



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE
JUGUETES PARA LA EMPRESA TOTALHOME, EN LA CIUDAD
DE RIOBAMBA

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA:

RUTH EVELYN PASTO SÁEZ

Riobamba-Ecuador

2021



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE
JUGUETES PARA LA EMPRESA TOTALHOME, EN LA CIUDAD
DE RIOBAMBA

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA: RUTH EVELYN PASTO SÁEZ

DIRECTOR: ING. PEDRO PABLO BRAVO MOLINA

Riobamba-Ecuador

2021

©2021, Ruth Evelyn Pasto Sáez

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Ruth Evelyn Pasto Sáez, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos. Los textos constantes en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 28 de octubre de 2021.




Ruth Evelyn Pasto Sáez

C.I. 0604833137

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación, tipo: Proyecto de Investigación, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE JUGUETES PARA LA EMPRESA TOTALHOME, EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA**, realizado por la señorita: **RUTH EVELYN PASTO SÁEZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

| | FIRMA | FECHA |
|---|--|----------------------------|
| Eco. Antonio Durán Pinos PRESIDENTE DEL TRIBUNAL | ANTONIO DURAN  <small>Firmado digitalmente por ANTONIO DURAN PINOS</small> | 28/10/2021 |
| Ing. Pedro Pablo Bravo Molina DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN |  <small>Firmado electrónicamente por:</small> PEDRO PABLO BRAVO MOLINA | 28/10/2021 |
| Ing. Santiago Trujillo Chávez MIEMBRO TRIBUNAL |  <small>Firmado electrónicamente por:</small> HUGO SANTIAGO TRUJILLO CHAVEZ | 28/10/2021 |

DEDICATORIA

A mis padres.

Ruth

AGRADECIMIENTO

Agradezco, a Dios por la oportunidad de la vida y a mi familia que jamás me abandonó en tan duro proceso.

Mi agradecimiento eterno.

Ruth

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|-------------------------|-------|
| ÍNDICE DE TABLAS | xiii |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | xiv |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | xv |
| ÍNDICE DE ANEXOS | xvi |
| RESUMEN..... | xvii |
| ABSTRACT | xviii |
| INTRODUCCIÓN | 1 |

CAPÍTULO I

| | |
|---|-----------|
| 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL | 4 |
| 1.1. Antecedentes de Investigación | 4 |
| 1.2. Marco teórico | 5 |
| <i>1.2.1. Importación</i> | <i>5</i> |
| <i>1.2.2. Beneficios y Desventajas de las Importaciones.....</i> | <i>6</i> |
| <i>1.2.3. La importancia de las Importaciones</i> | <i>6</i> |
| <i>1.2.4. Regímenes de Importación</i> | <i>6</i> |
| <i>1.2.5. Tributos por un producto importado</i> | <i>7</i> |
| <i>1.2.6. Requisitos para importar</i> | <i>7</i> |
| <i>1.2.7. Pasos para importar a Ecuador.....</i> | <i>8</i> |
| <i>1.2.8. Base Legal.....</i> | <i>8</i> |
| <i>1.2.9. Importación en Volúmenes Comerciales o a Consumo.....</i> | <i>8</i> |
| <i>1.2.10. Ecuapass.....</i> | <i>9</i> |
| <i>1.2.11. Principales objetivos del Ecuapass.....</i> | <i>9</i> |
| <i>1.2.12. Beneficios del Ecuapass para todos los Operadores de comercio exterior</i> | <i>9</i> |
| <i>1.2.13. Composición de Ecuapass</i> | <i>9</i> |
| <i>1.2.14. Proyecto.....</i> | <i>11</i> |
| <i>1.2.15. Tipos de proyectos</i> | <i>11</i> |
| <i>1.2.15.1. Proyecto productivo</i> | <i>12</i> |
| <i>1.2.15.2. Proyecto público o social</i> | <i>12</i> |
| <i>1.2.15.3. Proyectos de inversión.....</i> | <i>12</i> |
| <i>1.2.16. Clasificación de proyectos.....</i> | <i>12</i> |
| <i>1.2.16.1. De acuerdo al carácter del proyecto</i> | <i>12</i> |
| <i>1.2.16.2. De acuerdo con el sector de la economía.....</i> | <i>13</i> |

| | |
|--|----|
| 1.2.16.3. <i>De acuerdo al ente financiador</i> | 13 |
| 1.2.17. <i>Importancia del proyecto</i> | 14 |
| 1.2.18. <i>Evaluación de proyectos</i> | 16 |
| 1.2.19. <i>Proyecto o Estudio de Factibilidad</i> | 16 |
| 1.2.20. <i>Estudio factibilidad</i> | 16 |
| 1.2.21. <i>Objetivo del estudio de factibilidad</i> | 17 |
| 1.2.22. <i>Importancia del estudio de factibilidad</i> | 18 |
| 1.2.23. <i>El estudio de factibilidad se compone de cuatro partes:</i> | 19 |
| 1.2.23.1. <i>Estudio de mercado</i> | 19 |
| 1.2.23.2. <i>Estudio técnico</i> | 20 |
| 1.2.23.3. <i>Aspectos administrativos</i> | 21 |
| 1.2.23.4. <i>Estudio financiero</i> | 22 |
| 1.2.24. <i>Los proyectos de factibilidad para importaciones</i> | 25 |
| 1.2.25. <i>Reglamentos de Importación de juguetes</i> | 26 |
| 1.2.26. <i>Contrato de compra – venta</i> | 26 |
| 1.2.27. <i>Mitigación del Riesgo en Importación</i> | 27 |
| 1.2.28. <i>Incoterms</i> | 27 |
| 1.2.29. <i>Incoterms más utilizados en el transporte internacional</i> | 27 |
| 1.2.30. <i>Agentes de Aduanas</i> | 33 |

CAPÍTULO II

| | |
|---|----|
| 2. MARCO METODOLÓGICO | 36 |
| 2.1. Enfoque de investigación..... | 36 |
| 2.2. Nivel de Investigación..... | 36 |
| 2.2.1. <i>Exploratorio</i> | 36 |
| 2.3. Diseño de investigación..... | 37 |
| 2.4. Tipo de estudio | 37 |
| 2.5. Población y muestra..... | 37 |
| 2.6. Métodos técnicas e instrumentos de investigación | 39 |
| 2.6.1. <i>Métodos</i> | 39 |
| 2.6.2. <i>Técnicas</i> | 39 |
| 2.6.3. <i>Instrumentos</i> | 40 |
| 2.7. Idea a Defender | 40 |
| 2.8. Variables | 40 |
| 2.8.1. <i>Variable independiente</i> | 40 |
| 2.8.2. <i>Variable dependiente</i> | 40 |

CAPÍTULO III

| | | |
|------------------|--|----|
| 3. | MARCO PROPOSITIVO | 41 |
| 3.1. | Resultados | 41 |
| 3.2. | Resultados de los instrumentos utilizados | 41 |
| 3.2.1. | <i>Encuesta</i> | 41 |
| 3.2.1.1. | <i>Objetivo de la encuesta</i> | 41 |
| 3.3. | Discusión de Resultados | 53 |
| 3.3.1. | <i>Estudio de mercado</i> | 54 |
| 3.3.1.1. | <i>Análisis de la oferta</i> | 54 |
| 3.3.1.2. | <i>Clasificación de la oferta</i> | 54 |
| 3.3.1.3. | <i>Factores que afecta la oferta</i> | 54 |
| 3.3.1.4. | <i>Análisis cuantitativo de la oferta</i> | 54 |
| 3.3.1.5. | <i>Oferta Proyectada</i> | 55 |
| 3.3.1.6. | <i>Análisis de la Demanda</i> | 55 |
| 3.3.1.7. | <i>Demanda Proyectada</i> | 56 |
| 3.3.1.8. | <i>Determinación de la demanda insatisfecha</i> | 56 |
| 3.3.1.9. | <i>Capacidad Instalada</i> | 57 |
| 3.3.1.10. | <i>Capacidad Utilizada</i> | 57 |
| 3.3.2. | <i>Estudio Técnico normativo</i> | 58 |
| 3.3.2.1. | <i>Producto a importar</i> | 58 |
| 3.3.2.2. | <i>Partida Arancelaria</i> | 58 |
| 3.3.2.3. | <i>Reglamentos de Importación de juguetes</i> | 59 |
| 3.3.3. | <i>Marketing mix</i> | 61 |
| 3.3.3.1. | <i>Producto</i> | 61 |
| 3.3.3.2. | <i>Precio</i> | 62 |
| 3.3.3.3. | <i>Plaza</i> | 62 |
| 3.3.3.4. | <i>Promoción y publicidad</i> | 62 |
| 3.3.3.5. | <i>Postventa</i> | 63 |
| 3.3.3.6. | <i>Estrategia de postventa</i> | 64 |
| 3.3.3.7. | <i>Características del personal de ventas</i> | 64 |
| 3.3.4. | <i>Estudio Organizacional</i> | 64 |
| 3.3.5. | <i>Organigrama</i> | 65 |
| 3.3.6. | <i>Declaración Aduanera de Importación</i> | 65 |
| 3.3.7. | <i>Declaración aduanera de Importación (DAI)</i> | 66 |
| 3.3.8. | <i>Documentos que se deben presentar en una Declaración Aduanera</i> | 66 |
| 3.3.9. | <i>Declaración Aduanera</i> | 67 |

| | |
|---|----|
| 3.3.10. Estudio económico financiero | 70 |
| 3.3.10.1. Presupuesto de inversión | 70 |
| 3.3.10.2. Inversión variable | 71 |
| CONCLUSIONES | 74 |
| RECOMENDACIONES | 75 |
| BIBLIOGRAFÍA | |
| GLOSARIO | |
| ANEXOS | |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|--------------------|---|----|
| Tabla 3-1: | Género..... | 42 |
| Tabla 3-2: | Tiene hijos..... | 43 |
| Tabla 3-3: | Número de hijos..... | 44 |
| Tabla 3-4: | Rango de edad..... | 45 |
| Tabla 5-3: | Tipo de Jugete..... | 46 |
| Tabla 6-3: | Lugar de preferencia..... | 47 |
| Tabla 7-3: | Hábito de compra..... | 48 |
| Tabla 8-3: | Precios Asequibles..... | 49 |
| Tabla 9-3: | Crédito para la compra de juguetes..... | 50 |
| Tabla 10-3: | Aumento de la línea de juguetes..... | 51 |
| Tabla 11-3: | Preferencia de Producto..... | 52 |
| Tabla 12-3: | Oferta Actual..... | 55 |
| Tabla 13-3: | Demanda Proyectada..... | 56 |
| Tabla 14-3: | Demanda Insatisfecha..... | 57 |
| Tabla 15-3: | Demanda Proyectada..... | 57 |
| Tabla 16-3: | Demanda Proyectada..... | 57 |
| Tabla 17-3: | Producto - Carros a batería..... | 58 |
| Tabla 18-3: | Precio..... | 62 |
| Tabla 19-3: | Inversión variable..... | 71 |
| Tabla 20-3: | Inversión diferida..... | 71 |
| Tabla 21-3: | Inversión fija..... | 71 |
| Tabla 22-3: | Presupuesto de ingresos..... | 72 |
| Tabla 23-3: | Presupuesto de egresos..... | 72 |
| Tabla 24-3: | Relación costo Beneficio..... | 72 |
| Tabla 25-3: | Estado de Pérdidas y Ganancias..... | 73 |
| Tabla 26-3: | Relación costo Beneficio..... | 73 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1-3: Etapas de desaduanización..... | 61 |
| Figura 2-3: Características del producto | 62 |
| Figura 3-3: Promocion | 63 |
| Figura 4-3: Organigrama propuesto..... | 65 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | | |
|----------------------|--------------------------|----|
| Gráfico 1-3: | Género..... | 42 |
| Gráfico 2-3: | ¿Tiene hijos?..... | 43 |
| Gráfico 3-3: | Número de hijos | 44 |
| Gráfico 4-3: | Rango de Edad..... | 45 |
| Gráfico 5-3: | Tipo de Juguetes..... | 46 |
| Gráfico 6-3: | Lugar de compra..... | 47 |
| Gráfico 7-3: | Hábito de compra | 48 |
| Gráfico 8-3: | Precios accesibles | 49 |
| Gráfico 9-3: | Crédito en juguetes..... | 50 |
| Gráfico 10-3: | Línea de Juguetería..... | 51 |
| Gráfico 10-3: | Tipo de Jugete | 52 |

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

ANEXO B: ESQUEMA DE LA IMPORTACIÓN

ANEXO C: INGRESO AL PORTAL

ANEXO D: LISTADO DE AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA EN EL ECUADOR

RESUMEN

El presente trabajo denominado “Proyecto de factibilidad para la importación de juguetes para la empresa Totalhome”, en la ciudad de Riobamba., tuvo como objetivo desarrollar un estudio pormenorizado previo a la importación de juguetes para su comercialización, proyecto que servirá como una herramienta de evaluación capaz de responder a las necesidades reales de la economía organizacional, a través del cumplimiento de sus metas empresariales y la satisfacción del cliente. Todo esto desarrollado a través de una metodología de enfoque cualitativo, con un diseño descriptivo, y la utilización de métodos deductivos-inductivos, analíticos y sintéticos y el uso de técnicas de investigación para la recolección de la información dispuesta para el análisis del sector, así como de las zonas involucradas en este estudio, entre ellos los mercados, las familias y la población económicamente activa. A través del estudio de mercado se determinó el nivel de oferentes y demandantes, además se determinó la aceptación de compra de juguetes con un precio accesible para que el cliente pueda adquirirlos. En conclusión, se determina que la evaluación financiera arroja un VAN positivo de \$ 59 525.03 y una TIR positiva del 86.2% logrando así que se considere la ejecución del proyecto. Se recomienda así implementar el estudio teniendo en cuenta que la evaluación financiera realizada apunta a que es factible, siempre y cuando que cada uno de los pasos para la importación del producto seleccionado sea controlado por parte de un funcionario designado para tal proceso, por parte de la empresa, con el fin de minimizar riesgos en pérdida de recursos y los bienes importados; y donde se haya analizado la normativa nacional que involucra la base legal y estructura orgánica de los procesos de comercio internacional para evitar multas y sanciones por parte de las entidades de control.

Palabras Clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <FACTIBILIDAD>, <MERCADO>, <PROYECTO>, <MITIGACIÓN DE RIESGO>, <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>



29-01-2022


0159-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The present work called "Feasibility project for the importation of toys for the company Total home," in the city of Riobamba, had the objective of developing a detailed study prior to the importation of toys for its commercialization, a project that will serve as an evaluation tool capable of responding to the real needs of the organizational economy, through the fulfillment of its business goals and customer satisfaction. All this developed through a qualitative approach methodology, with a descriptive design, the use of deductive-inductive, analytical and synthetic methods, and the use of research techniques for the collection of information available for the analysis of the sector, as well as the areas involved in this study, including markets, families and the economically active population. Through the market study, the level of suppliers and demanders was determined, and the acceptance of the purchase of toys at an accessible price so that the customer can acquire them. In conclusion, it is determined that the financial evaluation yields a positive NPV of \$ 59,525.03 and a positive IRR of 86.2%, thus making it possible to consider the execution of the project. It is thus recommended to implement the study taking into account that the financial evaluation carried out points out that it is feasible, provided that each of the steps for the importation of the selected product is controlled by an official designated for such process, by the company, in order to minimize risks in loss of resources and imported goods; and where the national regulations involving the legal basis and organic structure of international trade processes have been analyzed to avoid fines and penalties by the control entities.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <FITABILITY>, <MARKETING>, <PROJECT>, <RISK Mitigation>, <INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)>, <RIOBAMBA (CANTON)>.

CARINA
FERNANDA
VALLEJO
BARRENO



Firmado
digitalmente por
CARINA FERNANDA
VALLEJO BARRENO

INTRODUCCIÓN

Se ha señalado reiteradamente el papel clave que el sector exterior ha desempeñado en la economía ecuatoriana en la última década. Durante los peores años de la crisis las exportaciones han sido el sector más dinámico de la demanda.

Pero la importancia de las exportaciones no debe hacernos olvidar el papel clave que desempeñan las importaciones en una economía, un papel que con frecuencia es menos valorado.

Las importaciones contribuyen al crecimiento y al bienestar por varias vías, algunas de las cuales han adquirido especial trascendencia en los últimos tiempos. En primer lugar, por el lado del consumo, las importaciones suponen la posibilidad de acceder a productos más baratos o más eficientes. Ello permite aumentar el bienestar de los consumidores.

En segundo lugar, gracias a las importaciones las empresas acceden a maquinaria y tecnología, que permiten ampliar su capacidad productiva.

En tercer lugar, las importaciones han adquirido una creciente relevancia en los últimos años gracias al desarrollo de las cadenas globales de valor. Estas cadenas implican la fragmentación de los procesos de producción entre diversas localizaciones geográficas, con el fin de aprovechar las ventajas competitivas de cada una de ellas. Y de esta forma producir de manera más eficiente.

En los últimos 20 años una serie de factores han potenciado la expansión de las cadenas globales de valor. Las mejoras en los transportes y en las tecnologías de la información han facilitado el desplazamiento de mercancías entre los países, así como han facilitado la comunicación e interacción entre los diferentes centros productivos de una empresa.

Por otro lado, los procesos de liberalización comercial han permitido que las mercancías puedan moverse entre los países con menores aranceles y trabas. De esta manera ha crecido el peso de los bienes intermedios en el comercio internacional. Los productos de exportación incorporan un creciente volumen de bienes intermedios importados. La parte de valor añadido extranjero en las exportaciones ha aumentado en la mayoría de los países.

En el caso ecuatoriano según cifras del Banco Central y el Ministerio de Comercio exterior, muestran que para el año 2018, incrementó sus importaciones y exportaciones totales en 16,2% (US\$22.121 millones); y 13% (US\$21.606 millones) respectivamente, lo que da a lugar a, que la

economía crezca y sea un punto de partida para el sector comercial y busque dinamizar su mercado (Universidad Espíritu Santo, 2018).

El presente trabajo de investigación fue realizado para determinar la factibilidad en la importación de juguetes para la empresa TOTALHOME, que permitan competir en el mercado nacional con diversidad de productos y precios bajos.

Formulación del problema

¿De qué manera contribuye el estudio Factibilidad para la importación de juguetes de la empresa TotalHome de la ciudad de Riobamba?

Sistematización del problema

¿De qué manera contribuye la importación de juguetes?, en el desarrollo económico de la Empresa TotalHome y la rentabilidad de la organización?

Objetivos

Objetivo General

- Desarrollar un Estudio de Factibilidad previo a la importación de juguetes para le empresa TotalHome, como una herramienta de evaluación capaz de responder a las necesidades reales de la economía de la organización para lograr metas empresariales y la satisfacción del cliente.

Objetivos Específicos

- Ejecutar un Estudio de Mercado en el Cantón Riobamba en base al estudio de la Población Económicamente Activa para determinar el grado de aceptación de los ciudadanos frente al producto a importarse.
- Estructurar un plan de importación en base a la normativa nacional e internacional de este proceso.
- Realizar la Evaluación Financiera para determinar técnicamente la factibilidad del proyecto a través del análisis de diferentes indicadores económicos.

Justificación

Ecuador es uno de los países en vías de desarrollo, por falta de tecnología, gran cantidad de desempleo y porque no decir la mala administración de los gobiernos, pero esto no ha dejado de lado que los ecuatorianos hoy en día busquen ideas de crecimiento, expansión de los mercados y sean generadores de oportunidades, como empleos y el acercamiento a nuevos productos ajenos al mercado local.

Es importante considerar que el comercio es una actividad imprescindible de la economía que incrementa cada día en el consumo de bienes y servicios dispuestos a cubrir las necesidades y cumplir las expectativas de los usuarios, por tal, una empresa que busca ser competitiva y posicionarse en el mercado, deberá cumplir con las exigencias del segmento y diversificar la variedad de los productos que oferta.

Justificación teórica

La investigación propuesta busca determinar cada uno de los conceptos mediante la aplicación teórica para conocer cada una de las variables objeto de estudio para el proyecto de factibilidad para la importación de juguetes en la empresa TotalHome. Para ello el desarrollo de esta investigación se delimitará en la información suficiente y competente, referente a libros y artículos técnicos y académicos, además de la normativa nacional e internacional para el comercio internacional.

Justificación metodológica

Para el desarrollo del proyecto de factibilidad propuesto, el enfoque de investigación será mixto, es decir cualitativo y cuantitativo donde a través de la aplicación de encuestas se conocerá las características con las que contará la empresa a la hora de elegir las características de los productos a importar, a su vez permite realizar los estudios económico y financiero; se realizó una investigación de campo para determinar la aceptación de los productos; y se utilizó un diseño transversal, ya que el proyecto afecta a toda la organización en caso de contribuir de forma positiva a la rentabilidad de la misma.

Justificación práctica

La investigación propuesta busca solucionar el acceso a productos diferentes o una línea no conocida en la línea de juguetería para la población de Riobamba; procurando cumplir sus expectativas y estándares de calidad, a su vez que contribuya a generar rentabilidad para la empresa al incrementar una línea nueva de productos.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes de Investigación

Después de revisar varios trabajos de investigación se ha tomado como referencia los más relevantes, con el propósito de encontrar guías y procedimientos propuestos para fines comunes a esta investigación:

Tema: “Estudio de factibilidad para la importación y comercialización de productos de belleza y maquillaje para el cuidado de la piel en la ciudad de Quito. Caso: Todotrade negocios internacionales.”

Autor: Katherine Salazar Ojeda

Universidad: Central del Ecuador facultad de Ciencias Administrativas.

Conclusión:

La empresa Todotrade Negocios Internacionales ubicada en la ciudad de Quito, actualmente se dedica a la capacitación en comercio exterior y negocios internacionales; así como también trabaja en estudios de inteligencia de mercados con respecto a importaciones y exportaciones de Latinoamérica, China, EEUU. Y brinda consultoría en el diseño y elaboración de proyectos. Con el fin de mejorar la rentabilidad de la empresa, ésta desea analizar la factibilidad de empezar a importar y comercializar productos de belleza y maquillaje para el cuidado de la piel; debido a que dichas importaciones giran alrededor de una serie de variables de índole interna y externa, por lo que esta investigación da paso a responder la problemática surgida a través de este estudio (Salazar, 2016).

Tema: “Estudio de factibilidad para un negocio de importación de apliques tecnológicos destinados a la manufactura y comercialización de prendas de vestir en Ecuador”.

Autora: Miguel Ledesma

Universidad: Universidad de las Fuerzas.

Conclusión:

Una de las mayores incertidumbres al inicio fue, en el ámbito operativo del proceso de selección del proveedor internacional, y el proceso de importación, se llegó a determinar que la mejor vía para generar el proceso de búsqueda de proveedores era, utilizar las aplicaciones móviles vía teléfono celular, en este caso Alibaba.com, recurso mediante el cual se comenzó a buscar los apliques tecnológicos con diferentes características, especificaciones y funcionalidades, una vez que se logró identificar la gran mayoría de proveedores están ubicados en China, y con los prospectos, se procedió a solicitar las respectivas cotizaciones, y en todos los casos se obtuvo la misma respuesta para la forma de importarlo, que para el caso fue vía aérea, a razón de que los apliques tienen un componente de batería, la cual, por su composición, no podía ser transportada, vía marítima, perdería, tanto la garantía por parte del fabricante, así como, se encarecerían 82 los costos de manera muy importante, por el manejo tan específico que requeriría por esa vía. (Mejia, 2015).

Tema: “Propuesta metodológica para la disminución del fraude Tributario en el sector importador de juguetes de la ciudad de Guayaquil”

Autora: Keyla Mariuxi Casagrande

Universidad: Universidad Católica de Guayaquil.

Conclusión:

Desde el sector importador de juguetes, se pudo identificar mediante las entrevistas a profundidad el comportamiento y posición ante la subvaluación de mercancías, develando que no existe un trato igualitario en cuestión del peso de la ley, en comparación con otros comerciantes que tienen acceso a cuentas bancarias y facilidad en el idioma oficial de la cultura China. Los importadores manifiestan que algunos comerciantes tienen que incurrir en esta práctica (subvaluación), no por agrado si no por la incertidumbre y para establecer ventaja competitiva de precios, dado que las mercancías importadas tienen un precio de venta muy por debajo del costo real. (Casagrande, 2018).

1.2. Marco teórico

1.2.1. Importación

Se denomina importación a la acción comercial que implica y desemboca en la introducción de productos foráneos en un determinado país con la misión de comercializarlos. Básicamente, en la

importación, un país le adquiere bienes y productos a otro. Al no poder concretar la importación de los productos madre, nuestra empresa, está parada en materia de producción (Annser, s.f.).

1.2.2. Beneficios y Desventajas de las Importaciones

Las importaciones permiten a los agentes económicos adquirir los productos que en su país no se producen, más baratos, o de mayor calidad, beneficiándolos como consumidores. Al realizarse importaciones de productos más baratos, automáticamente se está liberando dinero para que los agentes ahorren, inviertan o gasten en nuevos productos, aumentando las herramientas para la producción y la riqueza de la población.

Pero, por otro lado, las importaciones aumentan la competencia sobre la industria local del país importador. Las industrias de los países exportadores pueden tener mejores condiciones de producción más favorables (población laboral altamente calificada, mayor desarrollo tecnológico y/o mejor infraestructura) o costos salariales menores (por el pago de bajos salarios a los trabajadores del país exportador), según algunos economistas, perjudicando la economía interna en su mercado laboral.

1.2.3. La importancia de las importaciones

Con todos los datos suministrados anteriormente, se puede concluir que importancia de las Importaciones y Exportaciones esta dado por el ingreso de divisas al país y el acceso a productos que la economía de dicho país no produce.

Las exportaciones son importantes porque constituyen una fuente de ingresos adicional a la que nos da la demanda interna. Es decir; permite colocar los productos excedentes en el resto del mundo, obteniendo importantes ingresos para el país. Esta capacidad exportadora es fuente de empleo formal para muchas personas cuyas familias tienen acceso a mejores condiciones de vida (Brotons, 2004).

1.2.4. Regímenes de importación

En Ecuador se dan los siguientes:

- Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI)
- Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI)
- Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Art. 149 COPCI)

- Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria (Art. 150 COPCI)
- Transformación bajo control Aduanero (Art. 151 COPCI)
- Depósito Aduanero (Art. 152 COPCI)
- Reimportación en el mismo estado (Art. 153 COPCI)

1.2.5. Tributos por un producto importado

Para determinar el valor a pagar de tributos al comercio exterior es necesario conocer la clasificación arancelaria del producto importado. Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros.

- AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías) Son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en porcentajes según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la importación).
- FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia) Se aplica el 0.5% sobre la base imponible de la importación.
- ICE (Impuesto a los Consumos Especiales) Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen.
- IVA (Impuesto al Valor Agregado) Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE

1.2.6. Requisitos para importar

- Lo primero es que tu estado fiscal se encuentre en regla con el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Poseer el Registro Único de Contribuyentes (RUC). De persona Natural o Jurídica
- Homologar el código de operador de comercio exterior con el Ruc en el sistema Ecuapass, tienes que realizar la homologación hasta la fecha indicada por el SENAE.
- Obtener el Certificado Digital o Token para firma electrónica, las entidades donde puedes gestionar tu Token.
- Acceder al registro en la plataforma digital Ecuapass
- Contactar un Agende Aduanero

1.2.7. Pasos para importar a Ecuador

Para garantizar la exitosa importación se da a conocer una serie de pasos a seguir, con el fin de disminuir los problemas que se puedan presentar.

- a) Estudio del mercado.
- b) Evaluación de cuáles riesgos
- c) Análisis de situación financiera
- d) Análisis de proveedores
- e) Estar registrado como importador
- f) Registrar la firma para la Declaración Andina del valor (DAV).
- g) Contactar agente aduanal
- h) Adquirir tu domicilio fiscal
- i) Análisis del producto a importar incluyendo toda la documentación, información y otras formas para comprobar el país de origen de lo importado.
- j) Notificar cuál será el agente aduanero.
- k) Realizar un documento que señale información relativa al valor, comercialización, línea de embarque, regulaciones arancelarias y procedencia de los artículos.

1.2.8. Base Legal

- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, Registro Oficial Nro. 351, 29 de diciembre de 2010; última modificación efectuada mediante la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria, Suplemento del Registro Oficial 111, 31 de diciembre de 2019.
- Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Copci, Registro Oficial Nro. 452, 19 de mayo de 2011; última modificación efectuada mediante Decreto Nro. 1114, Segundo Suplemento del Registro Oficial 260, 4 de agosto de 2020.

1.2.9. Importación en Volúmenes Comerciales o a Consumo

Es la acción de ingresar mercancías extranjeras a territorio nacional, cumpliendo las formalidades establecidas para el efecto ante la Administración Aduanera, cuyo valor en aduana supera los USD 400, o las tres unidades por ítem o por presentación comercial.

1.2.10. Ecuapass

Es un sistema aduanero implementado el 22 de octubre de 2012 por la Aduana del Ecuador (SENAE), en el cual los operadores de comercio exterior realizan trámites aduaneros digitales de exportación e importación como: Certificados Inen, OAE, Declaraciones aduaneras, etc.

1.2.11. Principales objetivos del Ecuapass

La implementación del Ecuapass por parte de la SENAE tiene por objetivo cumplir 4 objetivos:

- Transparentar las operaciones aduaneras en el Ecuador
- Minimizar el uso de papel
- Asegurar y facilitar el control y tránsito aduanero.
- Establecer como canal digital la Ventanilla Única de Comercio Exterior

1.2.12. Beneficios del Ecuapass para todos los Operadores de comercio exterior

- Integración de todas las operaciones de comercio exterior en un solo lugar
- Inclusión de firma electrónica
- Seguridad
- Información a tiempo real del estado de los trámites
- Buzón de transacciones
- Despachos de aduana efectivos
- Automatización de procesos de aduana
- Devolución de tributos

1.2.13. Composición de Ecuapass

La plataforma Ecuapass está compuesta de 10 módulos:

Portal de comercio exterior y Ventanilla única ecuatoriana

- i. Módulo para generar la Declaración juramentada de Origen DJO, Certificados de origen CO y licencias de importación. Así como, registros sanitarios, permisos y demás documentos de acompañamiento.
- ii. Procesos de importaciones y exportaciones (carga y despacho).

Módulo para generar declaraciones de importación y exportación.

iii. Control posterior

Es el área de la Aduana encargada de controlar procesos post nacionalización.

iv. Gestión de litigios aduaneros

Módulo dispuesto para los operadores de comercio exterior que interpongan ante la Aduana

v. Data warehouse

Esta base de datos es controlada por la Aduana.

vi. Devolución de tributos

Módulo dispuesto para gestionar la devolución de tributos.

vii. Sistema de pre alerta

Es el módulo encargado de enviar alertas cuando encuentra fallos en el proceso.

viii. Gestión de riesgos

Este módulo es el que asigna un perfil de riesgo a cada operador de comercio exterior.

ix. Gestión del conocimiento

Es la biblioteca aduanera, lugar donde puedes encontrar manuales de procesos y demás documentación relacionada al Ecuapass.

x. Sistema de manejo de pistas de autoridad

El módulo de trazabilidad, te permite realizar seguimiento a los procesos de aduana.

1.2.14. Proyecto

Es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas. La razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido (Bermeo, 2015).

1.2.15. Tipos de proyectos

El término proyecto proviene del latín *proiectus* y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada.

Un proyecto también es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único. Por ello se identifica como proyecto comunitario al conjunto de actividades orientadas a crear el producto, servicio o resultado que satisfaga las necesidades más urgentes de una comunidad, está orientado fundamentalmente por quienes forman parte de la comunidad, puesto que son quienes conocen la situación real de la zona (Bermeo, 2015).

Se entiende por proyecto a una planificación consistente en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas, con el fin expreso de alcanzar resultados específicos en el marco de las limitaciones impuestas por factores previos condicionantes: un presupuesto, un lapso de tiempo o una serie de calidades establecidas (Bermeo, 2015).

Los proyectos suelen comprenderse como la preparación y disposición por escrito de los elementos teóricos, materiales y humanos que se necesitarán para elaborar un producto, servicio o resultado único, por lo que en ciertos ámbitos puede ser equivalente a bosquejo, guion previo, primer borrador (Bermeo, 2015).

Los aspectos formales y teóricos de un proyecto varían dependiendo de la naturaleza del mismo y de su objeto de estudio, así como las partes que lo componen. Por ejemplo, algunos podrán hacer hincapié en sus fuentes bibliográficas, mientras que otros lo harán en su metodología o su impacto una vez terminado (Bermeo, 2015).

Un proyecto tiene más probabilidades de resultar exitoso cuando quien lo lidera (es decir, quien se encuentre a cargo del mismo) establece algún tipo de sistema de control o método a través del

cual se monitorice a lo largo de las etapas todos los avances (o inconvenientes) del proyecto en base a lo que fue planeado. De modo que puedan realizarse a tiempo las modificaciones necesarias para lograr un mejor resultado y así concretar todos los objetivos (Bermeo, 2015).

Existen múltiples tipos de los proyectos, una de ellas se considera como productivos y públicos.

1.2.15.1. Proyecto productivo

“Son proyectos que buscan generar rentabilidad económica y obtener ganancias en dinero. Los promotores de estos proyectos suelen ser empresas e individuos interesados en alcanzar beneficios económicos para distintos fines” (Bermeo, 2015).

1.2.15.2. Proyecto público o social

Son los proyectos que buscan alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la población, los cuales no necesariamente se expresan en dinero. Los promotores de estos proyectos son el estado, los organismos multilaterales, las ONG (organización no gubernamental) y también las empresas, en sus políticas de responsabilidad social (Bermeo, 2015).

1.2.15.3. Proyectos de inversión

Cada estudio de factibilidad es único y distinto a todos los demás, la metodología que se aplica en cada caso tiene la particularidad de adaptarse a cualquier proyecto. Los estudios de factibilidad se asumen con un caso de simulación donde se analizan variables relevantes con incidencia en el pasado, presente u que pueden mantener la tendencia en el futuro (Sanclemente, Gonzáles , & Reinaldo, 2009).

1.2.16. Clasificación de proyectos

1.2.16.1. De acuerdo al carácter del proyecto

Proyectos financieros

- Su financiación está relacionada con el mercado y depende de la capacidad de pago del consumidor;
- El objetivo máximo o su motivación está basada en la rentabilidad de la inversión;

- El proyecto puede implementarse fuera de la zona geográfica o cobertura del mercado (Sanclemente, Gonzáles , & Reinaldo, 2009).

Proyectos sociales

- Se derivan y van dirigidas a los individuos directamente por su condición de miembros de una comunidad;
- Se financian independiente mente de la capacidad de pago de usuario;
- Su motivación es la de producir beneficios al individuo por formar parte de la comunidad;
- La ejecución de los proyectos exige un respaldo colectivo;
- Los proyectos se generan previo análisis de una necesidad colectiva y la existencia de presión o consenso por satisfacerla;
- La ejecución del proyecto se realiza por lo general en la misma zona donde se presta el servicio o consume el producto (Sanclemente, Gonzáles , & Reinaldo, 2009).

1.2.16.2. De acuerdo con el sector de la economía

Incluimos la clasificación de industria internacional uniforme, CIIU, que se emplea nivel nacional e internacional, para realizar la clasificación de proyectos de acuerdo con el sector de la economía. La CIIU clasifica las empresas de acuerdo con su actividad económica, este código satisface la necesidad de agrupar las empresas de acuerdo con sectores económicos internacionalmente comparables (Sanclemente, Gonzáles , & Reinaldo, 2009).

- Proyectos agropecuarios
- Proyectos industriales
- Proyectos de servicios

1.2.16.3. De acuerdo al ente financiador

- **Proyectos públicos u oficiales**

Corresponden a aquellos proyectos que son financiados con el situado fiscal, en Colombia el acceso a los recursos de inversión del Presupuesto General de la Nación se hace a través de proyectos debidamente formulados y evaluados y registrados en el banco de programas de inversión Nacional (BPIN) (Sanclemente, Gonzáles , & Reinaldo, 2009).

- **Proyectos privados**

Esta clasificación hace referencia los proyectos que ejecutan personas naturales y personas jurídicas clasificadas por el código de comercio como entes comerciales y cuyos recursos son aportados por los asociados o inversionistas como entes particulares (Sanclemente, Gonzáles , & Reinaldo, 2009).

- **Proyectos mixtos**

Con las nuevas políticas asumidas por el gobierno como la descentralización y las corrientes neoliberales, se presentan hoy día la asociación del estado y entes particulares para la ejecución de proyectos de inversión que generen desarrollo económico y social, la base fundamental como su nombre lo indica, es el aporte de capital tanto del situado fiscal y los particulares para financiar estos proyectos (Sanclemente, Gonzáles , & Reinaldo, 2009).

- **Proyectos de cooperación internacional**

“La cooperación internacional es la ayuda que se entrega para apoyar el desarrollo y económico y social de países en desarrollo, mediante la transferencia de tecnologías, conocimientos, habilidades o experiencias por parte de países u organizaciones multilaterales” (Sanclemente, Gonzáles , & Reinaldo, 2009).

1.2.17. Importancia del proyecto

Se dijo que un proyecto es un emprendimiento temporario y único, estas palabras nos llevan a evaluar la importancia de desarrollar un proyecto, ya que buscamos que nuestro producto o servicio se desarrolle en un tiempo determinado y con exclusividad, y me refiero a exclusividad ya que no tiene sentido desarrollar un proyecto que ya se hizo sobre el cual ya se conoce resultados. Es por ello que los proyectos nos permiten resolver problemas identificados, los cuales de una u otra manera van a mejorar las condiciones de vida de un grupo en estudio, además de ellos permite acceder a diversas fuentes de financiación las cuales basan sus decisiones en diseño de estrategias y flujo de recursos que concluidos de la forma correcta van permitir obtener resultados que nos llevan a la recuperación del capital, en cuanto a la gestión (SLIDESHARE, 2017).

1.2.18. Pasos de un proyecto

Los proyectos se componen de cuatro etapas:

Diagnóstico. Se evalúa la necesidad y oportunidad del proyecto en su rango particular de acción, para determinar en qué condiciones debería darse y qué etapas involucrará.

Diseño. Se debaten las opciones, tácticas y estrategias que pueden conducir al éxito, es decir, a cumplir con el objetivo. Se evalúa la factibilidad del proyecto, su relevancia y sus necesidades puntuales.

Ejecución. La puesta en práctica de lo establecido en el proyecto.

Evaluación. Se revisan las conclusiones del proyecto, los resultados arrojados tras su pesquisa. Es una etapa de control y de información, sustentada en la idea del mejoramiento y acumulación de factores de éxito a lo largo del tiempo.

1.2.19. Elementos de un proyecto

Los proyectos suelen constar de los siguientes elementos:

Finalidad y objetivos. Apartado en que se explica el problema que el proyecto vendría a solucionar, los fines que persigue y las metas concretas, generales y específicas.

Producto o servicio. Aquí se hace una descripción detallada del producto final que se desea obtener, explicando el modo en que esto respondería a lo planteado en los objetivos y también a su área de ejecución, es decir, a otro tipo de situaciones parecidas.

Cronograma de actividades. Se explican los pasos a seguir para cumplir los objetivos, ordenados cronológicamente y detallando la cantidad de tiempo que requeriría su satisfacción.

Presupuesto. El costo que la aplicación del proyecto tendrá para sus destinatarios, así como el modo detallado en que se empleará el dinero en cada fase del proyecto.

Resultados esperados. Un detallado de los resultados que se desea obtener mediante la aplicación del proyecto, a menudo acompañados de sus márgenes de riesgo y de ganancia.

1.2.20. Evaluación de proyectos

En la gestión de proyectos, la evaluación de proyectos es un proceso por el cual se determina el establecimiento de cambios generados por un proyecto a partir de la comparación entre el estado actual y el estado previsto en su planificación. Es decir, se intenta conocer que tanto un proyecto ha logrado cumplir sus objetivos o que tanta capacidad poseería para cumplirlos (Bermeo, 2015).

- **Tasa de rendimiento**

“Es la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo netos futuros de un proyecto de inversión con la salida de efecto inicial del proyecto” (Bermeo, 2015).

- **Valor presente neto**

“Valor presente de un proyecto de inversión menos la inversión inicial del proyecto” (Bermeo, 2015).

- **Índice de rentabilidad**

“También llamada razón de Costo-beneficio, es la relación entre el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido para su gasto inicial” (Bermeo, 2015).

1.2.21. Proyecto o Estudio de Factibilidad

Un proyecto es factible cuando se demuestra que además de que se puede realizar, su implementación y operación son recomendables desde los puntos de vista de mercado, técnico, financiero y social y por tal razón se debe ejecutar. Expresándolo, en otros términos, mediante la factibilidad se muestra el grado de conveniencia del proyecto (Sanclemente, Gonzáles , & Reinaldo, 2009).

1.2.22. Estudio factibilidad

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.

- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse.

Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos. Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.

Antes de iniciar el estudio de factibilidad es importante tener en cuenta que cualquier proyecto, individual o grupal, es una empresa. Comprender e incluir esto en el concepto de proyecto es muy importante para el desarrollo de criterios y comportamientos, principalmente si se trata de propiciar cambios culturales y de mentalidad.

Esto incluye los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones, imprescindibles para desarrollar proyectos sostenibles.

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

- Operativo
- Técnico
- Económico

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada uno de los tres aspectos anteriores. El estudio de factibilidad sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si se procede a su estudio, desarrollo o implementación (Ramos , 2015).

1.2.23. Objetivo del estudio de factibilidad

1. Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos
2. Saber si podemos producir algo.
3. Conocer si la gente lo comprará.
4. Saber si lo podremos vender.

5. Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
6. Definir en qué medida y cómo, se integrará a la mujer en condiciones de equidad
7. Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos
8. naturales y el ambiente.
9. Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
10. Hacer un plan de producción y comercialización.
11. Aprovechar al máximo los recursos propios.
12. Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
13. Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
14. Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y soslayarlas.
15. Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
16. Obtener el máximo de beneficios o ganancias.
17. Cubrir las metas con los recursos actuales en las siguientes áreas:

a) Factibilidad técnica

- Mejora del sistema actual
- Disponibilidad de tecnología que satisface necesidades

b) Factibilidad económica

- Mejora del sistema actual
- Disponibilidad de tecnología que satisface necesidades
- Costo del tiempo del personal
- Costo del desarrollo/ adquisición

c) Factibilidad operativa

- Operación garantizada
- Uso garantizado

1.2.24. Importancia del estudio de factibilidad

“Los estudios de factibilidad tienen como objetivo el conocer la viabilidad de implementar un proyecto de inversión, definido al mismo tiempo los principales elementos del proyecto” (Ramos , 2015).

1.2.25. El estudio de factibilidad se compone de cuatro partes:

1.2.25.1. Estudio de mercado

El objetivo de estudio de mercado es tratar de probar la existencia de personas, familias, organizaciones o empresas que se interesen de forma real o potencial en adquirir los bienes y/o servicios que el proyecto quiere producir. Dicho estudio quiere descubrir un mercado para ubicar o vender un bien o un servicio (Viñán, Puente, Ávalos, & Córdoba, 2018).

¿Para qué sirve un estudio de mercado?

- Para definir claramente la demanda
- Para conocer la oferta actual y potencial
- Para establecer qué podemos vender
- Para saber a quién podemos venderlo Para conocer cómo podemos venderlo
- Para conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes
- Para conocer la competencia y contrarrestar sus efectos
- Para evaluar resultados de estrategias de comercialización.
- Para conocer los precios a los que se venden los servicios

El estudio del mercado no sólo sirve para determinar la demanda, la oferta, los precios y los medios de publicidad, sino también es la base preliminar para los análisis técnicos, financieros y económicos de un proyecto.

Una vez que hayamos definido la oferta y la demanda de productos y servicios, ¿qué nos interesa definir?

- ¿Qué características debe tener nuestro producto?
- ¿Cómo podemos diferenciarnos de los otros productos o servicios que se ofrecen?
- ¿Cuál es nuestro mercado meta?

- ¿A qué precios nos comprará?
- ¿Dónde comprará?
- ¿Por cuáles medios de comercialización comprará?
- ¿El mercado se comporta siempre igual o hay variantes?
- ¿Cuáles son los principales factores que influyen en ese comportamiento del mercado?
- ¿Hasta dónde podemos establecer alianzas con la competencia?

1.2.25.2. *Estudio técnico*

El estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto (Viñán, Puente, Ávalos, & Córdoba, 2018).

El objetivo de esta parte del estudio es conocer cuáles son, cómo son y qué valor tienen los recursos que se necesitan para producir o brindar un servicio. Hay que recordar que un producto turístico es un conjunto de servicios, de bienes materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer las expectativas del cliente (Viñán, Puente, Ávalos, & Córdoba, 2018).

Especificaciones de los aspectos técnicos y productivos:

¿Cuáles especificaciones técnicas tienen los productos o servicios?

¿Cómo se desarrollarán los servicios?

¿Cuáles recursos tecnológicos se necesitarán?

¿Se necesitará asistencia técnica?

¿Cuál es el diagrama o flujo del proceso de producción de servicios?

Tamaño y localización del proyecto

Se plantean diferentes alternativas sobre tamaño y localización del proyecto (Considerando el mercado, escala, abastecimiento de insumos, condiciones ambientales, situación del transporte y otras)

- ¿Cuáles son esas alternativas?
- ¿Cómo se justifica el tamaño y la localización que ha sido seleccionada?

¿Qué se necesita conocer sobre la instalación del proyecto?

Descripción de las instalaciones necesarias:

- Terrenos
- Locales
- Equipo, vehículos
- Instalaciones auxiliares
- Materias primas

1.2.25.3. Aspectos administrativos

¿Cómo se va a administrar la empresa y el proyecto? Definición de promotor de proyecto, experiencia empresarial, estructura organizativa, aspectos jurídicos, experiencias empresariales, experiencia de directivos.

El área organizacional y legal de un proyecto responde al análisis estratégico de la empresa a crear que además de considerar el ejercicio filosófico (misión, visión, valores, principios, planes, políticas y programas), complementar con un diagrama organizacional de acuerdo al modelo de empresa, a una proyección de gastos de personal, discriminación de los perfiles de cargos, definición del tipo de empresa a crear, la estructura tributaria que se espera impacte y genere la empresa a crear, la relación de normatividad y legislación a cumplir

1.2.25.4. Estudio financiero

En el estudio financiero se pretende determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, el costo total de operación de la planta que abarca los costos de producción, gastos de administración y ventas, así como una serie de indicadores que servirán como base para la siguiente fase que es la evaluación (Viñán, Puente, Ávalos, & Córdoba, 2018).

El estudio financiero se convierte en una parte fundamental en cualquier proyecto de inversión. No importa si se trata de un emprendedor con una idea de negocio, una empresa que quiere crear una nueva área de negocios o incluso un inversor que está interesado en poner su dinero en una empresa con el fin de obtener rentabilidad (Viñán, Puente, Ávalos, & Córdoba, 2018).

Toda la información recogida nos permitirá hacer el análisis de riesgos de un proyecto y evaluar en profundidad su viabilidad (Viñán, Puente, Ávalos, & Córdoba, 2018).

Para analizar la rentabilidad de un proyecto debemos tener presentes, al menos, los siguientes datos:

- Ingresos.
- Costos.
- Gastos de administración.
- Gastos de venta.
- Gastos financieros.
- Depreciaciones.
- Amortizaciones.
- Plan de inversión.
- Balance de apertura.
- Presupuesto de caja.
- Balance general proyectado.
- Razones financieras.
- Punto de equilibrio.
- Flujo neto de efectivo.
- Costo de capital.
- Valor Actual Neto.
- Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad.
- Análisis de sensibilidad.
- Riesgos.

- Análisis unidimensional.

Toda esta información debe ser analizada de forma detallada y recogida en el correspondiente informe. Este documento mostrará el beneficio real que se puede obtener con el proyecto en cuestión.

En ningún caso un estudio financiero supone una pérdida de tiempo, es un análisis que ayuda a reducir el margen de error y a identificar inversiones viables.

Ventajas del estudio financiero

Las diferentes ventajas del estudio financiero se enumeran a continuación:

El beneficio más importante es que proporciona una idea a los inversores sobre la decisión de invertir sus fondos en una empresa en particular.

Otra ventaja del estudio financiero para un proyecto es que las autoridades reguladoras pueden garantizar que la compañía siga los estándares contables requeridos.

El estudio financiero es útil para las agencias gubernamentales al analizar los impuestos que se le deben a la empresa.

Sobre todo, la empresa puede analizar su propio rendimiento durante un período de tiempo específico.

Limitaciones del estudio financiero

A pesar de que el estudio financiero es una herramienta muy útil, también presenta algunas limitaciones, incluida la comparabilidad de los datos financieros y la necesidad de mirar más allá de los índices.

Tipos de análisis financiero

Existen innumerables técnicas que se pueden usar para analizar el desempeño de una empresa comercial, pero los métodos más comunes utilizan las siguientes estrategias:

Análisis horizontal: este método utiliza el rendimiento pasado como medida de referencia para el éxito de la empresa. Hay variaciones en este método que pueden usar algunos años como estándar. Por ejemplo, si la compañía ha existido por algún tiempo, los dos años anteriores pueden usarse como una comparación. Si la compañía es relativamente nueva, es común usar el año inicial como línea de base y trazar el rendimiento en relación con él.

Análisis vertical: también conocido como porcentajes de componentes, este tipo de análisis compara las ganancias con los activos, pasivos y acciones. Este método es generalmente útil cuando se compara una gran cantidad de empresas similares. La limitación de este método es que a menudo no tiene en cuenta los factores que afectan adecuadamente la viabilidad futura, como las asociaciones a largo plazo y las pérdidas o inversiones únicas.

Análisis de relación: este método analiza varios aspectos de la salud financiera de la empresa. Por ejemplo, una relación actual es la comparación de activos con pasivos. Este tipo de análisis es extremadamente popular debido a la capacidad del analista de elegir dos características clave de las empresas para analizar. Muchos analistas utilizan este tipo de análisis para respaldar sus evaluaciones de las organizaciones, incluso si las metodologías analíticas convencionales pueden no ser tan positivas. La debilidad en este tipo de análisis es que, si las dos características se eligen mal, puede producirse una estimación poco confiable de la viabilidad financiera.

Movimiento del precio de las acciones: esta técnica se basa en analizar el desempeño de las acciones de la compañía en lugar de su salud financiera. En esencia, este método utiliza los mercados financieros como una herramienta analítica. Se pueden usar varios métodos para evaluar el desempeño de las acciones, incluyendo ampliar o reducir la ventana de evaluación, la comparación con compañías similares y el análisis de tendencias.

Pasos para realizar un estudio financiero de un proyecto

Generalmente hay seis pasos para desarrollar un estudio financiero efectivo.

Identificar las características económicas de la industria.

Primero, determina un análisis de la cadena de valor para la industria.

Identificar las estrategias de la empresa.

A continuación, se debe observar la naturaleza del producto / servicio que ofrece la empresa, incluida la singularidad del producto, el nivel de los márgenes de beneficio, la creación de lealtad a la marca y el control de los costos

Evaluar la calidad de los estados financieros de la em

Revisa los estados financieros clave dentro del contexto de las normas contables relevantes. Al examinar las cuentas del balance, cuestiones como el reconocimiento, la valoración y la clasificación son claves para una evaluación adecuada.

Analizar la rentabilidad y el riesgo actual.

Este es el paso donde los profesionales financieros realmente pueden agregar valor en la evaluación de la empresa y sus estados financieros.

Preparar los estudios financieros previstos.

Aunque a menudo son desafiantes, los profesionales financieros deben hacer suposiciones razonables sobre el futuro de la empresa (y su industria) y determinar cómo estas suposiciones afectarán tanto los flujos de efectivo como el financiamiento.

Valorar la empresa.

Si bien existen muchos enfoques de valoración, el más común es un tipo de metodología de flujo de efectivo descontado.

1.2.26. Los proyectos de factibilidad para importaciones

Para un proyecto de factibilidad de importaciones es necesario contar con un modelo de negocio pre establecido que tenga un vínculo con el mercado y segmento objetivo. El resultado positivo dependerá de un estudio de mercado real o un posicionamiento ya existente de la empresa (Durán, 2015).

Para la realización de esta investigación se deberá tener en cuenta que:

- Se deberá elegir un producto o varios productos según sus características específicas y la disposición del Estado para declararlo legal.
- Buscar el producto entre los principales socios comerciales del país donde se encuentra la empresa.
- Cotizar con varios proveedores
- Analizar costos y gastos que provoca las importaciones finales, a costo de llegada al almacén de la empresa.
- Comparar calidad / precio.

1.2.27. Reglamentos de Importación de juguetes

Con la finalidad de prevenir los riesgos para la salud, seguridad y la vida de las personas, el Reglamento Técnico Ecuatoriano – RTE INEN 089 establece los requisitos mínimos que deben cumplir los juguetes nuevos, de producción nacional o importados, que se comercializan en el Ecuador y están destinados a ser utilizados por niños de edad inferior a los 14 años.

Los productos que son objeto de aplicación del reglamento técnico RTE INEN 089, deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Propiedades mecánicas y físicas
- Inflamabilidad
- Migración de ciertos elementos
- Juegos de experimentos químicos y actividades relacionadas
- Juegos químicos distintos de los juegos de experimento

Los reglamentos que no se tomaran en cuenta son:

- Juegos de experimentos químicos y actividades relacionadas
- Juegos químicos distintos de los juegos de experimento
- Ya que no aplica para la importación del producto indicado.

1.2.28. Contrato de compra – venta

- Al momento de realizar la adquisición de productos se debe llevar a cabo un contrato de compra venta, el cual posee las siguientes cláusulas:

- CANTIDADES / CALIDADES: Se define el tipo de producto, medidas, peso y la calidad de la mercadería.
- PLAZOS PARA REALIZACIÓN DE UNA VENTA: Se establece el tiempo para el envío y la recepción del producto.
- INCOTERMS: Determinan la forma de entrega al comprador, al igual que las responsabilidades del exportador. Se agrupan en cuatro categorías: E, F, C, D.
- FORMAS DE PAGO Y COBRO: Se establece el valor que se recibirá por el producto, además del método de pago de las mercancías.

1.2.29. Mitigación del Riesgo en Importación

Se recomienda usar los Incoterms con la ayuda de una empresa de transporte con personal especializado en este tipo de operaciones con el fin de minimizar los riesgos que supone un uso indebido o incompleto.

1.2.30. Incoterms

Un incoterm, es un término que proviene de "international commercial terms" que en español quiere decir "Términos de Comercio Internacional", debemos saber que, como su propio nombre indica, son los términos y requisitos de una operación de compraventa internacional. Debido a ello, son los encargados de estipular cuándo y dónde se produce la transmisión de los riesgos y la obligación en cuanto a los costes, así como quién corre a cargo de ellos y otros factores en relación con este tipo de transacciones (Amores Raza, 2019).

Estos términos no son siempre los mismos ni se mantienen estables, sino que cada cierto tiempo (normalmente 10 años) sufren actualizaciones para poder dejar atrás términos que ya no se usan porque tienen unas condiciones poco adaptadas al mercado de hoy en día.

1.2.31. Incoterms más utilizados en el transporte internacional

FAS (Free Alongside Ship). "Franco al costado del barco, puerto convenido." Aquí, es el vendedor el que tiene que estar obligado a colocar la mercancía al lado del barco en el puerto, es la parte vendedora la que debe llevar a cabo toda la gestión de la exportación. En cambio, es la parte compradora la que corre a cargo de los riesgos en lo que se refiere al viaje, gastos de carga y flete.

FOB (Free on Board). "Libre a bordo, puerto de carga convenido". La parte vendedora cargará los productos en el buque, mientras que, todos los riesgos y costos una vez que la mercancía ha sido cargada pasan a estar a cargo del comprador.

FCA (Free Carrier). "Franco Transportista" el vendedor hace entrega de los productos que previamente han pasado por el despacho de exportación designado por el comprador en lugar convenido, si la entrega tiene lugar en las instalaciones del vendedor, es este quien asume el coste de la carga en el traslado, en cambio, si se lleva a cabo en otro sitio, la parte vendedora no se hace responsable.

CFR (Cost and Freight). "Coste y flete", puerto de destino designado: El vendedor corre con los costos y la carga hasta que llega al puerto convenido. El riesgo se transfiere a la parte compradora en el momento en que los productos se han cargado en el barco.

CIF (Cost Insurance Freight). Costo, seguro y flete (puerto designado) El vendedor paga un seguro y el flete para entregar los bienes en el lugar indicado (Cámara de Comercio Internacional, 2000).

Cambios en los incoterms 2020

Los principales cambios de los incoterms 2020 con respecto a los incoterms 2010 son:

Se sustituye el incoterm DAT (Delivered at Terminal), que desaparece, por DPU (Delivered at Place Unloaded). A efectos es solo un cambio de nombre, ya que las obligaciones y responsabilidades son las mismas, pero el nuevo nombre DPU permite pactar la entrega en cualquier lugar, no necesariamente en terminal, aunque también.

Se establecen nuevas condiciones en la contratación del seguro para los incoterms CIF y CIP.

Para el transporte marítimo bajo el incoterm FCA, el comprador podrá pedir a la naviera o a su agente que emita el BL con la anotación «on board» para el vendedor.

Cosas a tener en cuenta en la aplicación de los Incoterms 2020:

Al tratarse de comercio internacional, cada país posee unas leyes específicas para autorregular los transportes internacionales en su territorio.

Esto ocasionaba que resultara muy difícil establecer unas reglas comunes en los contratos de transporte internacional de mercancías debido a las diferentes formas y culturas de negocio existentes.

Ante esta situación, la CCI simplifica en los Incoterms 2020 las tipologías principales para todos los negocios de mercancías internacionales y que son comunes para todos los países.

Especificaciones importantes sobre los incoterms 2020

1. No tiene ninguna vinculación al contrato de transporte. Sólo vincula a comprador y vendedor.
2. Da información sobre quien contrata / paga el transporte. Es decir, distribuye los gastos entre comprador y vendedor.
3. Especifica el lugar de recogida y entrega de las mercancías (origen – destino).
4. Indica el lugar de transmisión del riesgo.
5. Define el reparto de los trámites documentales (despacho de aduana).

Para que sea válido el BL “house” se tiene que indicar en el mismo que se rige por la normativa UCP 600 (normas que regulan los créditos documentarios, porque es el único que admite el HOUSE).

Indicar que se aplican los incoterms 2020 en el contrato de venta porque si no pueden aplicar los incoterms del año 2010 o 2000.

EXW Ex Works/ En fábrica

El vendedor/exportador pone la mercancía a disposición del comprador en sus propios almacenes, únicamente se ocupa del embalaje de la misma.

El comprador/importador, por tanto, es quien asume todos los gastos y responsabilidades desde que la mercancía cruza almacén, antes de cargarla. El seguro no es obligatorio, pero de contratarse lo asumiría el comprador ya que es quién asume el riesgo.

Este incoterm no debe utilizarse si el vendedor entrega la mercancía en otro lugar que no sean sus instalaciones.

FCA Free Carrier/ Libre transportista

El vendedor entrega la mercancía en un punto acordado y asume costes y riesgos hasta la entrega de la mercancía en ese punto convenido, incluidos los costes del despacho de exportación. Así las cosas, el vendedor se ocupa del transporte interior y de las gestiones aduaneras de exportación, excepto si el lugar designado son las instalaciones del vendedor (FCA almacén), en cuyo caso la mercancía se entrega en dicho punto cargada en los medios de transporte dispuestos por el comprador asumiendo el coste el comprador.

El comprador asume los gastos desde la carga a bordo hasta la descarga, incluido el seguro si se contratara por ser quién asume el riesgo cuando se carga la mercancía en el primer medio de transporte.

La novedad del FCA respecto a los incoterms de 2010 es que cuando se trate de transporte marítimo el comprador puede indicar a su transportista que emita un B/L (Bill of Lading/ Carta de Embarque), al vendedor con la especificación «on board» (a bordo), como justificante de la entrega de la mercancía para facilitar la operativa de los créditos documentarios y que se abone así el crédito al vendedor como garantía del Banco pero que no es parte en el contrato de transporte).

FAS Free Alongside Ship/ Libre al costado del buque

El vendedor entrega la mercancía en el muelle de carga del puerto de origen y asume los gastos hasta la entrega, así como los tramites aduaneros de exportación.

El comprador gestiona la carga a bordo, estiba, flete y demás gastos hasta entrega en destino, incluido el despacho de importación y el seguro si se contratara ya que no es obligatorio. Además asume los riesgos una vez la mercancía está en el muelle de carga antes de cargarse en el buque.

Este incoterm solo es válido para el transporte marítimo y se emplea generalmente para mercancías especiales que tienen unas necesidades de carga particulares, no es habitual para carga paletizada o contenedores.

FOB Free On Board/ Libre a bordo

El vendedor asume los gastos hasta la subida a bordo de la mercancía, momento en el que transmite también los riesgos, así como el despacho de exportación y gastos en origen. También se encarga de contratar el transporte si bien este corre por cuenta del comprador.

El comprador se encarga de los costes del flete, descarga, trámites de importación y entrega en destino, así como del seguro si lo quisiera contratar. La transmisión de riesgos tiene lugar cuando la mercancía está a bordo.

Este incoterm solo se utiliza para transporte marítimo y no debe emplearse para mercancías en contenedores ya que la responsabilidad se transmite cuando la mercancía se carga a bordo del buque (la mercancía está físicamente tocando el suelo del buque), pero los contenedores no se cargan en cuanto llegan a la terminal, por tanto, si la mercancía sufriera algún daño mientras está en el contenedor sería muy difícil establecer cuando sucedió.

CFR Cost and Freight/ Coste y flete

El vendedor se hace cargo de todos los costes hasta que la mercancía llega al puerto de destino, incluido el despacho de exportación, los gastos en origen, el flete y generalmente los gastos de descarga.

El comprador se ocupa de los trámites de la importación y el transporte hasta el destino. También asume el riesgo en el momento en que la mercancía está a bordo, por lo que aunque no es obligatorio, suele contratar seguro.

Este incoterm solo se emplea en transporte marítimo.

CIF Cost, Insurance and Freight/ Coste, seguro y flete

El vendedor asume como en CFR todos los gastos hasta la llegada al puerto de destino incluyendo despacho de exportación, gastos en origen, flete y generalmente descarga pero además originariamente debe contratar un seguro aunque el riesgo se transfiera al comprador una vez la mercancía esté cargada a bordo.

El comprador es quien asume los gastos de importación y el transporte hasta destino.

La novedad de este incoterm en la versión 2020 hace referencia las coberturas del seguro que debe contratar el vendedor apuntando que deben ser las mismas que las proporcionadas por las

Cláusulas C de las Institute Cargo Clauses, es decir el seguro debe cubrir hasta la llegada a puerto de destino. Es un incoterm que solo se utiliza para el transporte marítimo. Es un incoterm muy utilizado ya que determina el valor en aduana.

CPT Carriage Paid To/ Transporte pagado hasta

El vendedor asume los gastos hasta la entrega de la mercancía en el lugar convenido, es decir, se encarga de todos los gastos en origen, el despacho de exportación el transporte principal y generalmente, gastos en destino.

El comprador asume los trámites de importación, el seguro si lo contratara, ya que no es obligatorio. El riesgo pasa al comprador una vez se carga la mercancía al primer medio de transporte contratado por el vendedor.

Este incoterm es válido para cualquier medio de transporte.

CIP Carriage and Insurance Paid/ Transporte y seguro pagados hasta

El vendedor corre con los gastos hasta la entrega en el lugar convenido en destino, es decir, los gastos en origen, despacho de exportación, flete y además, el seguro, que es obligatorio.

El importador se encarga de los trámites de importación y la entrega a destino y asume el riesgo cuando se carga la mercancía en el primer medio de transporte.

La novedad en este incoterm respecto a los incoterms de 2010 reside de nuevo en las coberturas del seguro, en este caso, el seguro además de obligatorio debe contener las mismas coberturas que las proporcionadas por las Cláusulas A de las Institute Cargo Clause, la mercancía debe estar asegurada hasta la entrega al transportista en destino.

DPU Delivered at place Unloaded/ Entregada en lugar descargada

El vendedor asume los costes y riesgos originados en origen, embalaje, carga, despacho de exportación, flete, descarga en destino y entrega en el punto acordado.

El comprador asume los tramites del despacho de importación.

Este incoterm es de nueva creación y sustituye a DAT, en realidad lo que hace es ampliar las opciones de entrega ya que DAT indicaba que la entrega debía realizarse en la terminal, ahora con DPU la entrega pueda realizarse en otro lugar acordado además de en la terminal.

DAP Delivered At Place/ Entregado en un punto

El vendedor asume todos los gastos y riesgos de la operación salvo el despacho de importación y descarga en destino, es decir todos los gastos en origen, flete y transporte interior.

El comprador únicamente debe ocuparse del despacho de importación y de la descarga.

Este incoterm es válido para todos los medios de transporte, el seguro no es obligatorio, pero si se contratará los gastos los asumirá el vendedor.

DDP Delivered Duty Paid/ Entregado con derechos pagados

El vendedor asume todos los gastos y riesgos desde el embalaje y verificación en sus almacenes hasta la entrega en el destino final, incluidos los despachos de exportación e importación, flete y seguro si se contratara.

El comprador solo debe recibir la mercancía y generalmente descargarla, aunque puede ocuparse también el vendedor.

Este incoterm es justo el opuesto a EXW, el vendedor asume todos los gastos y riesgos.

1.2.32. Agentes de Aduanas

Los agentes de aduanas son expertos que nos ayudan a importar o exportar productos. También conocidos como corredores de importación, se encargan de facilitar sin problemas el despacho de mercancías a través de los procesos aduaneros.

La gente a menudo confunde a los agentes de aduanas con los transitarios. En realidad, los transitarios son expertos en logística, mientras que los agentes de aduanas se ocupan del despacho de aduanas.

Desde un punto de vista logístico, el agente de aduana es el operador de comercio exterior calificado y autorizado por la Administración Aduanera del Servicio Nacional de Aduana del

Ecuador (Senae), para realizar declaraciones aduaneras, así como el proceso de importación y exportación. Esto lo “constituye en representante del importador o exportador, así como en el auxiliar de la función pública, siendo un operador estratégico dentro de la cadena logística”, dice Vanesa Estévez, presidenta de la Federación Ecuatoriana de Agentes de Aduana. En este sentido, los agentes de aduana son el nexo entre exportadores e importadores, y la administración aduanera. Esto implica tener un conocimiento amplio acerca de materia aduanera. Es decir, temas de origen, valoración, normativa tributaria, logística, seguros, estándares de calidad, innovación, e infraestructura. “El equipo que tenemos a nuestro cargo debe estar muy calificado para poder dar una asesoría adecuada. Además, somos un operador de comercio muy estratégico en la cadena logística y de garantía. Ofrecemos seguridad jurídica al importador y exportador, ya que son a quienes representamos, lo que nos hace solidarios con la obligación tributaria aduanera desde la parte penal, administrativa. Por lo tanto, es de mucha responsabilidad desempeñar las funciones como agentes de aduana”, señala Estévez. Actualmente, el nuevo Reglamento SENAE-SENAE-2019-0077-RE que regula a los agentes de aduana, determina que para ejercer estas funciones se debe tener título de tercer nivel relacionado con actividades de Comercio Exterior.

Este no era mandatorio en antiguas normativas. El accionar de estos profesionales conlleva una gran responsabilidad, pues a través de una fianza garantiza al Senae el cumplimiento del pago de tributos y formalidades aduaneras de sus clientes. Adicionalmente, el agente de aduanas es el custodio de los documentos originales que sirvieron para la declaración aduanera. Cordero explica, además, que “si el agente de aduanas no hizo algo correctamente, administrativamente puede ser sancionado con una llamada de atención, suspensión y hasta la cancelación de la licencia”. El agente de aduana interviene durante el proceso de importación de bienes y también en procesos de exportación, según el cliente (ver puntuales). En importaciones Los agentes de aduana asesoran sobre los diferentes términos de comercio internacional, y establecen las responsabilidades del vendedor y comprador, según donde se encuentre la mercancía. Realizan una clasificación arancelaria del producto a importar con la finalidad de definir si dicho artículo requiere documentos de control previo, o goza de preferencias arancelarias. Efectúan la declaración aduanera según las normativas locales e internacionales.

Además, sustentan legal y técnicamente observaciones ante el Senae, posterior al embarque. Archivan y custodian de manera física y digital de todos aquellos documentos de soporte y acompañamiento que se utilizaron en el momento de darse la declaración aduanera. En exportaciones Cuando se trata de venta de productos al exterior, los agentes de aduana establecen su clasificación para conocer si goza de preferencias arancelarias por el origen o algún tipo de acuerdo comercial.

Realizan el Registro de exportador en el sistema aduanero del país Ecuapass, antes de la obtención de su firma electrónica y determinan la declaración aduanera según la normativa. Sustentan legal y técnicamente observaciones ante el Senae y definen un seguimiento, con el fin de que el exportador regularice la exportación en el sistema aduanero Ecuapass. Archivan y custodian en formatos físicos y digitales los documentos de soporte y acompañamiento de declaración aduanera en el país destinatario de los productos exportados.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación

Hernández, Fernández y Baptista (2014), en su obra Metodología de la Investigación, sostienen que todo trabajo de investigación se sustenta en dos enfoques principales: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo, los cuales de manera conjunta forman un tercer enfoque: El enfoque mixto (p.23).

En la presente investigación se utilizará un enfoque cualitativo y cuantitativo. En el primer caso la investigación es cualitativa porque a través de esta se tiene un punto de vista extenso de los antecedentes existentes en la organización, los mismos que se han detectado a través de la técnica de entrevista. Y en el segundo caso, cuantitativa porque se procedió al análisis de la técnica de la encuesta.

2.2. Nivel de Investigación

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), permite darle la dimensión al nivel de acuerdo a los objetivos establecidos, el tipo de investigación determina la manera de cómo el investigador abordara el evento de estudio, de acuerdo a las técnicas, métodos, instrumentos y procedimientos propios de cada uno.

2.2.1. Exploratorio

Porque permitió describir y delimitar los diferentes elementos del problema y su interrelación detallando los datos que tuvieron impacto al tema investigado, de la misma manera se estableció la propuesta del estudio. Además, las encuestas se realizarán en el lugar seleccionado donde se comercializará en primera instancia los productos importados.

Descriptivo

Por cuanto se ejecutó un diagnóstico de la realidad referida al problema y objeto de estudio. Adicionalmente permitió identificar las características que busca el cliente en los productos que eligen para su consumo.

2.3. Diseño de investigación

Según Palella & Martins (2017), el diseño de un tema de investigación se utiliza para explicar el tipo de investigación (investigación experimental, investigación correlacional, semi-experimental y No-experimental) y también su subtipo (diseño experimental, problema de investigación, estudio de caso descriptivo).

No experimental, o conocido generalmente como «ex post facto» (hechos y variables que ya ocurrieron), al observar variables y relaciones entre estas en su contexto. Puesto que la investigación se centra en la importación de productos en la línea de juguetes.

2.4. Tipo de estudio

Se entiende como el conjunto de reglas, normas para la solución del problema que valiéndose de los instrumentos y las técnicas necesarias se examina y presentan soluciones al problema de investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

El estudio es transversal, o comúnmente conocido como transaccional puesto que se centra en analizar cuál es el nivel, estado o situación actual en aspectos socio-económicos-financieros ante la importación de juguetes en la empresa Totalhome.

2.5. Población y muestra

Población. - Se define como el total de elementos o datos en estudio. El termino población se utiliza indistintamente como universo de datos que estamos utilizando. Es muy importante resaltar que no necesariamente se asocia a una colección de seres humanos (Cárdenas Antúnez, 2014).

Nuestra población se centraliza directamente a los clientes de Totalhome de sus locales situados en la ciudad de Riobamba, al momento Totalhome tiene registrado 8847 clientes que han realizado compras en 2019.

Muestra. - Es un subconjunto de datos de una población seleccionados mediante procedimientos aleatorios o por métodos encaminados a obtener representatividad de la población de donde se obtiene (Cárdenas Antúnez, 2014).

Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{z^2(p)(q)(N)}{e^2(N - 1) + z^2(p)(q)}$$

En donde:

n= tamaño de muestra

N = universo o total población

z = nivel de confianza, cuando vamos a calcular,

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = probabilidad de fracaso

e = error máximo admisible en términos de proporción

Datos:

n= ¿ ?

N = 8847 clientes de Totalhome

z = nivel de confianza elegido igual a 1.96

p = probabilidad de éxito = 50% = 0,5

q = probabilidad de fracaso = 50% = 0,5

e = error máximo permitido = 5% = 0,05

Sustituyendo los valores:

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)(8847)}{0,05^2(8847 - 1) + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$* n = \frac{8496.66}{22.11 + 0.96}$$

$$* n = \frac{8496.66}{23.07}$$

$$n = 368$$

Para una población total de 8847 y un margen de error del 5 %, la muestra deberá ser de 368 encuestas.

2.6. Métodos técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1. Métodos

Inductivo: Proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusión y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observación (Freire, 2019).

Se realizará al contar con la información en búsqueda de las conclusiones finales del trabajo luego de establecer los resultados para cada objetivo planteado.

Deductivo: Proceso de conocimiento que se inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícita mente en la situación general (Freire, 2019).

La aplicación de este método en la investigación servirá para la realización del marco teórico y la evaluación financiera mediante la aplicación de fórmulas.

Analítico: Proceso de conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. De esa manera se establece la relación causa-efecto entre los elementos que compone el objeto de investigación (Freire, 2019).

Se analizará la situación actual del proceso de importación para el producto elegido, y la limitación del mercado objetivo.

2.6.2. Técnicas

a) Observación:

La técnica fue utilizada por la revisión a la normativa nacional e internacional para el proceso de importación.

b) Encuesta:

La encuesta será aplicada en la ciudad de Riobamba para determinar la demanda insatisfecha que servirá de base para dar sustento a la factibilidad de la importación. ANEXO A.

2.6.3. Instrumentos

a) Ficha de Observación: Consta de preguntas aplicadas a la Alta Gerencia; para posteriormente analizar, tabular e interpretar la información.

b) Cuestionario: consta de una lista de preguntas seleccionadas para la población de la ciudad de Riobamba.

2.7. Idea a Defender

¿Cómo contribuye el Proyecto de Factibilidad de importación en la empresa TotalHome, para incrementar su rentabilidad?

2.8. Variables

2.8.1. Variable independiente

Proyecto de Factibilidad

2.8.2. Variable dependiente

Rentabilidad

CAPÍTULO III

3. MARCO PROPOSITIVO

3.1. Resultados

Esta sección comprende los resultados obtenidos en la aplicación de las técnicas de investigación como la observación y encuesta, a través de sus instrumentos.

3.2. Resultados de los instrumentos utilizados

3.2.1. Encuesta

La encuesta fue realizada en base a los criterios de selección plasmados en el instrumento de investigación, (cuestionario), realizada en la población de la ciudad de Riobamba. Al mismo tiempo esta técnica de investigación procura identificar datos específicos para el conocimiento del estudio de oferta y demanda de servicios similares utilizados en la población. Determinadas en el ANEXO A.

3.2.1.1. *Objetivo de la encuesta*

Determinar la demanda insatisfecha de la ciudad de Riobamba referente a la adquisición de juguetes.

Dirigida: a la población de la ciudad de Riobamba.

Los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas a 368 clientes de Totalhome se muestran a continuación:

1. ¿Con qué género se identifica Ud.?

Tabla 3-1: Género

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-----------|------------|---------------------|
| MASCULINO | 165 | 45% |
| FEMENINO | 203 | 55% |
| OTRO | 0 | - |
| TOTAL | 368 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

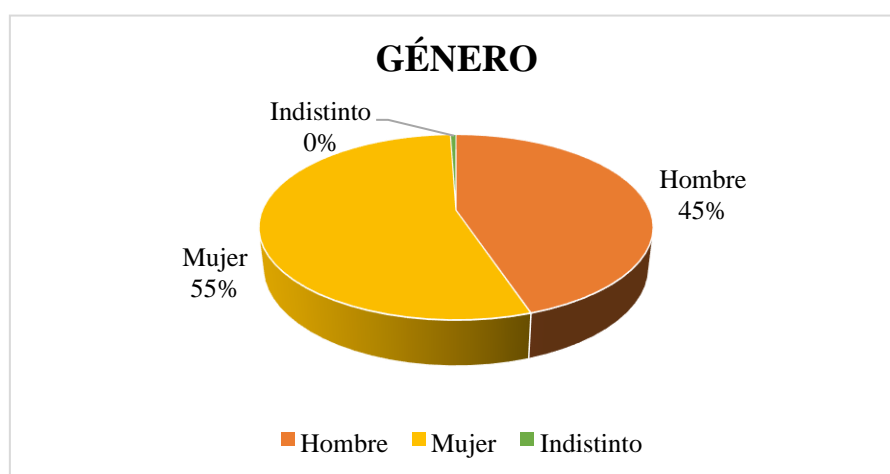


Gráfico 1-3: Género

Fuente: Tabla 3-1.

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

ANÁLISIS:

Como podemos observar en el gráfico 3-1, existe un porcentaje del 45% de la población masculina, y el 55% corresponde al género femenino.

INTERPRETACIÓN:

El principal segmento de clientes de Totalhome son mujeres, lo que nos indica que la mujer es quien toma la decisión principal en cuanto a qué, dónde y cuándo comprar lo que necesita para su hogar, y es en función de este segmento, que la empresa debe realizar sus promociones o elegir la gama de productos que se ofertará.

2. ¿Usted tiene hijos menores de 12 años?

Tabla 3-2: Tiene hijos

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| NO | 126 | 34% |
| SI | 242 | 66% |
| TOTAL | 368 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Pasto, R. 2019.



Gráfico 2-2: ¿Tiene hijos?

Fuente: Tabla 3-2.
Elaborado por: Pasto, R. 2019.

ANÁLISIS:

El 34% no posee hijos mayores de la edad propuesta, mientras que el 66% de los encuestados posee hijos menores de 12 años.

INTERPRETACIÓN:

Esta pregunta es fundamental ya que nos permite conocer una población más específica para el cálculo de nuestra demanda en el mercado y el espectro de comercialización.

3. ¿Cuántos hijos tiene?

Tabla 3-3: Número de hijos

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|------------|---------------------|
| UNO | 73 | 30% |
| DOS | 83 | 35% |
| TRES | 57 | 24% |
| MAS DE TRES | 27 | 11% |
| TOTAL | 279 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

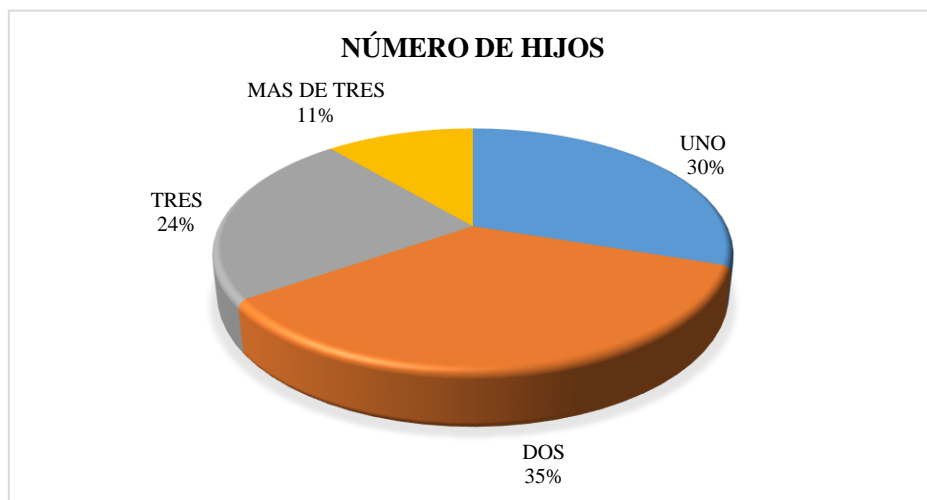


Gráfico 0-3: Número de hijos

Fuente: Tabla 3-3.

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

ANÁLISIS:

La encuesta identificó una población del 11% con más de tres hijos; el 24% corresponde a un número de tres hijos; el 30% representa a un solo hijo por familia, y la concentración mayor se da en familias con dos hijos colocándose en el 35%.

INTERPRETACIÓN:

esta pregunta nos ayuda a identificar que nuestros principales clientes son aquellos hogares formados de 1 miembro hasta 3, sin dejar de lado aquellos hogares que están compuestos con un mayor número de integrantes.

4. ¿En qué rango de edad esta su hijo?

Tabla 3-4: Rango de edad

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------------------------------|------------|---------------------|
| LACTANCIA (0 meses -2 años) | 38 | 13% |
| INFANCIA (3 años-5 años) | 119 | 40% |
| NIÑEZ (6 años – 9 años) | 99 | 33% |
| PRE-ADOLESCENCIA (10 años – 12 años) | 42 | 14% |
| TOTAL | 298 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

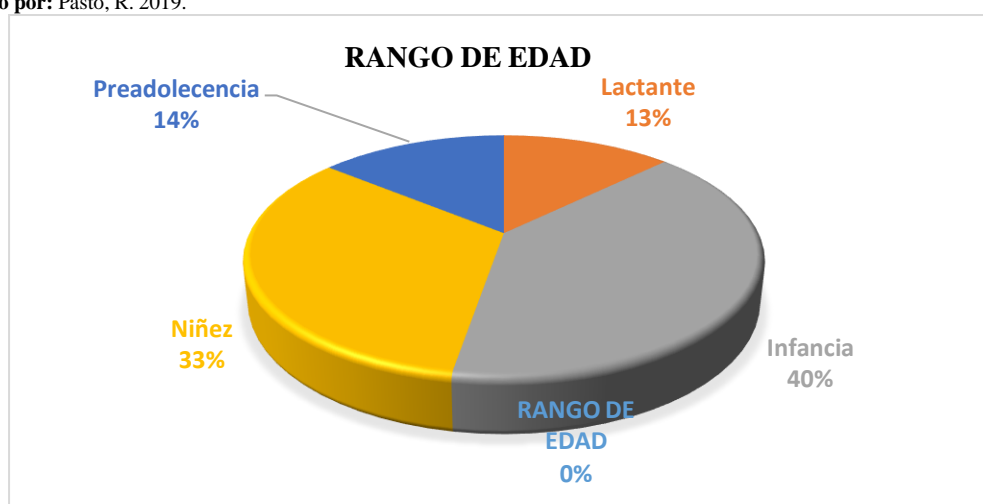


Gráfico 4-3: Rango de Edad

Fuente: Tabla 3-4.

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

ANÁLISIS:

La encuesta presenta que el 13% de la población corresponde a menores en etapa de lactancia; el 14% corresponde a Pre-adolescencia; en el 33% se encuentra la niñez identificada entre los 6 y 9 años de edad; finalmente el 40% pertenece al rango de infancia.

INTERPRETACIÓN:

El área de comercialización debe ser dirigida para los niños que se encuentran en la etapa de Infancia y Niñez pues representan el 40% y 33% de la población.

Siendo así se tiene que el área de comercialización definida deberá ser dirigida a los niños desde 3 años a 9 años.

5. ¿Para el entretenimiento de sus hijos compra juguetes?

Tabla 5-3: Tipo de Jugete

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| DIVERSIÓN | 93 | 78% |
| ACADÉMICOS | 21 | 18% |
| NO COMPRA | 5 | 4% |
| TOTAL | 119 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

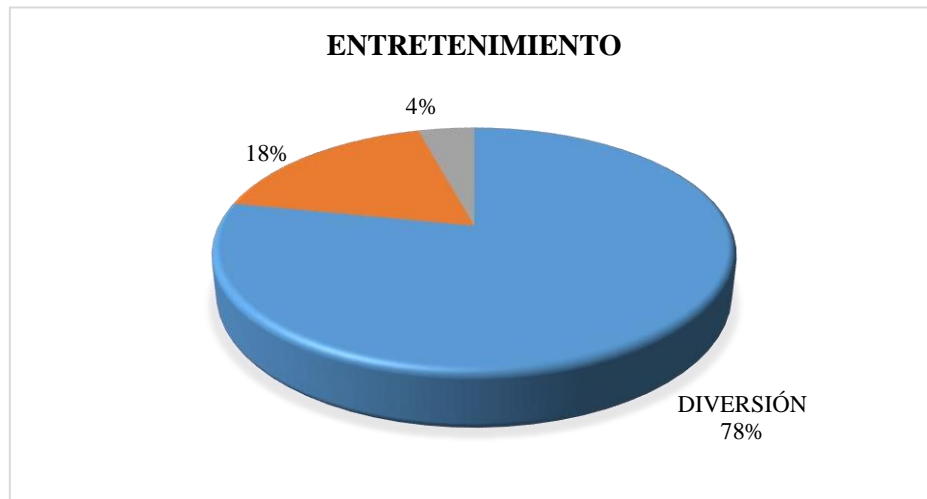


Gráfico 5-3: Tipo de Juguetes

Fuente: Tabla 3-5.

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

ANÁLISIS:

El 4% de la población encuestada no compra artículos de entretenimiento para los hijos; el 18% a su vez compra artículos de tipo académicos; y el 78% de padres de familia compra juguetes para la diversión de sus hijos, esta pregunta nos ayuda a conocer al cliente y su motivación de compra.

INTERPRETACIÓN:

Es importante contar con esta estadística para futuras adquisiciones en productos para el segmento de niños ya que se ha identificado que los padres compran artículos que proporcionen diversión.

6. ¿Considera a Totalhome como un lugar de preferencia para comprar juguetes?

Tabla 6-3: Lugar de preferencia

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|---------|------------|---------------------|
| SI | 75 | 31% |
| NO | 167 | 69% |
| TOTAL | 242 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

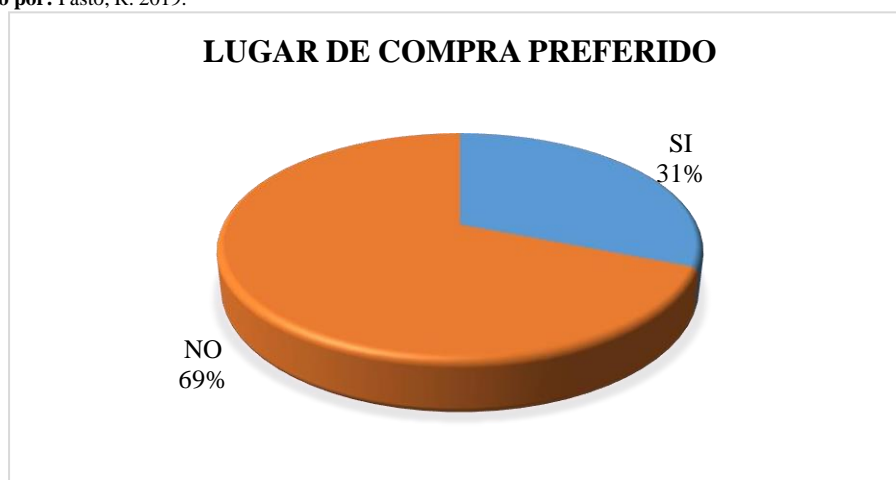


Gráfico 6-3: Lugar de compra

Fuente: Tabla 3-6.

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

ANÁLISIS:

Se puede identificar que el 31% de la población se identifica o tiene un lugar de compra favorito, mientras que el 69% no lo tiene.

INTERPRETACIÓN:

Podemos ver claramente que el 69% de nuestra población no tiene un lugar de preferencia para comprar juguetes lo cual favorece ampliamente a TOTALHOME pues puede incrementar esta línea comercial y aprovechar esta oportunidad para generar y fidelizar clientes de este tipo de productos.

7. ¿En qué época compra juguetes?

Tabla 7-3: Hábito de compra

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------------|------------|---------------------|
| FECHAS ESPECIALES | 153 | 37% |
| INDISTINTO | 89 | 63% |
| TOTAL | 242 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Pasto, R. 2019.



Gráfico 7-3: Hábito de compra

Fuente: Tabla 3-7.

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

ANÁLISIS:

El 37% de la población manifiesta que compra en fechas distintas a las comunes comercialmente para este tipo de productos; mientras que el 63% lo hace en fechas especiales.

INTERPRETACIÓN:

El comportamiento de compra de los clientes de Totalhome no son distantes del comportamiento de compra conocido lo cual facilita su comercialización. Entendiéndose como fechas especiales aquellas que se enfocan en el mes de junio y diciembre.

8. ¿Considera que los precios del mercado son asequibles?

Tabla 8-3: Precios Asequibles

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|---------|------------|---------------------|
| SI | 169 | 58% |
| NO | 120 | 42% |
| TOTAL | 289 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Pasto, R. 2019.



Gráfico 8-3: Precios accesibles

Fuente: Tabla 3-8.

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

ANÁLISIS:

El 27% de la población encuestada manifiesta que los precios en el mercado son asequibles, sin embargo, una gran mayoría que refleja el 73% manifiesta que los precios no lo son.

INTERPRETACIÓN:

Se puede observar que la población difiere en su percepción de precios y los considera altas, por lo que, la empresa debe aprovechar esta oportunidad y diseñar estrategias de precio que fortalezcan su comercialización.

9. ¿Ha sido factible para ud. adquirir un crédito directo para la compra de sus juguetes?

Tabla 9-3: Crédito para la compra de juguetes

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|---------|------------|---------------------|
| SI | 212 | 73% |
| NO | 77 | 27% |
| TOTAL | 289 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Pasto, R. 2019.



Gráfico 9-3: Crédito en juguetes

Fuente: Tabla 3-9.
Elaborado por: Pasto, R. 2019.

ANÁLISIS:

El crédito para este producto se da apenas en un 27%, mientras que su negativa es superior representando que el 73% de la población no obtiene un crédito.

INTERPRETACIÓN:

Nos da dos pautas primordiales con respecto al tipo de juguetes y el crédito para el mismo cómo podemos ver el porcentaje está dividido relativamente a la mitad siendo una de las fortalezas de Totalhome otorgar crédito en todas sus compras.

10. ¿Le gustaría encontrar juguetes en nuestros locales?

Tabla 10-3: Aumento de la línea de juguetes

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| SI | 202 | 100% |
| NO | 40 | 17% |
| TOTAL | 242 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Pasto, R. 2019.



Gráfico 10-3: Línea de Juguetería

Fuente: Tabla 3-10.

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

ANÁLISIS:

El gráfico representa que el 17% de la población encuestada no desea encontrar en nuestros locales productos de la línea de juguetería; sin embargo, el 83% de la población está de acuerdo en encontrar en TOTALHOME juguetería.

INTERPRETACIÓN:

Esta pregunta directa hacia los clientes de Totalhome muestra la aceptación del nuevo producto a comercializar, por lo cual, permite calcular en función de esta población la capacidad instalada de la empresa.

11. ¿Entre los juguetes mencionados, cuál elegiría?

Tabla 11-3: Preferencia de Producto

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------------------|------------|---------------------|
| Carros a Batería | 202 | 100% |
| Muñecos-Balones | 40 | 17% |
| TOTAL | 242 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

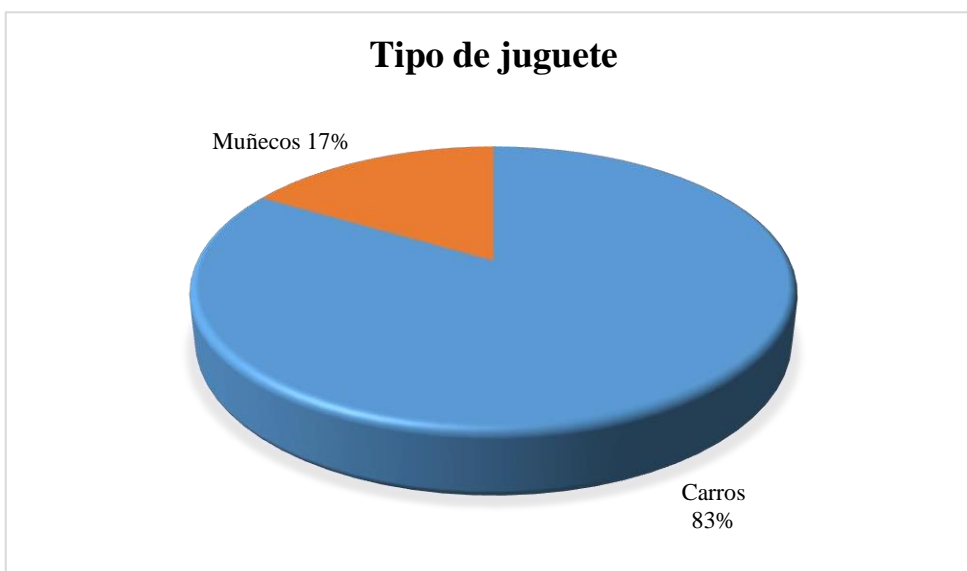


Gráfico 11-3: Tipo de Juguete

Fuente: Tabla 3-10.

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

ANÁLISIS:

El 83% de la población encuestada eligió los carros de batería sobre otros productos de la línea de juguetería. Mientras que el 17% prefiere adquirir muñecos.

3.3. Discusión de Resultados

La aplicación de la encuesta a 368 clientes de Totalhome distribuidas en sus cinco locales de la ciudad de Riobamba, después de haber tabulado las respuestas fueron presentados según las frecuencias y porcentajes por cada pregunta realizada y podemos decir que los consumidores nos da a conocer pautas muy importantes para una correcta decisión con respecto a la implementación de la línea de juguetes importados en Totalhome podemos ver que la mayoría de clientes de Totalhome son mujeres, lo que indica que la mujer es la persona que decide la compra; de los clientes de Totalhome el 66% tiene hijos dentro del rango de edad deseado para la comercialización de carros a batería juguetes, el área de comercialización de juguetes se amplía pues las familias están compuestas en su mayoría por dos niños sin dejar de lado aquellos hogares compuestos de 2 a más niños menores a 10 años; los productos a ofrecer que en primera instancia son carros a batería; en su mayoría no tienen un lugar de compra favorito lo cual favorece para tomar la decisión adecuada de implementar esta línea, ahora puede asegurar que la línea de juguetes tendrá gran acogida por parte de su clientela pues su comportamiento no es nada distante ni desconocido del comportamiento actual la venta de línea blanca que se da en fechas especiales como es navidad, carnaval, semana santa, día de la madre y otras festividades lo cual facilita su comercialización: otorgar créditos en las compras ha sido el pilar fundamental para el crecimiento de Totalhome lo cual es bien aceptado por los clientes.

3.3.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado permitió conocer la población que permite el ciclo económico para este tipo de artículos, pudiendo identificar la población a quien va dirigido el producto y la competencia del mercado. Se identifica así que la población será aquella económicamente activa que puede adquirir el bien y por otra parte quien cuenta con hijos menores a los 7 años. Siendo así se cuenta, con una población identificada de 22919 y sobre esta el 5% como objetivo 1145.

3.3.1.1. Análisis de la oferta

Al observar el comportamiento de la oferta se debe proveer información, sobre el tipo de mercado al cual se enfrentará el producto seleccionado para la población, buscando identificar la forma de cómo se ha entendido y se entenderá en un futuro las demandas o necesidades de quienes desean adquirir y consumir este tipo de bienes, para ello se debe conocer quiénes están ofreciendo al mercado estos productos, o sustitutos, o similares, con el objeto de determinar la cantidad y calidad de la oferta, cuáles son sus características.

3.3.1.2. Clasificación de la oferta

La clasificación de la oferta se da por: sus precios, por el lugar y por el servicio extra que percibe el cliente al momento de adquirir este producto. Para esto se determinan los siguientes factores:

3.3.1.3. Factores que afecta la oferta

Para preciado los factores que inciden en la oferta son:

Calidad del producto

Precio del producto

Posibles sustitutos

3.3.1.4. Análisis cuantitativo de la oferta

Este análisis incluye los productos y ofertantes que están actualmente brindando el servicio, siendo así la elección del cliente, determinada por el precio y la calidad que percibe de los mismos.

Competencia directa: la competencia directa es aquella que ofrece un producto igual o similar al que comercializará TOTALHOME en el mismo mercado. En la ciudad de Riobamba existen empresas competitivas tales como:

- Juguetón
- Tía
- Pica

Competencia Indirecta: están formada por empresas que comercializan los mismos productos a través de otros proveedores como, por ejemplo:

- Almacén Quitio
- Almacén Buen Hogar

3.3.1.5. Oferta Proyectada

La oferta actual está dada por la población a la cual va dirigido el tipo de producto que se oferta en los lugares de competencia directa descrita anteriormente, además se aplica la tasa de crecimiento por el INEC.

Tabla 12-3: Oferta Actual

| AÑO | OFERTA INICIAL | TASA DE CRECIMIENTO | OFERTA PROYECTADA |
|-------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|
| 2021 | 1145 | | 1145 |
| 2022 | 1145 | 1,56% | 1163 |
| 2023 | 1163 | 1,56% | 1181 |
| 2024 | 1181 | 1,56% | 1199 |
| 2025 | 1199 | 1,56% | 1218 |
| 2026 | 1218 | 1,56% | 1237 |

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

3.3.1.6. Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda inicia al conocer el número de la población infantil que se encuentra en el rango de edad que puede hacer uso de los carros a batería.

3.3.1.7. Demanda Proyectada

Tabla 13-3: Demanda Proyectada

| DEMANDA POTENCIAL | | | |
|--------------------------|---------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Años | Población infantil | Tasa de Crecimiento | Demanda Potencial |
| 0 | 22919 | 1,56% | 23277 |
| 1 | 23277 | 1,56% | 23640 |
| 2 | 23640 | 1,56% | 24008 |
| 3 | 24008 | 1,56% | 24383 |
| 4 | 24383 | 1,56% | 24763 |
| 5 | 24763 | 1,56% | 25150 |
| 6 | 25150 | 1,56% | 25542 |
| 7 | 25542 | 1,56% | 25925 |
| 8 | 25925 | 1,56% | 26314 |
| 9 | 26314 | 1,56% | 26709 |
| 10 | 26709 | 1,56% | 27109 |

Fuente: INEC, (2021)

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

Considerando la demanda actual definida, y el crecimiento anual de población que es del 1.56%, se procede a establecer la demanda futura, la proyección de la demanda se realizará para cinco años.

3.3.1.8. Determinación de la demanda insatisfecha

Se considera la demanda en el cual el público no ha logrado acceder a los productos, o si accedió no está satisfecho con él, para el presente caso será aquellos habitantes que pueden hacer uso del producto.

Por motivo de determinar la fórmula cuantitativa de cuál es la demanda insatisfecha, se obtuvo la diferencia entre la proyección de la demanda y la proyección de la oferta, que permita conocer la demanda insatisfecha, la misma supuestamente no atendida por el mercado, durante los próximos cinco años.

Tabla 14-3: Demanda Insatisfecha

| DEMANDA INSATISFECHA | | |
|----------------------|-------------------|----------------------|
| Demanda Proyectada | Oferta Proyectada | Demanda Insatisfecha |
| 23277 | 1145 | 22132 |
| 23640 | 1163 | 22477 |
| 24008 | 1181 | 22827 |
| 24383 | 1199 | 23184 |
| 24763 | 1218 | 23545 |
| 25150 | 1237 | 23913 |

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

3.3.1.9. Capacidad Instalada.

La capacidad instalada se asume como la demanda insatisfecha que se encontró en la Tabla 3-14.

Tabla 15-3: Demanda Proyectada

| CAPACIDAD INSTALADA | |
|---------------------|----------------------|
| Año | Demanda Insatisfecha |
| 2021 | 22132 |
| 2022 | 22477 |
| 2023 | 22827 |
| 2024 | 23184 |
| 2025 | 23545 |
| 2026 | 23913 |

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

Calcular esta capacidad permite que la empresa TotalHome en un futuro pueda determinar sus espacios y asignar adecuadamente sus recursos.

3.3.1.10. Capacidad Utilizada.

Tabla 16-3: Demanda Proyectada

| CAPACIDAD UTILIZADA | | | |
|---------------------|-----------------|------------------|----------------|
| AÑO | D. INSATISFECHA | DEMANDA OBJETIVO | N° BENEFICIADO |
| 2021 | 22132 | 3% | 664 |
| 2022 | 22477 | 6% | 1349 |
| 2023 | 22827 | 9% | 2054 |
| 2024 | 23184 | 12% | 2782 |
| 2025 | 23545 | 15% | 3532 |

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

3.3.2. Estudio Técnico normativo

3.3.2.1. Producto a importar

La empresa Totalhome considera importar carros a batería para niños puesto que en la ciudad de Riobamba se comercializan en menor número y a mayor precio que en las grandes ciudades, siendo un juguete novedoso para niños es el principal juguete a importar por ello, se analiza en que partida presupuestaria se encuentra el carro a batería para niños.

3.3.2.2. Partida Arancelaria

La Partida presupuestaria en el capítulo 95 engloba todo lo que se refiere a juguetes, juegos artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios, etc. Señalando como subpartida 9503.00.10.00 perteneciente a Triciclos, patines, coches de pedal y juguetes similares con ruedas, coches y silla de ruedas para muñecos. El producto a importar se engloba en esta subpartida ya que cumple con las especificaciones de la misma.

Tabla 17-3: Producto - Carros a batería

| TIPO DE PRODUCTO: | Juguetes - LEY 29666-IGV 20.02.11 |
|---------------------------------------|---|
| SECCIÓN XX | Mercancías Y Productos Diversos |
| PARTIDA 95 | Juguetes, Juegos Y Artículos Para Recreo O Deporte; Sus Partes Y Accesorios |
| SUB-PARTIDA: | 9503 |
| NANDINA: | 9503.00.10 |
| ARANCEL NACIONAL | 95.03.00.10.00 |
| DESCRIPCIÓN | Triciclos, patinetes, coches de pedal y juguetes similares con ruedas; coches y sillas de ruedas para muñecas o muñecos |
| AD VALOREM | 30% |
| IVA | 12% |
| ICE | 0% |
| FODINFA | 0.50% |
| TIPO DE MEDIDA | UNIDADES |
| AUTORIZACIONES Y RESTRICCIONES | Certificado de Reconocimiento Instituto Ecuatoriano de Normalización |
| | COD. SUP: 0000 RESTRICCIÓN |

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

Como se puede observar en la tabla, el reporte de la subpartida 9503001000, presenta toda la información respectiva correspondiente a los valores en impuestos que se debe pagar del mismo para su ingreso al país.

3.3.2.3. Reglamentos de Importación de juguetes

Con la finalidad de prevenir los riesgos para la salud, seguridad y la vida de las personas, el Reglamento Técnico Ecuatoriano – RTE INEN 089 establece los requisitos mínimos que deben cumplir los juguetes nuevos, de producción nacional o importada, que se comercializan en el Ecuador y están destinados a ser utilizados por niños de edad inferior a los 14 años.

Los productos que son objeto de aplicación del reglamento técnico RTE INEN 089, deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Propiedades mecánicas y físicas
- Inflamabilidad
- Migración de ciertos elementos
- Juegos de experimentos químicos y actividades relacionadas
- Juegos químicos distintos de los juegos de experimento

Importación al consumo

Es la legalización de las mercancías extranjeras ingresadas al país para su uso definitivo, es así como lo comunica (Proecuador, s.f.) “Una Importación a consumo es la nacionalización de mercancías extranjeras ingresadas al País para su libre disposición; uso o consumo definitivo, una vez realizado el pago respectivo de los tributos al comercio exterior”. Los regímenes aduaneros surgen de los diferentes tipos de importación, cada régimen consiste en ser la modalidad mediante la cual es legalizada la mercancía extranjera en el territorio ecuatoriano.

Régimen de importación

El régimen aduanero es el método legal mediante el cual se trata la mercancía importada. Además, el Servicio Nacional de aduanas del Ecuador (en adelante SENAE) afirma que este proceso “es el tratamiento aplicable a las mercancías, solicitado por el declarante, de acuerdo a la legislación aduanera vigente” (2017).

Siendo el régimen aduanero un tratamiento a la mercadería importada, en este caso, régimen de importación al consumo, conlleva una logística para que la mercadería sea nacionalizada.

Logística

Es un “proceso de gestión de la cadena de suministros encargada de planificar, implementar y controlar de forma eficiente y efectiva” (Veritas, 2017, p.36), respondiendo al proceso organizado de las variantes participantes en el proceso de importación. Así, podemos afirmar que la logística optimiza los recursos y el flujo de materiales en el proceso de importación desde su país de origen hasta su destino final que es el consumidor. Por otra parte, para poder comprender el proceso logístico, es importante tomar en consideración, los distritos aduaneros y sus procesos de desaduanización.

Distrito aduanero

Es el lugar o parte del país donde está situado un Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, para el ejercicio de sus funciones en su ubicación geográfica.

Desaduanización

Es el proceso por el cual las mercancías importadas están sujetas una vez que llegan a su puerto comercial de destino. Además, es importante considerar las etapas de desaduanización de mercadería para la nacionalización de la misma.

Despacho

Es el procedimiento administrativo al cual deben someterse las mercancías que ingresan o salen del país, dicho proceso inicia con la presentación de la DAI y culmina con el levante.

Etapas de desaduanización

Etapas 1.-Desde la llegada del medio de transporte hasta el ingreso de la mercancía al depósito temporal.

Etapas 2.-Desde el ingreso de la mercancía al depósito temporal hasta la transmisión de la declaración.

Etapa 3.-Desde la transmisión de la declaración hasta el pago de los tributos al comercio exterior.

Etapa 4.-Desde el pago de los tributos al comercio exterior hasta la autorización de salida.

Etapa 5.-Desde la autorización de salida de la mercancía hasta el retiro efectivo de las mercancías del depósito temporal (SENAE, 2019).

En la figura 1 se describe cada etapa y sus procesos con sus respectivos operadores del comercio exterior (OCE'S) e instituciones que intervienen en los mismos.

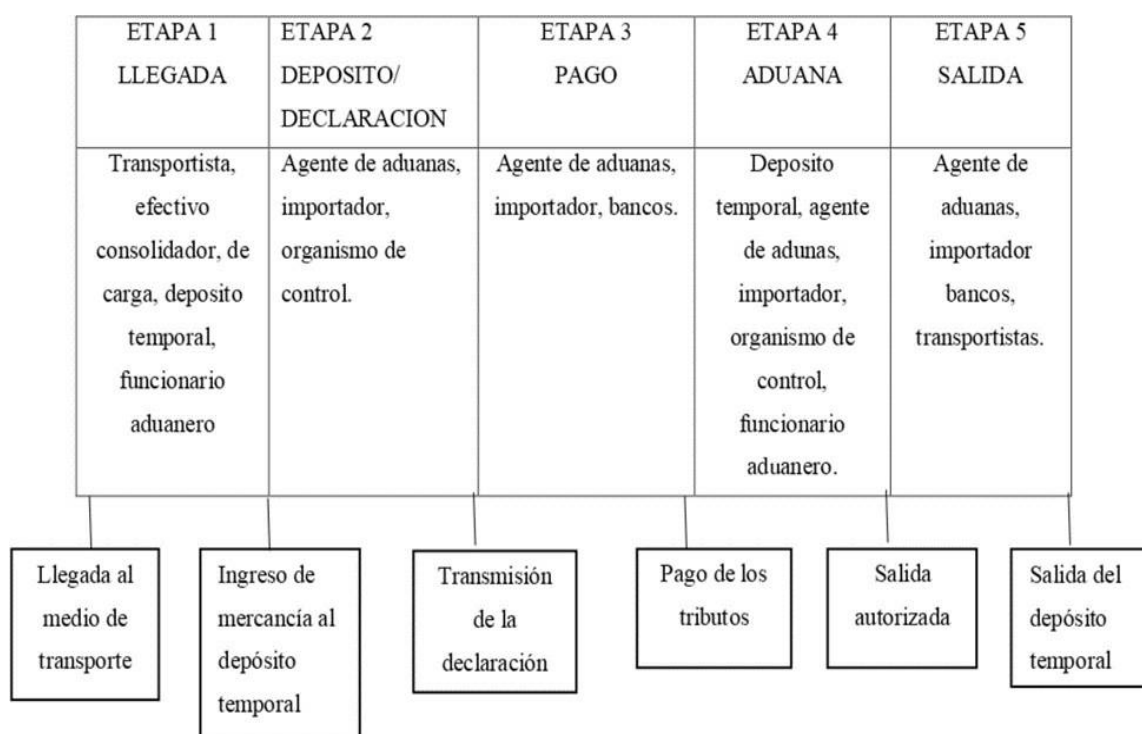


Figura 1-3: Etapas de desaduanización

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

3.3.3. Marketing mix

3.3.3.1. Producto

El producto a importarse cuenta con características técnicas y tecnológicas definidas por su modelo y precio.

Entre las características más generales para este tipo de producto se tienen:



Figura 2-3: Características del producto

- -Música & Luz: Sonido realista del motor, bocinas del coche.
- -Estación de reproducción de música incorporada, conectada por puerto USB y reproducir las canciones favoritas de cualquier niño.
- -Increíble regalo para el niño: Gran opción de regalo para 2 – 5 años niño.
- -Carga máxima 66 LB.
- -Tamaño del coche eléctrico: 47.2 * 26.8 * 18.9 pulgadas
- Control remoto parental

3.3.3.2. Precio

Tabla 18-3: Precio

| CARROS A BATERÍA PARA NIÑOS | |
|------------------------------------|-----|
| CLASE A | 250 |
| CLASE B | 300 |
| CLASE C | 390 |

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

3.3.3.3. Plaza

La Plaza se considera directamente la Localidad de Riobamba, por cuanto la demanda de este producto aún no cubre en su totalidad la cuota de mercado.

3.3.3.4. Promoción y publicidad

Entre las formas de promoción de los productos ofertados por TotalHome se tienen los siguientes beneficios:

- Crédito directo
- Transporte de la mercadería hacia el domicilio del cliente.
- Promociones en fechas especiales
- Descuentos por pagos en efectivo

La empresa TotalHome cuenta con varias sucursales en la ciudad de Riobamba, cubriendo los sitios estratégicos de la ciudad de forma comercial. Así mismo estos lugares son salas de exhibición y venta de los productos, por lo que es una forma de publicidad.

La publicidad también alcanza espectros eléctricos como uso de publicidad en radio y televisión local, de igual forma está presente en redes sociales, utilizadas como tiendas virtuales.

Las imágenes de los productos se realizan a partir de una plantilla diseñada por el departamento de diseño de la empresa, en la cual consta el logo y direcciones electrónicas de la empresa.



Figura 3-3: Promoción

3.3.3.5. *Postventa*

La empresa TotalHome provee a sus clientes un servicio de post venta al actualizar y controlar las garantías de uso de los diferentes artículos expendidos.

3.3.3.6. Estrategia de postventa

Una estrategia para el producto a importar es la importación posterior de baterías o placas electrónicas de los carritos.

3.3.3.7. Características del personal de ventas

Los agentes vendedores en las diferentes sucursales deberán contar con los siguientes:

- Capacitación y socialización del nuevo producto a expenderse.
- Contar con una actitud positiva y propositiva del producto hacia el cliente potencial.
- Lograr difundir las promociones que tiene la empresa en relación al producto.

3.3.4. Estudio Organizacional

| | |
|----------------------|--|
| Empresa: | TOTALHOME |
| RUC: | 0601651318001 |
| Representante Legal: | Caranqui Quishpi Pedro |
| Ubicación | |
| Provincia: | Chimborazo |
| Ciudad: | Riobamba |
| Dirección: | Local Matriz: Carabobo 17-21 Chile Sucursal 1: Carabobo 14-20 y Barón de Carondelet Sucursal 2: Gaspar de Villarroel 28-44 y Carobobo Sucursal 3: Av. 9 de octubre 21-19 y Alvarado Sucursal 4: Larrea 24-35 y Guayaquil |

3.3.5. Organigrama

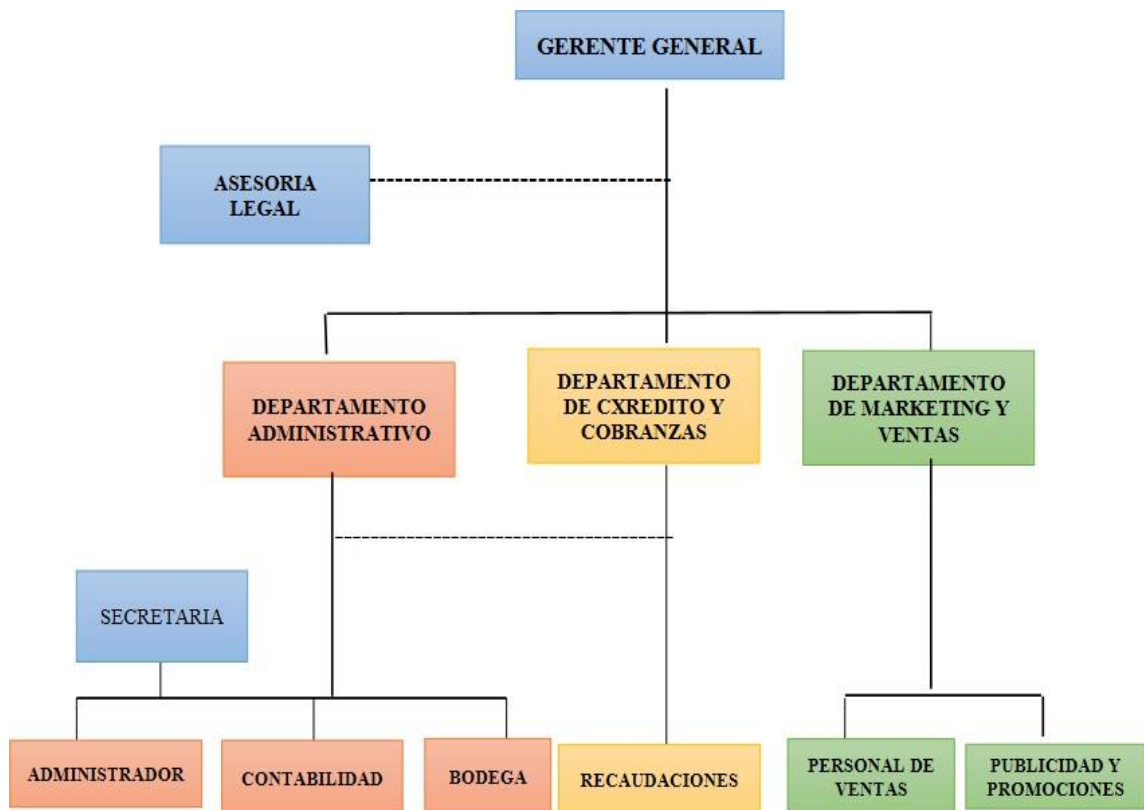


Figura 4-3: Organigrama propuesto
Elaborado por: Pasto, R. 2019.

En relación a las importaciones directas que hace la empresa se sugiere para la empresa un funcionario responsable de esta área, que pueda vigilar y controlar estos procesos.

3.3.6. Declaración Aduanera de Importación

Para realizar la Declaración Aduanera de Exportación se debe realizar lo siguiente:

- 1.- Ingresar al Portal de la Aduana ECUAPASS con el ID y la contraseña del Usuario.
- 2.- En la Opción Trámites Operativos Seleccionamos Documentos Electrónicos
- 3.- Seleccionamos Declaración de Exportación
- 4.- Se nos desplegará el Formulario en el cual deberemos colocar información requerida para la DAE.

Información General (Código del Declarante, Código de distrito, Código de Régimen y Tipo de despacho)

Información de Exportador (Ruc, Nombre, Dirección y CIU del Exportador)

Información Agente (Ruc, Nombre, Dirección del Declarante)

Información del Consignatario (Nombre, Dirección, país de destino del consignatario)

Información de los Ítems (Cantidad, Peso, Partida Arancelaria, Valor FOB)

Información de Documentos (Documentos de Soporte y Acompañamiento)

5.- Para Finalizar se procede al envío por el portal con el Firmado Digital (TOKEN)

3.3.7. Declaración aduanera de Importación (DAI)

La Declaración Aduanera de Importación (DAI) es un formulario en el que se registra información general relativa a la mercadería que está siendo objeto de importación. Para una importación se debe realizar su respectiva declaración y procedimiento a través de un agente de aduana, además cierta información de la DAI como puerto de destino y origen, flete y entre otros se los tomará del documento de transporte, el mismo que ha sido generado, registrado y validado en el referido sistema informático, lo que permite al SENAE (previo a aceptar una declaración aduanera), realizar procesos de validación y verificación de todo el contenido enviado.

3.3.8. Documentos que se deben presentar en una Declaración Aduanera

Documentos que acompañan a la declaración. - Se consideran documentos que acompañan a la

Declaración Aduanera los siguientes:

- a) Documentos de acompañamiento
- b) Documentos de soporte.

Documentos de acompañamiento. - Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos.

Documentos de soporte. - Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán permanecer en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, son:

a) Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial. - La factura comercial será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación o exportación de las mercancías. Por lo tanto, deberá ser un documento original, aun cuando este sea digital, definitivo, emitido por el vendedor de las mercancías importadas o exportadas, y contener la información prevista en la normativa pertinente y sus datos podrán ser comprobados por la administración aduanera.

Para efectos de importaciones de mercancías que no cuenten con factura comercial, presentarán en su lugar, el documento que acredite el valor en aduana de los bienes importados, conforme la naturaleza de la importación.

b) Póliza de seguros. - Es el seguro del transporte de la mercancía

c) Documento de transporte. - Constituye ante la Aduana el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Éste podrá ser endosado hasta antes de la transmisión o presentación de la Declaración Aduanera a consumo según corresponda.

3.3.9. Declaración Aduanera

Para que la declaración aduanera se encuentre en regla y no tenga ningún problema al momento de importar, se debe adjuntar todos los documentos en regla como la factura comercial, el seguro y demás. Así mismo se deberá registrar toda la información dispensable para la declaración de la mercadería a importar como pesos, fletes, puerto de destino, puerto de origen y demás información que se encuentre en el documento de transporte. Este trámite debe ser realizado mediante un agente de aduana y ser aceptado por la SENAE.

Pasos:

1. Se debe ingresar al Portal o la Plataforma de Ecuapass, ya sea con el usuario y contraseña o por el uso del Certificado de Firma Electrónica.
2. Una vez dentro del sistema hay que dirigirse a Tramites Operativos en la opción de “Elaboración de e-Doc’s Operativos”, en la pestaña emergente se debe seleccionar “Documentos Electrónicos”. En la nueva ventana se selecciona la Declaración de Importación
3. Se abrirá la ventanilla para ingresar todos los datos correspondientes a la DAI.
4. Código del Declarante: Es el código que se le asigna al importador
5. Código de Régimen: Es el régimen aduanero al cual se va a establecer la mercancía, en este

caso es el de importación a consumo, el cual permite el ingreso definitivo de la mercancía al país

6. Aduana: En esta sección se va a encontrar el medio por el cual se va a transportar la mercancía, en este caso va a ser el medio marítimo, por tanto, el código es 028

7. Tipo de Despacho: Es necesario saberlo para poder hacer el levantamiento de la mercancía, en este caso se tiene que el tipo de despacho es normal (excepcional), es el despacho aduanero iniciado dentro de un plazo de 30 días calendario contados a partir del día siguiente del término de la descarga. Esta mercancía ingresa a un depósito temporal.

8. País de Procedencia: Es el país del cual proviene, es transportada la mercancía

9. Código de Endoso: En esta parte se permite escoger entre tres opciones:

- Sin endose
- Endose extranjero
- Endose local

10. Consignatario: Se registra el nombre a quien se le destina la mercadería

11. Número de carga: Se registra el número de manifiesto otorgado por el transportista

12. FOB: Es una cláusula de comercio internacional que indica que la mercancía se encuentra dentro del buque

13. Seguro: La póliza a la cual está sujeta la mercancía en caso de pérdida o destrucción de la misma

14. Valor en Aduana: Es el valor en transacción de las mismas más los costos del transporte y seguro.

15. Valor: Se muestra la información de la factura

16. Número de factura: Se registra el número de factura asociado a la mercadería importada

17. Fecha de factura: Este campo permite seleccionar el día, fecha y año en que se generó la factura a registrar

18.- Valor en factura. - Permite registrar el valor contenido en el documento físico

19.- Precio real pagado o por pagar: Permite registrar el valor pactado por la mercancía importada

20.- Base imponible: Es el valor en aduana de la mercancía

21.- Nombre / Razón social: Permite registrar los datos de identificación de la persona que suministra la mercancía a importar

22.- Condición del proveedor: Permite seleccionar en base a las opciones:

- (1) Fabricante

- (2) Distribuidor
- (3) Comerciante
- (4) Otro

23. País. - Permite seleccionar el país del proveedor, en este caso es china

24. Naturaleza: Permite realizar el tipo de transacción realizada, en este caso se seleccionó la opción de Compra/venta a precio firme, para su exportación al país.

25- Subpartida: Permite registrar la subpartida arancelaria

26.- Código suplementario: Código adicional de 4 dígitos que permite identificar un producto específico dentro de una subpartida

27.- Descripción: Se ingresa una descripción general de la mercancía

28.- País de origen: Permite seleccionar el código de país de origen de la mercancía

29.- Estado: Permite seleccionar el estado de la mercancía importada, entre las siguientes opciones:

- Nuevo
- Usado
- Desarmado
- Semidesarmado
- Averiado
- Otros

30.- Tipo de mercancía: Permite registrar el tipo de mercancía a declarar.

31.- Ubicación geográfica: Este campo se refiere al lugar de destino de la mercancía.

32.- Tipo de unidades Físicas: Permite seleccionar el tipo de unidades físicas de la mercancía asociado a la subpartida arancelaria indicado en el arancel.

33.- Tipo de unidad comercial: Permite seleccionar el tipo de unidad comercial por ítem correspondiente a la transacción comercial

34.- País de embarque: Permite seleccionar el código del país en donde se embarcó la mercancía

35.- Precio Neto: Se coloca el precio neto por ítem que se encuentra en la factura comercial

36.- Valor en aduana por producto: Es el resultado de la división de la base imponible con la cantidad de unidades comerciales.

37.- Número de documento. - Indica el no. De documento registrado

38.- Tipo de Documento: En este caso se está ingresando la factura comercial, entonces se ingresa ese código

39.- Entidad emisora: Permite ingresar el nombre de la persona que emitió el documento, en este caso la factura comercial

40.- Fecha de emisión: Se registra el día, mes y año en que fue emitido el documento.

41.- Cantidad: Se permite registrar el número de documentos registrados Certificado de origen: Se detalla donde fue fabricada la mercancía.

Póliza de Seguros: Se detalla el tipo de seguro al cual está sujeto la mercancía en caso de que ocurra pérdida o destrucción de la misma

Ya estando todo listo, se firma electrónicamente a través del Portal Ecuapass. Una vez firmado los documentos se envía a la aduana a través del Portal Ecuapass.

Concluido el proceso, la Aduana del Ecuador comenzará una etapa de validación para los e-doc's en la cual se regresará la información al usuario si la información esta correcta o necesita correcciones.

Notas:

El documento de transporte debe estar procesado y aceptado por la aduana del Ecuador.

Se debe verificar lo declarado para así evitar sanciones.

Si la declaración aduanera se le asigne aforo físico o documental, esta deberá completarse el mismo día con la transmisión digital de los documentos de acompañamiento y de soporte, que no se puedan presentar en formato electrónico.

Cuando no se cumpliera con el envío de los documentos indicados anteriormente dentro del término de 30 días calendario, contados a partir de la fecha de arribo de la mercancía, acarreará su abandono tácito según lo establecido en el art. 142 del COPCI.

3.3.10. Estudio económico financiero

3.3.10.1. *Presupuesto de inversión*

El presupuesto destinado para esta ejecución tiene como total una cantidad de \$ 15 000,00 para lo cual se realizará una deducción de los principales costes y gastos para determinar el número de unidades a comprarse y el margen de utilidad que se desea obtener.

Para determinar la inversión total se sumarán la Inversión Variable, la Inversión Fija y la Inversión Diferida que detallamos a continuación:

3.3.10.2. *Inversión variable*

La inversión variable está considerada aquella que se incurre en gastos de importación y transporte interno, impuestos.

Tabla 19-3: Inversión variable

| INVERSIÓN VARIABLE | |
|---------------------------|-------------------|
| N° unidades | 110 |
| AD VALOREN | \$ 2310.00 |
| FODINFA | \$ 385.00 |
| IVA | \$ 1247.40 |
| TOTAL | \$3.942,40 |

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

La inversión variable está considerada por aquellos valores que dependen directamente del volumen de la compra o valor de la importación sobre bienes adquiridos. En este caso se cuenta con los tres principales que dan un total de \$3942,40.

Inversión diferida

Trámites y legalización de la importación.

Tabla 20-3: Inversión diferida

| INVERSIÓN DIFERIDA | |
|---------------------------|-------------|
| Transporte | 860 |
| Seguro | 924 |
| otros gastos legalización | 1573,6 |
| TOTAL | 1784 |

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

Inversión fija

Los activos definidos en el inventario o número de unidades que podrá comprarse.

Tabla 21-3: Inversión fija

| INVERSIÓN FIJA | |
|-----------------------|---------|
| N° unidades 110 | 7700.00 |

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

Una vez establecida la inversión se puede iniciar con el presupuesto de ingresos esperado de forma proyectada para los próximos cinco años siguientes.

Tabla 22-3: Presupuesto de ingresos

| PRESUPUESTO DE INGRESOS | | | | | |
|--------------------------------|----------|----------|----------|-----------|------------|
| AÑOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| INGRESOS | 22000 | 22660 | 24019,6 | 26181,364 | 29323,1277 |

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

Para determinar rubros para egresos se consideran aquellos en los que se incurre por la importación además de un porcentaje que se fija a través de una política de la empresa para gastos de promoción, suministros, sueldos y salarios, gastos servicios básicos.

Tabla 23-3: Presupuesto de egresos

| EGRESOS | | | | | |
|-----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| DETALLE | AÑOS | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Suministro de Oficina | \$ 220,00 | \$ 223,23 | \$ 226,52 | \$ 229,85 | \$ 233,22 |
| Sueldo y salarios | \$ 220,00 | \$ 224,40 | \$ 228,89 | \$ 233,47 | \$ 238,14 |
| Arriendo | \$ 220,00 | \$ 223,23 | \$ 226,52 | \$ 229,85 | \$ 233,22 |
| Publicidad | \$ 220,00 | \$ 223,23 | \$ 226,52 | \$ 229,85 | \$ 233,22 |
| Servicios Básicos | \$ 220,00 | \$ 223,23 | \$ 226,52 | \$ 229,85 | \$ 233,22 |
| Útiles de aseo | \$ 220,00 | \$ 223,23 | \$ 226,52 | \$ 229,85 | \$ 233,22 |
| Depreciación activos fijos | \$ 220,00 | \$ 223,23 | \$ 226,52 | \$ 229,85 | \$ 233,22 |
| Amortización de activos diferidos | \$ 220,00 | \$ 223,23 | \$ 226,52 | \$ 229,85 | \$ 233,22 |
| TOTAL | 1760,00 | 1787,04 | 1814,50 | 1842,38 | 1870,70 |

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

Una vez establecidos los ingresos y egresos por concepto de la importación se procede con el cálculo de la relación costo beneficio.

Tabla 24-3: Relación costo Beneficio

| RELACIÓN BENEFICIO COSTO | | | | | |
|---------------------------------|--------------------------------|------------------------------|----------------|--------------------------------|---------------------------------|
| | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN | INGRESOS ACTUALIZADOS | | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN | EGRESOS DE ACTUALIZACIÓN |
| INGRESOS | | | EGRESOS | | |
| 22000,00 | 0,89 | 19580 | 1760 | 0,89 | 1566,4 |
| 22660,00 | 0,799 | 18105,34 | 1787,038 | 0,799 | 1427,843362 |
| 24019,60 | 0,714 | 17149,9944 | 1814,496779 | 0,714 | 1295,5507 |
| 26181,36 | 0,638 | 16703,71023 | 1842,382988 | 0,638 | 1175,440346 |
| 29323,13 | 0,571 | 16743,50591 | 1870,703386 | 0,571 | 1068,171633 |
| | | 88282,55 | | | 65323,41 |

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

Tabla 25-3: Estado de Pérdidas y Ganancias

| ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS | | | | | | |
|---|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--|
| DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021 | | | | | | |
| EN DÓLARES | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | |
| INGRESOS | \$ 22.000,00 | \$ 22.660,00 | \$ 24.019,60 | \$ 26.181,36 | \$ 29.323,13 | |
| (-) COSTOS | \$ 3.357,60 | \$ 3.357,61 | \$ 3.357,62 | \$ 3.357,63 | \$ 3.357,64 | |
| (=) Utilidad en Operación | 18642,4 | \$ 18.916,44 | \$ 19.194,51 | \$ 19.476,67 | \$ 19.762,98 | |
| (-) 15% Impuesto a la Renta | \$ 2.796,36 | \$ 2.837,47 | \$ 2.879,18 | \$ 2.921,50 | \$ 2.964,45 | |
| (=) Utilidad antes del 15% a trabajadores | \$ 15.846,04 | \$ 16.078,98 | \$ 16.315,34 | \$ 16.555,17 | \$ 16.798,53 | |
| (-) 25% trabajadores | \$ 3.961,51 | \$ 4.019,74 | \$ 4.078,83 | \$ 4.138,79 | \$ 4.199,63 | |
| (=) UTILIDAD NETA | \$ 11.884,53 | \$ 12.059,23 | \$ 12.236,50 | \$ 12.416,38 | \$ 12.598,90 | |

Elaborado por: Pasto, R. 2019.

Tabla 26-3: Relación costo Beneficio

| FLUJO DE CAJA PROYECTADO | | | | | | |
|--|--------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------------|---------------------|
| CONCEPTOS | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| BENEFICIOS | \$ 22,000.00 | \$ 22,660.00 | \$ 24,019.60 | \$ 26,181.36 | \$ 29,323.10 | \$ 31,320.00 |
| Por incremento de operaciones | \$ 22,000.00 | \$ 22,660.00 | 24019,6 | \$ 26,181.36 | \$ 29,323.10 | \$ 31,320.00 |
| COSTOS | \$ 1,760.00 | \$ 1,787.01 | \$ 1,814.53 | \$ 1,842.42 | \$ 1,870.68 | \$ 1,876.23 |
| Gastos publicidad | \$ 220.00 | \$223.23 | \$226.52 | \$229.85 | \$233.22 | \$ 235.00 |
| Gastos Sueldos y Salarios | \$220 | \$224.40 | \$228.89 | \$233.47 | \$238.14 | \$240.01 |
| Gastos varios | \$ 1,320.00 | \$ 1,339.38 | \$ 1,359.12 | \$ 1,379.10 | 1399.32 | 1401.22 |
| SALDO OPERATIVO | \$ 20,240.00 | \$ 20,872.99 | \$ 22,205.07 | \$ 24,338.94 | \$ 27,452.42 | \$ 29,443.77 |
| GASTOS DE CAPITAL | \$ 15,000.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 |
| Costo de la Inversión | \$ 15,000.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 |
| FLUJO ECONÓMICO | -\$ 5,240.00 | \$ 20,872.99 | \$ 22,205.07 | \$ 24,338.94 | \$ 27,452.42 | \$ 29,443.77 |
| INDICADORES DE EVALUACION ECONOMICA | VAN: \$ 59,525.03 | | TIR: 5.3% | | PBP: 2,05 (años) - | |

CONCLUSIONES

La ejecución del estudio de mercado en el Cantón Riobamba tuvo como base la población económicamente activa; para determinar el grado de aceptación de los ciudadanos frente al producto a importarse, identificando en ellos un segmento que implica la tenencia de menores de 2 a 5 años. Por otra parte, se identificó que los consumidores aceptan productos extranjeros que cumplan con normas de calidad y a su vez que sus precios sean asequibles. Es importante señalar que parte de la colocación de los nuevos productos cuenta con un requisito básico para la población, que es el crédito directo ofertado por la empresa.

Al consultar la normativa nacional actual que involucra la base legal y estructura orgánica de los procesos que involucran el intercambio de productos comerciales se pudo estructurar los pasos hacia un plan de importación para la empresa Total Home. Considerando así que puede ser utilizado para posibles importaciones futuras con otro tipo de activos que dinamicen y contribuyan a mejorar e innovar los productos que ofrece la empresa.

Al realizar la Evaluación Financiera para determinar técnicamente la factibilidad del proyecto a través del análisis de diferentes indicadores económicos, se pudo determinar que es procedente hacerlo. Se contó con un monto exacto destinado por la empresa como inversión para la adquisición de productos y en base a esto se determinaron costos y gastos en los que se incurre, encontrando que se tiene un VAN positivo de 59525.03 y una TIR del 86.2%. como consecuencia el costo beneficio es positivo.

RECOMENDACIONES

Es recomendable que los datos obtenidos en el estudio de mercado sean utilizados para el cálculo de la demanda potencial que existe en el mercado en relación a los productos que la empresa pone a disposición de la ciudadanía. Es importante, que se identifique a través de este análisis los gustos y preferencias que posee su cliente ya que a través de este instrumento se puede identificar características exactas que puede incidir en la decisión de adquirir o no un producto.

Es fundamental que se revise la normativa nacional que involucra la base legal y estructura orgánica de los procesos de comercio internacional para evitar multas y sanciones por parte de las entidades de control, además de garantizar que el proceso sea asegurado para disminuir posibles riesgos de pérdida en los productos.

Teniendo en cuenta que la evaluación financiera realizada apunta a que este proyecto es factible es importante que cada uno de los pasos para la importación del producto seleccionado sea controlado por parte de un funcionario designado para tal proceso por parte de la empresa, con el fin de minimizar riesgos en pérdida de recursos y los bienes importados.

GLOSARIO

Accesión Aduanera: Incorporación de un Estado al territorio aduanero de otro.

ACE Acuerdo de Complementación Económica: Son aquellos convenios suscritos entre países y que están preferentemente orientados a eliminar restricciones que distorsionan y afectan negativamente el intercambio comercial y las inversiones entre ellos.

ACP: Países de África, Caribe y Pacífico.

Acuerdos Comerciales: Contratos entre dos o más países, mediante los cuales se regulan materias estrictamente comerciales. Tienen carácter de tratados arancelarios para procurar ventajas y seguridad en las aplicaciones de las tarifas y regímenes aduaneros que afectan a los contratantes.

Área Aduanera: Es la parte del territorio político limitada por la línea aduanera, en la cual, para que tenga acceso la mercancía procedente del exterior y también para franquear la salida a las del país, se hacen efectivos los preceptos de la legislación específica aduanera y, cuando procede, los derechos o impuestos del arancel o tarifa, que es consecuencia natural de aquella legislación.

Carga unitarizada: Cabe entender por unitarización de una carga a la reunión o agrupación de cierto número de artículos o bultos en un solo conjunto con el propósito de facilitar su manipulación, estiba, almacenamiento, transporte o utilización posterior de su contenido.

Cargador: Se entiende por tal a la persona física o jurídica que entrega una o más carga a un transportista. Es el usuario del servicio de transporte.

Certificado de Peso: Es un documento en el que se hace constar el peso de la mercancía (neto y bruto) bulto por bulto.

Certificado de Sanidad o Fitosanitario: Documento que certifica que la mercancía ha sido examinada y se encuentra en perfectas condiciones para el consumo humano. Documento normalmente exigido en exportaciones de productos silvoagropecuarios, que certifica que los productos han sido examinados y que se ajustan a las disposiciones fitosanitarias vigentes en el país del exportador

BIBLIOGRAFÍA

- Amores Raza, F. (20 de julio de 2019). *Incoterms*. Obtenido de: <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/4879>
- Annser. (s.f.). *¿Cuál es la diferencia entre administrar y gestionar?* Obtenido de: <https://www.informaticaparatunegocio.com/blog/la-diferencia-administrar-gestionar/>
- Arévalo, M. (2019). *Riesgo de Lavado de Activos*. Obtenido de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fcimogsys.espoch.edu.ec%2Fdireccion-publicaciones%2Fpublic%2Fdocs%2Fbooks%2F2019-09-19-202540-104%2520Riesgo%2520Lavado%2520de%2520Activos.pdf&clen=7723967&chunk=true>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (Julio de 2019). *Código Integral Penal*. Obtenido de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Ftbinternet.ohchr.org%2FTreaties%2FCEDAW%2FShared%2520Documents%2FECU%2FINT_CEDAW_ARL_ECU_18950_S.pdf&clen=860818
- Bermeo, M. (2015). *Estudio de Factibilidad para la apertura de una nueva agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Base de Taura en la ciudad de Salinas de la provincia de Santa Elena en el año 2015*. (Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil). Obtenido de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8781/1/TESIS%20SALINAS%2018%20AGOSTO%202015%20%281%29.pdf>
- Brotons, X. A. (2004). *Sistemas de Control*. Obtenido de: <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/3330/34059-5.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Cámara de Comercio Internacional. (2000). *Incoterms*. Obtenido de: <https://www.transeop.com/blog/Tipos-de-Incoterms-en-el-Transporte-mar%C3%ADtimo/35/>
- Casagrande, K. (2018). *Propuesta metodológica para la disminución del fraude Tributario en el sector importador de juguetes de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis de pregrado, Universidad Católica de Guayaquil). Obtenido de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/30789/1/tesis%20Estudio%20de%20Factibilidad%20de%20nueva%20sucursal%20de%20la%20coac%20fernando%20daquilema.pdf>
- Código Orgánico Monetario y Financiero. (2019). *Superintendencia*. Obtenido de: https://www.supercias.gob.ec › bd_supercias › descargas

- Compliance Asociation. (2020). *Gestión de Riesgo*. Obtenido de: <http://www.worldcomplianceassociation.com/1512/articulo-la-nueva-version-de-la-norma-iso-310002018-gestion-de-riesgos-aplicada-a-sistemas-de-prevencion-de-lavado-de-activos-y-financiamiento-del-terrorismo.html>
- Cordero, B. (1997). *El delito del blanqueo de capitales*. Bogotá: Aranzadi.
- Durán, P. (02 de 2015). *Proyecto*. Obtenido de: <http://www.morona.gob.ec/sites/default/files/Proyectos/SUBSISTEMA12/MEMORIA%20TECNICA%20ALCANTARILLADO%20SUBSISTEMA%2012.pdf>
- EL MERCURIO. (30 de 12 de 2018). *16 cooperativas: USD 3.441 millones en activos*. Obtenido de: <https://ww2.elmercurio.com.ec/2018/12/30/16-cooperativas-usd-3-441-millones-en-activos/>
- EL PAIS. (26 de 03 de 2020). *Crisis del coronavirus*. Obtenido de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/03/26/economia/1585213274_915570.html
- Fischer, E. (Diciembre de 1994). *Guía Básica de Administración de Riesgos*. Obtenido de: <http://www.cnsf.gob.mx/Difusion/OtrasPublicaciones/DOCUMENTOS%20DE%20TRABAJO%20DESCRIPTIVOS/DdT49conimag%20BV%20ok.pdf>
- Freire, E. (Agosto de 2019). *Fundamentos de Investigación*. Obtenido de: <https://sites.google.com/site/fundamentosdelainvestigacion2/u1-1/2-2identificacione-elementos-que-configuran-las-teorias-conceptos-definicion-problemas-hipotesis-abstracciones-reflexiones-explicaciones-postulados-metodos-leyes-1>
- Grijalva, D. (18 de julio de 2019). *Gestión de riesgo para la prevención de lavado de activos en bancos nacionales privados de actividad comercial del sistema financiero ecuatoriano* (Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador). Obtenido de: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10994/Trabajo%20de%20Titulacion%20c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mejía, V. (2015). *Estudio de Factibilidad para la creación de una Cooperativa de Ahorro y Crédito en la parroquia Pintag*. (Tesis de pregrado, Universidad de las fuerzas Armadas). Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/10291/1/T-ESPE-048841.pdf>
- Mendoza, C. (11 de 06 de 2019). *Las cooperativas fondean a los emprendedores*. Obtenido de: <https://www.revistalideres.ec/lideres/cooperativas-fondean-emprendedores-ecuador-creditos.html>
- MIES. (07 de 2012). *Ley de la Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de: https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/ley_economia_popular_solidaria.pdf
- Pacheco, C., & Perez, G. (2018). *El Proyecto de Inversión como Estrategia Gerencial*. Mexico: Sextil Online, S.A.

- Ramos, J. (2015). *Estudio de Factibilidad para la instalación de una mediana empresa dedicada a la elaboración de papaya deshidratada con la certificación HCCP en la ciudad de Santa Rosa para exportar al mercado de Estados Unidos*. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Machala, Machala). Obtenido de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4835/1/TUACE-2015-CI-CD00004.pdf>
- Riesgo Cero. (2020). *Estándar Australiano*. Obtenido de: <https://www.riesgocero.com/soluciones/reglamentaciones/asnz-4360>
- Salazar, K. (2016). *Estudio de factibilidad para la importación y comercialización de productos de belleza y maquillaje para el cuidado de la piel en la ciudad de Quito. Caso: Todotrade negocios internacionales*. (Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador). Obtenido de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/11727/1/T-UCE-0003-CA281-2016.pdf>
- Sanclemente, M., Gonzáles, C., & Reinaldo, E. (2009). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Colombia: Taller editorial de la universidad de Cauca.
- SEPS. (2019). *Numero de cooperativas*. Obtenido de: <https://www.seps.gob.ec/noticia?ecuador-tiene-un-total-de-887-cooperativas-de-ahorro-y-credito>
- SEPS. (2019). *Las cooperativas como funcionan y los tipos*. Obtenido de: <https://www.seps.gob.ec/noticia-medio?cooperativas-como-funcionan-y-los-tipos#>
- SEPS. (2019). *Qué es la SEPS?* Obtenido de: <https://www.seps.gob.ec/interna?-que-es-la-seps>
- SEPS. (2019). *Sector Cooperativo*. Obtenido de: <https://www.seps.gob.ec/estadisticas?sector-cooperativo#:~:text=%22Es%20el%20conjunto%20de%20cooperativas,derecho%20privado%20e%20inter%20C3%A9s%20social>.
- SLIDESHARE. (21 de FEBRERO de 2017). *Importancia de un proyecto*. Obtenido de: <https://es.slideshare.net/franciscof007/importancia-de-un-proyecto>
- Stiglitz, J. (2016). *Importancia del Sistema Financiero*. Obtenido de: <http://www.eumed.net/libros/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20SISTEMA%20FINANCIERO.htm>
- Superintendencia de Banca y Seguros. (Julio de 2019). *Prevención de Lavado de Activos*. Obtenido de: http://oidprd.sbs.gob.ec:7778/medios/PORTALDOCS/downloads/La%20SBS/Eventos_SBS/Seminario_Lavado_Oct_2012.pdf
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2015). *Sector financiero*. Obtenido de: <https://www.seps.gob.ec/noticia?nueva-segmentacion-sector-financiero-popular-y-solidario>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (23 de 10 de 2018). *Ley Organica de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de:

<https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>

Tarambís, O., & Villota, J. (2011). *Estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de la cooperativa de ahorro y crédito Amazonas en el cantón Cotachachi, provincia de Imbabura*,. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte). Obtenido de: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/921>

Torres, S. (28 de 08 de 2019). *Importancia de las sociedades cooperativas*. Obtenido de: <https://www.elcomercio.com/cartas/importancia-sociedades-cooperativas-cartas-opinion.html#:~:text=Las%20cooperativas%20tienen%20un%20papel,desarrollo%20econ%C3%B3mico%20con%20impacto%20social.&text=En%20el%20Ecuador%20se%20ha,bas%C3%A1ndose%20en%20otorgar>

Universidad Espíritu Santo. (09 de 2018). *Importaciones del Ecuador*. Obtenido de:

<https://cesde.com.ec/ecuador-crecio-en-importaciones-y-exportaciones-en-el-2018/>

USULLE, J. (2015). *Proyecto de inversión para la creación de una agencia de la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda. En la ciudad de Baños provincia de Tungurahua*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Loja). Obtenido de: <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/8427/1/Jos%C3%A9%20Andr%C3%A9%20Usulle%20Sisa.pdf>

Valera, I. (20 de Julio de 2019). *Delitos de lavado de activos*. Obtenido de: <https://www.voltairenet.org/article184439.html>

Viñan, J., Puente, M., Avalos, J., & Córdoba, J. (2018). *Proyectos de Inversión en un enfoque práctico*. Riobamba : La carola Editores.

VOANOTICIAS. (04 de 05 de 2020). *Empresas y trabajadores más impactados por el coronavirus en el Ecuador*. Obtenido de : <https://www.voanoticias.com/coronavirus/coronavirus-ecuador-desempleo>



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 07 / 03 / 2022

| |
|---|
| INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S) |
| Nombres – Apellidos: RUTH EVELYN PASTO SÁEZ |
| INFORMACIÓN INSTITUCIONAL |
| Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS |
| Carrera: FINANZAS |
| Título a optar: INGENIERA EN FINANZAS |
| f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA. |



Firmado electrónicamente por:
JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS



07 / 03 / 2022

0159-DBRA-UTP-2022