

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR – MATRIZ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

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

**PROPUESTA DE MODELO DE IMPORTACIÓN DE EQUIPOS  
TECNOLÓGICOS MEDIANTE EL MÉTODO *LEAN STARTUP* EN LA CIUDAD  
DE QUITO**

**JOSÉ LUIS AUCANCELA PADILLA**

**DIRECTOR: MGTR. ELISA BRAVO RAMÍREZ**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE  
LAS ORGANIZACIONES PARA LA COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE  
LOCAL Y GLOBAL**

**QUITO, JUNIO - 2023**

**Directora:**

Mgr. Elisa Bravo Ramírez

**Lectores:**

Mgr. Paul Idrobo

Mgr. Leonardo Ávila

## **DEDICATORIA**

El siguiente trabajo se lo dedico a las personas que estuvieron conmigo durante todo este periodo de arduo trabajo. Para Alicia, Marcelo, Diego e Isabel.  
Su apoyo y amor incondicional son componentes que cada día me motivan a ser una mejor persona.

**José Luis Aucancela Padilla.**

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	1
1. MARCO TEÓRICO.....	2
1.1 Método <i>lean startup</i> .....	2
1.2 Importación.....	3
1.3 Modelo de negocio .....	4
1.4 Cadena de suministro .....	5
1.5 Entorno tecnológico.....	6
1.5.1 Concepto de tecnología .....	6
1.5.2 Tecnologías de la Información y Comunicación.....	7
1.5.3 Tecnología en el sector empresarial. ....	8
1.5.4 Tecnología en el sector educativo. ....	8
2. DIAGNÓSTICO DE LA INDUSTRIA TECNOLÓGICA.....	10
2.1 Análisis PESTEL .....	10
2.1.1 Factores Políticos.....	11
2.1.2 Factores Económicos .....	12
2.1.3 Factores Sociales.....	13
2.1.4 Factores Tecnológicos.....	14
2.1.5 Factores Ecológicos .....	15
2.1.6 Factores Legales .....	16
2.2 Análisis PORTER .....	17
2.2.1 Amenaza de competidores .....	17
2.2.2 Amenaza de nuevos productos.....	18
2.2.3 Poder de negociación con proveedores.....	18
2.2.4 Poder de negociación de consumidores .....	19

2.2.5 Rivalidad entre competidores .....	19
3. PROPUESTA.....	22
3.1 Análisis de mercado .....	22
3.2 Mercado objetivo .....	22
3.3 Investigación de mercado .....	23
3.3.1 Identificación del problema .....	24
3.3.2 Selección de la muestra.....	24
3.3.3 Diseño del cuestionario.....	25
3.3.4 Organización del trabajo de campo.....	26
3.3.5 Obtención y análisis de datos para finalmente interpretar los resultados ..	26
3.4 Modelo CANVAS .....	29
3.5 Filosofía empresarial.....	29
3.5.1 Nombre .....	29
3.5.2 Logo .....	30
3.5.3 Misión .....	30
3.5.4 Visión .....	30
3.5.5 Valores.....	30
3.5.6 Objetivos.....	31
3.5.7 Tipo de empresa .....	32
3.5.8 Organigrama.....	33
3.5.9 Mapa de procesos.....	35
3.5 Diseño de la cadena de suministro.....	36
3.6 Análisis financiero .....	38
3.6.1 Financiamiento.....	39
3.6.2 Activos fijos .....	39
3.6.3 Proyección Ventas y Compras .....	39
3.6.4 Costos y gastos.....	40

3.6.5 Proyección de estado de resultados, flujo de caja y balance general.....	42
3.6.6 Tasa de descuento, VAN y TIR .....	43
CONCLUSIONES .....	45
RECOMENDACIONES.....	47
Bibliografía .....	48
Anexos .....	54

## LISTA DE TABLAS.

<b>Tabla 1.</b>	Matriz EFE .....	20
<b>Tabla 2.</b>	Gastos de constitución .....	33
<b>Tabla 3.</b>	Inversión inicial .....	39
<b>Tabla 4.</b>	Activos fijos.....	39
<b>Tabla 5.</b>	Proyección ventas .....	40
<b>Tabla 6.</b>	Proyección compras.....	40
<b>Tabla 7.</b>	Costo de ventas.....	41
<b>Tabla 8.</b>	Gastos administrativos.....	41
<b>Tabla 9.</b>	Gastos de ventas. ....	42
<b>Tabla 10.</b>	WACC y tasa de descuento.....	44
<b>Tabla 11.</b>	VAN. ....	44
<b>Tabla 12.</b>	TIR.....	44

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b>	Análisis de precio Van Westendorp. ....	27
<b>Figura 2.</b>	Infografía con resultados de la encuesta. ....	28
<b>Figura 3.</b>	Modelo CANVAS .....	29
<b>Figura 4.</b>	Logo .....	30
<b>Figura 5.</b>	Organigrama inicial .....	33
<b>Figura 6.</b>	Organigrama proyectado a 3 años.....	34
<b>Figura 7.</b>	Mapa de procesos.....	35
<b>Figura 8.</b>	Cadena de suministro.....	38

## RESUMEN EJECUTIVO

Se diseñó un modelo de negocio de importación de computadoras portátiles utilizando el método *Lean Startup*. Se analizó el entorno externo de la industria tecnológica, evaluando la competencia y los factores que afectan al mercado. Las proyecciones financieras indicaron una falta de liquidez a través del tiempo. Sin embargo, se destacó la importancia de realizar cambios estratégicos constantes.

El método *Lean Startup* se identificó como una herramienta con características beneficiosas para optimizar la cadena de suministro y desarrollar nuevos métodos de importación. Se observó un crecimiento en la demanda tecnológica en áreas como la salud, finanzas, educación y negocios, lo cual representa una oportunidad de negocio de tal manera, la eliminación de aranceles redujo los costos de nacionalización de las mercancías.

Las encuestas realizadas en la provincia de Pichincha brindaron información valiosa sobre las necesidades y preferencias de los usuarios de computadoras portátiles. Estos datos permitieron comprender el mercado local y adaptar estrategias para satisfacer las demandas de los consumidores.

El proyecto de importación y venta de computadoras portátiles en línea identificó oportunidades como la creciente tendencia de compras en línea, la digitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas, y la eliminación del tributo *ad valorem* para importación de computadores portátiles. Sin embargo, se identificaron amenazas como el desconocimiento de los beneficios tecnológicos y la falta de inversión en investigación y desarrollo. Estas oportunidades y amenazas tienen un impacto significativo en la economía del país y en la calidad de vida de sus habitantes.

Palabras claves: *Startup*, modelo de negocio, optimización.

## INTRODUCCIÓN

La llegada del Covid-19 al país en el año 2020 tuvo como consecuencia el cierre definitivo de numerosas empresas, lo que generó un aumento en la tasa de desempleo a nivel nacional. Ante esta situación, Ecuador se enfrentó al desafío de promover la formación de emprendedores en diversas áreas económicas que presentaran oportunidades potenciales de negocio. En este contexto, se hizo necesario fomentar el espíritu emprendedor y brindar el apoyo necesario para que los individuos puedan identificar y aprovechar las posibilidades de desarrollo económico en el país.

En el entorno empresarial actual, caracterizado por la constante evolución tecnológica y la competencia global, es fundamental que las organizaciones encuentren formas eficientes de adquirir equipos tecnológicos para mejorar sus procesos y mantenerse a la vanguardia en su industria. En este contexto, surge la necesidad de desarrollar un modelo de importación de equipos tecnológicos que permita a las empresas de la ciudad de Quito optimizar sus recursos y minimizar los riesgos asociados a la adquisición de tecnología.

El presente trabajo de integración curricular tiene como objetivo proponer un modelo de importación de equipos tecnológicos mediante el método *Lean Startup* en la ciudad de Quito mediante la investigación de tipo exploratoria y descriptiva. La selección de este tema se justifica por la importancia que tiene para las empresas locales contar con un proceso eficiente y eficaz de importación de tecnología que les permita reducir costos, acortar tiempos de entrega y asegurar la calidad de los equipos adquiridos.

Para desarrollar esta propuesta, se tomó en cuenta algunos antecedentes relacionados con la aplicación del método *Lean Startup* en otros ámbitos empresariales, así como experiencias previas en el campo de la importación de equipos tecnológicos. Estos antecedentes servirán como base para fundamentar la viabilidad del modelo propuesto.

# 1. MARCO TEÓRICO

## 1.1 Método *lean startup*

El método *lean startup* es un proceso que está emergiendo en las *startups*, este método tiene un gran impacto en como las *startups* innovan sus modelos de negocios (Bocken & Snihur, 2020).

De acuerdo con Ries (2011) la metodología *lean startup* está inspirada en los principios de un innovador método japonés denominado *lean manufacturing* que tiene como objetivo evitar el desperdicio de recursos y a su vez buscar la optimización de recursos. No obstante, Ries (2011) menciona que el método cuenta con cinco principios fundamentales, estos son:

- a) Los emprendedores se encuentran en todas partes - Una *startup* es una institución diseñada para crear nuevos productos o servicios bajo situaciones extremadamente inciertas. A su vez, los emprendedores pueden trabajar en compañías de cualquier tamaño en cualquier sector o industria.
- b) Emprender es administrar - Al ser una institución, una *startup* requiere nuevos tipos de gestión que se adapten a escenarios de incertidumbre.
- c) Aprendizaje validado – Una *startup* no consiste solo en hacer dinero o servir al cliente también consiste en aprender cómo construir un negocio sustentable. El aprendizaje será validado científicamente realizando experimentos frecuentes que permitan a los emprendedores testear cada elemento de sus proyectos.
- d) Construir – Medir – Aprender – La actividad fundamentad de toda *startup* es convertir las ideas en productos, medir la respuesta de los consumidores y aprender como perseverar. El éxito de los procesos de emprendimiento debe estar orientado para acelerar el ciclo de retroalimentación.
- e) Contabilidad de la innovación – Para mejorar los resultados empresariales se deber enfocar en cómo medir el progreso y cómo priorizar el trabajo. Esto requiere de nuevos tipos de contabilidad para *startups* y para el público.

Ries (2011) menciona que las *startups* tienen como objetivo crear un negocio prospero con la capacidad de cambiar el mundo. De tal manera el método *lean startup* es un sistema innovador que transforma un proyecto a empresa enfocándose en las necesidades del cliente, a su vez mediante la experimentación continua construye, mide y aprende aspectos relacionados a la empresa y al cliente para brindar una retroalimentación oportuna con el fin de llegar a su producto final optimizando la mayor cantidad de recursos.

## **1.2 Importación**

La importación es la acción de ingresar bienes o servicios extranjeros a un determinado país con propósitos comerciales. Los bienes o servicios deben cumplir con las formalidades u obligaciones aduaneras, estas obligaciones pueden variar dependiendo el producto o régimen aduanero con el que haya sido declarado (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021).

Por otro lado, para realizar actividades relacionadas al comercio exterior se deben cumplir con el pago de ciertos tributos que de acuerdo al Código Orgánico de Producción Comercio e Inversión (COPCI, 2019) en su artículo 108 son los derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias; y, las diferentes tasas por servicios aduaneros.

Un tema sumamente importante relacionado con las importaciones se encuentran en el Capítulo 7, sección 1 del COPCI (2019) en el que se mencionan los diferentes regímenes de importación. Para la presente investigación se utilizará primordialmente el Régimen de importación para consumo que en su artículo 147 menciona que es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas pueden circular libremente en el territorio aduanero con el fin de permanecer en él de manera definitiva.

No obstante, se debe tomar en cuenta los costos de importación que de acuerdo con su naturaleza están conformados por el precio original de la compra, gastos que incurren para ubicar el producto en el almacén de la empresa importadora es decir el flete, seguro, aranceles, estiba y gastos administrativos generados por entes que sirven de soporte para la operación compra - venta en el exterior (Gavelán, 2014).

### 1.3 Modelo de negocio

Un modelo de negocio describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor ya sea económico o social (Alcaraz, 2017). El término contiene una serie de actividades que conforman aspectos clave de la empresa como propósito, infraestructura, bienes o servicios, operaciones, estructura organizacional, relación con los clientes, fuentes de ingreso, gastos de la organización, relación con los clientes entre otros.

Zott & Amit (2010) mencionan otra definición de modelo de negocio como la manera en la que una empresa “hace negocios” con clientes, proveedores y socios es decir, el sistema de actividades específicas que una empresa realiza para satisfacer las necesidades percibidas en el mercado.

De acuerdo con Alcaraz (2017) para que un modelo de negocio resulte atractivo y pueda proporcionar ganancias debe poner especial énfasis en:

- a) Bajos costos – si la compañía mantiene los mismos costos que sus competidores tendrá las mismas ganancias por lo tanto deberá reducir sus costos para tener cierta ventaja con sus competidores. El consumidor asocia con mayor valor el hecho que el costo disminuya.
- b) Innovación o diferenciación – Debe tener un valor para el consumidor y se genera al reducir el costo o a su vez debe aportar una mayor o mejor utilidad al producto de otra manera no existirá una preferencia por parte del consumidor.

De acuerdo con Osterwalder & Pigneur (2009) existen nueve elementos fundamentales para el modelo de negocio y abarcan las principales áreas del negocio estos elementos son:

- a) Segmento de mercado – Los consumidores son el factor fundamental de cualquier tipo de modelo de negocio sin ellos no sería posible realizar actividades. Definiendo los distintos segmentos del mercado las empresas pueden decidir a qué segmento del mercado desean llegar.

- b) Propuesta de valor – Es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre otras. Las propuestas pueden ser cuantitativas como velocidad de servicio, precio o cualitativas como el diseño innovador de un bien o servicio.
- c) Canales de distribución – La manera en la que una empresa hace llegar información de sus productos o servicios a los consumidores.
- d) Relación con los consumidores – La empresa determina el tipo de relación que busca establecer con los segmentos de mercado seleccionados, estas relaciones pueden ser de carácter personal o automatizado.
- e) Flujo de efectivo – La empresa analiza hasta qué punto un consumidor estará dispuesto a pagar por su producto o servicio y con base en el análisis, elegir su estrategia de precio, además de analizar otras maneras de que la empresa puede generar ingresos adicionales a la venta.
- f) Recursos clave – Bienes más importantes con los que se puede trabajar en el modelo de negocio. Estos permiten a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor.
- g) Actividades clave – Acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su negocio.
- h) Socios clave – Pueden ser la red de socios o proveedores que hacen funcionar el modelo de negocio.
- i) Estructura de costos – Incluye todos los costos que se incurre para poner en marcha el negocio ya sea para crear y entregar la propuesta de valor del negocio, así como mantener las relaciones con el consumidor y proveedores.

#### **1.4 Cadena de suministro**

En la actualidad las empresas se encuentran en un mercado sumamente competitivo por lo cual la gestión de la cadena de suministro o en inglés *Supply Chain Management* (SCM) ha tomado un papel primordial para la competitividad entre organizaciones (Mesa & Carreño, 2020) debido a que aquellas empresas que eficientemente mejoran su gestión de abastecimiento de suministros, logran disminuir los costos relacionados al abastecimiento de tal manera que aumentan el nivel de servicio ofrecido al cliente.

De acuerdo con Ballou (2004) la administración de cadena de suministros abarca todas las actividades con el flujo y transformación de bienes desde la etapa de extracción de materia prima hasta el usuario final así como los flujos de información relacionados. Además, es en donde se integran todas las actividades con el objetivo de mejorar las relaciones de la cadena de suministro teniendo como fin alcanzar una ventaja competitiva sustentable.

La gestión de inventarios es un aspecto crucial dentro de la cadena de suministro empresarial. En efecto, los costos asociados con los inventarios son altamente relevantes y representan una parte significativa del costo total de muchas empresas (Díaz & Pérez, 2012). En consecuencia, la adopción de estrategias efectivas para el control y gestión de los inventarios es esencial para maximizar la eficiencia operativa y minimizar los costos logísticos.

De acuerdo con Díaz & Pérez (2012), una herramienta clave para la toma de decisiones en relación a las variables que definen el comportamiento y costo de los inventarios es mediante un análisis cuantitativo. Este análisis permite identificar los principales problemas asociados con los inventarios, por ejemplo, el exceso de inventario, el agotamiento de existencias y la falta de sincronización entre la demanda y el suministro. Una vez identificados estos problemas, se pueden desarrollar estrategias adecuadas para abordarlos, como la implementación de sistemas de control de inventarios basados en la demanda, la optimización de los niveles de inventario y la mejora de la precisión en las previsiones de la demanda.

## **1.5 Entorno tecnológico**

### *1.5.1 Concepto de tecnología*

Existen diversos conceptos que sirven para definir la palabra tecnología, sin embargo; la Universidad Internacional de Valencia (2017) menciona que la tecnología se enfoca en realizar un tipo de tarea que ayude a las personas a modificar su entorno para finalmente cumplir con una necesidad mediante conocimiento, técnicas, herramientas y dispositivos.

Se conoce que la ciencia y la tecnología forman un importante pilar para el desarrollo social, cultural, económico de la vida moderna (Rubén, 2001).

A su vez existen diversos tipos de tecnología que se clasifican de acuerdo con sus funciones o su finalidad (VIU, 2017). Para la presente investigación se tomarán en cuenta:

- a) Tecnología limpia- Se utiliza recursos que proporciona el medio ambiente sin utilizar factores contaminantes.
- b) Tecnología blanda- Cuando la tecnología no es tangible, es decir, se vincula con la administración o la planificación.
- c) Tecnología dura- Grupo de tecnologías técnicas que se utilizan para producir materiales, máquinas, entre otros elementos.
- d) Tecnología flexible- Se combinan materiales, conocimientos y todo tipo de herramientas con la finalidad de elaborar otros productos o servicios.
- e) Tecnología fija- No sufren cambios ni modificaciones excepto cuando existe una mejora para aumentar su rendimiento.
- f) Tecnología de operación- Se obtiene cuando las técnicas y procesos tecnológicos evolucionan a través del tiempo.
- g) Tecnología equipo- Contiene los procedimientos tecnológicos que se utiliza en distintas industrias de fabricación, investigación o desarrollo.
- h) Tecnología producto- Combina conocimientos y herramientas que combinadas conllevan a la creación y desarrollo de un producto o servicio.

El desarrollo tecnológico requiere de innovación constante, mediante la innovación se puede mejorar procesos de análisis y predicción de negocios, desarrollar nuevos productos, mejoras en los procesos de logística, producción, automatización, control de calidad y marketing por lo cual Jemala (2021) señala que las tecnologías modernas reemplazarán gradualmente puestos de trabajos convencionales.

### *1.5.2 Tecnologías de la Información y Comunicación.*

En su obra publicada, Belloch (2012) presenta una definición clara y precisa de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Según el autor, estas se refieren a una amplia gama de recursos y herramientas tecnológicas que permiten el

almacenamiento, recuperación, procesamiento y comunicación de la información, todo ello a través del uso de instrumentos electrónicos. Entre estos instrumentos se incluyen dispositivos como computadoras, teléfonos móviles y *tablets*. Cabe destacar que, en la actualidad, las computadoras son los dispositivos más representativos de las TIC debido a su capacidad para ejecutar diversas aplicaciones informáticas y proporcionar al usuario una experiencia altamente versátil.

En el año 2019, se produjo la aparición del virus conocido como Covid-19, desatando una pandemia sin precedentes que afectó a todos los países del mundo. Con el objetivo de controlar la propagación de la enfermedad, se adoptaron medidas drásticas como el distanciamiento físico y, en algunos casos, la cuarentena obligatoria. Como resultado, el comportamiento y los hábitos de consumo de las personas experimentaron un cambio significativo. Con el transcurrir del tiempo cambió la manera de aprender, trabajar, realizar reuniones, aprendizaje y sobre todo sus métodos de compras lo cual dio como resultado un crecimiento acelerado en el uso de componentes tecnológicos (Vargo et al., 2021).

### *1.5.3 Tecnología en el sector empresarial.*

En el ámbito empresarial, la presencia de la tecnología es considerada una ventaja competitiva que brinda a una determinada organización obtener mayores beneficios en el mercado de tal manera que en la actualidad diversas organizaciones muestran interés en la adquisición de tecnología (Vargas & Alcántara, 2020). Por otro lado, los autores concluyen que la adquisición e implementación de la tecnología en organizaciones influye positivamente brindando beneficios como desarrollo de habilidades de comunicación y desarrollo de estrategias para incrementar la competitividad en el mercado.

### *1.5.4 Tecnología en el sector educativo.*

Por otro lado, se busca modelos eficientes de aprendizaje que permitan una participación más activa por parte de los estudiantes. Actualmente, la tecnología está cambiando el

modelo educativo y el acceso a la información que en su mayoría se encuentra disponible en Internet convirtiéndola en libre y de fácil acceso (Criollo et al., 2021) .

A su vez, Criollo (2021) indica que el uso de tecnología y aprendizaje móviles son necesarios en los sistemas de educación modernos que están compuestos por las instituciones educativas, profesores y estudiantes.

## 2. DIAGNÓSTICO DE LA INDUSTRIA TECNOLÓGICA

Según menciona Astudillo (2020), a pesar de que la pandemia del covid-19 generó una profunda crisis económica, esto representó una oportunidad para las empresas locales vinculadas con tecnología, especialmente las empresas desarrolladoras de *software*.

El autor menciona en su publicación que las empresas relacionadas al comercio electrónico y botones de pago tendrán un significativo crecimiento debido a la nueva normalidad que generó la pandemia. Al mismo tiempo menciona que la demanda de soluciones tecnológicas también tuvo un crecimiento en áreas como recursos humanos, contabilidad, salud e incluso educación por lo que representa una inmensa oportunidad para nuevos emprendimientos y otros negocios que se consolidaron.

De acuerdo con Astudillo en el año 2019 el comercio electrónico en Ecuador generó ventas con un total de USD 1600 millones, en el 2020 superó los USD 2000 millones, por lo cual, concluye que se trata de un crecimiento muy importante debido a que es un sector no tradicional que creció significativamente, sin embargo; otros sectores tradicionales como turismo, entretenimiento o pasajes aéreos redujeron su actividad.

Ecuador importa artículos tecnológicos como computadores desde diferentes países siendo los principales China con un 54,86%, Estados Unidos con un 31,48% así como también desde México y Panamá con un porcentaje menor que los países previamente mencionados (The Atlas Of Economic Complexity, 2020).

### 2.1 Análisis PESTEL

De acuerdo con Amador (2022), un análisis PESTEL es un técnica que permite descubrir y posteriormente evaluar oportunidades o amenazas en factores relacionados al macro entorno que pueden alterar un negocio en la actualidad o en tiempo futuro. Con los resultados obtenidos del análisis es probable tener una mejor visión del entorno de una empresa para posterior desarrollar estrategias, innovar productos o servicios y tomar decisiones óptimas para el beneficio de una organización.

El análisis PESTEL está compuesto por seis factores externos tales como Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales. Finalmente concluye que la información que ofrece el análisis del macro entorno es de gran importancia para cualquier empresa (Kotler & Keller, 2006).

Para que una estrategia empresarial tenga éxito no solo se debe conocer los factores internos de una empresa también es importante conocer los factores externos que puedan afectar a una empresa a su vez se deben conocer las oportunidades que se pueden presentar y aprovecharlas para aumentar el rendimiento por tal razón se desarrolló la matriz EFE (Shum, 2018). Esta matriz es una herramienta útil para analizar factores externos que afectan el crecimiento y expansión de una empresa. Su objetivo consiste en identificar y evaluar factores externos para formular estrategias efectivas para aprovechar oportunidades y minimizar riesgos. Para realizar la matriz se elabora una lista de oportunidades y amenazas que consisten en factores externos (entre 10 y 20) que pueden afectar a un negocio, posteriormente se asignan valores de acuerdo a la importancia de cada factor, la sumatoria de los valores mostrarán un total de 1 (2immarketing, 2022).

Al asignar una clasificación los valores corresponden de 1 a 4 siendo 1 la menor clasificación y 4 la mayor de acuerdo a la eficacia de la empresa para afrontar dichos factores. Finalmente se multiplica el peso de los factores por la clasificación asignada y se realiza la sumatoria de cada factor.

### *2.1.1 Factores Políticos*

La corrupción representa un gran problema para Ecuador, esta práctica carente de ética ha aparecido con la mayoría de los gobernantes. Sin embargo, en el 2023 el gobierno ecuatoriano atraviesa graves acusaciones de corrupción que involucran al presidente de la república y su círculo social y familiar (Mella, 2023). Por lo cual, opaca la confianza de los ciudadanos y produce incertidumbre en inversionistas extranjeros debido a la inestabilidad política del país.

Según Torres & Alarcón (2017), en Ecuador, la corrupción puede ser identificada en instituciones tanto públicas como privadas, debido a la presencia de una gestión administrativa inadecuada. Esta situación se traduce en la falta de aplicación de principios

éticos, responsabilidad, transparencia y coherencia en los procesos financieros y administrativos, lo que obstaculiza la capacidad de tomar decisiones óptimas y oportunas. Este fenómeno afecta negativamente a la sociedad en general y requiere de acciones concretas para su erradicación.

Ecuador ha tenido una larga historia política de golpes de estado y disturbios civiles sin embargo, en las últimas décadas el régimen constitucional se ha consolidado por lo que se ha definido un sistema político con mayor apertura a los derechos ciudadanos generando una tendencia democrática en la población (Ayala, 2008).

### *2.1.2 Factores Económicos*

El Ecuador ha establecido acuerdos comerciales con otros países de la región, según el Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca (2021), el país posee diversos acuerdos internacionales siendo los más relevantes el Acuerdo de Integración Subregional Andino conformado por los países de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela celebrado en el año 1969, Acuerdo Comercial Ecuador – Unión Europea en el año 2016, Acuerdo con Reino Unido en el año 2019, entre otros. Adicional de acuerdo con Cuba (2023) en su artículo menciona que durante el año 2023, Ecuador iniciará negociaciones de acuerdos de libre comercio con Canadá, Panamá, República Dominicana y Singapur.

El 29 de enero del año 2000 el país adoptó el dólar como moneda oficial debido a la súper inflación que presentó su moneda propia denominada sucre.

En cuanto al impacto de la adopción de la dolarización en el Ecuador, se ha observado que ha sido un factor positivo en la lucha contra la indisciplina fiscal y ha contribuido a la estabilización de los precios. Además, ha generado un aumento en el poder adquisitivo de los ciudadanos y ha facilitado la planificación financiera en el sector privado. Asimismo, se ha identificado que la dolarización ha incidido en la reducción de los niveles de pobreza y ha generado condiciones propicias para la inversión y el crecimiento en el país (Avellán, 2023). En este sentido, se puede afirmar que la adopción de la dolarización ha tenido un impacto positivo en la economía ecuatoriana y ha sentado las bases para un desarrollo sostenible en el futuro.

Sempértegui (2023) en su artículo menciona que el Banco Central prevé que durante el año 2023 la economía ecuatoriana tendrá un crecimiento aproximado de 3,1% resultando ser una cifra superior al promedio en la región de América Latina no obstante, el Fondo Monetario Internacional pronostica cifras similares de crecimiento pero también advirtió acerca una posible recesión mundial que afectará en gran medida a países en desarrollo.

Por último, durante el año 2022 las importaciones no petroleras en el Ecuador se recuperaron a raíz del crecimiento en la actividad económica producto de la eliminación de restricciones y prohibiciones impuestas debido a la pandemia global de tal manera se estimó una tendencia de 9,8% mostrando un incremento en los rubros de importaciones (Ministerio de Economía y Finanzas, 2022).

### *2.1.3 Factores Sociales*

De acuerdo con la publicación de Mora (2023) en el diario El Mercurio, Ecuador atraviesa una situación alarmante debido al alto índice de criminalidad a su vez menciona que de acuerdo a cifras del Observatorio Ciudadano de Seguridad Integral, Ecuador finalizó el año 2022 con 4539 homicidios, esta cifra con respecto al año 2021 representa un incremento de 114%. La tasa de homicidios es la más alta en la historia del país y menciona que el alto nivel de criminalidad es el resultado de deficientes políticas públicas junto con el fraccionamiento del estado y su incapacidad de actuar de manera coordinada.

Por otro lado, con las cifras proporcionadas por el INEC, durante el mes de febrero del año 2023 el empleo adecuado representó un 32,9% es decir solo 33 de cada 100 personas en Ecuador poseen un empleo adecuado es decir personas durante el mes trabajan 40 horas o más percibiendo ingresos iguales o superiores al salario básico a su vez el subempleo representó el 21,6%, el empleo no pleno con 30,4%, el empleo no remunerado con 11% y finalmente el desempleo alcanzó una tasa de 3,9% (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador, 2023).

En junio del año 2022 se realizó la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (INEC, 2022), donde se exhibieron los resultados de pobreza y desigualdad. Los resultados muestran que la pobreza por ingresos a nivel nacional se ubica en 25%, la pobreza urbana 16,7% y la pobreza en el área rural consta de 42,9%. Se refiere a pobreza

por ingreso cuando el ingreso per cápita familiar se encuentra por debajo de la línea de pobreza.

De tal manera se obtuvieron datos de pobreza extrema, a nivel nacional consta de 10,7%, en el área urbana 16,7% y finalmente en el área rural es de 22,7% , especialmente en las zonas rurales (INEC, 2022).

Ecuador posee una población joven y en edad de trabajar, estos factores podrían impulsar el consumo dentro del territorio nacional. Ecuador comenzó el año 2023 con una población de 18 millones de ciudadanos en todo su territorio nacional de tal forma, las personas mayores de 15 años que se encuentran en edad de trabajar representa el 71,2% de la población total, mientras que el 96,1% de la población económicamente activa posee un tipo de empleo es decir trabajos asalariados, independientes y no remunerados(Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador, 2022).

#### *2.1.4 Factores Tecnológicos*

En el año 2016 se aprobó el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, con el fin de regular y fomentar la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la innovación en el país. A pesar de ello, en la actualidad, la inversión en ciencia y tecnología sigue siendo insuficiente para alcanzar los objetivos planteados por esta normativa (Espín, 2020). A nivel mundial la inversión promedio para investigación y desarrollo representa el 2% del Producto Interno Bruto sin embargo durante el año 2020 Ecuador destinó solo el 0,47% del PIB lo que significa que el país está bastante retrasado comparado con otros países de la región.

El acceso a conocimiento y educación mediante Internet son pilares fundamentales para mejorar el nivel de productividad, oportunidades de empleo y el crecimiento económico de un país. Como resultado, la reducción de la brecha digital se ha convertido en una prioridad gubernamental para mejorar la calidad de vida de las personas y empresas (Sempértegui, 2022). Sempértegui menciona en su artículo que de acuerdo a cifras del INEC, el 29,3% de la población ecuatoriana mayor a cinco años de edad no tienen acceso a internet provocando que esta población se encuentre en situación de desigualdad en la sociedad.

Debido a la mejora continua de las tecnologías informáticas diversas entidades públicas o privadas de diferentes sectores económicos del país utilizan sistemas informáticos que buscan simplificar actividades repetitivas con el fin de optimizar el tiempo y los recursos. Por otro lado, existe una brecha digital en las empresas ya que de toda la matriz productiva de Ecuador el 80% corresponde a micro y pequeñas empresas. De acuerdo a un estudio realizado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador concluye que dichas empresas son las que menos tecnología incorporan (Sempértegui, 2022).

### *2.1.5 Factores Ecológicos*

Ecuador cuenta con una gran variedad de ecosistemas por lo cual, es uno de los veinte países mega diversos del mundo. La gran diversidad del país es el resultado de su ubicación privilegiada en el ecuador del planeta, la presencia de la cordillera de los Andes y las corrientes oceánicas en sus costas de tal manera el país se divide en cuatro zonas geográficas denominadas costa, sierra, amazonia y las islas galápagos (INABIO, 2020).

Según el Instituto Nacional de Biodiversidad (2020), la deforestación y la falta de prácticas sostenibles en los patrones de producción y consumo son dos de las principales amenazas que ponen en riesgo la biodiversidad en Ecuador. Adicional, se suma el debilitamiento de los sistemas de control y la ausencia de políticas a largo plazo para fomentar cambios significativos en el modelo de desarrollo.

La expansión urbana, la explotación de recursos naturales, la contaminación de ríos, la pobreza, la migración humana, el turismo no planificado, la introducción de especies invasoras y la agricultura y silvicultura extensiva son otros factores que contribuyen al deterioro del patrimonio biológico del país.

A pesar de ser un país mega diverso, existen múltiples factores que hacen a Ecuador un país propenso a sufrir desastres naturales, tales como su ubicación geográfica y los efectos del cambio climático que intensifican los impactos de fenómenos como inundaciones, intensas lluvias, sequías, incendios forestales, deslizamientos de tierra y terremotos. Además, Ecuador se caracteriza por su alta actividad sísmica y volcánica, cabe mencionar que entre 2017 y 2020 se registraron 113 erupciones volcánicas, 4157 deslizamientos de tierra y 1461 inundaciones (Zambrano, 2023).

### 2.1.6 Factores Legales

Con la finalidad de obtener mayor cantidad de recursos económicos, el gobierno dispuso implementar barreras arancelarias a ciertos artículos importados así, como el pago de tributos fijos como el 12% relacionado con el Impuesto al Valor Agregado o Fodinfra que representa un 0,5%.

Durante el año 2021 Ecuador decidió eliminar barreras al comercio internacional por tal razón de acuerdo al análisis elaborado por *Property Rights Alliance* con relación al índice de barreras al comercio internacional, Ecuador por se ubicó en el puesto cuarenta entre noventa países analizados (Ekos, 2021). El gobierno redujo aranceles a productos importados tales como máquinas para torneear, componentes de computación, videocámaras, entre otros insumos.

Finalmente, Ecuador innovó en la creación de un nuevo tipo de compañía denominada SAS o Sociedad por Acciones Simplificada. Este tipo de compañía se forma mediante una o varios accionistas sean personas naturales o jurídicas a través de un trámite simplificado y sin costo y sin la necesidad de contar con un monto mínimo de capital. El objetivo de este tipo de compañías es el de impulsar la economía mediante formalizar emprendimientos (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2021).

En conclusión, Ecuador posee una biodiversidad única que ofrece un gran potencial para el desarrollo económico y turístico. Sin embargo, el país enfrenta una serie de desafíos que afectan su estabilidad y capacidad para hacer negocios. La falta de preocupación del Estado en el ámbito de investigación y desarrollo tecnológico hace que el país se estanque con relación a países de la región, la corrupción, el crimen, la pobreza y el desempleo son otros factores que deben ser abordados para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y promover el crecimiento económico sostenible.

A pesar de estos desafíos, el país ha logrado avances notables en la reducción de aranceles y la atracción de inversión extranjera, Adicional Ecuador posee una población joven en su mayoría de tal manera va a existir un ambiente de consumo y de trabajo lo que sugiere un futuro prometedor si se implementan políticas adecuadas y se toman medidas efectivas para abordar los problemas existentes.

## 2.2 Análisis PORTER

El análisis Porter también conocido como las cinco fuerzas de Porter es una teoría formulada por el profesor e ingeniero Michael Porter perteneciente a la escuela de negocios de Harvard durante el año 1979. Según Costa (2018), Michael Porter diseñó un análisis que se basa en la teoría económica permitiendo evaluar la competencia empresarial mediante las cinco fuerzas (amenaza de los competidores, amenaza de los nuevos productos, poder de negociación con los proveedores, poder de negociación con los consumidores y finalizando con la rivalidad entre competidores).

Los resultados obtenidos del análisis Porter permiten a los altos mandos de empresas afrontar mediante el uso de estrategias los factores externos que afectan el éxito a largo plazo de las empresas así como también superar a sus competidores (Donawa & Morales, 2018).

### 2.2.1 Amenaza de competidores

Según el portal periodístico Primicias, durante el año 2022 las ventas de artículos mediante comercio electrónico registraron la cifra de USD 3,900 millones sin embargo se estima que para el año 2025 la cifra crezca alcanzando los USD 6,139 millones. La venta de artículos tecnológicos aparece como la categoría más vendida mediante *e-commerce* con una cifra de 3,9 millones de compradores (Coba, 2022).

Las cifras representan una clara oportunidad de negocio, sin embargo, de acuerdo con investigaciones realizadas se ha determinado que en Ecuador existe gran número de competidores en el área de venta de tecnología tanto grandes empresas como Point, Novicompu, Artefacta que cuentan con tiendas físicas en distintos puntos del país y por otro lado se encuentran Pymes y personas naturales que venden sus productos mediante *e-commerce* desarrollando sus propias páginas web o contando con páginas web intermediarias como el caso de mercadolibre.com o Marketplace en Facebook.

### *2.2.2 Amenaza de nuevos productos*

La tecnología ha evolucionado en los últimos años, la industria tecnológica ha innovado y rediseñado propiedades en sus artículos buscando aumentar la utilidad y desempeño con la finalidad de mejorar la productividad para el usuario. Cada vez es más frecuente que se lance al mercado productos tecnológicos con mejores procesadores, pantallas de mejor resolución, baterías más duraderas e incluso unidades de almacenamiento más rápidas y confiables (Enter.co, 2020).

Méndez (2022) en su artículo publicado en el Diario El Tiempo menciona que nuevos dispositivos tecnológicos son lanzados al mercado con mayor frecuencia debido al avance de la tecnología, esto se ve reflejado en la cantidad de nuevos modelos de dispositivos como teléfonos inteligentes, *tablets* y computadoras que incluso cuentan con inteligencia artificial.

### *2.2.3 Poder de negociación con proveedores*

Para realizar la actividad de importación se requiere diversas actividades como proveedores de tecnología, proveedores de transporte internacional, operadores de aduana y servicio de transporte interno por lo que se cuenta con gran variedad de proveedores.

En el aspecto tecnológico, debido a la existencia de demanda por parte de los consumidores también existe gran cantidad de proveedores de productos tanto a nivel nacional como internacional por lo cual, al momento de negociar los precios de los productos son similares sin embargo, según Rocha (2023) escoger un proveedor adecuado es una decisión importante que podría afectar el éxito del negocio en un largo plazo.

Adicionalmente, con respecto a proveedores de servicios logísticos, existen un gran número de operadores logísticos en el país que ofrecen servicio de transporte internacional, nacionalización en aduana y transporte interno, de acuerdo con investigaciones propias encontramos a empresas proveedoras del servicio de logística como Torres y Torres, Laarcourier, Siat, entre otros sin embargo los precios varían de acuerdo al tipo de importación o al lugar de origen de mercadería por lo cual

las empresas optan por elegir al operador que ofrezca mayores beneficios a menores precios (Juárez, 2023).

#### *2.2.4 Poder de negociación de consumidores*

Primicias (2022) menciona que en el Ecuador durante el año 2022 los consumidores gastaban por cada compra tecnológica un promedio de USD 356 adicionalmente los consumidores desarrollaron hábitos nuevos hábitos de compra en línea por lo cual ahora cuentan con catálogos en donde existen variedad de productos con toda la información correspondiente, detalles de métodos de envío, políticas de garantía e incluso métodos seguros de pago.

En conclusión, los consumidores tienen un alto poder debido a que pueden elegir comprar en cualquier lugar existente sea físico o en línea por lo cual, se debe contar con precios competitivos y con tecnología vanguardista.

#### *2.2.5 Rivalidad entre competidores*

La competitividad de una organización se reduce conforme aumenta el número de empresas que brindan productos y servicios parecidos en el mercado (Santander Universidades, 2022).

En Ecuador existe una alta rivalidad entre competidores debido a que las empresas o Pymes ofrecen a sus clientes productos con características similares sin embargo lo que varía entre empresas es el precio de los productos por lo cual, se debe poner énfasis en estrategias adecuadas enfocadas a largo plazo y posicionamiento de marca.

**Tabla 1. Matriz EFE**

Matriz EFE (Evaluación de Factores Externos)			
Factor crítico externo	Peso	Clasificación	Puntuación
Oportunidades			
Tratados comerciales	0,06	3	0,18
Economía dolarizada	0,07	2	0,14
Población joven	0,07	2	0,14
Tendencia en compras en línea	0,07	4	0,28
Digitalización de Pymes	0,06	4	0,24
Diversidad	0,04	2	0,08
Ubicación geográfica	0,05	2	0,10
Reducción de tributos aduaneros	0,06	3	0,18
Optimización en tramites	0,06	3	0,18
Subtotal Oportunidades			1,52
Factor crítico externo	Peso	Clasificación	Puntuación
Amenazas			
Corrupción	0,04	2	0,08
Estabilidad política	0,05	2	0,10
Nivel de inversión	0,05	3	0,15
Crimen	0,05	2	0,10
Desempleo	0,05	3	0,15
Carencia en Investigación y desarrollo	0,05	3	0,15
Desconocimiento de la tecnología	0,06	3	0,18
Impuesto a salida de divisas	0,05	2	0,10
Barreras arancelarias	0,06	2	0,12
Subtotal Amenazas			1,13
Total	1		2,65

El resultado de la matriz demuestra que la industria posee capacidad media alta en afrontar las oportunidades y amenazas así también, muestra que el valor total de las oportunidades es mayor que el total de las amenazas demostrando que el entorno externo es favorable.

Los factores con mayor peso dentro del grupo de las oportunidades son la tendencia de realizar compras en línea, el proceso de digitalización que están realizando las Pymes, la reducción de tributos aduaneros en ciertos artículos tecnológicos como computadoras portátiles y la optimización tanto en trámites aduaneros, así como reducción de tramites al momento de conformar una compañía.

Sin embargo, dentro del grupo de las amenazas, los factores con mayor puntuación que pueden afectar a la industria se encuentra el desconocimiento de cierto número de población acerca de las tecnologías existentes y los beneficios que se pueden obtener, el nivel de inversión de empresas nacionales e internacionales en el sector tecnológico y la carencia por parte del país para invertir en programas de investigación y desarrollo tecnológico.

### **3. PROPUESTA**

#### **3.1 Análisis de mercado**

En el artículo publicado por Primicias (2021), se menciona cómo la pandemia del covid-19 ha actuado como catalizador de la cuarta revolución industrial, de tal manera, la adquisición y uso de dispositivos tecnológicos especialmente de computadoras portátiles ha incrementado. Según lo señalado por el profesor investigador de la UISEK *Business School* y consultor empresarial, Andrés Albuja. El profesor señala que el aumento en la demanda de dispositivos tecnológicos no se debe únicamente a la implementación de la teleeducación y el teletrabajo, sino también a otros cambios de hábitos en los consumidores como el comercio electrónico, la telemedicina y el avance en la tecnología financiera.

Adicional, en el artículo menciona que de acuerdo con Patricio López, administrador de Computron en Quito, durante el año 2021 para que los estudiantes puedan asistir a clases virtuales sus representantes optaron por adquirir computadoras portátiles debido a que se pueden realizar más actividades y además cuentan con mayor conexión; por otro lado, menciona que el precio de las computadoras portátiles varían desde los USD 400 las más básicas hasta los USD 3000 las más sofisticadas (Primicias, 2021).

De acuerdo con los datos del Banco Central del Ecuador (2022) a junio del año 2022, a nivel nacional el promedio del ingreso del hogar fue de USD 869, el área urbana representó USD 988 y en el área rural fue de USD 616.

Según datos abiertos del Ministerio del Trabajo en la provincia de Pichincha en el mes de abril de 2023 existen 308.471 contratos vigentes es decir contratos en los que los trabajadores están prestando sus servicios; por otro lado, existen 83.385 contratos registrados en la modalidad de teletrabajo (Ministerio del Trabajo, 2023).

#### **3.2 Mercado objetivo**

Estaba planificado durante el año 2020 realizar el censo nacional que se realiza cada diez años en todo el territorio nacional; sin embargo, la llegada de la pandemia tuvo como

consecuencia el retraso de la realización del censo. Por otro lado, hasta el primer semestre del año 2023 no se cuenta con resultados oficiales acerca de la cifra exacta de la población en Ecuador. Sin embargo, en el repositorio del INEC (2010) se pueden encontrar cifras de proyecciones poblacionales a nivel nacional desde 2010 hasta 2020.

Para el año 2020 se estimó que el número de personas en la provincia de Pichincha que se encuentran en el rango de edad perteneciente a la población económicamente activa (personas mayores a 15 años) sería de 2.386.768 ciudadanos.

De acuerdo con las cifras del INEN (2023), durante el año 2022, en la provincia de Pichincha, se observó que el 48,2% de la población económicamente activa tenía empleo adecuado, mientras que el 19,2% se encontraba en situación de subempleo y el 19% contaba con empleo no pleno. Estos resultados revelan que el 86,4% de la Población Económicamente Activa en la provincia de Pichincha cuenta con algún tipo de empleo que le proporciona ingresos económicos.

El mercado objetivo de este proyecto se centra en individuos pertenecientes a la provincia de Pichincha, que forman parte de la población económicamente activa, ocupan empleos y disponen de ingresos económicos correspondientes a los estratos de clase media y alta.

### **3.3 Investigación de mercado**

Según Casas (2003) el método de la encuesta se emplea extensamente en investigación debido a su capacidad para adquirir y procesar información de manera eficiente y ágil. Adicionalmente, este método de investigación presenta diversas ventajas, entre las cuales destacan su capacidad para realizar aplicaciones a gran escala y recopilar datos importantes sobre una amplia gama de temas simultáneamente.

No obstante, también menciona que para realizar una encuesta se sugiere seguir una estructura ordenada y precisa con el fin de obtener datos precisos. De tal manera, la estructura utilizada en la presente investigación consta de los siguientes enunciados.

### 3.3.1 Identificación del problema

Con el fin de desarrollar estrategias de marketing efectivas y satisfacer las demandas del mercado, se necesita conocer información precisa sobre cómo la población selecciona y adquiere laptops, así como marcas preferidas, características técnicas, canales de compra preferidos y factores de influencia en su decisión de compra. Por lo tanto, se plantea la necesidad de llevar a cabo una investigación para conocer a fondo las actitudes y comportamientos de los consumidores en relación al uso y adquisición de laptops en la provincia de Pichincha.

### 3.3.2 Selección de la muestra

La investigación posee la característica de ser un muestreo aleatorio estratificado es decir la población se subdivide en grupos reducidos llamados estratos (Casas et al., 2003) por tal razón, se seleccionó a la población compuesta por las personas que pertenece a la provincia de Pichincha y que se encuentran en el rango de edad que pertenece a la Población Económicamente Activa, se puede revisar los datos detallados en el anexo A.

De acuerdo con la plataforma digital especializada en encuestas SurveyMonkey (2023), para realizar el cálculo muestral se debe tener en cuenta ciertos términos como el tamaño de la población, el margen de error que se refiere al porcentaje de error en el muestreo y el nivel de confianza del muestreo una cantidad en porcentaje que muestra cuan confiable es la población seleccionada.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula aritmética en donde N se refiere al tamaño de la población, para el margen de error se utiliza e y z se refiere a la puntuación z que se refiere a la desviación estándar.

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 * p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 * p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Fórmula para cálculo muestral

Tras considerar todas las variables y realizar los cálculos correspondientes, se determinó que se deben realizar un total de 385 encuestas. Los datos específicos se encuentran detallados en el anexo B.

### *3.3.3 Diseño del cuestionario*

Se requirió conocer información del consumidor por lo cual se establecieron diferentes variables como género, edad, localización, ingresos familiares mensuales, percepción de precios, gustos, preferencias del consumidor, así como también hábitos de consumo. El objetivo del cuestionario es convertir las variables en preguntas que al ser respondidas por el público puedan brindar información clara y cuantificable para su posterior análisis e interpretación.

Al investigar acerca de la variable de ingresos económicos de la población, de acuerdo con el artículo del diario La Hora (2021) de cada 10 ecuatorianos con algún tipo de empleo, cinco ganan 500 USD o menos de tal manera menciona que dentro de la economía se pueden diferenciar diversas clases económicas: Indigente con ingresos familiares mensuales que no superan los 160 USD, Pobre con ingresos mensuales entre 161 USD y 321 USD, un nivel ubicado entre la clase media baja y pobre y contiene al 41% de las familias ecuatorianas con ingresos mensuales entre 322 USD y 802 USD, clase media baja con ingresos entre 803 USD a 1605 USD, clase media alta 1606 USD a 4012 USD y finalmente la clase acomodada de la que forman parte dos de cada cien familias con ingresos familiares mensuales superiores a los 4013 USD.

Para determinar la variable de percepción de precios por parte del consumidor, Guerrero (2021) menciona información acerca del modelo Van Westendorp, es un modelo que permite el cálculo óptimo de precios para los diferentes productos o servicios mediante la formulación de cuatro preguntas a los clientes. El cálculo del precio es importante ya que es una de las variables más influyentes en la decisión final de compra, por lo que es esencial definir una estrategia de precios adecuada para alcanzar un equilibrio entre precios atractivos y rentables.

La encuesta cuenta con preguntas cerradas es decir existen opciones definidas para la elección, preguntas de elección múltiple en donde pueden elegir diversas opciones y

preguntas abiertas en donde el encuestado tiene libertad para contestar de acuerdo con su opinión.

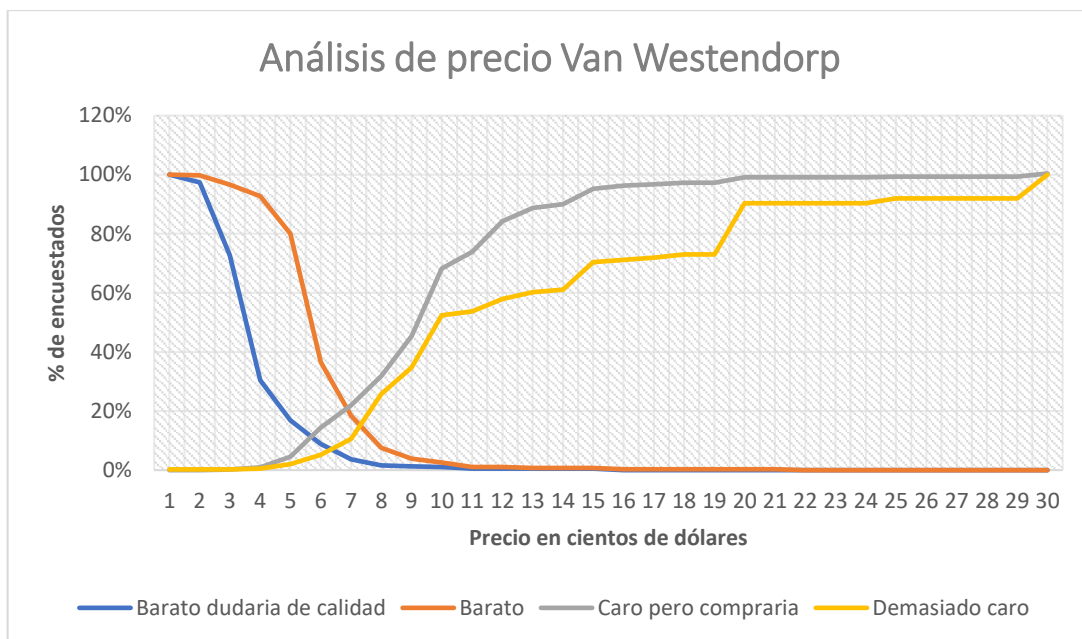
#### *3.3.4 Organización del trabajo de campo*

Al ser una encuesta digital sus métodos de difusión son principalmente a través de internet mediante foros y redes sociales principalmente Reddit, WhatsApp, e Instagram, así como también mediante correo electrónico.

Por otro lado, también se cuenta con la difusión mediante afiches en donde consta el código QR del enlace de la encuesta digital en las carteleras de diferentes facultades de la Universidad Católica del Ecuador sede Quito.

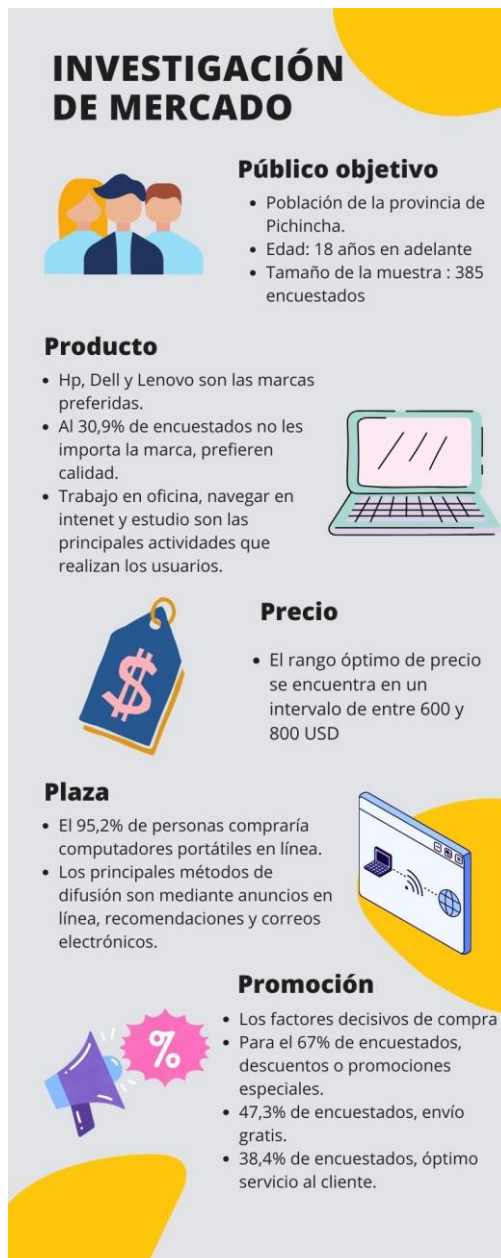
#### *3.3.5 Obtención y análisis de datos para finalmente interpretar los resultados*

Al momento de realizar el análisis de las respuestas, se determinó la percepción de los consumidores con respecto al precio de las computadoras portátiles. Mediante el análisis de los valores cuantitativos y utilizando el modelo Van Westendorp se determinó que el rango de dinero que los usuarios están dispuestos a pagar se encuentra en el intervalo de 600 USD hasta los 800 USD.



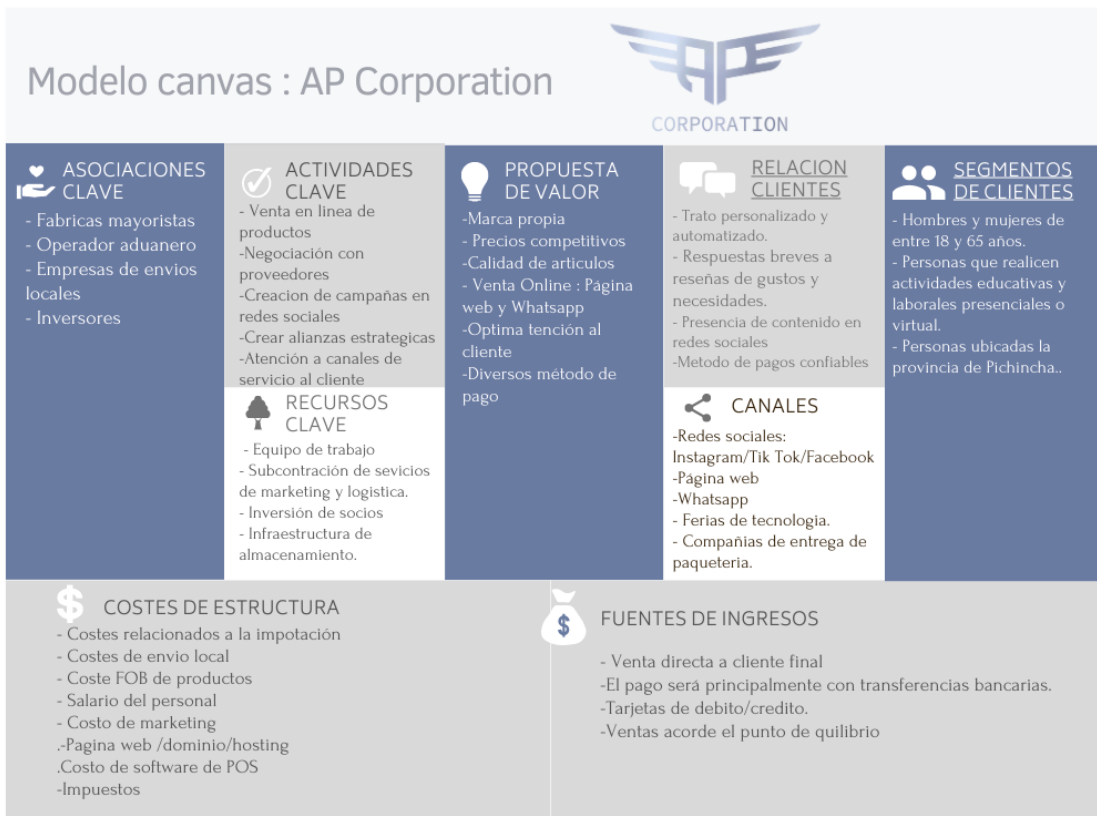
**Figura 1.** Análisis de precio Van Westendorp.

El análisis de la encuesta permite conocer información cualitativa y cuantitativa acerca de los gustos, preferencias y hábitos de consumo del público objetivo de tal manera, en la figura 2 se observa información puntual que servirá al momento de planificar estrategias empresariales. Sin embargo, los resultados totales de la encuesta se los puede revisar en el anexo C.



**Figura 2.** Infografía con resultados de la encuesta.

### 3.4 Modelo CANVAS



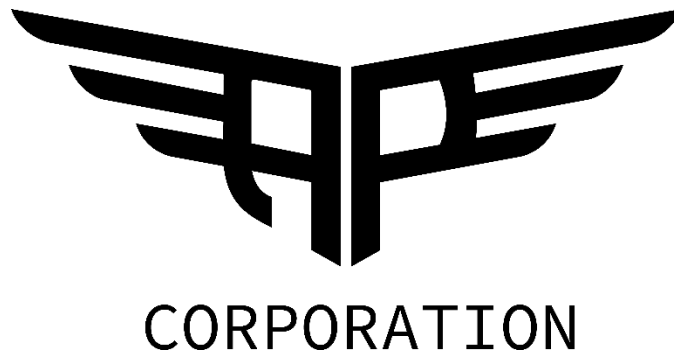
**Figura 3.** Modelo CANVAS

### 3.5 Filosofía empresarial

#### 3.5.1 Nombre

AP Corporation.

### 3.5.2 Logo



**Figura 4.** Logo

### 3.5.3 Misión

Satisfacer la necesidad de modernizar el estilo vida en cada hogar de la provincia de Pichincha, brindando soluciones innovadoras a través del uso de dispositivos electrónicos de calidad.

### 3.5.4 Visión

Para el año 2028, ser una tienda en línea a nivel nacional que se encuentre dentro del top 10 que sea reconocida por su capacidad de innovación, responsabilidad social y ética.

### 3.5.5 Valores

- **Integridad:** Actuar con honestidad, ética y transparencia en todas las interacciones con los clientes, proveedores y empleados.
- **Calidad:** Ofrecer productos tecnológicos de alta calidad y garantizar que cumplan con los estándares más altos para satisfacer las expectativas de los clientes.

- **Innovación:** Fomentar una cultura de innovación y creatividad, buscando constantemente nuevas formas de mejorar los productos, servicios y procesos comerciales.
- **Orientación al cliente:** Colocar al cliente en el centro de todas las decisiones y esfuerzos de la empresa, asegurando que se satisfagan sus necesidades y deseos de manera efectiva.
- **Responsabilidad social:** Comprometerse con prácticas empresariales socialmente responsables, como la igualdad de oportunidades, el respeto a los derechos humanos y la sostenibilidad ambiental.

### *3.5.6 Objetivos*

- **Liderazgo en el mercado:** En un periodo no mayor a cinco años ubicar a la empresa dentro de las 10 mejores empresas de venta en línea de computadoras portátiles a nivel nacional. Utilizando indicadores de rendimiento (KPI) como el nivel innovación, tasa de clics en el sitio web, servicio al cliente, optimización de tiempos con respecto a logística.
- **Excelencia en la experiencia del cliente:** Brindar un servicio al cliente excepcional, desde la navegación y facilidad de uso del sitio web hasta la entrega rápida y confiable de los productos en un tiempo no mayor a dos días, asegurando al menos la satisfacción del cliente del 90% mediante la respuesta rápida de sus inquietudes en un tiempo no superior a treinta minutos y reduciendo el tiempo que toma realizar la venta.
- **Responsabilidad social:** Contribuir positivamente a la sociedad y al medio ambiente a través de prácticas empresariales sostenibles como el reciclaje de artículos tecnológicos obsoletos con el objetivo de reciclar al menos cien kilogramos al año, reforestación de cincuenta árboles anuales para incrementar las áreas verdes, la reducción del uso de recursos como agua, electricidad, residuos y la promoción de la igualdad de oportunidades.

- Crecimiento y expansión: Expandir constantemente la presencia en el mercado nacional, explorando oportunidades para ampliar la oferta de productos y servicios, así como para llegar a nuevos segmentos de clientes. A partir del quinto año expandir las actividades de venta en línea a países vecinos como Perú o Colombia previo análisis de mercado.

### 3.5.7 Tipo de empresa

De acuerdo con la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (2021), el tipo de empresa denominado como Sociedad por Acciones Simplificada o SAS es un tipo de empresa que se forma con una o varias personas naturales o jurídicas a través de realizar un trámite simplificado y sin costo. Este tipo de empresa se creó con el objetivo de impulsar la economía nacional mediante la consolidación de emprendimientos.

La metodología *lean Startup* hace énfasis en la optimización de recursos y evitando el desperdicio, por lo cual, el tipo de empresa óptimo para el emprendimiento es constituir una SAS debido a los menores costos de constitución, se puede crear si se emprende solo, protege el patrimonio personal y tiene la capacidad de adaptación para diversas industrias.

Para realizar el proceso de creación de la SAS se debe contar con los siguientes requisitos:

**Firma electrónica:** Para cumplir con los requisitos de seguridad en línea y facilitar la firma de documentos digitales, requerirá el pago de 30,24 USD para obtener la firma electrónica. Esta herramienta permite la autenticación de identidad y la realización de transacciones seguras en entornos virtuales (Banco Central del Ecuador, 2022).

**Dispositivo token:** Se realizará un pago de 25 USD por motivo de la adquisición de un dispositivo token. Este dispositivo proporciona una capa de seguridad adicional al generar códigos de autenticación para proteger las transacciones electrónicas realizadas por la empresa.

Para llevar a cabo la constitución legal de la empresa bajo la forma de una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), se incurrirá en un gasto de 455,24 USD por motivo de la prestación de servicio de la firma legal Ulpik mediante internet los detalles se pueden

revisar en la sección de anexos. La SAS es una opción empresarial que simplifica los trámites y requisitos administrativos para la creación y gestión de la empresa.

Una vez constituida la compañía se procede a obtener un RUC mediante la presentación de requisitos establecidos a través de diferentes canales de atención ubicados a nivel nacional, cabe mencionar que la obtención del Registro Único del Contribuyente no tiene costo alguno y que es un trámite dirigido a personas naturales o jurídicas que pretendan iniciar alguna actividad comercial (Servicio de Rentas Internas, 2022).

**Tabla 2.** Gastos de constitución

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Ruc	\$ -
Firma electrónica	\$ 30,24
Dispositivo token	\$ 25,00
Constitución de SAS	\$ 400,00
<b>Total</b>	<b>\$ 455,24</b>

### 3.5.8 Organigrama



**Figura 5.** Organigrama inicial

**Fuente:** Aucancela (2023)



**Figura 6.** Organigrama proyectado a 3 años.

Debido a que se trata de una *startup* bajo la metodología *lean startup*, el concepto se refiere a reducir los costos de operación de la empresa sin reducir la calidad de tal manera que durante los primeros años de operación se requiere de personal reducido; por tal razón, se debe contar principalmente con personas con conocimientos en administración de empresas, negocios internacionales, logística y marketing.

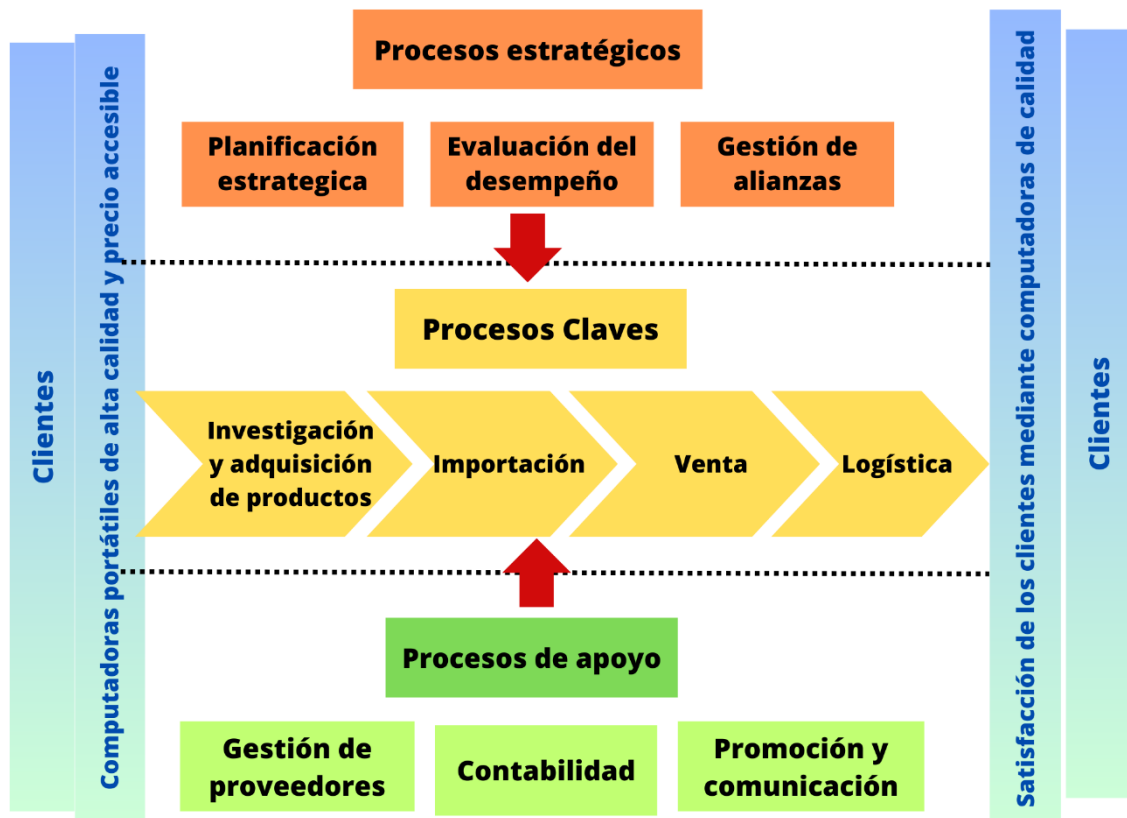
Al inicio del proyecto se designará a una persona que esté a cargo de las operaciones de *supply chain* y contabilidad mientras que un asistente administrativo se encargará de la mercadotecnia y las ventas. Por otro lado, se contará con servicios profesionales externos que brindaran soporte en temas de publicidad y contabilidad.

La junta de accionistas supervisará la labor del gerente asegurándose el cumplimiento de los objetivos empresariales a través de los KPI *Key Performance Indicators*.

Los servicios como la contabilidad y el marketing digital se realizarán mediante el apoyo de empresas externas que brinden el servicio, así como también el uso de un software de contabilidad que permita automatizar los procesos contables. Por tal razón la carga laboral

para el personal de la *startup* se enfocará en las operaciones vitales para el funcionamiento de la empresa.

### 3.5.9 Mapa de procesos



**Figura 7.** Mapa de procesos

Al diseñar el mapa de procesos se tomó en cuenta los principales procesos que se deben cumplir para una correcta ejecución de las operaciones de la empresa; por lo cual, inicialmente se requiere cumplir con las necesidades de los clientes. Los procesos estratégicos son llevados a cabo principalmente por el gerente y por la junta de accionistas.

Para los procesos de apoyo la gestión de proveedores es llevado a cabo por el gerente mientras que la contabilidad y la promoción y comunicación son realizadas

principalmente por las empresas externas que brindan servicio de contabilidad y marketing.

Finalmente, los procesos clave son conformados por la investigación y adquisición de productos actividades realizadas por el gerente, la importación de los artículos mediante la contratación de servicios de gestión aduanera, las ventas son realizadas de manera automática y mediante el responsable de ventas y finalmente la logística con el fin de obtener la satisfacción de los consumidores.

### **3.5 Diseño de la cadena de suministro**

Para empezar, Camacho (2012) define a la cadena de suministros como un flujo de procesos que tiene como finalidad la satisfacción del cliente final.

Cabe mencionar que la operación se realizará bajo el régimen de importación para consumo, el artículo 147 del Código Orgánico de Producción Comercio e Inversión (2019) menciona que, en este régimen aduanero, las mercancías importadas desde el exterior pueden circular libremente en el territorio con la finalidad de permanecer en dicha ubicación permanentemente una vez cancelados los valores correspondientes al proceso de importación.

Adicional se utilizará la categoría C modalidad de mensajería acelerada o Courier es decir se enviarán mediante transporte aéreo paquetes que tengan un peso máximo de cien kilogramos y hasta un límite de 5.000 USD.

Es importante mencionar que cada proceso se encarga de producir y elaborar una parte del producto a su vez, el producto elaborado añade valor al proceso y finalmente, al existir alguna falla en el proceso de la cadena de suministro, esta va a repercutir directamente en la entrega del producto final afectando la satisfacción del consumidor.

La cadena de suministro consta de diferentes procesos:

Investigación y adquisición de productos: Se realiza la investigación de productos y precios con diversos proveedores de tecnología localizados en los Estados Unidos. Posteriormente después de las respectivas negociaciones se realizan los pagos de las mercaderías para ser despachadas.

Transporte interno en el país de origen: La mercadería es recogida en la bodega del proveedor para ser enviada a las bodegas del operador logístico seleccionado.

Almacén del operador logístico internacional: La mercancía es despachada en las bodegas del operador logístico para ser consolidada y posterior ser enviada al país de destino.

Transporte aéreo internacional: La mercadería es transportada vía aérea al país de destino.

Aduana: Una vez arriba la mercadería al país, la Aduana del Ecuador realiza el respectivo control aduanero pudiendo ser de carácter intrusivo o no intrusivo con la finalidad de verificar la legalidad, origen, cantidad, valor, peso y clasificación arancelaria de las mercancías importadas (COPCI, 2019) sin embargo, el operador logístico se encarga totalmente de los trámites aduaneros.

Transporte interno local: Una vez liberada la mercadería, se transporta al almacén del operador logístico ya en el país de origen.

Almacén del operador logístico nacional: Dentro del almacén del operador logístico se verifica las características de la mercadería como cantidades y peso.

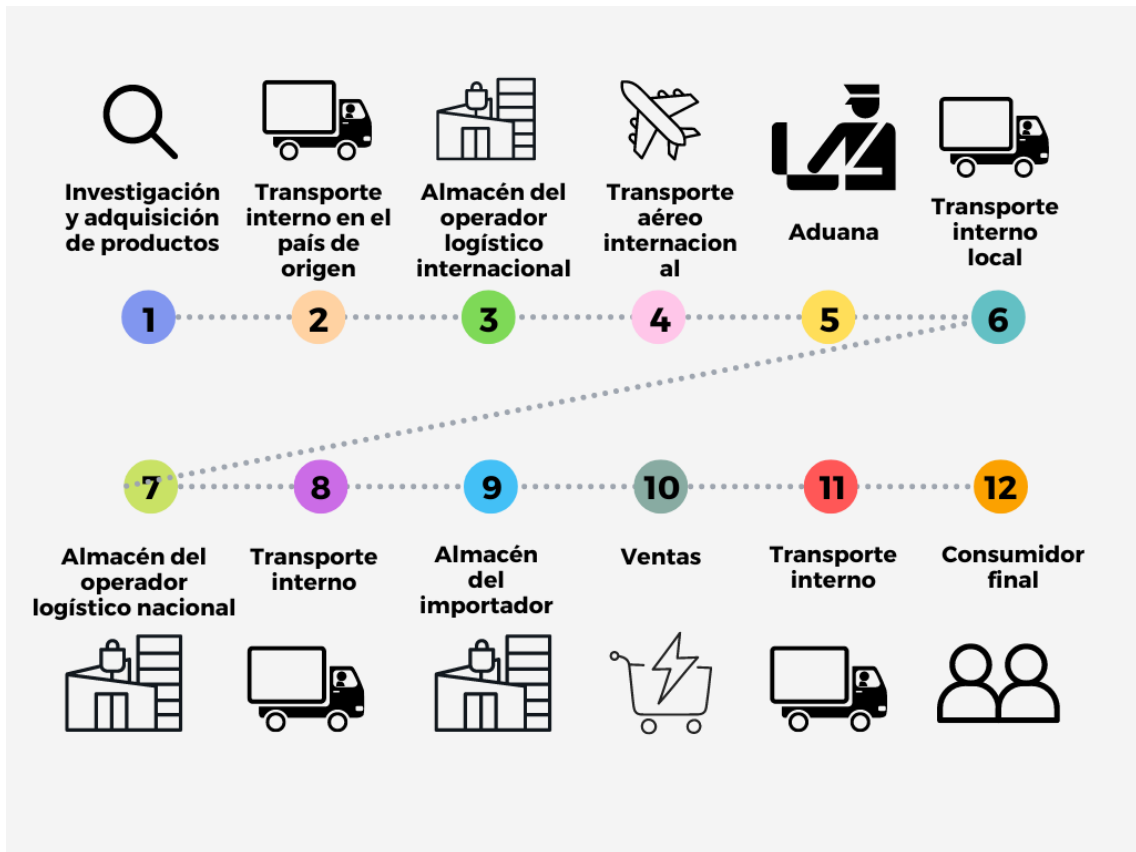
Transporte interno: Al cancelar los valores por motivo de los servicios del operador logístico, se envía la mercancía al importador.

Almacén del importador: La mercadería es finalmente entregada al importador para ser ingresada al lugar de almacenaje y a su sistema de inventarios.

Ventas: El área de ventas se encarga de la atención al cliente para interactuar con los consumidores y concretar ventas.

Transporte interno: Al concretarse la venta, se envía la mercadería utilizando un servicio de transporte de mercaderías.

Consumidor final: La mercadería es entregada al cliente final en el lugar que haya sido seleccionado previamente terminando así con la cadena de suministro.



**Figura 8.** Cadena de suministro.

### 3.6 Análisis financiero

Para realizar el análisis financiero se tomarán en cuenta todos ingresos, gastos, costos y aportes que se utilizan para las operaciones de la empresa. Cabe destacar que, para la operación del proyecto se arrendará un espacio de *coworking* es decir que se contará con un servicio que brinda una oficina para dos personas adicionalmente, incluye muebles, enseres de oficina, servicios básicos, sala de reuniones, recepción, limpieza y provisiones para las personas que laboran en el lugar se puede revisar la cotización del espacio de *coworking* en el anexo N. Contratar un espacio compartido reduce ampliamente los costos necesarios para el funcionamiento de un emprendimiento. Se puede visualizar los detalles financieros completos en el apartado de anexos

### 3.6.1 *Financiamiento*

El proyecto presenta la característica de ser financiado en su totalidad por el aporte de efectivo por parte de los accionistas sin necesidad de requerir un préstamo a alguna entidad bancaria de tal manera, no se contará con gastos financieros.

**Tabla 3.** Inversión inicial

Fuente	Aportación	%
<i>RECURSOS PROPIOS</i>		
Aporte socios	\$ 14.000,00	100%
Total inversión	\$ 14.000,00	100%

### 3.6.2 *Activos fijos*

Los activos fijos son los bienes que posee las empresas y pueden ser de tipo tangible o intangible sin embargo posee la característica de que a corto plazo no puede ser convertido en fuente de liquidez.

Es importante destacar que estos activos fijos son esenciales para el establecimiento y desarrollo de la empresa, ya que proporcionan las herramientas necesarias para llevar a cabo las actividades diarias de manera eficiente y eficaz.

**Tabla 4.** Activos fijos

Detalle	Valor
Equipo de oficina	\$ 94,00
Equipo de computación	\$ 1.311,00
Total activos fijos	\$ 1.405,00

### 3.6.3 *Proyección Ventas y Compras*

De acuerdo con la información del medio StackScales, durante el año 2022 las ventas en línea presentaron un índice de crecimiento de 12,7% para la región de Latinoamérica. De tal manera en el presente proyecto los ingresos provienen directamente de las ventas realizadas. En la tabla de proyección de ingresos se observa los valores anuales previstos

a ingresar a la compañía en los próximos cinco años por motivo de la venta de 240 computadoras portátiles con un valor unitario de venta de 660 USD.

**Tabla 5.** Proyección ventas

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2024	2025	2026	2027	2028
Ventas	\$ 158.400	\$182.160	\$ 209.484	\$ 230.432	\$ 248.867
Total ingresos	\$158.400	\$ 182.160	\$ 209.484	\$ 230.432	\$ 248.867

Por otro lado, la proyección de compras consiste en la adquisición de la misma cantidad de computadoras portátiles con un valor unitario de 567,44USD. En la tabla de proyección de compras se encuentran los valores económicos proyectados para los próximos cinco años del total de egresos por motivo de compras de artículos.

**Tabla 6.** Proyección compras.

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2024	2025	2026	2027	2028
Compras	\$136.186	\$ 156.613	\$ 180.105	\$ 198.116	\$ 213.965
Total egresos	\$ 136.186	\$ 156.613	\$ 180.105	\$ 198.116	\$ 213.965

### 3.6.4 Costos y gastos

Al determinar el costo de ventas se toma en cuenta todos los valores que a una empresa le cuesta la producción o la adquisición de los bienes o servicios que vende, sin embargo, para el presente proyecto se debe tomar en cuenta que no se cuenta con valores relacionados a materia prima directa, mano de obra directa o costos indirectos de fabricación ya se que se trata de una empresa que importa computadoras portátiles y los vende mediante comercio en línea.

**Tabla 7. Costo de ventas.**

DETALLE	Costo de ventas				
	2024	2025	2026	2027	2028
SALDO INICIAL	\$ 2.270	\$ 2.338	\$ 2.408	\$ 2.480	\$ 2.555
COMPRAS	\$ 136.186	\$ 156.613	\$ 180.105	\$ 198.116	\$ 213.965
SALDO DISPONIBLE	\$ 138.455	\$ 158.951	\$ 182.513	\$ 200.596	\$ 216.520
COSTO DE VENTAS	\$ 136.118	\$ 156.543	\$ 180.033	\$ 198.042	\$ 213.889
SALDO FINAL	\$ 2.338	\$ 2.408	\$ 2.480	\$ 2.555	\$ 2.631
COSTOS DE VENTAS	\$136.117,51	\$ 156.543	\$ 180.033	\$ 198.042	\$ 213.889

El proyecto cuenta tanto con gastos administrativos y gasto de ventas no obstante no se cuenta con gastos financieros por motivo de que la totalidad de inversión será costeada por accionistas.

Adicionalmente los servicios relacionados a la prestación del servicio contable y la agencia de marketing serán tomados en cuenta en los gastos administrativos y gastos de venta respectivamente.

**Tabla 8. Gastos administrativos.**

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	2024	2025	2026	2027	2028
Suministros de Oficina	\$ 94,00	\$ 96,82	\$ 99,72	\$ 102,72	\$ 105,80
Sueldos y Salarios	\$ 13.810,10	\$ 14.409,27	\$ 14.841,54	\$ 15.286,79	\$ 15.745,39
Servicios Básicos	\$ 120,00	\$ 123,60	\$ 127,31	\$ 131,13	\$ 135,06
Depreciaciones	\$ 446,40	\$ 446,40	\$ 446,40	\$ 9,40	\$ 9,40
Arriendos	\$ 2.520,00	\$ 2.595,60	\$ 2.673,47	\$ 2.753,67	\$ 2.836,28
Gastos Constitución	\$ 455,24	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicio contable	\$ 540,00	\$ 556,20	\$ 572,89	\$ 590,07	\$ 607,77
<b>TOTAL</b>	<b>\$17.985,74</b>	<b>\$18.227,89</b>	<b>\$ 18.761,33</b>	<b>\$ 18.873,78</b>	<b>\$ 19.439,71</b>

**Tabla 9.** Gastos de ventas.

GASTOS DE VENTAS					
DETALLE	2022	2023	2024	2025	2026
Agencia de marketing	\$ 1.200,00	\$ 1.236,00	\$ 1.273,08	\$ 1.311,27	\$ 1.350,61
Hosting	\$ 60,00	\$ 61,80	\$ 63,65	\$ 65,56	\$ 67,53
Dominio	\$ 1,80	\$ 1,85	\$ 1,91	\$ 1,97	\$ 2,03
Envíos locales	\$ 960,00	\$ 988,80	\$ 1.018,46	\$ 1.049,02	\$ 1.080,49
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.221,80</b>	<b>\$ 2.288,45</b>	<b>\$ 2.357,11</b>	<b>\$ 2.427,82</b>	<b>\$ 2.500,66</b>

### *3.6.5 Proyección de estado de resultados, flujo de caja y balance general.*

#### Estado de resultados

Un estado financiero básico que muestra información relacionada con las operaciones de una empresa es el estado de resultados. Muestra información contable en un periodo determinado mediante el análisis de los ingresos, los costos y gastos para posterior determinar la utilidad o pérdida neta del periodo. El estado de resultados detallado se puede encontrar en el anexo I.

De acuerdo con el estado de resultado identificamos que la utilidad bruta en ventas nos indica un valor de 22.282,49 USD, los gastos administrativos y de ventas también denominados gastos operacionales representan la cantidad de 19.783 USD, de la diferencia de ambos gastos se obtiene la utilidad operacional de 2500 USD.

De la utilidad operacional se debe descontar los impuestos respectivos relacionados al 15% de participación de los trabajadores y el saldo relacionado al impuesto a la renta mediante el régimen Rimpe emprendedores. El resultado para el primer año indica un valor de 349 USD como utilidad del ejercicio. Para el año dos se demuestra una tendencia positiva en los valores de la utilidad del ejercicio.

## Flujo de caja

El flujo de caja es un indicador que muestra información acerca de los ingresos y egresos para determinar factores como la liquidez y solvencia de la empresa mediante el control del flujo de efectivo.

Para el flujo de caja en el año 0 se tomó en cuenta el valor de los activos fijos y el aporte de los socios. A partir del año dos empieza a aparecer valores relacionados a los egresos como el pago a proveedores, obligaciones con el IESS, servicios externos de publicidad y contabilidad entre otros.

Al inicio de las operaciones se contará con un flujo de caja de 12.595 USD que servirá para realizar los pagos por motivo de las actividades operacionales de la empresa, sin embargo, teóricamente, para los próximos años se prevé contar con un incremento en las cifras de los próximos años para más detalle verificar la sección de anexos.

## Balance general

Es una herramienta fundamental en la contabilidad que proporciona una visión instantánea de la situación financiera de una empresa en un momento específico. Este estado presenta de manera clara y concisa los activos, pasivos y el patrimonio neto de la organización, lo que permite evaluar su solvencia, liquidez y capacidad para cumplir con sus obligaciones financieras.

### *3.6.6 Tasa de descuento, VAN y TIR*

Son conceptos fundamentales en el ámbito financiero que se utilizan para evaluar la rentabilidad y viabilidad de proyectos de inversión.

La situación política, económica y social del país generan una tasa elevada del riesgo país de tal manera, las inversiones en el país se ven afectadas debido a la desconfianza que provoca el país en los inversionistas extranjeros. En la tabla 10 se observa el porcentaje relacionado a la tasa de descuento que es afectada por el riesgo país 18,75% y la tasa de inflación que se encuentra en 3,12% de acuerdo con cifras del Banco Central.

**Tabla 10.** WACC y tasa de descuento.

CPPC / WACC	7,03%
Tasa Riesgo País	18,75%
Tasa Inflación	3,12%
TMAR / Tasa de descuento	28,90%

Cuando el Valor Actual Neto de un proyecto de inversión es negativo, indica que el proyecto no generará suficiente flujo de efectivo para cubrir los costos de inversión y los flujos de efectivo descontados futuros.

En otras palabras, el VAN negativo sugiere que el proyecto no generará valor económico para la empresa, sin embargo, cabe mencionar que el VAN debe considerarse junto con otros indicadores financieros y no financieros, así como con el contexto y los objetivos estratégicos de la empresa.

**Tabla 11.** VAN.

VAN			
AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR ACTUALIZACIÓN $1/(1+I)^n$	VALOR ACTUAL
0	\$ (14.000,00)	1,0000	\$ (14.000,00)
1	\$ 795,86	0,7758	\$ 617,42
2	\$ 3.422,00	0,6019	\$ 2.059,56
3	\$ 2.921,05	0,4669	\$ 1.363,89
4	\$ 5.246,35	0,3622	\$ 1.900,40
5	\$ 7.271,51	0,2810	\$ 2.043,43
VAN			\$ (6.015,29)

**Tabla 12.** TIR.

<b>TIR</b>	<b>9,66%</b>
------------	--------------

Cuando la tasa de descuento utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto es mayor que la Tasa Interna de Retorno de un proyecto de inversión, se genera un VAN negativo. Esto

implica que el proyecto no generará suficiente rendimiento para superar la tasa de descuento aplicada y no será rentable.

## CONCLUSIONES

Se diseñó el modelo de negocio de importación de computadores portátiles utilizando el método *Lean Startup*. Se analizó los factores externos que impactan a la industria tecnológica en el país, así como se evaluó el nivel de competencia en la industria de importación y venta de computadores portátiles en línea. Además, se realizó proyecciones financieras que revelaron una falta de liquidez sostenible en el tiempo para el proyecto.

Se examinó el marco teórico relacionado con el método *Lean Startup*, las exportaciones y la cadena de suministro. A través de este análisis, se identificó que las teorías del método *Lean Startup* poseen características que pueden contribuir a la optimización de la cadena de suministro, así como al desarrollo de nuevos enfoques para las importaciones. La aplicación de los principios fundamentales del método *Lean Startup*, como Crear, Medir y Aprender, permite reducir costos innecesarios y mejorar la eficiencia en la cadena de suministro.

De acuerdo al análisis de la situación tecnológica se identificó diversos factores que favorecen al proyecto. En primer lugar, se ha observado un crecimiento en la demanda tecnológica en áreas como la salud, finanzas, educación y negocios en el país. Este incremento representa una gran oportunidad de negocio tanto para personas naturales como para empresas. La eliminación de los aranceles ha reducido los costos de nacionalización de las mercancías.

Las encuestas realizadas en la provincia de Pichincha principalmente en las ciudades de Quito y Sangolquí proporcionaron información relevante sobre las necesidades, el uso y el consumo de computadoras portátiles. Estos resultados son fundamentales para comprender el mercado local, adaptar estrategias y satisfacer las demandas de los consumidores. La recopilación de datos ha permitido una visión precisa de las

preferencias y expectativas de los usuarios en relación con la adquisición en línea de computadoras portátiles en la provincia.

Se identificaron tanto oportunidades como amenazas para el proyecto de importación y venta de computadoras portátiles en línea. Entre las oportunidades destacan la creciente tendencia de compras en línea, el proceso de digitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas, y la eliminación del tributo *ad valorem*. Sin embargo, se han identificado amenazas como el desconocimiento de los beneficios tecnológicos, la falta de inversión extranjera y estatal en investigación y desarrollo tecnológico. Estas oportunidades y amenazas tienen un impacto significativo en la economía del país y en la calidad de vida de sus habitantes.

En este análisis, el VAN negativo señala que el proyecto no generará valor económico para la empresa. Por otro lado, cuando la tasa de descuento utilizada para calcular el VAN es mayor que la Tasa Interna de Retorno del proyecto, se obtiene un VAN negativo. Esto implica que el proyecto no será rentable, ya que no podrá generar suficiente rendimiento para superar la tasa de descuento aplicada.

## RECOMENDACIONES

De acuerdo con el análisis realizado sobre el modelo de negocio de importación de computadoras portátiles utilizando el método *Lean Startup*, se sugiere no ejecutar el proyecto debido a la falta de liquidez financiera proyectada y a la incertidumbre que atraviesa el país referente a temas de creación y desarrollo de negocios.

Las proyecciones financieras revelan una falta de liquidez sostenible en el tiempo para el proyecto de importación de computadoras portátiles, de tal manera, se sugiere no ejecutar el modelo de negocio. Por otro lado, basándose en el método *Lean Startup* utilizado en el diseño del modelo de negocio, se recomienda que los próximos proyectos adopten un enfoque ágil en la gestión de proyectos. Esto implica realizar ajustes constantes en función de la retroalimentación y los resultados obtenidos durante la ejecución del mismo.

Considerando los factores favorables identificados en el análisis de la situación tecnológica, para futuros proyectos, se recomienda aprovechar las oportunidades generadas por el crecimiento en la demanda tecnológica y la eliminación de aranceles. Se recomienda realizar actividades de segmentación de mercado, desarrollo de alianzas estratégicas, estrategia de marketing enfocada en el valor agregado y verificación constante del entorno y la capacidad de adaptabilidad.

Con base en los resultados obtenidos de las encuestas realizadas en la provincia de Pichincha, específicamente en las ciudades de Quito y Sangolquí, se recomienda utilizar de manera estratégica la información obtenida para mejorar las estrategias comerciales y satisfacer las demandas de los consumidores en el mercado local de computadoras portátiles. Los resultados de las encuestas aportaron datos cualitativos y cuantitativos que servirán para realizar diferentes análisis de comportamiento del consumidor.

A partir de la identificación de oportunidades y amenazas para el proyecto de importación y venta de computadoras portátiles en línea, se recomienda adoptar una serie de medidas estratégicas que permitan capitalizar las oportunidades y mitigar las amenazas. Se recomienda aprovechar la tendencia actual referente a las compras en línea, promover el uso de tecnología en Pymes y establecer alianzas estratégicas.

Con base en los resultados obtenidos en el análisis financiero del proyecto, donde se evidencia un Valor Actual Neto (VAN) negativo y una Tasa Interna de Retorno (TIR) inferior a la tasa de descuento aplicada, se recomienda no ejecutar la propuesta, sin embargo, para mejorar los valores financieros se puede optimizar la estructura de costos, generar fuentes adicionales de ingreso y explorar diferentes opciones de financiamiento.

## **Bibliografía**

- 2immarketing. (2022). Evaluación De Factores Externos Matriz Efe Mefe. 2Immarketing.
- Alcaraz, R. (2017). El emprendedor de éxito. In Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas *del ICEA* (Vol. 5, Issue 9). <https://doi.org/10.29057/icea.v5i9.2099>
- Amador, C. (2022). El análisis PESTEL. *UNO Sapiens*, 4(8).
- Astudillo, G. (2020). La industria tecnológica local se desarrolla durante la pandemia. *Revista Líderes*. <https://www.revistalideres.ec/lideres/industria-tecnologica-ecuador-desarrolla-pandemia.html>
- Avellán, G. (2023). 23 años de dolarización El camino hacia la estabilidad monetaria. *Banco Central Del Ecuador*. <https://www.bce.fin.ec/publicaciones/editoriales/23-anos-de-dolarizacion-el-camino-hacia-la-estabilidad-monetaria#:~:text=El 9 de enero de,en las últimas dos décadas>.
- Ayala, E. (2008). *Resumen de historia del Ecuador*. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/836/1/AYALAE-CON0001-RESUMEN.pdf>
- Ballou, R. (2004). Logística Administracion de la cadena de Suministro. In *Logística. Adm. la cadena Suminist*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Banco Central del Ecuador. (2022a). Reporte de pobreza, ingreso y desigualdad. *Pobreza En Junio*.
- Banco Central del Ecuador. (2022b). *Emisión y renovación de certificados digitales*. Banco Central Del Ecuador. <https://www.gob.ec/bce/tramites/emision-renovacion->



- Díaz, J., & Pérez, D. (2012). Optimización de los niveles de inventario en una cadena de suministro Inventory levels optimization in a supply chain. *Ingeniería Industrial*, XXXIII(2), 126–132.
- Donawa, Z., & Morales, E. (2018). Fuerzas competitivas que moldean la estrategia en la gerencia del sector mipyme del distrito de Santa Marta -Magdalena, Colombia-. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 84, 97–108. <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1919>
- Ekos. (2021). *Ecuador eliminó barreras al comercio entre 2019 y 2021*. Revista Ekos. <https://www.ekosnegocios.com/articulo/ecuador-elimino-barreras-al-comercio-entre-2019-y-2021>
- Enter.co. (2020). Los 12 avances que disfrutará si cambia su viejo computador. *Enter.Co*.
- Espín, E. (2020). *Ciencia y tecnología sin presupuesto, con menos investigación y con poca regulación*. GK Periodismo Que Importa. <https://gk.city/2020/10/11/proximos-4-anos-ciencia-tecnologia-elecciones-2021/>
- Gavelán Izaguirre, J. (2014). COSTOS DE IMPORTACIÓN. *Quipukamayoc*, 6(11). <https://doi.org/10.15381/quipu.v6i11.5943>
- Guerrero, M. (2021). *Cómo calcular el precio con el modelo Van Westendorp.pdf*. Minderest.
- INABIO. (2020). *Datos de diversidad biológica: estado y tendencias de la diversidad biológica*. Instituto Nacional de Biodiversidad. <http://inabio.biodiversidad.gob.ec/perfil-de-biodiversidad/#:~:text=El país se divide en,14 herbáceos y 12 arbustivos.>
- INEC. (2022). Boletín Pobreza y desigualdad. *Pobreza y Desigualdad*. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2022/Junio\\_2022/202206\\_Boletin\\_pobreza.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2022/Junio_2022/202206_Boletin_pobreza.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador. (2010). *Proyecciones poblacionales*.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador. (2022). Encuesta Nacional De Empleo, Desempleo Y Subempleo. *Encuesta Nacional De Empleo, Desempleo Y*

- Subempleo*, 2022, 29. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Trimestre-enero-marzo-2021/Trimestral\\_enero-marzo\\_2021\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Trimestre-enero-marzo-2021/Trimestral_enero-marzo_2021_Mercado_Laboral.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador. (2023a). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), Febrero 2023*. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Febrero/202302\\_Boletin\\_empleo.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Febrero/202302_Boletin_empleo.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador. (2023b). *ENEMDU 2022*. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Anual/Boletín\\_técnico\\_anual\\_enero-diciembre\\_2022.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Anual/Boletín_técnico_anual_enero-diciembre_2022.pdf)
- Jemala, M. (2021). *Long-term research on technology innovation in the form of new technology patents. International Journal of Innovation Studies*, 5(4). <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2021.09.002>
- Juárez, C. (2023). Cómo encontrar y evaluar a un nuevo 3PL. *The Logistics World*. <https://thelogisticsworld.com/logistica-y-distribucion/como-encontrar-y-evaluar-a-un-nuevo-3pl/>
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). Dirección de Marketing. In *Dirección de Marketing Décimo Segunda Edición*. file:///C:/Users/PERSONAL/Documents/Documentos del MIC/DOC/8 de 08 del 2022/libro direccion-de-marketing(kotler-keller\_2006).pdf
- La Hora. (2021). ¿A que clase socioeconómica pertenece usted? *Diario La Hora*.
- Mella, C. (2023). Un escándalo de corrupción en Ecuador salpica al círculo cercano al presidente Lasso. *El País*. <https://elpais.com/internacional/2023-01-25/un-escandalo-de-corrupcion-en-ecuador-salpica-al-circulo-cercano-al-presidente-lasso.html>
- Méndez, L. (2022). Avance tecnológico en computadoras. *El Tiempo*, 1–21.
- Mesa, J., & Carreño, D. (2020). Metodología para aplicar *Lean* en la gestión de la cadena de suministro. *Espacios*, 41(15).
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2022). Programación Fiscal 2022-2026. *Ministerio*

*de Economía y Finanzas.*

- Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. (2021). *Acuerdos comerciales*. Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. <https://www.produccion.gob.ec/acuerdos-comerciales/>
- Ministerio del Trabajo. (2023). *Indicadores – Ministerio de Trabajo*. SUT.
- Mora, C. (2023). *Preocupa el alto nivel de criminalidad en Ecuador*. <https://elmercurio.com.ec/2023/01/08/preocupa-el-alto-nivel-de-criminalidad-en-ecuador/#:~:text=De acuerdo con cifras del,entre el 2021 y 2022.>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2009). *Business Model Generation Handbook: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*”.
- Primicias. (2021). El comercio de tablets resurge gracias al cambio de hábitos por la pandemia. Primicias.Ec.
- Ries, E. (2011). *The lean Startup How Today’s Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. In *Michigan health & hospitals* (Vol. 37, Issue 1).
- Rocha, E. (2023). *Cómo elegir el proveedor de tecnología adecuado para tu negocio*. Informa BTL. <https://www.informabtl.com/como-elegir-el-proveedor-de-tecnologia-adecuado-para-tu-negocio/>
- Rubén, C. (2001). Ciencia y tecnología en la sociedad. Perspectiva histórico-conceptual. *Contribuciones Cortas*, 12(3), 10–16. <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v9n1/aci051001.pdf>
- Santander Universidades. (2022). 5 fuerzas de Porter: qué son y para qué sirven. Becas Santander. <https://www.becas-santander.com/es/blog/5-fuerzas-de-porter.html>
- Sempértegui, B. (2022). *La brecha digital influye en el desarrollo económico del país -*. Conexion PUCE. <https://conexion.puce.edu.ec/la-brecha-digital-influye-en-el-desarrollo-economico-del-pais/>
- Sempértegui, B. (2023). *Los desafíos económicos de Ecuador en 2023*. Conexión Puce. <https://conexion.puce.edu.ec/los-desafios-economicos-de-ecuador-en-2023/>

- Servicio de Rentas Internas. (2022). *Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) para persona jurídica privada (civiles y comerciales)*. Servicio de Rentas Internas. <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-juridica-privada-civiles-comerciales>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2021). *Información para importar*. <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/#>
- Shum, Y. M. (2018). Matriz de evaluación de factores externos (Matriz EFE - MEFE). In *Yi Min Shum Xie: Vol. I*.
- Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. (2021). *Constitución de sociedades por acciones simplificadas*. Guía Oficial de Trámites y Servicios. <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>
- SurveyMonkey. (2023). *Calculadora del tamaño de muestra*. Calculadora Del Tamaño de Muestra. <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- The Atlas Of Economic Complexity*. (2020). *Ecuador profile*. <https://atlas.cid.harvard.edu/explore?country=67&queryLevel=location&product=1689&year=2020&tradeDirection=import&productClass=HS&target=Product&partner=undefined&startYear=undefined>
- Torres, M., & Alarcón, F. (2017). Valoración crítica de la percepción de la Corrupción en Ecuador de acuerdo con los Informes de Transparencia Internacional. *Revista Publicando*, 4. <https://core.ac.uk/download/pdf/236644086.pdf>
- Vargas, J., & Alcántara, M. (2020). The influence and benefits of technology as a strategy in organizations. *Multidisciplinary Journal for Education, Social and Technological Sciences*, 7(1). <https://doi.org/10.4995/muse.2020.10693>
- Vargo, D., Zhu, L., Benwell, B., & Yan, Z. (2021). *Digital technology use during COVID-19 pandemic: A rapid review*. In *Human Behavior and Emerging Technologies* (Vol. 3, Issue 1). <https://doi.org/10.1002/hbe2.242>
- VIU. (2017). *Tipos de tecnología más representativos*. <https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/los-tipos-de-tecnologia-mas-representativos-que-debes-conocer>

Zambrano, R. (2023). Los riesgos naturales de Ecuador no solo se limitan a los volcanes; se monitorea posibles tsunamis, inundaciones, sequías. *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/informes/los-riesgos-naturales-de-ecuador-no-solo-se-limitan-a-los-volcanes-se-monitorea-posibles-tsunamis-inundaciones-sequias-nota/>

Zott, C., & Amit, R. (2010). *Business model design: An activity system perspective*. *Long Range Planning*, 43(2–3), 216–226. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.004>

## Anexos

### Anexo A. Cálculo del mercado objetivo

Mercado objetivo	
Población proyectada de la provincia de Pichincha	3.228.233,00
PEA en Pichincha	2.386.768,00
% de PEA en Pichincha que cuenta con algún tipo de empleo	86,40%
PEA en Pichincha que cuenta con algún tipo de empleo	2.062.168

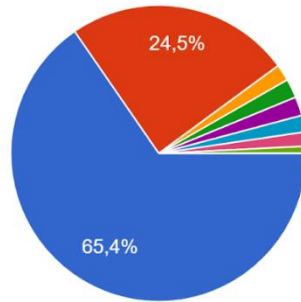
Anexo B. Cálculo de la muestra

Cálculo de la muestra	
PEA en Pichincha que cuenta con algún tipo de empleo	2.062.168
Nivel de confianza	95%
Margen de error	5%
Puntuación Z	1,96
Tamaño de la muestra	385

## Anexo C. Resultados de la encuesta

¿ En que ciudad vives?

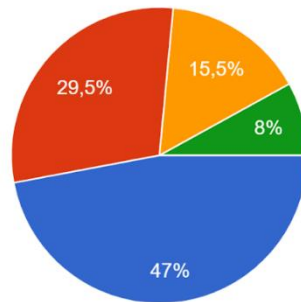
387 respuestas



- Quito
- Sangolquí
- Cayambe
- Machachi
- Tabacundo
- Puerto Quito
- San Miguel de Los Bancos
- Pedro Vicente Maldonado

¿Cuál es tú rango de edad?

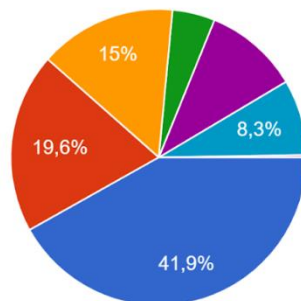
387 respuestas



- 18 - 25 años
- 26 - 34 años
- 34 - 44 años
- 45 - en adelante

¿Cuál es tú ocupación?

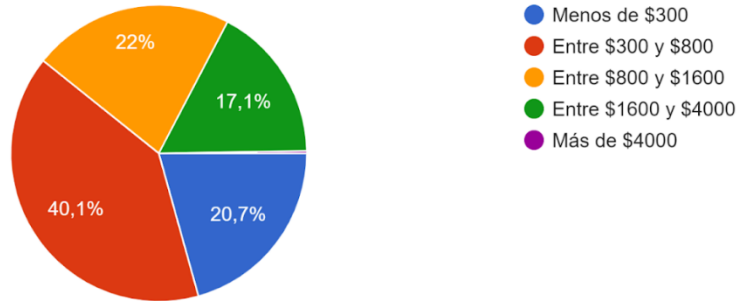
387 respuestas



- Estudiante
- Trabajo en el sector público
- Trabajo en el sector privado
- Jubilado/a
- Emprendedor
- Prestación de servicios
- Arquitecto

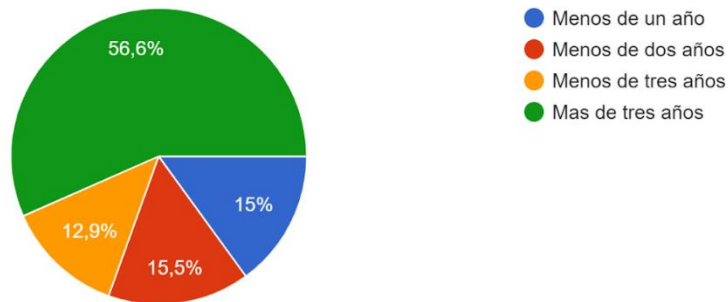
¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor tú nivel de ingresos mensuales tuyos o de tu familia?

387 respuestas



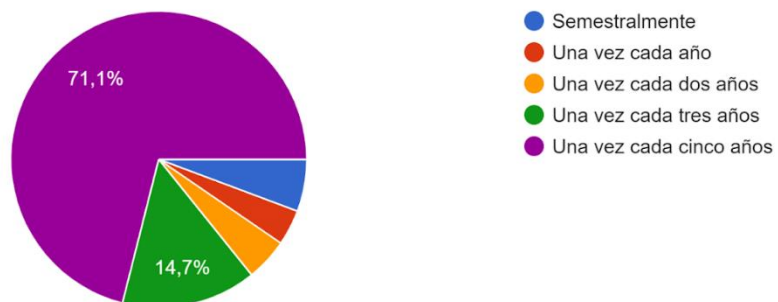
¿Cuándo fue la última vez que adquiriste una computadora portátil?

387 respuestas



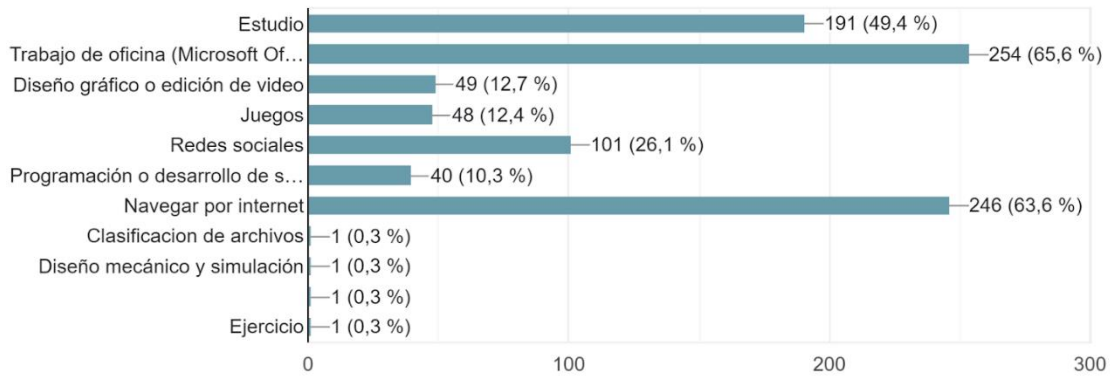
¿Con qué frecuencia tú o tu familia adquieren computadoras portátiles?

387 respuestas



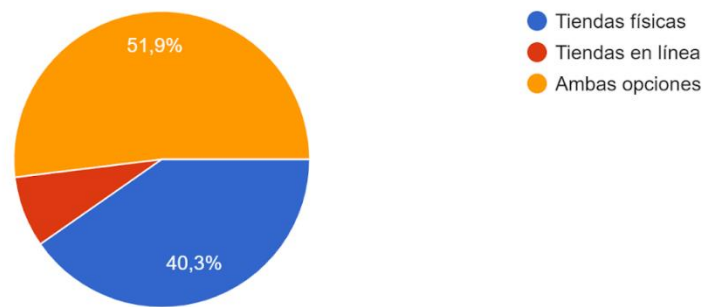
Por favor, selecciona opciones que correspondan a las actividades principales que realizas en tu computadora portátil en tu día a día:

387 respuestas



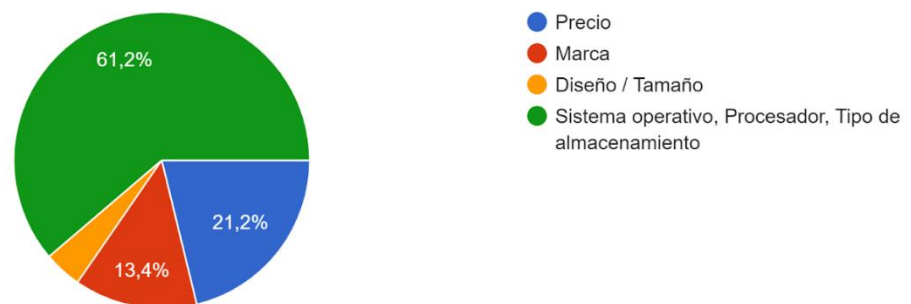
¿En qué lugares adquieres una computadora portátil ?

387 respuestas



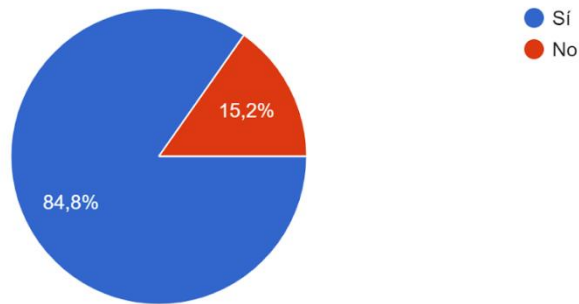
En tu opinión, al momento de adquirir una computadora portátil ¿qué es lo más importante?

387 respuestas



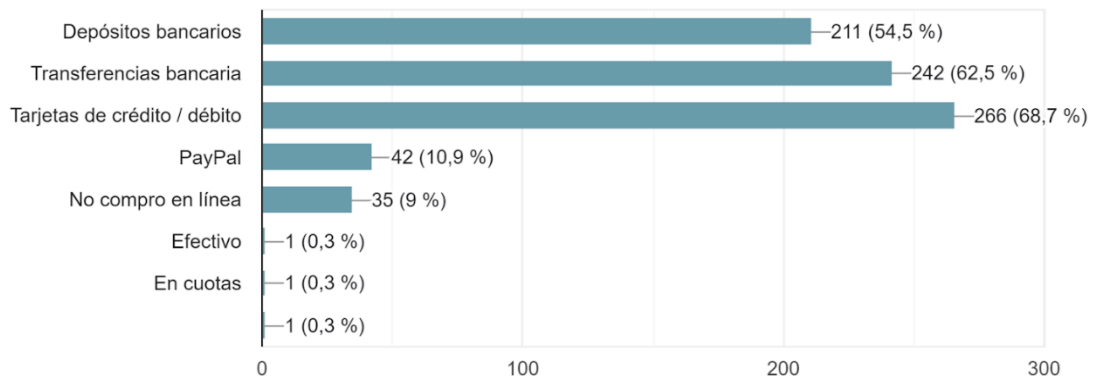
### ¿Has realizado alguna compra en línea?

387 respuestas

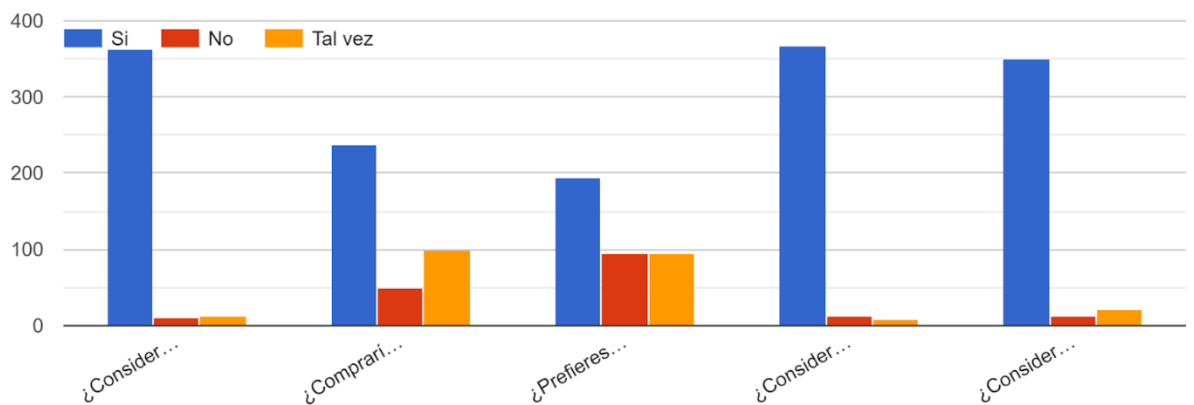


### ¿Cuáles métodos de pago utilizas al momento de realizar compras en línea?

387 respuestas

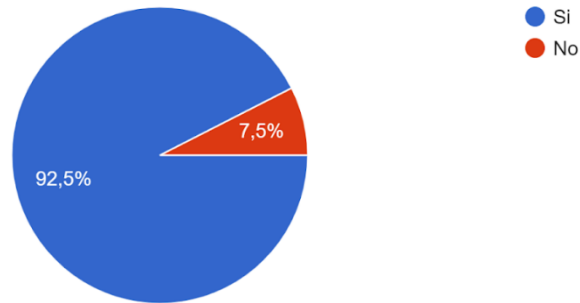


### Selecciona una respuesta por pregunta



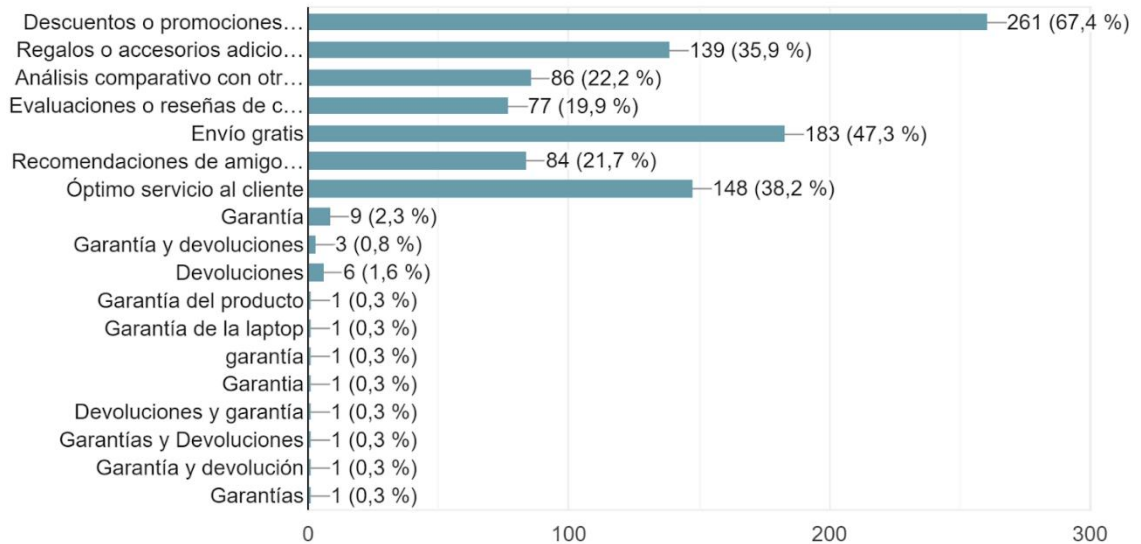
¿Estaría dispuesto a comprar en línea con una empresa que le ofrezca asistencia al cliente, oportuna comunicación, envíos seguros y productos de calidad a precios accesibles?

387 respuestas



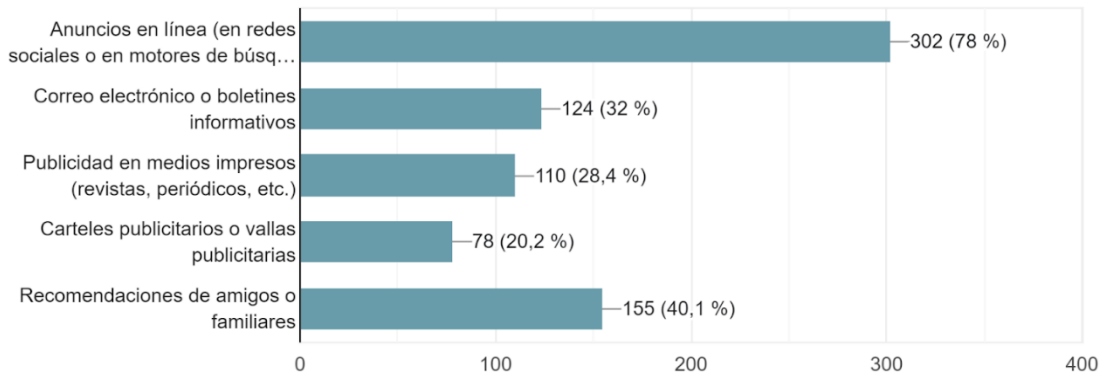
¿Cuál de los siguientes métodos aseguraría la decisión de comprar una computadora portátil?

387 respuestas



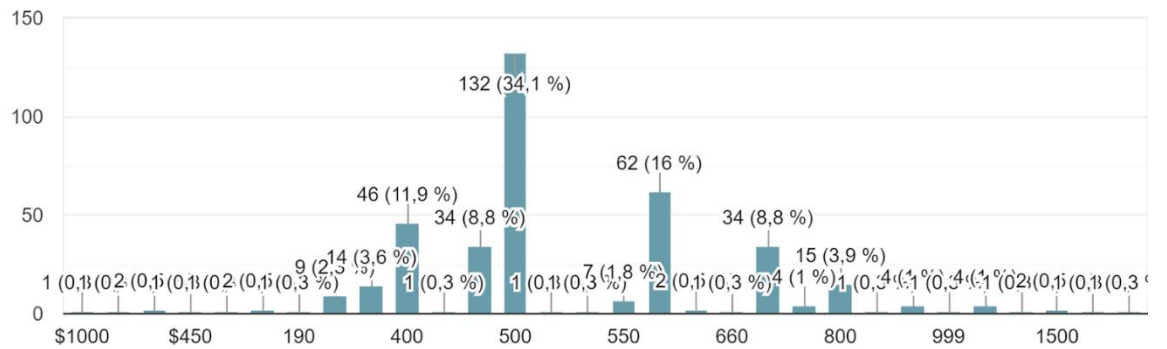
¿En qué medios o canales de comunicación te gustaría enterarte de los productos y promociones al momento de considerar la compra de una computadora portátil?

387 respuestas



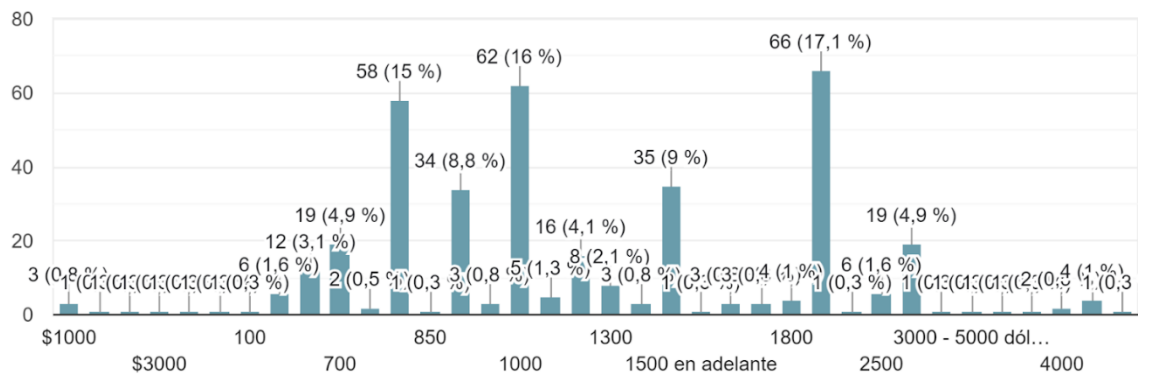
¿A qué precio considerarías que una computadora portátil es barata

387 respuestas



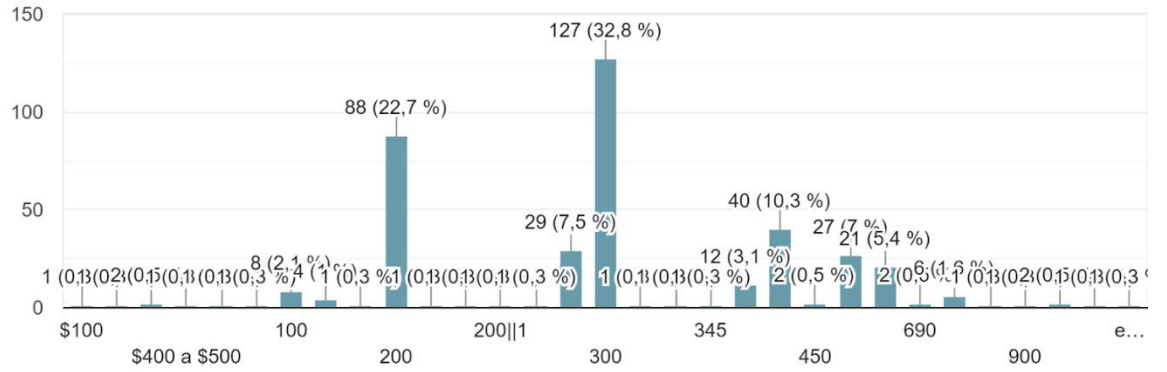
¿A qué precio no comprarías una computadora portátil por ser demasiado caro?

387 respuestas



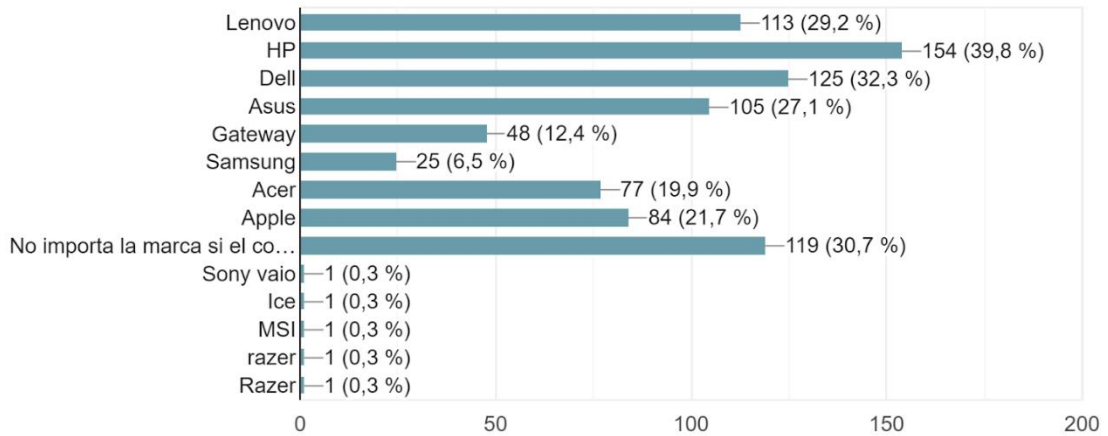
¿A qué precio considerarías demasiado barato una computadora portátil y dudarías de su calidad?

387 respuestas



Si tuviera que adquirir un computador portátil. ¿Cuáles marcas elegiría?

387 respuestas



Anexo D. Costo de importación

Cantidad	10
Costo unitario	\$ 469,00
Costo de Producto	\$ 4.690,00
Flete	\$ 120,40
Valor CIF	\$ 4.810,40
Tributos	
AD Valorem	\$ -
Fondinfa	\$ 24,05
IVA 12%	\$ 577,25
Tributos Aduanas	\$ 601,30
Gastos en desino	\$ 262,71
Costo total	\$ 5.674,41
Costo unitario	\$567,44

Anexo E. Equipo de computo

EQUIPO DE COMPUTO			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
	AD	UNITARIO	L
HP Laptop Intel Core i5-1155G7, 12 GB de RAM, SSD de 256 GB	1	550,00	\$ 550,00
ASUS VivoBook 14 - Intel Core i3-1115G4	1	261,00	\$ 261,00
Teléfono celular	1	180,00	\$ 180,00
Teclado + Mouse Genius KM-200	2	10,00	\$ 20,00
Datafast	1	300,00	\$ 300,00
Total equipo de computo			\$1.311,00

Anexo E. Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DETALLE	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Calculadoras	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Grapadora	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Perforadora	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Dispensador de cinta adhesiva	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Lámparas	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Total gastos en suministros de oficina			\$ 94,00

Anexo F. Arriendos

ARRIENDOS		
DETALLE	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
LOCAL		
Arriendos	\$ 210,00	\$ 2.520,00
TOTAL	\$ 210,00	\$ 2.520,00

Anexo G. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS		
DETALLE	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
LOCAL		
Plan de telefonía móvil	\$ 10,00	\$ 120,00
TOTAL	\$ 10,00	\$ 120,00

Anexo H. Sueldos administrativos

SUELDOS ADMINISTRATIVOS								
DETALLE	Sueldo	Aporte patronal	13er Sueldo	14to Sueldo	Vacaciones	Fondos de reserva	Total mes	Total año
<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>								
Gerente General	\$500	\$ 61	\$ 42	\$ 38	\$ 21	\$ 42	\$702	\$8.429
Asistente administrativo	\$ 450	\$ 55	\$ 38	\$ 38	\$ 19	\$ 38	\$636	\$7.631
Subtotal administrativo								\$ 16.060

Anexo I. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL					
DETALLE	2024	2025	2026	2027	2028
VENTAS	\$ 158.400	\$ 182.160	\$ 209.484	\$ 230.432	\$ 248.867
Costos de Ventas	\$ 136.118	\$ 156.543	\$ 180.033	\$ 198.042	\$ 213.889
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 22.282</b>	<b>\$ 25.617</b>	<b>\$ 29.451</b>	<b>\$ 32.391</b>	<b>\$ 34.978</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 19.783</b>	<b>\$ 20.516</b>	<b>\$ 21.118</b>	<b>\$ 21.302</b>	<b>\$ 21.940</b>
Gastos Administrativos	\$ 17.561	\$ 18.228	\$ 18.761	\$ 18.874	\$ 19.440
Suministros de Oficina	\$ 94	\$ 97	\$ 100	\$ 103	\$ 106
Sueldos y Salarios Administrativos	\$ 13.810	\$ 14.409	\$ 14.842	\$ 15.287	\$ 15.745
Servicios Básicos	\$ 120	\$ 124	\$ 127	\$ 131	\$ 135
Arriendos	\$ 2.520	\$ 2.596	\$ 2.673	\$ 2.754	\$ 2.836
Depreciaciones	\$ 446	\$ 446	\$ 446	\$ 9	\$ 9
Gastos Constitución	\$ 30	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios contables	\$ 540	\$ 556	\$ 573	\$ 590	\$ 608
Gastos de Ventas	\$ 2.222	\$ 2.288	\$ 2.357	\$ 2.428	\$ 2.501
Agencia de marketing	\$ 1.200	\$ 1.236	\$ 1.273	\$ 1.311	\$ 1.351
Hosting	\$ 60	\$ 62	\$ 64	\$ 66	\$ 68
Dominio	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2
Envíos locales	\$ 960	\$ 989	\$ 1.018	\$ 1.049	\$ 1.080
utilidad operacional	\$ 2.500	\$ 5.100	\$ 8.332	\$ 11.089	\$ 13.038
Utilidad antes de impuestos	\$ 2.500	\$ 5.100	\$ 8.332	\$ 11.089	\$ 13.038
15% partic. trabajadores	\$ 375	\$ 765	\$ 1.250	\$ 1.663	\$ 1.956
Utilidad antes impuesto renta	\$ 2.125	\$ 4.335	\$ 7.082	\$ 9.426	\$ 11.082
Impuesto a la renta rimpe	\$ 1.776	\$ 1.360	\$ 4.608	\$ 4.189	\$ 3.820
Utilidad del ejercicio	\$ 349	\$ 2.976	\$ 2.475	\$ 5.237	\$ 7.262

Anexo J. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
DETALLE	2023	2024	2025	2026	2027	2028
<b>A. FLUJO DE INGRESOS</b>						
Saldo inicial		\$ 12.595	\$27.942	\$ 33.010	\$ 41.629	\$ 48.307
Caja- Cobros		\$ 177.408	\$ 204.019	\$ 234.622	\$ 258.084	\$ 278.731
<b>CAJA DISPONIBLE</b>	\$ -	\$ 190.003	\$ 231.961	\$ 267.632	\$ 299.713	\$ 327.038
<b>B. FLUJO DE EGRESOS</b>						
Proveedores		\$ 139.817	\$ 173.500	\$ 199.526	\$ 220.209	\$ 238.162
Iess		\$ 2.257	\$ 2.530	\$ 2.606	\$ 2.684	\$ 2.765
Décimo tercero		\$ 950	\$ 979	\$ 1.008	\$ 1.038	\$ 1.069
Décimo cuarto		\$ 75	\$ 77	\$ 80	\$ 82	\$ 84
FR		\$ -	\$ 185	\$ 190	\$ 196	\$ 202
Sueldos		\$ 10.323	\$ 10.632	\$ 10.951	\$ 11.280	\$ 11.618
Suministros de Oficina		\$ 105	\$ 108	\$ 112	\$ 115	\$ 118
Arriendos		\$ 2.822	\$ 2.907	\$ 2.994	\$ 3.084	\$ 3.177
Servicios Básicos		\$ 134	\$ 138	\$ 127	\$ 131	\$ 135
Servicio contable		\$ 605	\$ 623	\$ 642	\$ 661	\$ 681
CIF		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Agencia de marketing		\$ 1.344	\$ 1.384	\$ 1.426	\$ 1.469	\$ 1.513
Hosting		\$ 67	\$ 69	\$ 71	\$ 73	\$ 76
Dominio		\$ 2,02	\$ 2,08	\$ 2,14	\$ 2,20	\$ 2,27
Envios locales		\$ 1.075	\$ 1.107	\$ 1.141	\$ 1.175	\$ 1.210
Comisión de T/C		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IVA pagado		\$ 1.974	\$ 2.557	\$ 3.003	\$ 3.349	\$ 3.648
<b>INVERSIONES</b>						

Activos Fijos/ Propiedad planta y equipo	\$ (12.595)					
Gastos de Constitución		\$ 510				
APORTE SOCIOS	\$ 14.000					
TOTAL PAGOS	\$ 1.405	\$ 162.061	\$ 196.801	\$ 223.878	\$ 245.549	\$ 264.460
(A - B) FLUJO DE FONDOS ECONÓMICOS	\$ (1.405)	\$ 27.942	\$ 35.160	\$ 43.754	\$ 54.164	\$ 62.577
APORTE SOCIOS	\$ 14.000					
15% Participación Trabajadores		\$ -	\$ 375	\$ 765	\$ 1.250	\$ 1.663
25% Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 1.776	\$ 1.360	\$ 4.608	\$ 4.189
FLUJO DE CAJA FINANCIEROS	\$ 12.595	\$ 27.942	\$ 33.010	\$ 41.629	\$ 48.307	\$ 56.725

Anexo K. Balance general

ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADO						
DETALLE CUENTA	2023	2024	2025	2026	2027	2028
<b>ACTIVOS</b>						
CORRIENTES	\$14.864,76	\$30.279,80	\$35.417,90	\$44.109,36	\$50.861,40	\$59.356,43
Caja / Bancos	\$12.595,00	\$27.941,95	\$33.009,91	\$41.629,13	\$48.306,76	\$56.725,16
Inventario mercadería	\$2.269,76	\$2.337,85	\$2.407,99	\$2.480,23	\$2.554,63	\$2.631,27
<b>NO CORRIENTES</b>						
<i>TOTAL PPE</i>	\$1.405,00	\$958,60	\$512,20	\$65,80	\$56,40	\$ 47,00
EQUIPO DE OFICINA	\$94,00	\$94,00	\$94,00	\$94,00	\$94,00	\$94,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$1.311,00	\$1.311,00	\$1.311,00	\$1.311,00	\$1.311,00	\$1.311,00
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA		-\$446,40	-\$892,80	- \$1.339,20	- \$1.348,60	-\$1.358,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$16.269,76	\$31.238,40	\$35.930,10	\$44.175,16	\$50.917,80	\$ 59.403,43
<b>PASIVOS</b>						
PROVEEDORES		\$12.710,66	\$14.617,25	\$16.809,84	\$18.490,83	\$19.970,09
IVA por pagar		\$179,43	\$216,16	\$253,30	\$281,47	\$306,07
IESS por pagar		\$205,20	\$211,36	\$217,70	\$224,23	\$230,95
15% Participación Trabajadores por pagar		\$374,99	\$765,05	\$1.249,85	\$1.663,38	\$1.955,70
25% Impuesto a la Renta por pagar		\$1.775,50	\$1.359,70	\$4.607,84	\$4.188,87	\$3.820,18
<b>TOTAL PASIVOS</b>	-	\$15.245,78	\$17.169,53	\$23.138,53	\$24.848,78	\$26.283,00
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$16.269,76	\$16.269,76	\$16.269,76	\$16.269,76	\$16.269,76	\$16.269,76
Utilidad del Ejercicio		\$349,46	\$2.975,60	\$2.474,65	\$5.236,95	\$7.262,11
Utilidad retenida		\$0,00	\$349,46	\$3.325,06	\$5.799,72	\$11.036,67
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$16.269,76	\$16.619,22	\$19.594,82	\$22.069,48	\$27.306,43	\$ 34.568,54

---

TOTAL	\$16.269,7	\$31.865,0	\$36.764,3	\$45.208,0	\$52.155,2	\$
PASIVO + PATRIMONIO	6	0	5	1	1	60.851,53

---

Anexo L. Cotización costos de importación Laar Box

LAPTOP	
CANTIDAD:	10
PESO EN LIBRAS:	60 LB
VALOR ARTÍCULO:	\$ 4,790.00
VALOR FLETE:	\$ 262.71
VALOR IMPUESTOS:	\$ 612.76
<b>TOTAL DE IMPORTACIÓN:</b>	<b>\$ 5,665.47</b>

DETALLE DE IMPUESTOS APROXIMADOS

Anexo M. Tarifa Fedex

---

**ENTREGADO POR**

Final del día

FedEx Ground®

**\$120.40**



## Anexo N. Cotización de Coworking



### Copias

Servicio de copias e impresiones

### Limpieza

Servicio diario

### Cafetería

Agua y té ilimitado

### Wifi y red

Servicio de alta velocidad

### Mobiliario

Mesas, Arturito, sillas

### Recepción

Servicio permanente

### Mensajería

Envíos dentro del perímetro urbano

### Insumos

de bioseguridad

### Sala de reunión

Horas de uso de sala de reunión pequeña

Hasta 2 personas

Mensual

**\$220**

Descuentos por tiempo de permanencia

Contrato por 3 meses \$209 + IVA mensual  
Contrato por 6 meses \$198 + IVA mensual  
Contrato por 12 meses \$187 + IVA mensual

## Anexo O. Cotización Ulpik

### PROCESO DE CONSTRUCCIÓN EN 3 PASOS

---

En Ulpik valoramos tu tiempo. El proceso es el siguiente:

#### PRIMER PASO

##### Firma electrónica

Es indispensable para el proceso que todos los socios que vayan a intervenir en la constitución de la SAS tenga firma electrónica vigente.

Si no la tienes, puedes tramitarla con Security Data que ofrece seguridad y una muy buena tarifa: <https://www.securitydata.net.ec/>

\*En caso de que los socios no tengan firma electrónica, se deberá seguir el proceso físico de constitución de compañías con el que te podemos ayudar también en nuestro chatbot (link debajo).

#### SEGUNDO PASO

##### Envío de datos y pago

Ingresas a nuestro [Chatbot](#) y puedes resolver sin costo cualquier duda adicional que tengas en torno a la figura. Una vez con todo definido, el proceso es el siguiente:

- 1) Pago de los honorarios de \$400 (pago único sin costos adicionales) con tarjeta de crédito o transferencia bancaria.
- 2) Envío de datos y documentos para constitución (3 nombres tentativos de la Sociedad, cédulas de los socios, división de capital, requerimientos especiales etc.)

#### TERCER PASO

##### Trámite e Inscripción

Una vez enviada la información y realizado el pago, en máximo 48 horas laborables te enviaremos la reserva de nombre, el borrador final de estatutos y redacción de nombramientos para revisión y firma de los socios.

Una vez que nos envíen los documentos, procedemos con la solicitud de constitución, el trámite de inscripción y subsanación de observaciones en caso de haberlas (tiempo estimado de trámite: aproximadamente 2 semanas, hay que tener en cuenta que el tiempo depende de la superintendencia de cada ciudad).


Una vez inscrita la SAS, te enviamos los documentos listos para que el Gerente pueda obtener el RUC en el SRI.

## Anexo O. Costo del dominio web

apcorp

✓ apcorp.lat 93% OFF

**\$1.80/yr**  
Retail \$25.98/yr

 Add to cart

## Anexo P. Costo de envíos locales

### Calcula el costo de tu envío

Descubre la manera más fácil de realizar un envío con nuestro simulador.

Agregue otro

Ver resumen

Borrar datos

	Origen	Destino	Puerta a puerta	Peso	Valor asegurado	Costo de envío	Acción
 Envío 1	PICHINCHA - QUITO - QUITO	PICHINCHA - QUITO - QUITO	NO	3kg	-	\$2.83	 

## Anexo Q. Costo programa contable Contifico

**PLUS**

**\$ \$42,00** + IVA Mes

Solución ideal para el control de inventario

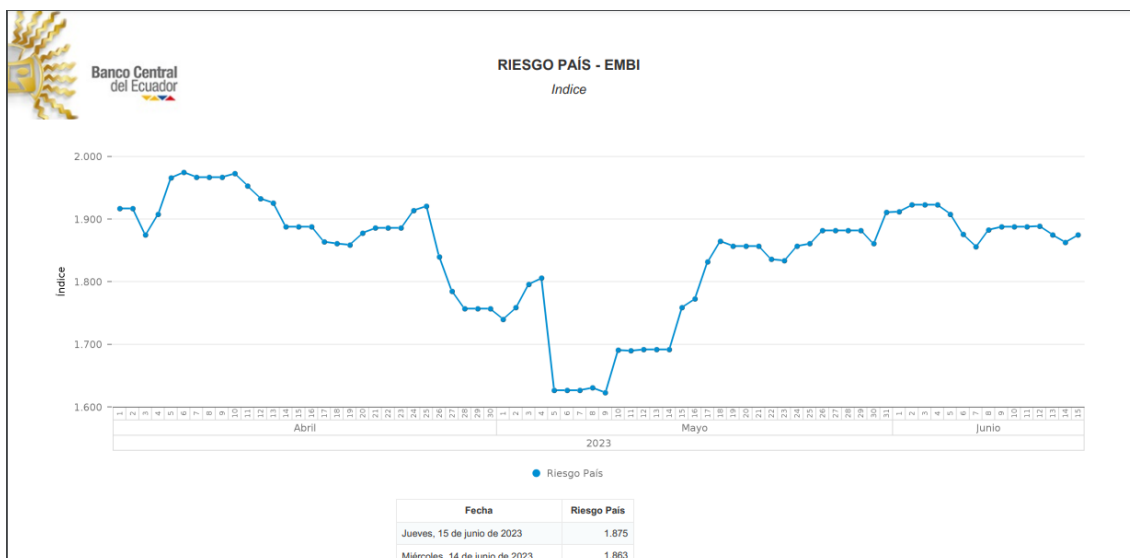
- ✓ 3 usuarios | 1 usuario contador
- ✓ Creación de categorías y productos
- ✓ Activos fijos\*
- ✓ Manejo de inventarios y proformas
- ✓ Liquidación de tarjetas de crédito
- ✓ Guía de remisión
- ✓ Módulo de variantes
- ✓ API Key (1)
- ✓ Manejo de bodega (1)
- ✓ Nómina de 15 personas\*
- ✓ +30 reportes financieros, contables y comerciales

[Cotizar](#)

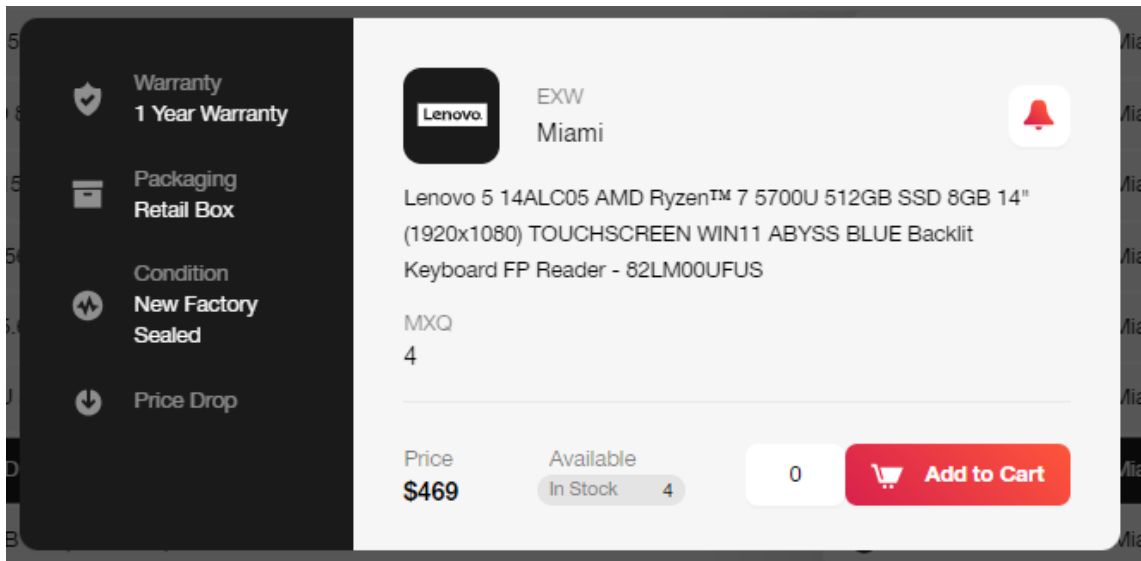
## Anexo R. Tasas de Rimpe

Límite inferior (USD)	Límite superior (USD)	Impuesto a la fracción básica	Tipo marginal (%)
-	20.000,00	60,00	0
20.000,01	50.000,00	60,00	1
50.000,01	75.000,00	360,00	1,25
75.000,01	100.000,00	672,50	1,50
100.000,01	200.000,00	1.047,50	1,75
200.000,01	300.000,00	2.797,52	2

## Anexo S. Riesgo país



## Anexo T Cotización de computador portátil



Warranty  
1 Year Warranty

Packaging  
Retail Box

Condition  
New Factory Sealed

Price Drop

Lenovo

EXW  
Miami

Lenovo 5 14ALC05 AMD Ryzen™ 7 5700U 512GB SSD 8GB 14" (1920x1080) TOUCHSCREEN WIN11 ABYSS BLUE Backlit Keyboard FP Reader - 82LM00UFUS

MXQ  
4

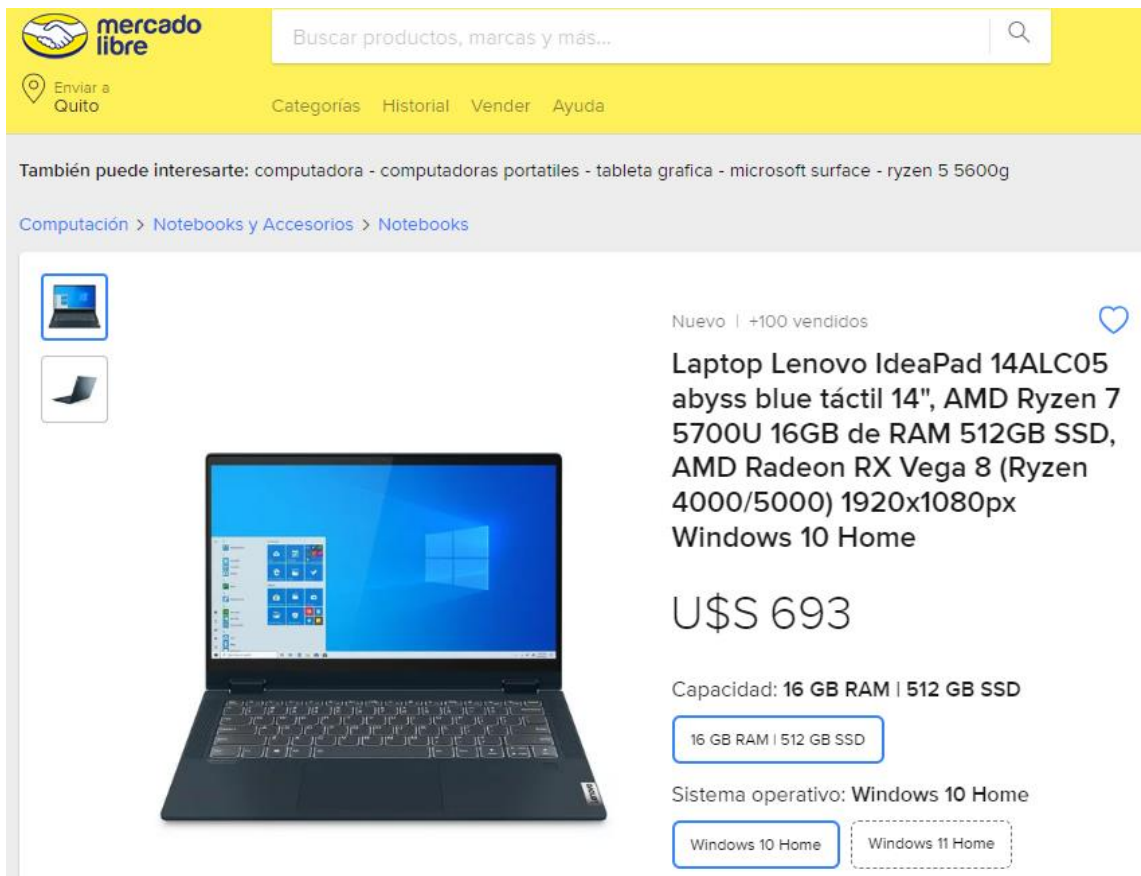
Price  
**\$469**

Available  
In Stock 4

0

Add to Cart

## Anexo U. Cotización computador portátil en Ecuador



mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Enviar a Quito

Categorías Historial Vender Ayuda

También puede interesarte: computadora - computadoras portatiles - tableta grafica - microsoft surface - ryzen 5 5600g

Computación > Notebooks y Accesorios > Notebooks

Nuevo | +100 vendidos

Laptop Lenovo IdeaPad 14ALC05 abyss blue táctil 14", AMD Ryzen 7 5700U 16GB de RAM 512GB SSD, AMD Radeon RX Vega 8 (Ryzen 4000/5000) 1920x1080px Windows 10 Home

U\$S 693

Capacidad: 16 GB RAM | 512 GB SSD

16 GB RAM | 512 GB SSD

Sistema operativo: Windows 10 Home

Windows 10 Home Windows 11 Home

Anexo W. Costo del servicio de marketing



The advertisement features a light blue background. At the top left, the logo 'DO it' is displayed in a bold, teal font, with the tagline 'Hazlo así' in a smaller, orange font below it. The central graphic consists of a globe surrounded by various social media icons, including Twitter (t), LinkedIn (in), Facebook (f), Google+, Pinterest (p), and Instagram (i). To the right of the globe, a laptop is shown with two hands typing on the keyboard. At the bottom of the graphic, there are three small circular icons (Facebook, Twitter, and Instagram) followed by the text 'doitcreativeads'.

**100 \$**  
COMMUNITY MANAGER REDES SOCIALES  
Quito, Pichincha

**We Recommend**

## **Baby Plan**

Now 73% off!

- Up to 5 websites
- 40GB Disk space
- Unmetered bandwidth ⓘ
- One-click WordPress installs
- Email included
- Phone & Chat support
- First year domain free ⓘ
- \$500 Google Ad spend match credit
- \$100 Microsoft Advertising credit

**Introductory offer**

**\$3.50/mo\***

**Buy now**