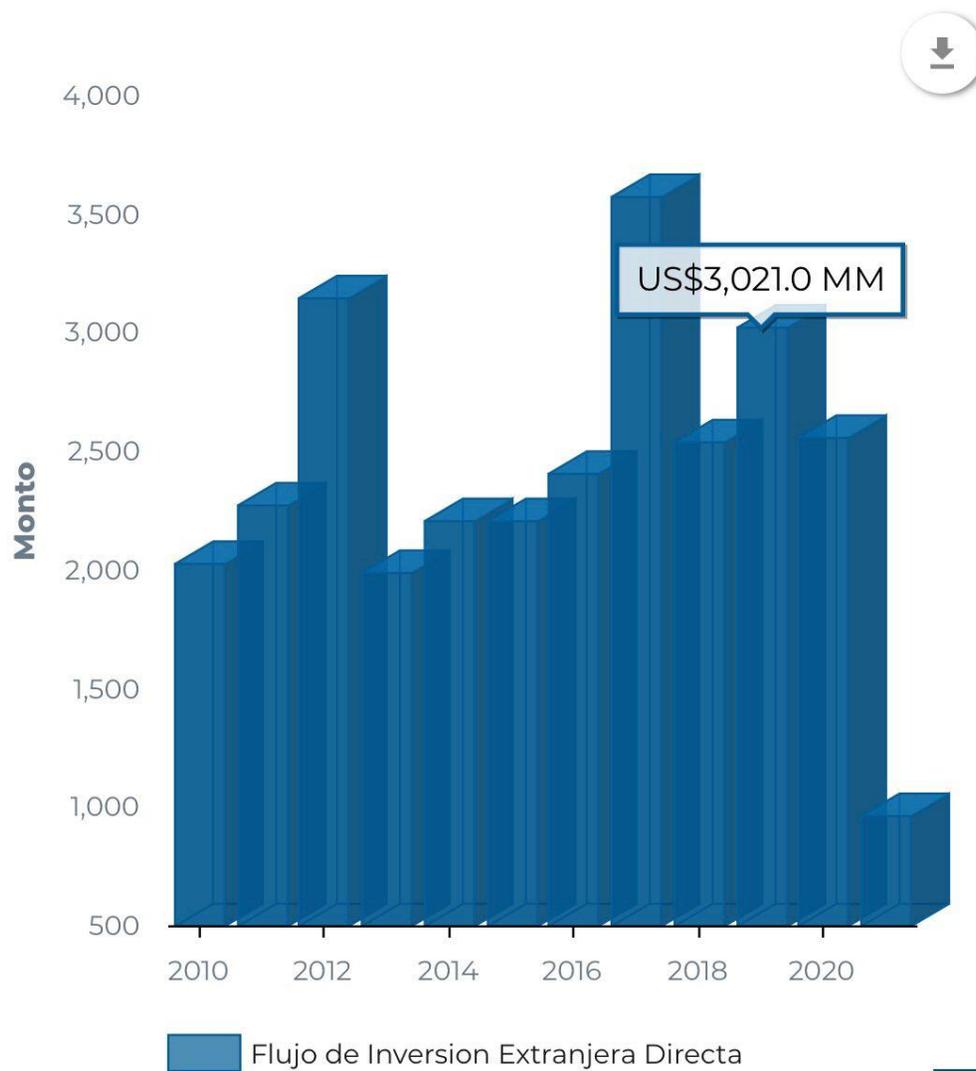
Entre los países con mayor inversión extranjera directa en nuestro país, se encuentra como principal inversionista Estados Unidos con US \$4701.3 millones, en segundo lugar se encuentra Canadá con US \$4,346.40 millones, en tercero Brasil con US \$2,336.40 millones y en cuarto lugar España US \$1,314.00 millones, según el Banco Central.

Existen 3 leyes que regulan la inversión extranjera directa en RD:

- Ley No. 16-95 Sobre Inversión Extranjera en República Dominicana, que da incentivos especiales a personas extranjeras y personas físicas nacionales residentes en el exterior que realicen aportes a una empresa que opere en la República Dominicana.
- Ley 98-03 que crea el Centro de Exportación e Inversión de República Dominicana, esta promueve e incentiva la inversión en el país, además de que trabaja para asistir a los exportadores, a través del mejoramiento del comercio exterior y la motivación del intercambio comercial entre los demás países.
- Reglamento 214-04 sobre Aplicación del Registro de Inversión Extranjera en RD, este establece las formalidades para el registro de la inversión extranjera, las remesas o repatriación de capitales, entre otros temas vinculados a la inversión.

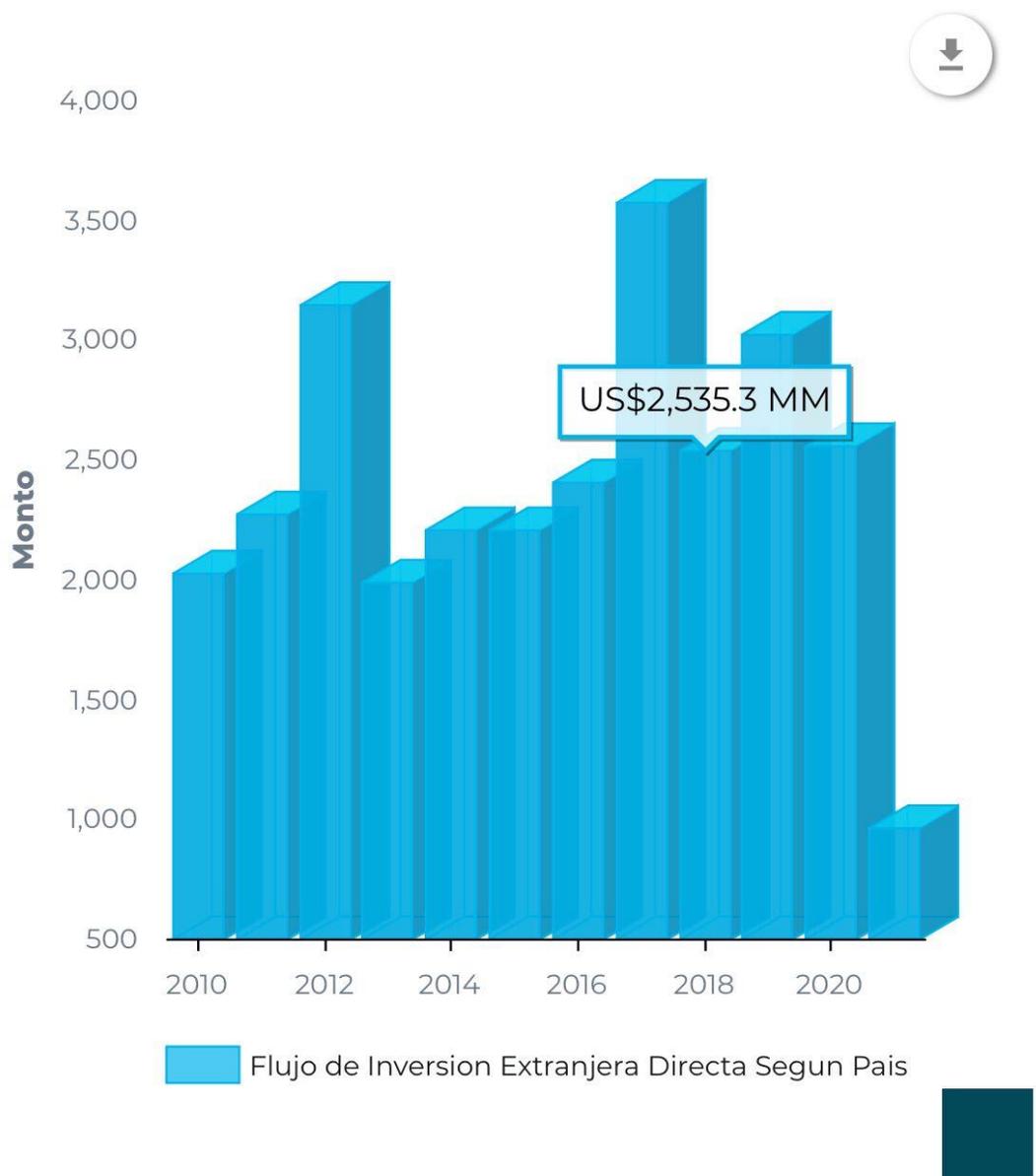
Nuestro país ocupó el octavo lugar dentro del Ranking de participación de IED de 3.3% del PIB durante el 2010-2016. La inversión extranjera directa, se muestra con una buena diversificación con el paso del tiempo, porque ya no solo se encuentra el turismo, la minería, las telecomunicaciones, sino que entran al juego las zonas francas, el transporte, el sector financiero y la manufactura.

Flujo de Inversión Extranjera Directa, RD (En Millones de US\$)



Fuente Datos: ProDominicana

Flujo de la Inversión Extranjera Directa por País de Región (Valores en millones de US\$, periodo 2010 / 1er trimestre 2021).



Fuente: Pro Dominicana

1.6 Dirección General De Aduanas, funciones, Objetivos.

“Este es una dependencia del Ministerio de Hacienda de la República Dominicana. Ya que es el mando nacional de límites, su responsabilidad trasciende el rol recaudador para ser garante, asimismo, de la salud de la población y la seguridad del Estado, por cuanto en los procesos de entrada y salida de mercancía tiene el deber de requerir toda documentación y permisos que son requeridos por otras autoridades competentes, según el rubro que se trate, siempre de acuerdo con las leyes, normas y disposiciones legales, con integridad y disposición de servicio”.

Entre las funciones principales de la DGA podemos destacar:

- Regular el comercio internacional.
- Aplicar las legislaciones Aduaneras Nacional.
- Cobrar los impuestos de exportación e importación.
- Hacer que se cumplan los acuerdos de libre comercio.
- Organizar acciones con las instituciones que intervengan en los despachos de las cargas.

Gestión Aduanal

Para realizar exportaciones o importaciones se necesitan una serie de documentos los cuales deben ser presentados antes aduanas, estos documentos también dependen de la naturaleza de producto, entre los documentos requeridos podemos destacar los siguientes:

- Factura comercial
- Bill Of Lading / Air WayBill

- Certificado de Origen
- Certificado de Análisis (Para productos para consumo humano o animal).
- Permiso de importación o exportación (Para productos de consumo humano o animal).

Declaración Única Aduanera DUA, es un formulario que contiene toda la información de lugar para la salida de una mercancía o para la entrada. Para realizar la declaración de importación, el agente aduanal cuenta con 10 días hábiles una vez la carga llega al país, de no hacerlo en estos 10 días, el importador debe pagar una multa.

Clasificación arancelaria, consiste en ubicar una determinada mercancía en la fracción arancelaria (sub- partida) que le corresponde dentro de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación, de conformidad con las Notas legales, de Sección, de Capítulo, Notas Explicativas, Reglas Generales y Complementarias, así como de diversos criterios de clasificación que se encuentran en las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior

Régimen aduanero, es el conjunto de operaciones orientadas a darle un destino aduanero específico a una mercancía, de acuerdo con la declaración presentada por el interesado en la forma prescrita por las normas y leyes Dominicanas. Existen tipos de declaraciones según el régimen que se seleccione entre ellas:

- Despacho a consumo: son las mercancías procedentes del exterior ingresan al territorio Aduanero para uso o consumo definitivo. Previo pago de los derechos e impuestos a la importación exigibles y cumplimiento de todas las formalidades aduaneras necesarias

- Despacho fiscal: estas son las mercancías importadas y almacenadas bajo el control de la Aduana en un lugar habilitado para esta finalidad (depósito aduanero) sin pagar derechos o impuestos a la importación. Ley 456-76. un año por dos periodos de 6 meses, 1% y servicio aduanero.
- Admisión temporal: en este se le Permite recibir en un territorio aduanero con suspensión total o parcial de los derechos y los impuestos a la importación, ciertas mercancías importadas para un propósito específico y con intenciones de ser reexportadas dentro de un plazo determinado, sin que hubieran sufrido una modificación, excepto su depreciación normal debida al uso que se hubiera hecho de ellas. Seis (6) meses prorrogables
- Depósito de Reexportación: con este los depósitos locales o recintos privados que funcionan bajo la vigilancia y control de la Dirección General de Aduanas y de la Autoridad Portuaria, donde las mercancías extranjeras que previamente hayan sido presentadas a la Aduana podrán permanecer durante un tiempo determinado sin pagar los derechos arancelarios. Por concepto de las mercancías destinadas a la reexportación, se pagará previamente en la aduana, el 1.5% de su valor CIF. Dec. 106-96.
- Zonas francas: Es una parte del territorio de una Parte Contratante en el que las mercancías allí introducidas se considerarán generalmente como si no estuviesen dentro del territorio aduanero, en lo que respecta a los derechos y los impuestos a la importación.

Zonas francas Industriales: que podrán instalarse en todo el territorio nacional para dedicarse a la manufactura de bienes y prestación de servicios.

Zonas francas Fronterizas: a las que se otorgarán incentivos especiales, tales como los contemplados en el art. 29 de la ley 8-90, y otros que el Poder Ejecutivo podrá otorgar dentro de sus atribuciones constitucionales.

Zonas Francas Especiales: las que por la naturaleza del proceso de producción requieran el aprovechamiento de recursos inmóviles cuya transformación se dificultaría si las empresas no se estableciesen próximo a las fuentes naturales o cuando la naturaleza del proceso o las situaciones geográficas o económicas e infraestructurales del país las requieran.

Aforo, es la operación única que comprende desde la designación del funcionario aduanero que debe realizarla, hasta el momento en que éste concluye la revisión de la declaración, el examen físico de las mercancías, si procede, y su liquidación, dejando registro en la Aduana de sus actuaciones.

Es la Operación que consiste en una o varias de las siguientes actuaciones:

- Reconocer las mercaderías.
- Verificar su naturaleza y valor.
- Establecer su peso, cuenta o medida.
- Clasificarlas en la nomenclatura arancelaria.
- Determinar los derechos e impuestos que le son aplicables.

Despacho aduanero, para realizar un despacho aduanas se debe seguir el siguiente procedimiento:

- Declaración de la mercancía (DUA) electrónico, puede autoliquidar y pagar.
- Aforo de la mercancía, oficial aforador asignado (art.65 Ley 3489-53).
- Cierre de la inspección (aforador técnico).
- Pago impuestos (ventanilla o electrónico)
- Aprobación Sub- Administración Técnica.

- Autorización despacho Sub- Administración Operativa.
- Despacho de la mercancía por el Oficial de Despacho

1.7 Historia de H&M

Hennes & Mauritz AB o simplemente H&M es una cadena multinacional sueca de tiendas de ropa, complementos y cosmética con establecimientos en Europa, Oriente Próximo, África, Asia y América. Cuenta con 4700 tiendas propias repartidas en 69 países y da empleo a aproximadamente 161 000 personas (2017). Asimismo, vende ropa por catálogo y a través de Internet en 44 países.

En 1947, Erling Persson inaugura una tienda de ropa para mujer con precios accesibles en la ciudad sueca de Västerås. La tienda se llamaba Hennes, es decir, «Para ella». Años más tarde, se fusionó una tienda de artículos para hombres llamada Mauritz Widforss y nació Hennes & Mauritz; esto es, H&M.

Durante las décadas de 1900, 1970 y 1980 se inauguraron las primeras tiendas H&M en Dinamarca, Noruega, Alemania y el Reino Unido. En los años noventa inició un fuerte periodo de expansión, inaugurando sus primeras tiendas en Francia y creciendo en sus antiguos mercados. En 2000 hizo su entrada en el mercado español y estadounidense. Seis años más tarde inauguró tiendas en Dubái y Kuwait y, en 2007, la compañía entró en el mercado asiático estableciendo puntos de venta en Shanghái y Hong Kong, seguidas de Tokio en 2008. La primera tienda en el mercado ruso se abrió en 2009, exactamente, en Moscú. En 2010, abrió sus primeras tiendas en Corea del Sur, Israel y Turquía y finalmente en 2017 tuvo una vasta expansión en Bogotá con dos tiendas de 6000m² y 3800m² la primera es considerada la tienda de H&M más grande del mundo. En 2015 abrió su primera tienda en Perú.

En octubre de 2018 abrió su primera tienda en Montevideo y un año más tarde en marzo abre su segunda tienda en la ciudad. En junio de 2019 abrió su tienda N°

5000 en Centro Comercial CentroMayor al sur de Bogotá. En 2020 abrieron dos tiendas más en Perú en el centro comercial Minka en el Callao y otra en el Mall Aventura Chiclayo con esto suman 16 tiendas en Perú. En el 2021 abrieron una tienda en Cusco.

H&M distribuye sus productos en diferentes secciones: H&M Ladies (mujer), H&M Man (hombre), H&M Kids (niños), Divided (jóvenes), H&M Home (Hogar) y H&M+ (Tallas Grandes), en puntos de venta que oscilan desde 500 a 3500 metros cuadrados. La compañía cuenta con su propio equipo de diseño, basado en Estocolmo (Suecia) y compuesto por cien diseñadores.

Mediante la compra de licencias, H&M se ha asociado con la imagen de personajes de ficción y animación populares, como Snoopy, para su colección de pijamas y lencería, y Superman para ropa de niños. Asimismo, H&M ha contado con diseñadores de prestigio para algunas de sus colecciones temporales, como la de Karl Lagerfeld, diseñador de la casa Chanel, en otoño de 2004, la de Stella McCartney en invierno de 2005, Viktor & Rolf en 2006, Roberto Cavalli en 2007, Comme des Garçons en 2008, Matthew Williamson, Jimmy Choo y Sonia Rykiel lo hicieron en 2009, Lanvin en 2010, Versace en 2011, Maison Martin Margiela en 2012, Isabel Marant en 2013, Alexander Wang en 2014 y el 5 de noviembre de 2015 salió una línea en colaboración con Balmain. En 2016 con Kenzo y en 2017 con Erdem. Aparte de crear colecciones con diseñadores de gran prestigio, artistas como Zara Larsson, Marcus & Martinus, The Weekend, etc.

Además, también ha colaborado en algunas ocasiones con iconos de estilo y moda como la cantante Madonna, y Kylie Minogue en 2007 en sus colecciones. Sus campañas de marketing se sirven frecuentemente de la imagen de modelos o artistas conocidos, como el caso de Lana Del Rey, imagen y voz de la campaña de la colección otoño-invierno 2012/2013; y se difunden a través de diversos canales, como prensa, spots televisivos y las propias tiendas.

En noviembre de 2011, la diseñadora Donatella Versace anunció su colaboración con la cadena textil, realizando una colección en la que predominaron estampados de leopardo (animal print), colores eléctricos y palmeras. Donatella Versace anunció su deseo de llegar a un mercado más amplio, reduciendo el coste de las prendas.

**CAPÍTULO II: IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMA DE
INFORMACIÓN PARA EL MANEJO DE ÓRDENES DE
COMPRA**

En este capítulo presentamos las claves de la implementación del sistema para el manejo de las órdenes de compra, un detalle de los pasos que se darán para poder lograr un manejo adecuado de la logística y toda la cadena de abastecimiento involucrada en el proceso. Un sinnúmero de procesos que nos permitirán el éxito de la transmisión de la información, su correcta aplicación por parte de los encargados y la garantía de respetar los protocolos establecidos.

En la implementación desarrollada en este capítulo se construirá un modelo de logística con ejes de seguimiento centrales, una serie de modelos de procedimientos internos y el formato de capacitación constante. Cada punto desde el diseño pleno y la adaptación exacta al caso en cuestión.

Se pasará a la implementación de un sistema de control informático, serán niveles de alerta en la cadena de abastecimiento y en la logística misma de envío. Se logrará una nueva cultura de servicio interna en el equipo, desarrollando así un control interno que repercuta en mantener un estándar universal. Dejando así el equipo en un nivel superior al que actualmente posee.

La implantación de por igual estará basada en programas de entrenamientos internos, enfocados en garantizar que todos estén bajo una misma visión y ejecutado las tareas en pro de la misión del equipo.

H&M colabora en la actualidad con unos 800 proveedores, ya que no posee ninguna fábrica propia. La mayoría de estos proveedores se sitúan en Asia y Europa, y son apoyados por veinte oficinas de producción, que, entre otras tareas, controlan el cumplimiento del código de conducta que la empresa ha establecido. Aparte de CK.com de Calvin Klein, H&M fue la única empresa en el mundo de la moda que integró la "VB.com Internet Hall of Fame" con una dirección de Internet de solo dos letras.

2.1. Modelo de logística desde Zona franca San Isidro hasta puerto Caucedo.

El modelo de logística se centra en la eficiencia de recursos, la utilización de un diseño compacto sin cuellos de botellas innecesarios, ni retrasos por falta de eficiencia del proceso mismo. Es por esto que nos enfocamos en revisar minuciosamente cada punto del modelo, primero adaptándolo a un estándar de eficiencia internacional, para así no dejar ningún tipo de cabos sueltos.

La cercanía entre la zona franca de San isidro y el Puerto de Caucedo nos ofrece una gran ventaja con relaciona a otras zonas francas que deben de realizar un gran recorrido para llegar hasta su puerto, por igual la modernidad que tiene el Puerto de Caucedo nos permite contar con una mayor variedad e transportes en diferentes tamaños, tanto en los diferentes buques de carga que pueden entrar a dicho muelle, como el manejo de las diferentes cargas.

Con un software tendremos todo el control de las piezas, sabiendo su ubicación desde el almacén hasta el último punto de entrega, cuidando el empaçado de las mismas, implementando un código único de seguimiento y agregando etapas de control de los mismos.

En la zona franca de San Isidro se tendrá un empaçado especial, con todos los datos en el paquete, por igual en las cajas que estarán selladas desde nuestra nave industrial, con las especificaciones internacionales y cuidando la integridad del producto que se entregará. Todo esto permitirá que ahorremos tiempo, controlemos y garanticemos el producto y que subamos a un nuevo nivel en el estándar de calidad mismo.

2.2 Capacitación y creación de modelos para procedimientos internos

La capacitación es la base para evitar errores, el éxito de los procesos está fundamentado en los entrenamientos constantes, en no asumir que los demás saben y en la implementación de una mejora continua.

Cada involucrado en el proceso participará en una serie de capacitaciones en formato de inducción a todo el sistema, contando con una serie de talleres internos en los que se tratará primero la cultura de servicio del equipo. En un enfoque interno de cada uno de ellos, mostrándoles el paso a paso que se seguirá en base a la visión de servicio interno.

En el punto inicial de la capacitación será basada en una cultura de servicio interno memorable, donde cada uno de los colaboradores aprenderá a ser un líder en su posición, no quedarse en esperar ser mandados, más bien en que sean entes de cambio y ejecución proactiva.

Los modelos de procedimientos internos serán llevados a los demás por los embajadores de cultura, los mismos serán elegidos entre los líderes de equipo y se encargaran de llevar todos los procedimientos que han sido diseñados en toda esta implementación.

El modelo de procedimiento será en base a enfoques internacionales de excelencia, para garantizar una mejora continua en los procesos, procedimientos y herramientas de trabajo. Cada proceso interno tendrá un inicio en prioridades, las cuales se entregarán a cada uno del equipo, teniendo en cuenta que la seguridad será el primer enfoque para transmitir a todos.

El enfoque en seguridad se trata en garantizar mediante un formato de checklist electrónico, el seguimiento de cada uno de los procesos establecidos y

que antes de cada entrega cada miembro del equipo garantice la excelencia de todo lo establecido. Un enfoque que nos permite el establecimiento de pasos, donde los encargados tendrán que ir tachando lo completado y pasando al siguiente nivel de producción.

El segundo enfoque de procedimientos dentro del modelo será la de corrección práctica de situaciones, que en término coloquial es llamado errores y de una forma eficiente. Sacando inmediatamente cualquier pieza que está defectuosa, pasando a la realización de las mejoras que proceden. Las correcciones se llevarán al departamento correspondiente, sin perder tiempo en esperar que otra persona lo reporte y garantizando una sincronización eficiente.

El tercer enfoque es la comunicación, estableciendo vías rápidas para que todos los involucrados estén sincronizados, estableciendo mensajes de alertas en dispositivos móviles, grupos de chat privados, una plataforma de acceso app móvil. Todo esto permitirá que cualquier evento en la fase de entrega esté sincronizado en el equipo y nadie pueda alegar que no conoce una situación que ha acontecido.

En el cuarto enfoque de procedimiento interno se basa en prioridades, en establecer las claves que tenemos en cada jornada, dejando las tareas secundarias para después y garantizando que lo importante será lo que se haga primero.

El último y quinto enfoque es en la misión, establecer que cada uno de los pasos fueron completados, que cada secuencia se cumplió como estaba establecido. Teniendo así garantizado que se logren resultados lo más cercanos a un estándar de calidad superior.

Este modelo de proceso de 5 pasos se convertirá en el nuevo estándar de calidad de la cadena de abastecimiento, por igual de toda la logística.

2.3 Diseño de programas de información

Los programas de información diseñados se enfocan en un manejo de los temas por niveles de importancia, dejando de lado las informaciones obsoletas para así garantizar que todos están sincronizados y enfocados en las prioridades del equipo.

Para diseñar el programa de información tomaremos primero una etapa de evaluación en la que determinaremos cuáles son los puntos de mejora continua, dejaremos las cosas que van marchando bien y nos enfocaremos en las que podemos implementar para mejorar la eficiencia de los procesos y cadena de abastecimiento.

La segunda etapa del programa de información busca el llevar a cada uno de los involucrados al entendimiento de los procesos, creando así una sinergia de comunicación entre los miembros del equipo y alejándonos de conflictos innecesarios.

La tercera etapa será de implementado un programa informático de última gama que nos permitirá:

1. Toma de decisiones: permitirá eficientizar la toma de decisiones debido al manejo en tiempo real de los procesos logísticos, con datos precisos se podrá saber cuál es la opción más correcta de todas.
2. Resolución de problemas: Para la solución de problemas tendremos la data necesaria, para poder aplicar el manejo rápido de las alertas del sistema, considerando las vías más precisas para lograr mantener la calidad en todos los sentidos.

3. Las alertas estarán definidas por colores, para saber el orden de importancia de las mismas, así el color rojo será prioridad extrema, amarillo puede esperar y verde un error solo de revisión mínima.
4. Planificación estratégica: La planificación se determina desde los datos que arroja la aplicación, la logística establecida en el paso a paso de cada uno de ellos y garantizando que cada persona involucrada tenga la noción de los que debe de hacer.
5. Gestión de la cadena de suministro: Mantendremos cada uno de los productos controlados, debido a que se registrara cada pieza en el sistema con un código único, garantizando saber dónde está cada uno de los lotes, registrando desde que este en nuestro almacén como producto terminado, pase a envió en el contenedor y seguimiento duran el buque esté en el mar. Garantizando la entrega en el país de destino.

El diseño de esta programación, sistema e implementación se llevará con la instalación del software y capacitación de todos los involucrados en el proceso, garantizando así el ahorro de tiempo, recursos y la cero dilataciones innecesarias.

2.4 Estrategia de logística empresarial

“La logística es un área que tiene incidencia importante en conseguir que las empresas lleguen a Mercado en una posición que les permita satisfacer las necesidades de sus clientes, de cara a conseguir que el ciclo de vida de estos en nuestra organización sea cada día más elevado.

Con vistas a concretar el alcance y contenido del tema, vamos a ver una definición de la palabra logística.

La logística debe combinar en un mismo sistema de control diferentes flujos:

Flujo directo de mercancía: Procesos por lo que pasa la mercancía desde la fuente de aprovisionamiento hasta situar la mercancía en el cliente.

Flujo inverso de mercancía: el proceso del flujo de la mercancía desde el punto de consumo al punto de Origen con el propósito de recuperar el valor primario o disponer adecuadamente de él. Los motivos por los que se puede producir este retorno de mercancías son los siguientes:

Motivos legales: legislación emitida por diferentes instigaciones públicas para optimizar aspectos medioambientales.

Motivos económicos: poner valor en los stocks de las empresas clientes, corregir errores, etc.

Motivos operativos: retorno de contenedores u otros elementos utilizados en procesos operativos.

Flujo de retorno de información: gestión y control de la información que se produce en cada proceso de la logística. Retornando la información hacia procesos anteriores para acometer una adecuada toma de decisiones.

Visto el concepto de logística, deberíamos especificar la misión del aérea en cualquier empresa:

“Proporcionar al cliente bienes y servicios de acuerdo con sus necesidades y requerimientos, llevando esto a cabo de la forma más eficiente posible”

La logística de la empresa conlleva un conjunto de actividades que tienen una incidencia básica en el servicio al cliente que cada día tiene más importancia en la gestión empresarial y que sin adecuado resultado de este parámetro, de mala manera conseguiríamos resultados en los procesos de comercialización y producción.

Actividades de la logística

La evolución del mercado ha llevado convertir al cliente en el punto más importante de cualquier canal de distracción o cadena de suministro cambiando las estrategias de distribución de los sistemas de empuje en los que las mercancías fluye por la cada de suministro sin tener en cuenta al cliente y que los sistemas de arrastre, donde es el cliente el que tira la cadena operativa de la empresa.

Pese a esta evolución que están sufriendo los mercados en los diferentes sectores empresariales, la Logística sigue incluyendo todas las actividades que forman parte del movimiento físico de materiales ya sean materias primas o productos terminados, el inventario de productos de fabricación y el inventario de productos acabados, entre los puntos de origen y los puntos de empleo o consumo.

Las actividades empresariales que forman parte de la aérea logística pueden variar de empresa a empresa, dependiendo de características como:

La estructura organizativa de cada una.

Las diferentes opiniones de mis directos acerca del cual debe ser el alcance de la logística.

La importancia de cada actividad dentro del ámbito de las operaciones de la empresa.

La lista de actividades las podemos agrupar en grandes procesos, los que que a su vez podemos dotar el nivel de importancia en función de los sectores de actividad de los que estemos hablando:

Servicio al cliente:

En este proceso en colaboración con el departamento comercial de la empresa, se deben determinar las necesidades y deseos del cliente en relación al servicio logístico, realizando un análisis de los requerimientos del cliente y de la capacidad de servicio que podemos acometer desde nuestra organización.

En este proceso nos debe permitir definir una política de servicio al cliente donde queden marcados todos los parámetros que sean considerados por el como por ejemplo:

Plazo de entrega: tiempo que debe transcurrir desde que el cliente emite el pedido hasta que se realiza la entrega en sus instalaciones.

Firma de entrega: en este aspecto se deberán definir todas las características que deben cumplir en el proceso de entrega de mercancía al cliente.

Gestión de la información: la gestión de información es un proceso básico en la gestión de la logística de la empresa pues nos sirve para tomar decisiones en este ámbito de forma adecuada. Es necesario diseñar una estructura interactiva de personas, equipos y métodos que nos permitan crear el flujo de información.

El proceso de gestión de la información deberá obtenerse datos en un entorno que no siempre serán proporcionados en la forma que se precisándome ni tampoco estarán disponibles ni el lugar ni el momento en que se necesiten por tanto deberá:

Recoger los datos básicos en el lugar y en el momento en que se producen.

Transformarlos a un formato útil para la toma de decisiones

Almacenarlos hasta que sean requeridos.

Transportarlos hacia los puntos de la cadena logística que necesiten.

Transporte: el proceso de transporte pretende solucionar cómo realizar ella entrega de los productos solicitados por el cliente en cantidad, lugar, tiempo, forma y manera. En este proceso debemos acometer un conjuro de ediciones que van a tener gran influencia en el adecuado funcionamiento de la cadena de suministro". (Lopez, 2013)

2.5 Importancia de la logística empresarial

“Actualmente en los mercados se compite cadena logística contra cadena logística, por lo que resulta esencial la integración e interacción de los diversos elementos que componen esa cadena, la formada por cualquier empresa respecto de sus proveedores y clientes. Para ello resulta clave la implementación de técnicas logísticas integral en la gestión de la cadena de suministro.

Dentro de la logística empresarial podemos distinguir tres grandes fases o procesos: aprovisionamiento, producción y distribución. Cada una de estas fases puede desglosarse en diversas actividades y áreas de actuación, a saber:

Establecimiento de previsiones de demanda. Puede considerarse el punto de partida, pues actualmente se tiende a trabajar con sistemas de pull demand, que adoptan la semana del cliente como guía de todo el proceso empresarial. Se trata de trabajar en función de un cliente de gustos cambiantes y en un mercado con saturación de oferta, por lo que para marcar los objetivos de la organización se debe partir de un estudio previo de la demanda y su evolución previsible, llevado a cabo mediante un adecuado sistema de información de mercados. Se deben estudiar los mercados más interesantes y que ofrezcan mayor rentabilidad y posibilidades de crecimiento a largo plazo: mercados emergentes, participantes en procesos de integración comercial.

Selección de proveedores y gestión de compras. Es necesario fijar políticas de gestión de compras, que optimicen las oportunidades que brindan el acceso a un mercado internacional de proveedores: mejores precios, mejores servicio, mayor rapidez y garantía en las entregas.

Localización de la producción y su optimización, basándose en las previsiones de demanda, la localización de los proveedores óptimos y los costes de la cadena logística internacional se puede determinar la localización óptima de las plantas de producción, la que permite obtener los mayores beneficios. Así en las últimas décadas hemos asistido a un fenómeno de deslocalización de los procesos productivos , principalmente desde los países occidentales hacia los asiáticos, en busca de las ventajas de una mano de obra barata y unos costes logísticos muy competitivos que hacían rentable el traslado y descolizacion dichos procesos.

Almacenje y gestión de existencias. En esta área se debe estudiar el tipo y capacidad de almacenaje que necesita la empresa: el número de almacenes, su ubicación y tamaño, su modo de funcionamiento y grado de automatización su adaptación a los productos que van albergar.

Flujo de información a lo largo de la cadena logística: hoy en día disponemos de herramientas muy potentes que permiten proporcionar en todo momento a los diversos integrantes de la cadena logística de la información necesaria para la toma de decisiones: sistema de trazabilidad de la cadena logística.

Devoluciones y logística inversa: operaciones como la devolución de productos por los clientes la devolución de compra a los proveedores, la recuperación de envases y embalajes.

Envase y embalaje y sus adaptacion a la cadena de logística internacional

Transporte internacional de mercancías.

Gestión aduanera.

Estos tres últimos aspectos son específicos de la logística internacional y por tanto les dedicaremos mayor atención en epígrafes posteriores “ . (Cabrera, 2014)

2.6 La revolución tecnológica

“Los desarrollos tecnológicos de la última década, con importantes avances en áreas como el big data, la inteligencia artificial, la robótica, el internet de las cosas y la impresión 3D, han dado origen a la denominada Cuarta Revolución industrial.

¿Cuál es la diferencia entre esta y las revoluciones industriales anteriores? Mientras que la primera revolución industrial se caracterizó por la aplicación de máquinas vapor en la producción. La segunda utilizó la electricidad para posibilitar la producción de masa y la tercera empleó la informática para automatizar procesos. La cuarta revolución industrial se basa en un avance sin precedentes en tecnología digital es convergente, comenzando a erosionar los límites entre los espacios físicos y digitales con la posibilidad de crear beneficios económicos significativos. Internet de las cosas: se refiere al conjunto de sensores, dispositivos y redes que conectan los objetos con sistemas de computación. De esta manera los objetos pueden generar información sobre sí mismos y el entorno en el que se encuentran.

Analítica de Big Data: Se refiere a la capacidad de procesar bases de datos muy extensas, a fin de encontrar patrones entre los datos como correlaciones o relaciones de causalidad. Esta tecnología se encuentra ampliamente extendida en sectores como el marketing digital y el comercio electrónico, los cuales utilizan la huella digital de los usuarios de internet”. (Calatayud, 2013)

CAPÍTULO III: PLAN LOGÍSTICO PARA H&M

3.1 Costos, rutas y manejo de información confidencial

El objetivo de este negocio es lograr que las exportaciones desde zona franca san isidro hasta Miami Florida, se realicen de forma óptima en tiempo y forma, para esto es necesario contar con un profesional en el área logística, el costo logístico involucra el despacho de la mercancía desde la zona franca hasta la entrega del producto al cliente final, esto incluye la distribución hasta las tiendas donde se estará vendiendo la mercancía. el costo logístico se puede dividir en varios renglones:

1. Costo logístico por funciones internas: se puede clasificar en 3 tipos de aprovisionamiento, almacenaje y de información.
2. Por funciones externas: transporte de larga distancia y de distribución.

La persona encargada de los costos logísticos por funciones internas es el Supervisor de piso, esta persona verifica que las órdenes de compra se estén realizando en el tiempo correcto, que la mercancía sea almacenada para luego ser empacada y cargada en el contenedor todo este procedimiento incluye el manejo de la información que debe ser confidencial.

Las navieras que son llamadas comúnmente también como líneas marítimas son la entidad encargada del transporte de larga distancia o marítimo en este caso es el transporte para utilizar para exportar estas mercancías. Para el manejo de costos logístico para funciones externas es necesario analizar con una proyección de la cantidad estimada de mercancías a exportar en un espacio de tiempo, en este caso las negociaciones con H&M indican que estarán manejando un promedio de 8,550 cajas de ropa terminada al mes, por lo que se ha sugerido realizar el transporte de larga distancia en contenedores de 45 High cube ya que soportan más de 30,263.99 Lbs equivalente a 13,027 Kgs estos contenedores deben ser grado A ya que van a contenedor mercancía frágil que puede deteriorarse si el contenedor tiene fisuras y se humedece.

Debajo están los principales costos por contenedor de 45 High cube que tienen las principales navieras con rutas directas desde Caucedo hasta el Puerto de Miami:

Navieras	Tiempo de transito	Fechas de salida	Flete por contenedor 45HC (USD)	Cargos de origen	Cargos de destino
Seaboard Marine	3 dias	Jueves y Domingos	US\$ 1,853	N/A	N/A
Crowley	4 dias	Miercoles y sábados	US\$ 933	N/A	N/A
Evergreen	5 dias	Jueves	US\$ 1,200	N/A	N/A

Estos costos están sujetos a un contrato el cual tiene fecha de expiración en base a estos contratos podemos ofrecer al cliente un plan de negocios razonable por un tiempo determinado ya que si estos costos varían tomamos el riesgo de no tener ganancias.

3.2 Plan de negocios para producción de la marca H&M en la zona franca de San Isidro.

Un plan de negocios es un documento en el cual se plasman los objetivos empresariales y las estrategias que se estarán utilizando para lograr una meta, el mismo establece detalles que pueden ser estructurales, financieros o mixtos todo depende la naturaleza del proyecto.

Para realizar un plan de negocios acorde a la marca H&M es necesario primero contemplar cuales son las necesidades del cliente y de esta forma ofrecerle en base a esto, según las necesidades que el CEO de H&M nos indicó están las siguientes:

- 1- Calidad en el producto terminado. Todas las órdenes deben seguir los procedimientos de fabricación de mercancía y cumplir con un proceso de supervisión y control de calidad.
- 2- Entrega en la fecha estipulada de cada orden de compra sometida vía sistema por nuestro analista de órdenes. Tiempo estimado de orden de compra no debe exceder 15 días laborables.

- 3- Visibilidad del estado de la mercancía en tiempo real
- 4- Reporte semanal del estado de todas las órdenes de compra.

Según las necesidades ya expuestas, el plan de negocio que se le ofrece al cliente debe estar apegado a sus necesidades por lo que se le estará ofreciendo al cliente lo siguiente:

- 1- Visibilidad en tiempo real de cada orden de compra vía sistema de EDI.
- 2- Tiempo de entrega de mercancía, 10 días laborables. Tomando en cuenta que no se considera el día actual de sometimiento de nuevas órdenes de compra.
- 3- Comunicaciones, facturas e interacción en el idioma inglés.
- 4- Revisión de contrato cada (1) año.
- 5- Sistema de reclamación y garantía de devolución de dinero.
- 6- Personal altamente calificado y con experiencia en la fabricación de textiles y en exportaciones marítimas con vasta experiencia en el manejo de sistemas e información confidencial.
- 7- Servicio de fabricación de unidad de ropa incluyendo la entrega en el centro de distribución en Miami con un tiempo de entrega 10 días laborables. Favor ver debajo detalles de los costos por unidad, los mismos incluyen el costo logístico:

Code ítem	ítem description	Gross weight LBS	Net weight LBS	Assembly Price (USD)	Logistic fee (USD)	Total per unit (USD)
T425 AS	Adult short 99%cotton 1%spandex	1.2	0.8	1.2	4.2	5.4
T422 AS	women tshirt 88%spandex 12%cotton	0.5	0.3	0.5	2	2.5
T852 AS	women short pants 100denim	1.5	1.4	2	5	7
T458 AS	Men pants 100%denim	2	1.8	2.5	5	7.5

Cito: La zona franca san isidro Zona Franca San Isidro fue constituida el 31 de marzo de 1986 y es uno de los parques industriales de zonas francas más modernos, diversificados y exitosos de la región del Caribe. Localizado en Santo Domingo Este, República Dominicana, es el lugar ideal para establecer tus operaciones de manufactura y servicios. es un parque industrial de primera categoría, localizado estratégicamente para el éxito de tus operaciones de manufactura y servicios cuenta con un excelente clima de negocios unido a la probada estabilidad política y macroeconómica de la República Dominicana. (<https://industrialfreezone.com/>, s.f.)

Una de las principales fortalezas de este parque industrial es la flexibilidad, salario competitivo, idioma inglés y con trabajadores comprometidos con su labor y que gozan de la habilidad de tener un rápido aprendizaje.

3.3 Creación de manual de procedimientos según necesidad del cliente.

El manual de procedimientos es un documento de control y de acceso interno que se crea para obtener información de la actividad que vamos a realizar específicamente sirve como guía para saber 'cómo' se debe hacer cada cosa. Este contiene instrucciones de los procedimientos que se realizan en un proyecto debe ser secuencial y es necesario para la gestión administrativa.

Como parte de la oportunidad de negocio que es H&M se debe tener en cuenta que es necesario el control de todos los procedimientos logísticos para permitir que el cliente tenga visibilidad de sus órdenes y que se cumpla con el tiempo acordado.

Ver debajo índice del manual de procedimientos

3.3.1 Información general

3.3.2 Verificación de órdenes de compra

3.3.3 Manejo de documentación

3.3.4 Manejo de Reportería

3.3.1 Información general

CUSTOMER	MAIN OFFICE
ACS123 Master Code:	ACS123 Customer Code: HYM
LSS Business Partner (Customer) Code:	LSS Business Partner (Customer) Code: BP_HYM
IRS/IMPORTER#	62-151728100
C-TPAT SVI#	1cf75d52-a2da-4691-94ea-dea1e936cb26
Company Name	H&M Hennes & Mauritz LP
Street / P.O. Box	110 Fifth Av, 11th Floor
City	New York, NY
State	New York
Country	USA
Postal code	10011

Incoterms

Locations	Terms applicable
United Stated	DAP-F // (Delivered at place)

Naviera

La Naviera seleccionada es CROWLEY para embarcar con esta línea es necesario realizar un proceso de solicitud de booking, el mismo se debe realizar cuando recibimos la solicitud de orden del cliente y la misma es aprobada. Esta solicitud se realiza vía correo electrónico por el analista de logística. La naviera es solamente responsable del transporte marítimo de los contenedores. Ya que el transporte hasta el puerto se realizará con el transporte terrestre que tiene la zona franca san isidro o vendedor.

3.3.2 Verificación de órdenes de compra

Para verificar las órdenes de compra es necesario acceder a nuestro sistema en la pestaña new orders, en la misma se debe colocar el código del cliente H&M el cual es HYM (en sistema), la misma deberá aparecer listadas de mayor a menor y debe incluir lo siguiente:

- Nombre del ítem
- código del ítem,
- cantidad de unidad
- fecha estimada de recibido

Una vez confirmada esta información se debe solicitar aprobación por el encargado de piso o fábrica, esta aprobación es con el fin de confirmar que en el tiempo previsto esta orden estará lista para enviar al cliente y que cumpla con el tiempo acordado. Las órdenes deben estar listas 10 días calendario desde el día en que son sometidas, por lo que el proceso en cada departamento de fabricación no puede exceder más de lo establecido. Una vez se cuente con la aprobación de estas órdenes de compra se procede a aceptar las mismas (vía sistema). Se debe evitar el mayor contacto telefónico o por correo con el cliente ya que una de nuestras fortalezas es la visibilidad vía sistema para el cliente.

3.3.3 Manejo de documentación

Una vez recibimos el comunicado vía email del departamento de fabricación de que las órdenes están listas para cargar, solicitamos a la naviera un booking con la fecha estimada de salida más próxima, se solicita al departamento de transportes retirar el contenedor vacío e inmediatamente el contenedor se encuentre en la planta se debe cargar esta mercancía en el mismo para luego ser verificado por un agente de aduana y entregado al puerto es importante que el encargado de despacho tenga como principal objetivo cargar las mercancías terminadas en los contenedores el mismo día que el contenedor llegue a la fábrica, ya que el incurrimento en demora puede ocasionar costos con DPH (despachos portuarios hispaniola).

Dentro de la documentación que se debe enviar a la naviera están: factura comercial, DUA, Packing list y las instrucciones de embarque que deben contener el número de contrato, información de cantidades y descripción de mercancía, información del pagador del flete. Esta documentación debe enviarse a la naviera 24 horas antes de la salida del barco con el contenedor y se debe asegurar que la naviera transmita el ISF y el AMS de la carga.

El ISF y AMS es la declaración a la aduana americana que sirve como aceptación de que esta carga ingrese a los Estados Unidos, el mismo es obligatorio y debe realizarse 24 horas antes de que la carga arribe en suelo americano.

En este mismo orden las facturas comerciales deben ser creadas en el idioma inglés con la cantidad de unidades exactas que se estarán embarcando así también como la cantidad de paletas, peso y costo favor ver debajo factura comercial:

US COMMERCIAL INVOICE

Shipment no. 558441	Date: 07-07-2021
SHIPPER: ZONA FRANCA SAN ISIDRO AUT. SAN ISIDRO KM 17, SANTO DOMINGO ESTE DOMINICAN REPUBLIC	Seller: H&M 1455 NW 107th Av Room 660A Miami, FL 33172
SHIPPED TO: H&M 1455 NW 107th Av Room 660A Miami, FL 33172	BILL TO / CONSIGNEE: H&M 1455 NW 107th Av Room 660A Miami, FL 33172
SCAC: CROWLEY LINER	
Booking: CAT777454	
Container ID: CMCU4888572	
Seal No: 188724	

Total Value USD:	9,720
Gross Weight (KG) :	2160
Net Weight (KG):	1440
Total pieces:	1800
Total Dozens:	150
Total Cases:	20

Una vez le enviemos toda la documentación a la línea, nos aseguramos de dar seguimiento con los mismos a fin de actualizar nuestro sistema con la siguiente información:

- Fecha de salida
- Órdenes de compra
- Número de contenedor
- Número de BOL
- Número de sellos
- Cantidad de la mercancía
- Fecha estimada de llegada al puerto de destino (Miami)
- Fecha estimada de llegada al centro de distribución de H&M

Una de las principales fortalezas que se expone frente a las multinacionales para que acepten trabajar su fabricación e inversión al país es la facilidad visibilidad, la visibilidad se define como el seguimiento constante, a tiempo y óptimo de la información por lo que uno de los principales recursos es la tecnología, pero también va de la mano con la información que se introduce a los sistemas tecnológicos por lo que esta información debe ser óptimo, confiable y verídica. Se debe introducir las fechas de salida, tránsito y llegada en el sistema antes de que la carga zarpe del puerto de Caucedo ya que esta misma información sirve como seguimiento para el cliente H&M y control de la carga. Cualquier información incorrecta en el sistema generará un reporte falso que puede traer consecuencias desastrosas en la negociación y en futuros embarques, por lo que la supervisión del sistema es uno de los principales puntos para tener en cuenta.

3.3.4 Manejo de Reportería

Las Reportería semanales ofrecidas al cliente sobre el estatus de órdenes de compra son generadas automáticamente todos los jueves a las 12:00 AM (GMT-4) zona horaria de República Dominicana y las mismas deben ser enviadas todos los

viernes antes de las 12:00 M. esta Reportería debe estar acompañada de las facturas de compra que son las mismas facturas comerciales que se le envía a la línea, en la cual está el total de mercancía y el monto a pagar en USD.

CONCLUSIÓN

En esta monografía el principal objetivo fue crear un plan logístico estratégico basado en la tecnología como sustento y optimizando la cadena logística de las operaciones de zonas francas que pueda servir como motivación de las empresas multinacionales que deseen invertir en la República Dominicana, los dominicanos, el país y el sector comercial debe enfocarse en la exportación, ya que aumentando las exportaciones podemos contribuir al crecimiento del PIB de nuestro país, además de que genera empleos para miles de dominicanos.

Es prescindible el buen uso de los recursos tecnológicos, enfocado en las necesidades del cliente y creando mecanismos en base a eso con el fin de optimizar los procesos acordes a esos requerimientos. Teniendo en cuenta que el gobierno dominicano ofrece incentivos y exoneración de impuestos a los contribuyentes de inversión extranjera en el país. Nuestra aduana cuenta con mecanismos que permiten facilitar las exportaciones con el fin de aumentar las mismas. Es de vital importancia introducir en las universidades de negocios cursos enfocados en las exportaciones para que el sector empresarial se desarrolle y motive a otros a exportar, teniendo en cuenta que cada empresa es diferente y tiene necesidades diversas es muy importante que seamos profesionales creativos y que nuestra capacidad nos permita actuar en base a cada empresa para así lograr la satisfacción deseada y en la misma forma motivar a mas empresas internacionales a que confíen en la República Dominicana para sus operaciones comerciales.

BIBLIOGRAFÍA

- Guía del exportador (febrero 2021)
<https://www.prodominicana.gob.do/Documentos/Guia%20Exportacion%20AF.pdf>
- [https://estadisticas.cepal.org/cepalstat/Perfil_Nacional_Economico.html?pais=DOM&idioma=spanish.](https://estadisticas.cepal.org/cepalstat/Perfil_Nacional_Economico.html?pais=DOM&idioma=spanish)
- Vogue, (julio 2011) <https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/h-m/259>
- *Elordenmundial.Com.* (19 De Marzo De 2021). Obtenido De Elordenmundial.Com: <https://Elordenmundial.Com/Empresas-Multinacionales/>
- Lopez, A. I. (2013). *Distribucion Y Logistica* . Madrid : Esic.
- Cabrera, A. (2014). *Logistica Internacional*. Madrid: Icx.
- Calatayud, A. (2013). *Cadena De Suministro 4.0*. Cataluna: Banco Interamericano De Desarrollo.
- CEPAL. (s.f.).
[https://estadisticas.cepal.org/cepalstat/Perfil_Nacional_Economico.html?pais=DOM&idioma=spanish.](https://estadisticas.cepal.org/cepalstat/Perfil_Nacional_Economico.html?pais=DOM&idioma=spanish)
- DATOS MACRO. (2020). *República Dominicana - Balanza comercial*.
- francas, c. n. (s.f.). ¿Cuáles son los incentivos de invertir en Zonas Francas?

- GUIA PARA EXPORTAR. (s.f.). <https://micm.gob.do/images/pdf/doc/Guia-para-Exportar.pdf>.
- H&M. (s.f.).
https://about.hm.com/content/dam/hmgroup/groupsite/documents/es_us/hm-way/HM%20Way_es_us.pdf.
- MICM. (s.f.). <https://www.micm.gob.do/direcciones/comercio-exterior>.
- MICM, D. d. (11 de Diciembre de 2019). Ministro Toca Simó destaca avances de zonas francas en RD.
- Torres, I. (s.f.). <https://iveconsultores.com/manual-de-procedimientos-en-una-empresa/>. Obtenido de IVE CONSULTORES.
- Ley 3489-53 para el Régimen de Aduanas.
- Ley 226-06 autonomía presupuestaria y patrimonio propio a la DGA.
- Ley 146-00 reforma arancelaria.
- Ley147-00 reforma tributaria.
- Ley 557-05 de reforma tributaria.
- Ley 11-92 código tributario de la República Dominicana.
- Convenio internacional para la simplificación y armonización de los regímenes aduaneros (KYOTO revisado 1999).

A N E X O S



Anteproyecto del Trabajo Final (TF) en la modalidad de Curso

Título de la monografía:

Plan de proceso logístico de una empresa multinacional en República Dominicana

Nombres de estudiantes y matriculas:

Stephanie E. Bobadilla A00087080

Roselina Acosta A00091592

Bienvenida Ana Iris Perez A00092232

Profesores del modulo

Ilena Carolina Rosario Rodríguez

Ramón Vladimir Hernández del Orbe

Distrito Nacional

2021

Siglas

- **MP:** Manual de procedimientos
- **SII:** Sistema integrado de información
- **MICM:** Ministerio de industria y comercio y Mypimes
- **CNZF:** Consejo nacional de zonas francas
- **H&M :** Hennes & Mauritz GBC
- **PO :** Ordenes de compra
- **IED :** Inversion extranjera directa

1.1. Selección del título:

Plan de proceso logístico de una empresa multinacional en República Dominicana

1.2. Definición del tema de investigación

Con los continuos avances que ha tenido el país en materia de exportación principalmente en las zonas francas lo que ha impulsado mas del 57.1 por ciento del total de las exportaciones en el país, es importante aportar en la mejora de los procesos para así seguir aumentando las exportaciones y utilizar las investigaciones y experiencias del área de la logística para ayudar al flujo continuo de las exportaciones en el país lo que sin duda generara amplias oportunidades de inversión extranjera directa en el país. El tema que estaremos tratando en esta monografía data de mejora en procesos logísticos para una empresa multinacional dedicada a la comercialización de ropa para todo público con sede Suecia, Estocolmo. El ministro Toca Simó destaca avances de las zonas francas en la RD lo que proyecta una oportunidad que se encuentra en proceso de crecimiento según el ministerio de industria y comercio de la República Dominicana.

El PIB de un país define el nivel que puede producir al igual que los ingresos de una empresa pueden conceptualizar su estado financiero. En nuestro país existe un plan nacional de fomento a las exportaciones llamado Pro dominicana estos tienen el objetivo de contribuir al incremento de las exportaciones y de las inversiones en favor de la economía estos proveen asistencia gratuita para cualquier tipo de solicitudes. En la página oficial de Consejo nacional de zonas francas establece que la ley reguladora es la 8-10 que tiene como principal objetivo promover el crecimiento de las zonas francas existentes. Esta investigación pretende mejorar el sistema utilizado por zonas francas para las exportaciones de productos y así contrastar los resultados que hemos tenido los últimos años como país para así aumentar nuestro PIB.

(MICM, 2019)

MODELO O INSTRUMENTO el modelo que estaremos utilizando es el modelo de investigación aplicada, el cual consiste en aplicar el conocimiento adquirido y el principal objeto es fortalecer lo aprendido.

OBJETO DE ESTUDIO la logística para las exportaciones de fabricación textil para la marca H&M hacia Estados Unidos desde la zona franca san isidro.

CAMPO DE ACCIÓN logística, exportación, comercio exterior.

2. Planteamiento del problema

En el 2020 la República Dominicana ha registrado déficit en su balanza comercial de 5.894,2 millones de euros (EU), un 10,18% de su PIB, inferior al registrado en 2019, que fue de 8.101,3 millones de euros, el 10,85% del PIB. Si tomamos como referencia la balanza comercial con respecto al PIB, en 2020 República Dominicana ha empeorado su situación. Se ha movido del puesto 106 que ocupaba en 2018, hasta situarse en la posición 112 de dicho ranking, así pues, tiene un déficit elevado si lo comparamos con el del resto de los países del ranking. ¿Por qué es necesario

cambiar estos números y la perspectiva que tiene nuestro país frente al ámbito internacional y para que debemos mejorar nuestra balanza comercial? ¿se puede lograr si aumentamos las exportaciones? Nuestro país tiene experiencia en la fabricación y la industrialización, pero es un ámbito que debe ser desarrollado y esto nos puede permitir aumentar las exportaciones por encima de las importaciones esto generará un mayor flujo de PIB y por ende el país tendrá más recursos para invertir en los sectores mas necesitados como es la educación, la salud y otras áreas. Por lo que es necesario crear un modelo logístico sustancial y estandarizado que pueda servir a cualquier industria para las exportaciones de productos y que a su vez tenga un impacto en el flujo de las exportaciones creando consigo una experiencia y el interés de posibles inversores extranjeros.

(DATOS MACRO, 2020)

Objetivo general:

Creación de un plan de proceso logístico de una empresa multinacional en República Dominicana para el aumento de las exportaciones.

Objetivos específicos:

Objetivo 1: Elaboración de procesos y estrategias que ayuden a la fluidez de las exportaciones desde el ámbito industrial hasta el destino final, conociendo las necesidades logísticas del cliente (Torres, s.f.) y manejando las órdenes de compra.

Objetivo 2: Creación de sistemas de información para la visibilidad y el resaltar el buen manejo de las exportaciones y fabricación de productos del país.

Objetivo 3: Diseñar un plan estandarizado que pueda servir como guía para las exportaciones de zonas francas en la República Dominicana.

4.1 Justificación teórica:

El principal aporte es al conocimiento existente sobre el uso de los procesos logísticos para la fluidez y como instrumento de guía en las exportaciones ya que puede generar un mayor impacto en la economía de la República Dominicana si se aplica y se crea un plan estratégico basado en la logística.

4.2 Justificación metodológica:

El propósito de aportar al conocimiento existente sobre las exportaciones de zonas francas, como instrumento aplicación en las operaciones de exportación con el logro de competencias y utilizando los recursos que el estado provee como mecanismo de fomento a las exportaciones en la logística, cuyos resultados podrán sistematizarse en una propuesta para ser incorporado como conocimiento a las ciencias de la economía, ya que se estaría demostrando que el uso de las rúbricas mejoran el nivel y el flujo de las exportaciones.

4.3 Justificación práctica:

Esta investigación se realiza con el objetivo de crear un manual o una guía para el proceso de las exportaciones con el fin de que pueda ayudar a un proceso más fluido y así aumentar las exportaciones en la República Dominicana con el fin de que nuestro PIB aumente esto es crucial para el mejoramiento de la economía del país.

Marco de referencias: teórico, conceptual, espacial y temporal

5.1 Marco teórico

Uno de los principales factores que influyen en la internacionalización de una empresa es la logística, la misma puede definir si es factible o no comercializar con un país o con el mundo, según la naturaleza de la empresa la misma va moldeando, dependiendo del objetivo principal. La logística es un punto clave en los negocios y para los países es un arma que ayuda a acelerar los procesos, en esta monografía estaremos describiendo como se realiza un plan logístico para una empresa multinacional que ayude no solo al abastecimiento de la cadena de suministro de la empresa sino también a aumentar las exportaciones, esto trae consigo un aumento en el PIB de la República Dominicana y un ambiente de conformidad frente a las multinacionales que ayude a la atracción de inversión extranjera directa IED.

5.2 Marco conceptual

El término logística proviene o fue utilizado por primera vez por Antoine-Henri Jomini, este fue un general suizo, en Grecia en el año 489 antes de Cristo ya se utilizaba la palabra logística y esta se define como el hacer algo lógico o saber calcular. Por lo que uno de los principales contextos en la historia donde se utilizó este término fue en un libro llamado *Précis de l'art de la guerre* y hacía referencia a una teoría de abastecimiento y distribución de tropas y estrategias de guerra. Se puede aplicar las leyes de logística para cualquier ámbito en la vida de las personas no solamente en el ámbito de las exportaciones por lo que se estará definiendo la importancia general de la misma.

Esta investigación estará basada en diferentes autores tales como Edwards Deming el cual creo el ciclo Deming utilizado en la logística ya que define lo que es el plan, el hacer, verificar y actuar. Se estará estudiando los principales objetos que utilizan las zonas francas para exportar, las bases legales y exoneración de impuestos que tiene la República Dominicana para el fomento de las exportaciones, los requisitos, creación de Flow share o procesos, manejos de órdenes de compra, creación de sistemas de información y tratados comerciales.

5.3 Marco espacial

Esta investigación estará orientada para las empresas que se encuentran en régimen de zonas francas en la República Dominicana y servir de manual para las empresas que desean expandirse al comercio internacional.

5.4 Marco temporal:

Para fines de la recopilación de datos estadísticos el período que esta investigación estará tomando en cuenta es desde la última década hasta la actualidad 2011-2021

Aspectos Metodológicos.

- a) **Según el grado de abstracción:** esta investigación es aplicada ya que busca solucionar un problema existente en el flujo y trabas que tienen las exportaciones de la República Dominicana, se observa el procedimiento que se utiliza tradicionalmente y se modifica según técnicas logísticas para así dar un mayor impacto, además se crea un plan de ventas de gestión logística para la empresa H&M la cual utiliza zonas francas de Sri Lanka, Honduras y Tailandia para la fabricación de sus productos textiles con el fin de obtener un contrato para la fabricación en las zonas francas de RD.

Los aspectos metodológicos en este trabajo final son:

En esta monografía el tipo de investigación que se utilizara es la de Descriptiva ya que estaremos realizando análisis de los documentos, utilizaremos la estadística y crearemos procesos que nos ayuden al desarrollo de las zonas francas textiles.

Métodos, procedimientos y técnicas de investigación

Los métodos para utilizar son la recopilación de requisitos, necesidades de los clientes, sistematización de los procesos, creación de manuales de procedimiento, análisis y creación de procesos.

Tabla de contenido preliminar del Trabajo Final.**Portada****Índice****Dedicatorias y Agradecimientos****Resumen y palabras clave****Introducción****Capítulo 1: Exportaciones y oportunidades de negocio**

1.1 Origen y evolución de las exportaciones, Consecuencias de balanza comercial desfavorable.

- 1.2 Requisitos para exportar en la República Dominicana
- 1.3 Acuerdos comerciales
- 1.4 Actividad de las empresas multinacionales
- 1.5 Inversión Extranjera Directa en la República Dominicana (IED)
- 1.6 Historia de H&M

Capitulo II: Implementación de sistema de información para el manejo de órdenes de compra

- 2.1. Modelo de logística desde Zona franca San Isidro hasta puerto Caucedo.
- 2.2 Capacitación y creación de modelos para procedimientos internos.
- 2.3 Diseño de programas de información

Capitulo III: Plan logístico para H&M

- 3.1 Costos, rutas y manejo de información confidencial
- 3.2 Plan de negocios para producción de la marca H&M en la zona franca de San Isidro.
- 3.3 Creación de manual de procedimientos según necesidad del cliente.

Conclusión

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

Bibliografía PRELIMINAR

CEPAL. (s.f.).

*[https://estadisticas.cepal.org/cepalstat/Perfil_Nacional_Economico.html?pais=DOM
M&idioma=spanish.](https://estadisticas.cepal.org/cepalstat/Perfil_Nacional_Economico.html?pais=DOM&idioma=spanish)*

DATOS MACRO. (2020). *República Dominicana - Balanza comercial.*

francas, c. n. (s.f.). ¿Cuáles son los incentivos de invertir en Zonas Francas?

GUIA PARA EXPORTAR. (s.f.). *[https://micm.gob.do/images/pdf/doc/Guia-para-
Exportar.pdf.](https://micm.gob.do/images/pdf/doc/Guia-para-Exportar.pdf)*

H&M. (s.f.). *[https://about.hm.com/content/dam/hmgroupp/groupsite/documents/es_us/hm-
way/HM%20Way_es_us.pdf.](https://about.hm.com/content/dam/hmgroupp/groupsite/documents/es_us/hm-way/HM%20Way_es_us.pdf)*

MICM. (s.f.). *[https://www.micm.gob.do/direcciones/comercio-exterior.](https://www.micm.gob.do/direcciones/comercio-exterior)*

MICM, D. d. (11 de Diciembre de 2019). Ministro Toca Simó destaca avances de zonas francas en RD.

Torres, I. (s.f.). *[https://iveconsultores.com/manual-de-procedimientos-en-una-empresa/.](https://iveconsultores.com/manual-de-procedimientos-en-una-empresa/)*
Obtenido de IVE CONSULTORES.

PÁGINA DE ANTIPLAGIO

Dustball Plagiarism Report

Score: 100%

vital importancia introducir en las universidades de negocios cursos enfocados OK
 : empresas Multinacionales más destacadas podemos mencionar las siguientes: OK
 amos en revisar minuciosamente cada punto del modelo, primero adaptándolo OK
 mando nacional de límites, su responsabilidad trasciende el rol recaudador OK
 origen de este tipo de empresas multinacionales se remonta siglos OK
 Sacando inmediatamente cualquier pieza que está defectuosa, pasando a la OK
 otras localidades sería completamente inviable y hasta contraproducente OK
 naviera es solamente responsable del transporte marítimo de los contenedores OK
 resas tramitaban los canjes comerciales entre las potencias coloniales europeas OK
 Organizar acciones con las instituciones que intervengan en los despachos OK
 realizar exportaciones o importaciones se necesitan una serie de documentos OK
 principales fortalezas que se expone frente a las multinacionales para OK
 nuestra aduana cuenta con mecanismos que permiten facilitar las exportaciones OK
 empresas multinacionales son aquellas empresas que operan en más de OK
 egales: legislación emitida por diferentes instigaciones públicas para optimizar OK
 blica Dominicana se desarrollan procesos muy importantes en materia logiscia OK
 propósito de aportar al conocimiento existente sobre las exportaciones de OK
 Ratificación Acuerdo en el Comercio de mercancías, aranceles preferenciales y OK
 balanza comercial nos permite ver las exportaciones e importaciones de OK
 modelo de procedimiento será en base a enfoques internacionales de OK



© 2002-2021 The Plagiarism Checker
<http://www.dustball.com/cs/plagiarism.checker>