



CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TITULO:

Análisis de factibilidad de importación de aspiradora robótica desde el mercado chino para la comercialización en el mercado esmeraldeño

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Emily Julieth Mera Salinas

ASESOR:

Mgt. Mario Armas Arias

Esmeraldas, 2025

TRIBUNAL DE GRADUACION

Trabajo de titulación aprobado luego de haber cumplido con todos los requisitos exigidos por el tribunal en el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADUACION

LECTOR 1

LECTOR 2

**COORDINADORA DE LA CARRERA DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Mgt. Andrea Stefania Dueñas Mendoza

DIRECTOR DE TESIS

Mgt. Mario Javier Armas Arias

AUTORÍA

Yo, **Emily Julieth Mera Salinas**, portadora de la cedula de ciudadanía N° **0803594423** declaro ser autora del presente proyecto de investigación denominado “Análisis de factibilidad de importación de aspiradora robótica desde el mercado chino para la comercialización en el mercado esmeraldeño”, el cual es original, autentico y personal. Es virtud que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autoría y de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas.

Emily Julieth Mera Salinas

C.I. 0803594423

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios, por su amor incondicional, por darme la sabiduría, las bendiciones y las fuerzas necesarias para superar cada desafío y llegar a este momento tan importante en mi formación profesional.

A mis padres, Joffre Mera Benavides y Rosa Salinas Solano, quienes son los pilares de mi vida y mi mayor fuente de inspiración. Su apoyo inquebrantable, tanto emocional como económicamente, ha sido clave en cada paso de mi formación profesional, acompañándome en este camino con amor y dedicación.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por estar siempre a mi lado, brindándome su amor y apoyo incondicional. Su fortaleza ha sido mi sostén en los momentos más difíciles, y su esfuerzo me ha dado la oportunidad de recibir una educación que marcará mi futuro.

A mi amigo Jordy Quintero por estar siempre a mi lado en esta etapa de mi vida. Su apoyo incondicional, sus consejos y paciencia ha significado mucho para mí. Gracias por creer en mí, por darme un empujón cuando dudaba y por ser un pilar en esta etapa de mi vida.

Agradezco a mis docentes por compartir su dedicación, paciencia y compromiso en mi formación profesional. Cada conocimiento compartido, cada consejo brindado y cada enseñanza impartida han dejado una huella en mi camino. Gracias por motivarme a superar desafíos, por inculcarme el valor del esfuerzo y por impulsarme a dar lo mejor de mí. Su guía no solo ha enriquecido mi aprendizaje, sino que también me ha inspirado a crecer con responsabilidades.

A mis amigas de la universidad, Kamila Caicedo Cueva y Doménica García Lemos quienes han sido parte esencial en este camino. Su compañía, apoyo y palabras de aliento ha sido muy importante. Los momentos compartidos, las risas, las malas noches, trabajos en grupo y el esfuerzo en conjunto ha sido una fuente de motivación en esta etapa de mi vida. Siempre 3/3...

RESUMEN

El objetivo principal de la investigación consiste en analizar el nivel de factibilidad de una importación de aspiradoras robóticas en el mercado chino para la comercialización en el mercado esmeraldeño.

La metodología aplicada para obtener los resultados tuvo alcance deductivo, puesto que permitió analizar teorías y principio generales sobre la importación y comercialización de las aspiradoras robóticas y permitió llegar a conclusiones específicas sobre la viabilidad comercial en el mercado.

Para evaluar la factibilidad de la importación y comercialización de este producto se aplicó un estudio de mercado para la obtención de resultados con un enfoque cuantitativo y cualitativo. Para ello, se emplearon técnicas de investigación como encuestas y focus group, para la primera, la muestra seleccionada fue de 150, el cual se realizaron 177 encuestas de las cinco parroquias de Esmeraldas (5 de agosto, Bartolomé Ruiz, Luis Tello, Esmeraldas y Simón Plata Torres) y para el segundo, se realizó un grupo de personas conformados por cinco mujeres trabajadoras.

Este proceso demostró que sería recomendable comercializar productos tecnológicos para la limpieza del hogar, ya que los consumidores consideran que estos dispositivos son beneficiosos para optimizar tiempo y esfuerzo físico. Asimismo, permitió conocer la intensidad de compra y preferencias de los consumidores de la ciudad de Esmeraldas hacia este producto, también se identificó el proveedor adecuado a través de una plataforma digital.

Por consiguiente, la investigación implicó una evolución de los costos asociados con el proceso de importación de las aspiradoras robóticas con un costo total a pagar de \$160.432,40, teniendo en cuenta que el margen de utilidad que se espera percibir por cada aspiradora robótica es del 30%, reflejando en dólares un total de \$72,27 de ganancia para la empresa.

Para finalizar, con todo lo mencionado anteriormente, se ha comprobado que el proyecto de importación es viable, siempre y cuando se implementen estrategias de precios adecuadas y se optimicen los costos logísticos, ya que estos dispositivos representan una oportunidad rentable acorde con las tendencias globales.

Palabras claves: Importación, aspiradoras robóticas, factibilidad, barreras arancelarias y no arancelarias, proveedores internacionales, mercado esmeraldeño, costos logísticos.

ABSTRACT

The main objective of the research is to analyze the level of feasibility of importing robotic vacuum cleaners into the Chinese market for marketing in the Esmeraldas market.

The methodology applied to obtain the results had a deductive scope, since it allowed analyzing general theories and principles on the import and marketing of robotic vacuum cleaners and allowed reaching specific conclusions on commercial viability in the market.

To evaluate the feasibility of importing and marketing this product, a market study was applied to obtain results with a quantitative and qualitative approach. For this, research techniques such as surveys and focus groups were used. For the first, the selected sample was 150, which 177 surveys were carried out in the five parishes of Esmeraldas (5 de agosto, Bartolomé Ruiz, Luis Tello, Esmeraldas and Simón Plata Torres) and for the second, a group of people made up of five working women was carried out.

This process demonstrated that it would be advisable to market technological products for home cleaning, since consumers consider these devices to be beneficial for optimizing time and physical effort. Likewise, it allowed us to know the purchase intention and preferences of consumers in the city of Esmeraldas towards this product, and the appropriate supplier was also identified through a digital platform.

Consequently, the research involved an evolution of the costs associated with the import process of robotic vacuum cleaners with a total cost to pay of \$160,432.40, taking into account that the profit margin expected to be received for each robotic vacuum cleaner is 30%, reflecting in dollars a total of \$72.27 of profit for the company.

To conclude, with everything mentioned above, it has been proven that the import project is viable, as long as appropriate pricing strategies are implemented and logistics costs are optimized, since these devices represent a profitable opportunity in line with global trends.

Keywords: Importation, robotic vacuum cleaners, feasibility, tariff and non-tariff barriers, international suppliers, Esmeraldas market, logistics costs.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	12
PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA	12
Descripción del problema	12
Justificación.....	14
Objetivos	15
Objetivo general.....	15
Objetivo específico.....	15
CAPITULO I. Marco teórico.....	16
1.1. Bases teóricas.....	16
1.1.3. Aspiradoras robóticas	18
1.1.4. Estudio de mercado	18
1.1.7. Barreras no arancelarias (BNA)	20
1.2. Antecedentes.....	21
1.3. Bases legales	22
CAPITULO II. Metodología.....	24
2.1. Método de investigación.....	24
2.2. Enfoque de investigación	24
2.3. Diseño	24
2.3.1. Alcance de investigación.....	24
2.3.2. Tipo de investigación	25
2.5. Población y muestra	25
2.5.1. Población	25
2.5.2. Muestra	25
2.6.2. Instrumento.....	27
2.7. Procedimiento de análisis de datos	27
CAPITULO III: Análisis e interpretaciones de resultados	28

3.1. Estudio de mercado.....	28
3.1.1. Encuesta	28
3.1.2. Focus Group	33
3.1.2.1. Objetivo del Focus Group	33
3.1.2.2. Público objetivo	33
3.1.2.3. Hallazgo	34
Sección 1: INFORMACION DEMOGRAFICA Y SOCIOECONÓMICA	34
Sección 2: HÁBITOS DE LIMPIEZA.....	34
Sección 4: EVALUACIÓN DE CONCEPTOS	36
3.1.3. Proveedores internacionales	37
3.1.4. Inteligencia de productos.....	38
CAPITULO V. Conclusión.....	44
CAPITULO VI: Recomendaci.....	45
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	46
ANEXO	49

ÍNDICE FIGURA

Figura 1. Rango de edades de la población encuestada	28
Figura 2. Nivel de conocimiento de la población sobre las aspiradoras robóticas	29
Figura 3. Aspectos importantes sobre las aspiradoras robóticas por los consumidores	29
Figura 4. Importancia de la conectividad en dispositivos tecnológicos en las aspiradoras robóticas	30
Figura 5. Recomendaciones de aspiradoras robóticas: confianza al producto	30
Figura 6. Disponibilidad o presencia de las aspiradoras robóticas en el hogar	31
Figura 7. Tipos de superficies más comunes en los hogares	32
Figura 8. Rutinas de limpieza.....	32

ÍNDICE TABLA

Tabla 1 Procedimiento para el análisis de datos de la encuesta	27
--	----

Tabla 2. Procedimiento para el análisis de datos del Focus Group-----	27
Tabla 3. Disposición a pagar por las aspiradoras robóticas de alta calidad -----	30
Tabla 4. Nivel de compra-----	33
Tabla 5. Aspiradoras robóticas-----	37
Tabla 6. Clasificación arancelaria de la aspiradora robótica -----	39
Tabla 7. Análisis de costos -----	41

INTRODUCCIÓN

El presente estudio buscó analizar si es viable comercializar aspiradoras robóticas importadas desde China en el mercado de Esmeraldas. Con el avance de la tecnología, la limpieza automatizada se ha vuelto cada vez mas popular a nivel mundial, ya que facilita las tareas de hogar, especialmente en las ciudades.

En esmeraldas, muchas personas tienen un acceso limitado a productos tecnológicos avanzados, lo que abre la posibilidad de evaluar si estos dispositivos pueden cubrir una necesidad en el mercado local. Para ello, se analizaron aspectos claves como las preferencias de los consumidores, la disponibilidad de proveedores que cumplan con estándares de calidad, las barreras comerciales y los costos de importación.

El objetivo es determinar si esta iniciativa representa una oportunidad rentable par importadores y distribuidores, ofreciendo soluciones innovadoras y eficientes para mejorar la calidad de vida en los hogares esmeraldeños.

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

Descripción del problema

La tecnología actual ha desarrollado sistemas innovadores que mejoran la vida cotidiana y permiten a la humanidad explorar nuevas fronteras. Estos avances incrementan la eficiencia de las actividades humanas, reduciendo el tiempo necesario para completarlas y optimizando la productividad. Además, la tecnología se adapta continuamente a los cambios esenciales en su desarrollo, facilitando la evolución de las actividades diarias de las personas. Gracias a estos progresos, no solo es posible resolver problemas de manera más efectiva, sino también descubrir y conquistar nuevas oportunidades.

El robot aspirador se presenta como el primer caso de éxito de la robótica en el ámbito doméstico. En 2002 se fabricó la primera serie de robots Roomba, formada por 15 000 unidades, que se vendieron en unas pocas semanas. Dieciocho años más tarde, se han vendido millones de unidades y los robots aspiradores representan una importante cuota de mercado en el sector de la limpieza (Vitria, 2020). Las aspiradoras robóticas al realizar las tareas del hogar de forma eficiente y autónoma, generan popularidad debido a la capacidad de ahorro de tiempo y esfuerzo físico especialmente en personas muy ocupadas. Por ello, no solo se utilizan en países desarrollados, sino también en países en vías de desarrollo.

Se estima que el mercado de robots aspiradores alcanzará los 5.46 mil millones de dólares en 2024 y los 10.37 mil millones de dólares en 2029, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 13.70% durante el período previsto (2024-2029) (Mercado de aspiradoras robotizadas, s.f.).

Estados Unidos, seguido de Canadá, registra la tasa de crecimiento más alta, debido a la importante adopción de robots aspiradores en toda la región. El principal factor que impulsa el crecimiento del mercado en la región es el aumento gradual de la renta disponible de los consumidores de la región y el rápido cambio en los estilos de vida de las personas. (Mercado de aspiradoras roboticas , s.f.). Esta tasa de crecimiento se debe a que los hogares están adaptando tecnologías inteligentes y prefieren soluciones de limpieza automatizada que sean eficientes e innovadoras.

Las aspiradoras robóticas cuentan con características como programación autónoma, control remoto a través de aplicaciones móviles y capacidad de detención de obstáculos, mejorando significativamente la experiencia del consumidor. Los modelos más recientes pueden interactuar con asistentes virtuales como Google Assitant o Alexa de Amazon, y ofrecen conectividad Wi-Fi y compatibilidad con redes 5G. Las tendencias globales muestran una creciente adopción de tecnología, impulsada por factores como el cambio hacia estilos de vida más ocupado.

En países como Europa, América del Norte y Asia-Pacífico, la necesidad de hogares inteligentes esta aumentado a escala global. China es uno de los países con gran producción masiva e innovadora constante, lo que permite la disponibilidad de una amplia variedad de modelos a precios variables (Mercado de casas inteligentes , s.f.).

Por otro lado, Ecuador, como país en vías de desarrollo, no cuenta con desarrollo tecnológico avanzado ni con la capacidad para producirlos, necesarios para satisfacer las demandas internas del mercado. Por lo tanto, depende de países como China, Estados Unidos, Alemania y Japón, que han evolucionado de economías agrícolas y manufactureras a potencias y científicas en las últimas décadas. Debido a esto, Ecuador importa productos tecnológicos para cubrir sus necesidades y satisfacer la demanda interna.

En Esmeraldas, actualmente se observa un aumento de la urbanización y también la adaptación en los avances tecnológicos, creando un ambiente favorable para las aspiradoras robóticas. La escasa competencia en este mercado presenta una oportunidad para posicionar estos productos importados desde China como una solución innovadora y de alta gama.

La creciente demanda local de dispositivos que faciliten las tareas del hogar lleva a los consumidores a optar por comprar estos productos. Aunque existen dos locales que ya venden estos dispositivos, la competencia sigue siendo limitada, lo que presenta una oportunidad para posicionar estos productos importados como soluciones innovadoras. Estas aspiradoras robóticas son aceptadas en mercados desarrollados y emergentes que ofreciendo eficiencia y capacidad de programación y control remoto.

La importación de las aspiradoras robóticas desde China para la comercialización en Esmeraldas representa una oportunidad altamente significativa para satisfacer las necesidades locales, aprovechando así el mercado y ofreciendo un producto más moderno.

Partiendo de la información anteriormente mencionada, se formula la siguiente interrogante:

¿Cuál es la viabilidad comercial de la importación de las aspiradoras robóticas desde China en el mercado de Esmeraldas, considerando los factores de factibilidad técnica, análisis de mercado, competencia?

Justificación

En la actualidad, la modernización en Esmeraldas se refleja en la implementación de soluciones tecnológicas avanzadas para mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos. En este contexto, las aspiradoras robóticas surgen como una opción viable para satisfacer la demanda de productos de limpieza del hogar eficientes y automatizados.

La importancia de este estudio radica en la necesidad de llenar los vacíos tecnológicos del mercado local mediante la importación de aspiradoras robóticas. Estos dispositivos representan una tendencia global en la automatización del hogar, ampliamente adoptada en países desarrollados y emergentes.

Este estudio es valioso porque contribuye a la modernización del hogar en Esmeraldas, alineados con las tendencias globales. También promueve el desarrollo económico y

tecnológico de la ciudad, ofreciendo a los consumidores acceso a tecnología avanzadas. Así, la importación y comercialización de aspiradoras robóticas no solo cubren una necesidad del mercado local, sino que también mejoran la calidad de vida de los habitantes de Esmeraldas, demostrando el impacto positivo de esta investigación en la sociedad.

Objetivos

Objetivo general

- Evaluar la viabilidad comercial de la importación de las aspiradoras robóticas desde China en el mercado de Esmeraldas, considerando factores técnicos, análisis de mercado y competencia.

Objetivo específico

- Analizar el mercado esmeraldeño para la comercialización de aspiradoras robóticas.
- Identificar proveedores internacionales que satisfagan los requisitos necesarios.
- Examinar las barreras arancelarias y no arancelarias para la importación de aspiradoras robóticas desde China.
- Calcular los costos asociados a la importación de las aspiradoras robóticas.

CAPITULO I. Marco teórico

1.1. Bases teóricas

La ventaja comparativa de David Ricardo (1817), radica en que los países se benefician del comercio internacional al especializarse en la producción de bienes y servicios para los cuales sus costos de oportunidad sean menores comparados a los de los demás países. Sin embargo, la teoría demuestra que el comercio puede mejorar el bienestar económico global al poder permitir una asignación más eficiente de los recursos al nivel mundial.

De acuerdo con Víctor Santiago (2020) la importación es importante para las empresas, debido a que puede aumentar su rentabilidad. Permite a los empresarios y consumidores acceder a productos que no se producen en sus países o que se obtienen a un costo más favorable en el extranjero. Esto implica que los altos directivos de las empresas deben asumir riesgos al ingresar al ámbito de los negocios internacionales para obtener una ventaja competitiva.

Con relación a la teoría de la importación de aspiradoras robóticas, China tiene una ventaja comparativa en la producción del producto debido a los varios factores como son los costos de producción más bajos, mano de obra barata, economía y la infraestructura de manufactura avanzada. Esmeraldas podría implementar un costo de oportunidad muy alto en recursos, tiempo y su capital, por ello es más eficiente importar estas aspiradoras robóticas desde China, donde sus costos son más bajos y poder utilizar los recursos locales en otras actividades (sector agrícola, turismo, servicio, entre otros).

El comercio internacional es el proceso de intercambio de bienes y servicios entre países. Incluye tanto las importaciones como las exportaciones y a través de cualquier medio de transporte: aéreo y marítimo. La importación y la exportación impulsan conjuntamente las interacciones económicas y el crecimiento entre países (Cetys, 2023)

El comercio internacional se considera como uno de los factores fundamentales para el desarrollo de la economía de los países, por lo que ningún país es capaz de producir todo lo necesario para satisfacer las necesidades de sus ciudadanos para poder seguir desarrollándose.

La importación es una acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del

régimen de importación al que se haya sido declarado (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2024).

Sin embargo, es necesario realizar un análisis exhaustivo sobre la importación a través del estudio de mercado, proveedores, análisis de productos, determinar costos, y evaluar la viabilidad del proyecto. En este sentido, los factores de producción son utilizados para elaborar productos y servicios que se pueden adaptar a su consumo en el mercado, satisfaciendo así las necesidades de los consumidores.

Además, la tecnología tiene múltiples funciones, como la automatización del hogar, el control y monitoreo de los aparatos tecnológicos, la personalización y la integración de servicios, entre otras. Estas funciones se enfocan en disminuir las dificultades de las personas en su vida cotidiana. Esta teoría pone énfasis en conocer las necesidades y dificultades no identificadas previamente, desarrollando cada una de las teorías de este proyecto.

1.1.1. Viabilidad económica

Según Benito (2020) la viabilidad económica es la base sobre lo que debemos construir en cualquier negocio, es decir, la viabilidad económica responde al preguntarnos cuánto dinero vamos a ganar con respecto a lo que hemos invertido, ya que debemos de vender el producto a un precio mayor al coste que se paga para obtenerlo.

La viabilidad económica se refiere a la evaluación necesaria de los planes de proyectos empresariales, incluyendo el análisis de costos, balances, presupuestos, estados de ingresos y pérdida, flujo de caja, valor actual neta (VAN), tasa interna de retorno (TIR), y análisis de sensibilidad y riesgo, entre otros factores. En los negocios internacionales, está la viabilidad que enfoca en las estrategias de mercado, gestión y aspectos económicos y financieros que determinan la sustentabilidad y sostenibilidad de importar productos desde el extranjero para su venta en el mercado local. Al igual este análisis abarca costos de adquisición, transporte, aranceles, seguros y muchos más factores económicos y políticos (Miranda, 2015).

1.1.2. Viabilidad comercial

En este proyecto se centra en puntos claves de un plan de negocio como es el estudio de viabilidad comercial. García (2019)) afirma que la viabilidad se centra en la demanda de

los consumidores, la situación del mercado y también la competencia donde se centren en las necesidades o problemas de un grupo de personas (p.22).

La viabilidad comercial se resume en ser viable para justificar la existencia de un mercado para la producción o servicios que se han previsto, también las ventas son reales con el planteamiento que realiza las empresas.

Por otra parte, la viabilidad es una herramienta donde se puede identificar la demanda de individuos, empresa u otras sociedades con el fin de diseñar una mejor oferta, asimismo le permite desarrollar un proyecto que satisfaga las necesidades de un grupo de individuos.

Por último, la viabilidad busca responder si los negocios pueden ser rentables y exitosos en el mercado donde están establecidos.

1.1.3. Aspiradoras robóticas

Varios autores han encontrado información detallada sobre las aspiradoras robóticas Andrade, Bastidas, et al. (2020) manifiesta lo siguiente: las aspiradoras robóticas automáticas son herramientas que cuentan con diferentes programas de inteligencia y un limitado sistema de limpieza. Desde el año 2001 ya ha habido varios modelos de limpieza robótica que se ha desarrollado en el mercado, donde las empresas que la comercializan desde hace algún tiempo como las aspiradoras Roomba, Vacuum, Clear, Ubot Yolimpio, entre otras. Por ejemplo, la aspiradora “YOLIMPIO” se ha realizado estudios diferentes en base a su eficiencia, además esta aspiradora utiliza dos entornos diferentes: estructurado y destructurado.

- Estructurado: se refiere a la superficie de dimensiones determinadas donde la aspiradora debe hacer de manera efectiva el proceso de aspiración/limpieza.
- Destructurado: este entorno pretende valorar la manera real y global de su rendimiento y compartimiento de la aspiradora, puesto que no está definido el entorno, ni el tamaño.

1.1.4. Estudio de mercado

Este estudio de mercado es una investigación donde se utilizan diversas ramas de la industria donde garantiza la forma de tomar decisiones y entender mejor el panorama comercial. Permite analizar los aspectos como hábitos de compra, operación, requerimiento de productos o análisis de la competencia para poder asegurar el buen

desempeño del negocio o emprendimiento. Además, este estudio realiza la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotécnica o estrategias comerciales, dentro de la cual se estudia el producto, precio, los canales de distribución, la promociones, entre muchos otros (Orejuela, 2002).

Según Zendesk (2023), el estudio de mercado tiene varios enfoques y estudios que existen para obtener los recursos que disponen sus productos, el mercado en el que pertenece son los siguientes:

- Investigación cualitativa: este tipo de estudio se orienta en conocer las características de los consumidores.
- Investigación cuantitativa: este tipo de estudio se basa en ofrecer mediciones de cantidades, esto quiere decir, se trabaja con datos y estadísticas.

1.1.5. Cadena de suministro global

De forma general y analizando la industria de manera amplia podemos ver la cadena de suministro, que según Ganeshan y Harrison (2010) es una cadena de proveedores, fábricas, almacenes, centros de distribución y detallistas a través de los cuales se adquieren las materias primas, se transforman y se envían al cliente. Las empresas deben evaluar constantemente las cadenas de suministros si quieren ser competitivas, teniendo como objetivo principal asegurar la satisfacción y retención del cliente.

La cadena de suministro permite los procesos necesarios para producir, transportar y distribuir los productos del mercado internacional, asegurando que lleguen a los consumidores finales en el mercado local, de manera eficiente, rentable y cumpliendo con todas las regulaciones internacionales y también locales. Además, la cadena de suministro se compone por:

- Proveedores
- Logística internacional
- Distribución
- Minorista
- Consumidor

1.1.6. Barreras arancelarias

El gobierno impone impuestos conocidos como aranceles a la importación de bienes y servicios. Estos aranceles se pagan a la autoridad aduanera al momento de la entrada o

salida de las mercancías. Su objetivo es aumentar el costo de los productos importados para proteger la industria nacional.

Las barreras arancelarias tienen el fin de impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías o servicios a un país. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en el país de destino. El arancel incide directamente en los precios de los productos elevándolos (Espinoza, 2020, pág. 66)

Barreras no arancelarias

Según Rojas (2018) las barreras arancelarias son medidas que limitan el comercio sin utilizar aranceles. Limitar el comercio sin utilizar aranceles, barreras técnicas, regulaciones sanitarias, inspecciones previas, licencias y requisitos de calidad y etiqueta que pueden ser discriminatorios o proteccionistas.

Existen varios tipos de barreras no arancelarias, las más comunes y que se utilizan con frecuencia en el comercio internacional de las mercancías son las barreras cuantitativas o cualitativas, formales o informales, legítimas o ilegítimas, entre otras.

Es una BNA cualquier medida distinta a un arancel que pueda afectar el comercio de las mercancías importadas; así dentro de esta categoría se pueden destacar las medidas sanitarias y fitosanitarias injustificadas, los obstáculos técnicos al comercio que exigen cambiar las características técnicas de las importaciones, entre un muy amplio número de medidas más que terminan constituyendo una restricción encubierta al comercio caracterizada por ser además una discriminación arbitraria o injustificable sobre la importación de sus productos (Boza y Fernández, 2014).

1.1.7. Costo

Los costos incluyen todos los gastos incurridos en el proceso de adquisición, transporte, almacenamiento, distribución y la comercialización de los productos. También, incluyen los aranceles, impuestos, costos, logística, costo de marketing y distribución y cualquier otro gasto necesario para llevar el producto desde el mercado internación (fabricante) hasta el consumidor final.

Según Albano, Garcia, et al. (2020), los costos de importación son un conjunto de pagos, obligaciones, consumos, depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones atribuibles, que

están relacionadas con las funciones de producción, distribución y financiamiento. Sin embargo, los costos de importación se constituyen por el precio original de compra, mas todos los gastos incurridos para distribuir el producto en el almacén de la empresa, teniendo en cuenta que tienen gastos adicionales como el flete, seguro, derechos e impuestos que gravan la importación, transporte, acarreo y gastos de aduana generales, incluyendo los gastos indirectos como lo son los gastos administrativos generados por los entes que apoyan a las operaciones de compra-venta del exterior

1.2. Antecedentes

A partir de los estudios de factibilidad relacionados con el tema de la importación y comercialización de las aspiradoras robóticas, se toman en cuenta algunos estudios relevantes para esta investigación.

Ambulay, Castillo, et al. (2023), presenta la creación de una nueva empresa del grupo AZZARO especializado en la limpieza integral, mostrando viabilidad financiera, con un valor actual neto (VAN) de S/ 557,141 descontando a una WACC de 11,8%, lo que indica responsabilidad para sus clientes. Además, el estudio de mercado ha permitido a dimensionar el mercado potencial y objetivo, generando una ventaja competitiva importante que favorece la economía.

Mientras que Esparza y Reyes (2020), explican que estos aparatos tecnológicos (aspiradoras robóticas) son indispensables y esenciales en la vida cotidiana de las personas, por ello, los productos son estables en el mercado. Estos resultados cuantitativos se obtuvieron a través de encuestas online que muestran que el 80,37% de los encuestados afirmaron comprar productos de fregar y electrohogar. La investigación concluyó que el plan de negocios puede ser factible en un periodo de seis meses, llegando a percibir ganancias al segundo año. Por ello se espera diseñar más estrategias de marketing con el fin de posicionarse en el mercado como una marca de buena calidad.

La investigación realizada por Villalta (2021) explica que el estudio de factibilidad para una empresa de servicios, mantenimiento y limpieza en Quito, permitió analizar la situación actual de las empresas que estaban vigentes, es decir, se encontraban prestando sus servicios como: limpieza, electricidad, obras menores, entre otros. Al evaluar el resultado demostró la viabilidad del desarrollo del proyecto, por lo que su resultado en el estudio económico es factible, y su producto rinde más de lo que cuesta invertir.

En el caso de la investigación de Chonillo y Endara (2019) se presenta una idea diseño de robot de seguridad (aspiradoras robóticas) que se implementan prototipos actualización para los hogares, que aún no destaquen al nivel comercial. Este proyecto destaca que actualmente la sociedad utiliza la tecnología avanzada de manera rápida en consecuencia al nivel general, la tecnología se presenta en el diario vivir. Este proyecto se probó una parte con el potencial de las redes wifi.

Finalmente, la investigación realizada por Misiego (2017) estudia sobre el coste económico y la viabilidad técnica del proyecto Visión artificial y su aplicación en la automatización de tareas de limpieza. De este modo, los resultados experimentales que fueron realizados por medio de diferentes métodos (videos, entre otros) fue un éxito, por lo que se dio lo siguiente: probar todos los programas anteriores (movimientos arduinos-C++) en tiempo real, captando los movimientos por medio de videos (webcam). Teniendo como objetivo demostrar que las aspiradoras robóticas son beneficios tecnológicos para aumentar su funcionalidad y eficiencia para un mejor producto.

Todas las investigaciones como “La factibilidad para la creación de una empresa de servicios de mantenimiento y limpieza para empresas Retail de la ciudad de Quito con la implementación de herramientas digitales”, “Visión artificial y su aplicación en la automatización de tareas de limpieza”, “Diseño de robot de seguridad usando como plataforma de desarrollo una aspiradora robótica”, “Plan de negocios de importación y comercialización de productos innovadores para el hogar”, “Plan de negocios de aspiradoras automáticas”, arrojaron resultados positivos, sus investigaciones fueron realizadas en ciudades grandes de países distintos. Se presentaron productos el cual serian viables y rentables en los proyectos ya mencionados. A pesar que los escenarios en los que se presenta el producto son distintos al mercado que se tiene como objetivo en la presente investigación, algunos estudios apuntan a que las aspiradoras robóticas llaman la atención de las personas, lo que podrías demostrar que hay factibilidad en la importación de las aspiradoras robóticas, siempre y cuando se presente al público objetivo correcto.

1.3. Bases legales

El presente estudio examina la factibilidad de importación y comercialización al importar aspiradoras robóticas desde el mercado chino al mercado esmeraldeño. La investigación se fundamenta en las normativas legales vigentes establecidas en:

Agente de Aduana

Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversión (COPCI), 2010.

Las actividades comerciales del Ecuador se rigen por el Código Orgánico de Producción (COPCI) que establece reglas para la importación y exportación de las mercancías. Estas medidas tienen como objetivo garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y aduaneras, facilitando el comercio y fomentando el desarrollo económico del país. Por ende, se considera un reglamento clave en los procesos de la importación, como:

- ✓ Importación para el consumo (Art. 147). - Este régimen aduanero permite que las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico circulen libremente en el territorio aduanero y permanezcan de manera definitiva, tras pagar los derechos e impuestos que correspondientes, recargos y las sanciones que, si se aplican, y poder cumplir con las formalidades y obligaciones aduaneras.

Modalidades de aforo

El Reglamento COPCI (2010) establece que para despachar mercancías que requiere una Declaración Aduanera, se debe aplicar una modalidad de aforo, seleccionada según el análisis de perfil de riesgo por el SENA E. Las modalidades de aforo disponible son las siguientes:

El aforo automático se aplica por medio de la validación electrónica de la Declaración Aduanera teniendo en cuenta los perfiles de riesgo del sistema informático. El aforo documental se basa en verificar y contrastar la información de la Declaración Aduanera junto a los documentos de acompañamiento y de soporte con la información registrada en el sistema del SENA E, esto se realiza con el objetivo de comprobar que se realice una correcta liquidación de tributos declarados. El aforo físico consiste en reconocer físicamente las mercancías, con el fin de verificar que su naturaleza, cantidad, peso y/o clasificación arancelaria, sea la misma registrada en el sistema del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES COPCI, 2010).

Declaración Aduanero de Importación (DAI)

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (2022), define a la DAI, es un formulario que registra la información general de la mercancía importada. Debe ser transmitida por un agente de aduana, incluyendo detalles como peso, puerto de destino y origen, y flete. La DAI puede presentarse física o electrónicamente hasta quince días antes de la llegada del medio de transporte y hasta treinta días después de su arribo.

CAPITULO II. Metodología

2.1. Método de investigación

En la presente investigación se aplica el método deductivo, que es adecuado para analizar teorías y principios generales sobre la importación y comercialización de productos, y aplicarlos específicamente al caso de las aspiradoras robótica en el mercado esmeraldeño. El método deductivo permite partir de conceptos y teorías amplias y bien establecidas, y utilizarlos para entender y evaluar situaciones particulares.

De esta manera se evaluará como las prácticas y tendencias globales de importación de productos tecnológicos pueden aplicarse y adaptarse a las condiciones locales de Esmeraldas, permitiendo llegar a conclusiones específicas sobre la viabilidad comercial en este mercado.

2.2. Enfoque de investigación

Para esta investigación se aplicará un enfoque mixto, combinando el método cuantitativo y cualitativo. El método cuantitativo permitirá obtener datos numéricos sobre costos y barreras. En cambio, el método cualitativo permitirá entender las preferencias del mercado y las características de la competencia. Estos métodos permiten obtener una visión completa y detallada de la viabilidad de la importación.

2.3. Diseño

2.3.1. Alcance de investigación

El alcance de la investigación es descriptivo. Detallar las características del mercado de Esmeraldas que incluye su demanda, competencia y las características de los proveedores internacionales.

2.3.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación es no experimental, ya que no se manipularán variables. Se analizarán datos y hechos que ya existen para poder evaluar la viabilidad de la importación.

2.5. Población y muestra

2.5.1. Población

La población incluye a los consumidores potenciales interesados en la adquisición del producto en el mercado esmeraldeño. Esmeraldas abarca individuos y entidades involucradas en el comercio de electrodomésticos y en la toma de decisiones de compra relacionadas con productos de tecnología doméstica.

De acuerdo con el INEC (2010), en Esmeraldas la población total es de 189,504 personas por parte de la población. Dando un total de 97,428 mujeres y 92,076 hombres esmeraldeños.

2.5.2. Muestra

Por su parte, este proyecto se tomó como objetivo de estudio en el cantón de Esmeraldas, para las parroquias 5 de agosto, Bartolomé Ruiz, Luis Tello, Esmeraldas y Simón Plata Torres, es decir, la ciudad de Esmeraldas.

Al aplicar la formula del cálculo de la muestra se utilizó un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 8%, dando una muestra total de 150 personas, de las que se alcanzaron 177. Al usar el muestreo que se aplicaron preguntas filtro para solo obtener las respuestas del público objetivo: mujeres y hombres (adulta y jóvenes) que vivan en el cantón Esmeraldas en las parroquias urbanas.

Para el Focus Group se tomó una encuesta a un grupo de personas entre 23 años a 50 o más.

Cálculo de la muestra para población finita

$$n = \frac{Nz^2px(1-p)}{(N-1)xe^2 + Z^2px(1-p)}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población total

Z= Distribución normalizada que corresponde al 90% del margen de confianza

p= Proporción de aceptación deseada para el producto

e= Porcentaje deseado de error

Datos

n= 150

N= 180.570

Z: el porcentaje de confiabilidad es del 95%

p= 0,5

e= 8% (0,08)

$$n = \frac{180.570 \times 1,95^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{(180.570 - 1) \times 0,08^2 + 1,95^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}$$

= 150 es el tamaño de la muestra

2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.6.1. Técnicas

Las técnicas de la investigación que se empleará para la recolección de datos será la encuesta y el Focus Group. Las encuestas permiten obtener datos cualitativos sobre las apreciaciones de las encuestas respecto a las aspiradoras robóticas, incluyendo su disposición de los encuestados respecto a las aspiradoras robóticas, incluyendo su disposición a adquirir el producto. Por otro lado, Focus Group permite obtener información cualitativa detallada sobre las percepciones y preferencias de los consumidores en Esmeraldas respecto a las aspiradoras robóticas. Esta técnica es fundamental para el razonamiento deductivo aplicado en este estudio, ya que los datos numéricos obtenidos nos ayudaran a validar y contextualizar las teorías y principios generales sobre la importación y comercialización de productos tecnológicos en el mercado local. Se adapta las tendencias globales a las condiciones específicas del mercado esmeraldeño, facilitando una evaluación precisa de la viabilidad comercial de las aspiradoras robóticas.

2.6.2. Instrumento

En base de los instrumentos de la investigación, se aplicó 7 preguntas de las cuales eran: preguntas introductorias, el grado de utilidad del producto, marcas, precios, estándares de calidad de los ciudadanos con preguntas cerradas con opción múltiple y una pregunta abierta.

En el caso del Focus Group, estuvo dividido en dos partes: la primera a manera de introducción, saber la experiencia y conocimiento de las partes sobre las aspiradoras robóticas en el mercado esmeraldeño, características que debería tener un producto de buena calidad; la segunda parte es saber sobre la compra y la importación del producto, en base a la experiencia en tiendas o traer el producto del exterior.

2.7. Procedimiento de análisis de datos

Tabla 1 Procedimiento para el análisis de datos de la encuesta

ENCUESTA
PREPARACION
Elaboración del cuestionario con preguntas cerradas y abiertas para poder recolectar información de datos sobre el mercado. También identificar y seleccionar en el cuestionario datos en base a criterios demográficos y geográficos.
CONDUCCION
Distribución de los cuestionarios a la muestra seleccionada, asegurando un porcentaje adecuado de respuestas.
ANALISIS
Revisión y codificación de las respuestas, es decir, ingresar datos en una base de datos para poder analizarlas. Utilizar herramientas estadísticas para interpretar los datos recolectados. Por último, la interpretación de los resultados y sus respectivas recomendaciones.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Procedimiento para el análisis de datos del Focus Group

ENTREVISTA
PREPARACION

Elaboración de la entrevista con temas claves para poder explorar las experiencias del mercado. Identificar y seleccionar los participantes del mercado esmeraldeño, además organizar el lugar y el tiempo adecuado para realizar las sesiones del Focus Group.
CONDUCCION
Guiar la reunión o sesión facilitando la discusión y registrar las respuestas.
ANALISIS
Transcripción detallada de las discusiones. Identificación de los temas en las respuestas de los participantes y poder integrar hallazgos cualitativos y la elaboración de conclusiones y recomendaciones basadas en el análisis.

Fuente: Elaboración propia

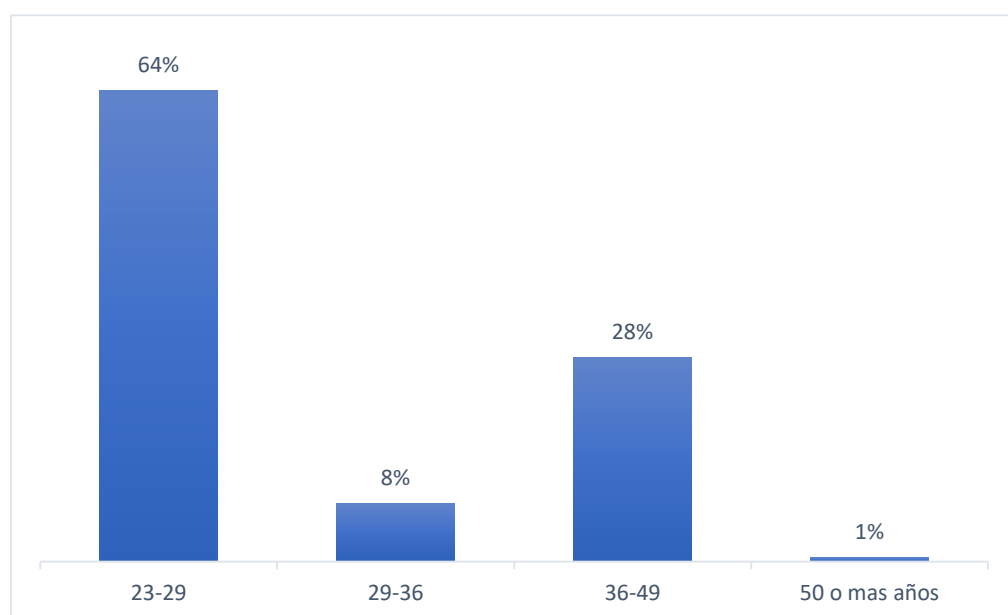
CAPITULO III: Análisis e interpretaciones de resultados

3.1. Estudio de mercado

3.1.1. Encuesta

Esta encuesta permitió conocer la aceptación y perspectivas de las aspiradoras robóticas en el mercado esmeraldeño, considerando factores técnicos, preferencias del consumidor y la competencia en el mercado. Se busca analizar de manera oportuna este producto para satisfacer las necesidades locales y promover soluciones tecnológicas de manera practica y sostenible. A continuación, se presentarán los resultados y análisis de las encuestas realizas:

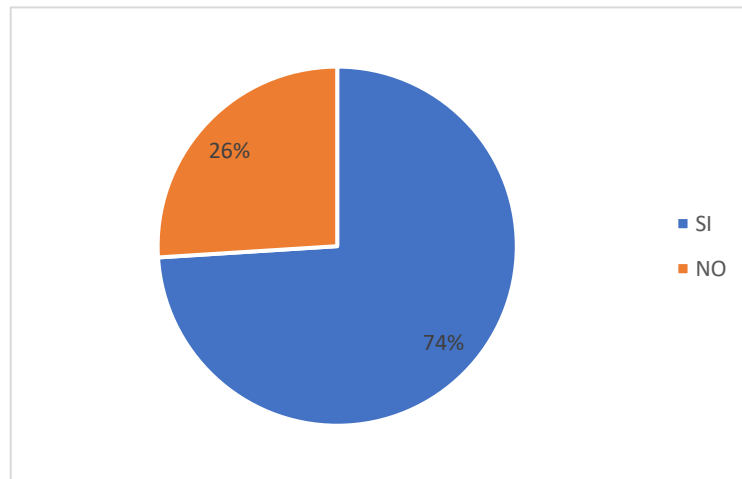
Figura 1. Rango de edades de la población encuestada



Fuente: Estudio de campo

De la población encuestada, se identificaron diferentes rangos de edades, lo que permitió analizar las preferencias según el rango de edad. Los resultados indicaron que el grupo de 23 a 29 años de edad representaron el segmento más interesante, con un 63.8%, debido que serán el público objetivo para la comercialización de las aspiradoras robóticas.

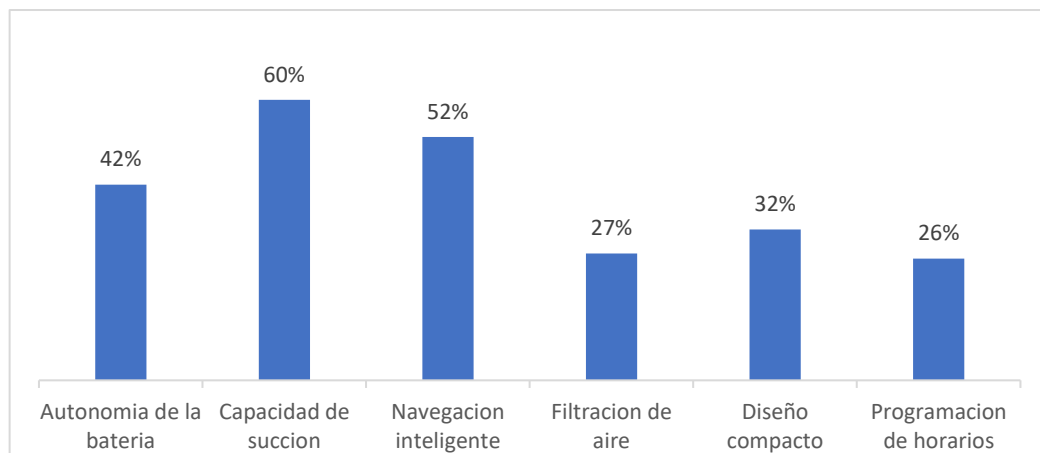
Figura 2. Nivel de conocimiento de la población sobre las aspiradoras robóticas



Fuente: Estudio de campo

Se pudo deducir que el 74% de las personas encuestadas tienen conocimiento sobre las aspiradoras robóticas, indicando un nivel significativo de conocimiento sobre este producto tecnológico, Por otro lado, el 26% restante afirmó no conocer este producto.

Figura 3. Aspectos importantes sobre las aspiradoras robóticas por los consumidores

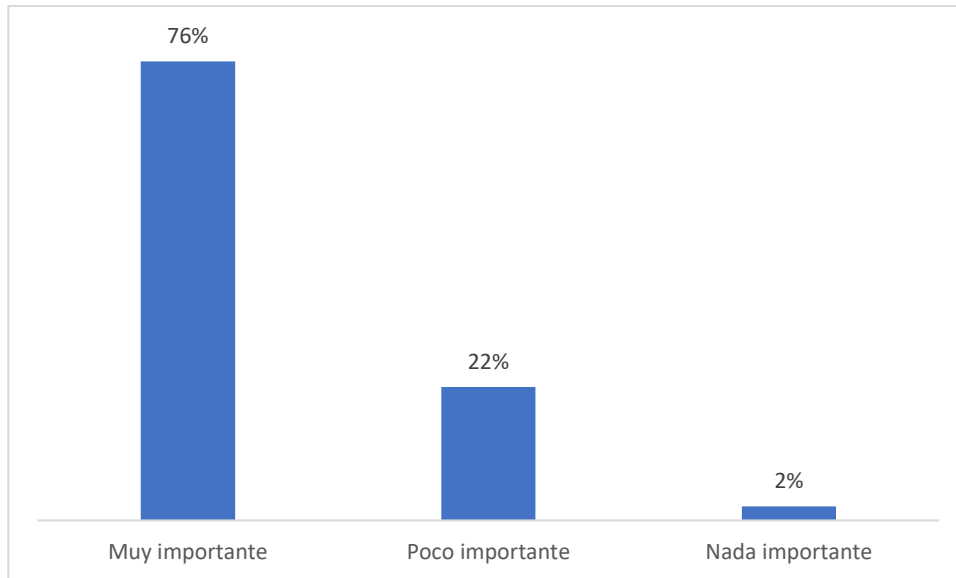


Fuente: Estudio de campo

Los aspectos que destacan más por parte de las personas encuestadas son: la capacidad de succión con un 60%, la navegación inteligente con un 52% y la autonomía de la batería con un 42%.

con un 42%, puesto que estas características brindan mayor eficiencia y comodidad para los usuarios.

Figura 4. Importancia de la conectividad en dispositivos tecnológicos en las aspiradoras robóticas



Fuente: Estudio de campo

La mayoría de los encuestados están de acuerdo con la importancia de la conectividad de las aspiradoras robóticas que representa el 75.7%, puesto que esto les brinda facilidad para su estilo de vida.

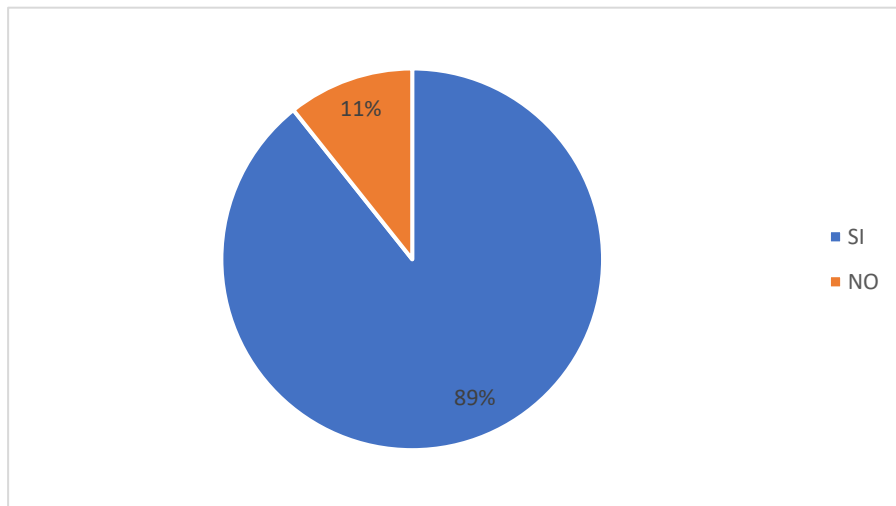
Tabla 3. Disposición a pagar por las aspiradoras robóticas de alta calidad

Categoría	Porcentaje
\$ 180,00	52%
\$ 240,00	40%
\$ 320,00	8%

Fuente: Estudio de campo

El 52% de los encuestados estarían dispuestos a pagar 180 dólares por una aspiradora robóticas de buena calidad. Por otro lado, el 40.1% podría pagar hasta 240 dólares por el mismo producto, mientras que el 7.9% estarían dispuestos a invertir 320 dólares. Esto refleja la disposición que tienen los encuestados a pagar según las perspectivas del valor, función y poder adquisitivo.

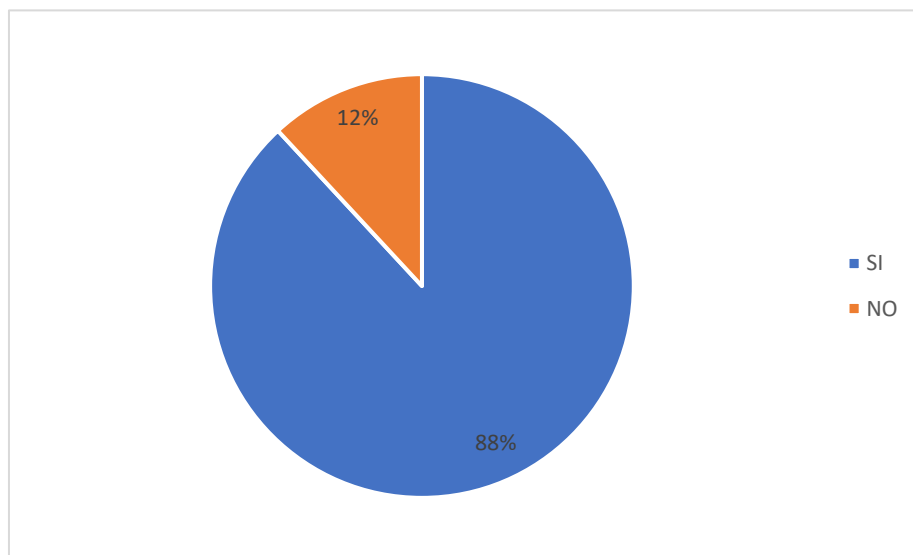
Figura 5. Recomendaciones de aspiradoras robóticas: confianza al producto



Fuente: Estudio de campo

Prominentemente las personas consideran recomendar las aspiradoras robóticas a conocidas, ya que ayudan de manera rentable en las tareas del hogar. Según los resultados, el 89.3% de los encuestados estarían dispuestos a recomendar este aparato tecnológico para uso del hogar.

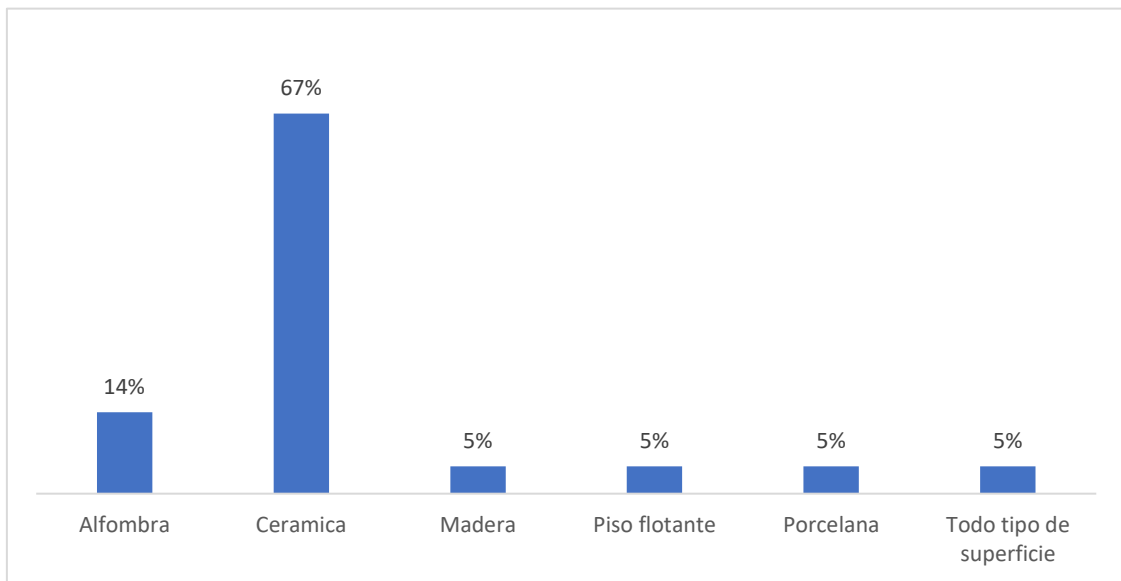
Figura 6. Disponibilidad o presencia de las aspiradoras robóticas en el hogar



Fuente: Estudio de campo

El 88.1% de los encuestados tienen aspiradoras robóticas en su hogar, mientras que el 11.9% no adquieren este producto en su hogar. Estos resultados reflejan una alta aceptación de este aparato doméstico, destacando su eficiencia y popularidad para las tareas domésticas y su buena integración.

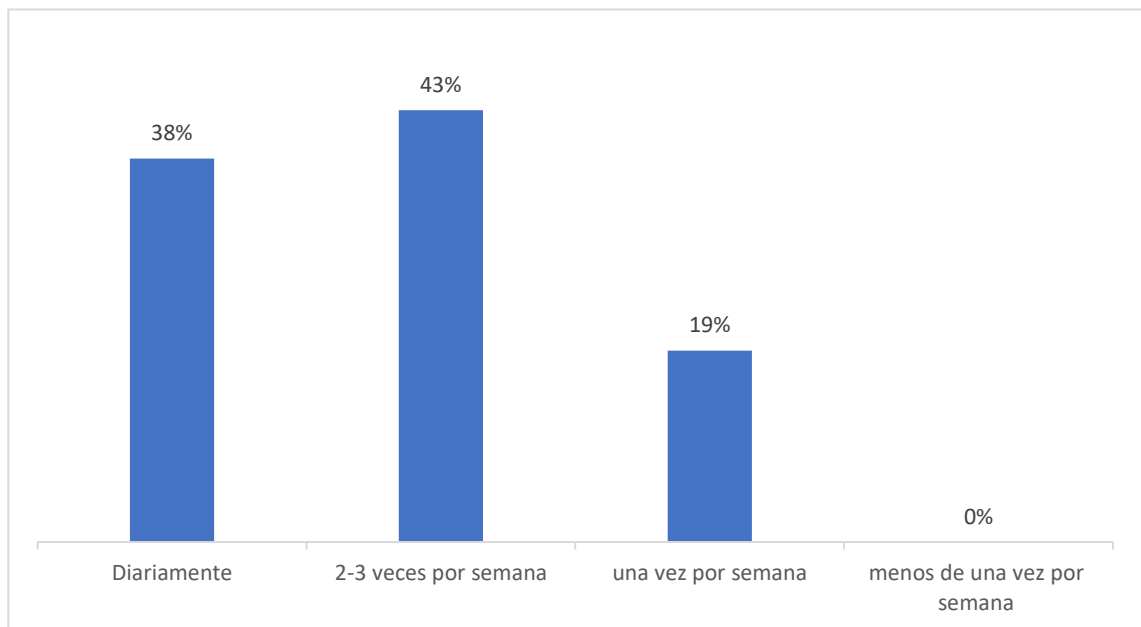
Figura 7. Tipos de superficies más comunes en los hogares



Fuente: Estudio de campo

Como se muestra en la figura, la mayoría de los encuestados predominan una superficie de cerámica en su hogar, con un 66.7%. Este dato resalta el tipo de material que facilita la limpieza y compatibilidad con las aspiradoras robóticas

Figura 8. Rutinas de limpieza



Fuente: Estudio de campo

La mayoría de los encuestados limpian su hogar 2 – 3 veces por semana, ya sea por motivos profesionales, educativos o personales. Estos resultados reflejan la importancia

de la limpieza en el hogar, manteniendo un entorno limpio, adaptando a sus actividades diarias.

Tabla 4. Nivel de compra

Categoría	Porcentaje
Muy probable	52%
Algo probable	29%
Poco probable	10%
Nada probable	10%

Fuente: Estudio de campo

El 52.4% de los encuestados sería muy probable que compren las aspiradoras robóticas, debido a que este producto ofrece principalmente la eficiencia y conveniencia para las tareas domésticas. Este dato refleja el interés de las personas en soluciones domésticas como el ahorro de tiempo y comodidad.

3.1.2. Focus Group

Para la recolección de datos se dividió en cuatro secciones: la primera sección, consiste en identificar las principales características demográficas y socioeconómicas de los entrevistados, la segunda, en conocer los hábitos de limpieza, la tercera sección se basa en analizar el comportamiento de compra de las personas, y, por último, se realizó preguntas específicas respecto al producto propuesto en esta investigación, enfocado para ser comercializado en el mercado de Esmeraldas.

3.1.2.1. Objetivo del Focus Group

Indagar sobre el conocimiento y aceptación de las aspiradoras robóticas para evaluar la intención de compra del público objetivo y saber si este producto tendría aceptación en Esmeraldas.

3.1.2.2. Público objetivo

Para recaudar la información que se va a detallar a continuación, se tomó en cuenta a un grupo de cinco personas, todas eran mujeres trabajadoras con un rango de edades entre 26 a 53 años que limpian su hogar de manera no frecuente y que necesitan ayuda en el ámbito de la limpieza del hogar, otra característica que se tuvo en cuenta fue su nivel socioeconómico, donde las participantes tienen un nivel medio de ingresos.

3.1.2.3.Hallazgo

Sección 1: INFORMACION DEMOGRAFICA Y SOCIOECONÓMICA

Objetivo: Analizar las características demográficas y socioeconómicas de los entrevistados; y conocer un poco más el interés sobre estos dispositivos domésticos.

Datos sobre los entrevistados

Todas las personas entrevistadas son trabajadoras activas en un establecimiento privado, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas. Se desempeñan en diferentes áreas como auxiliar académica, trabajadora social-asistente, auxiliar operativo de admisiones, coordinación de bienestar estudiantil y responsabilidad de admisiones.

Actividades profesionales

Las actividades que realizan debido a su trabajo es la atención al cliente, asegurando un servicio de calidad y satisfaciendo las necesidades de los estudiantes.

Nivel de inversión en tecnologías o electrodomésticos para el hogar

Las personas entrevistadas consideran que la tecnología y aparatos electrodomésticos son muy importantes, ya que facilitan las actividades diarias en el hogar al reducir el esfuerzo físico. Estos dispositivos se han vuelto esenciales e indispensables para el estilo de vida actual. Además, destacan que, el nivel de ingresos en sus hogares, pueden permitirse comprar estos aparatos, lo que da a reconocer la importancia en el entorno doméstico.

Sin embargo, una entrevistada expreso que no suele invertir en su totalidad en tecnología, a pesar de saber su utilidad e importancias; esto se debe a la falta de información sobre los productos, sus precios o calidad del producto, lo que influye demasiado en su compra.

Sección 2: HÁBITOS DE LIMPIEZA

Objetivo: Indagar los hábitos de limpieza; así como las aspiradoras se pueden integrar en las rutinas diarias de las personas.

Hábitos de limpieza

Todas las entrevistadas coinciden con las actividades domesticas de manera similar, mencionando que limpian el hogar únicamente una vez a la semana, generalmente los fines de semana. Las tareas que llevan a cabo cuando tienen tiempo son la limpieza de los baños, barrer, trapear y lavar ropa. Asimismo, realizan limpiezas profundas que requieren el apoyo de personas externas cada quince días.

Además, señalaron que las tareas del hogar que menos le gustan son aquellas relacionadas con el esfuerzo físico. Comentaron que, con el paso de los años hay actividades como barrer, trapear y limpiar los baños se vuelven más difíciles. También expresaron el disgusto de no poder limpiar las áreas de difícil acceso y por no sentir satisfacción con la limpieza que realizan los fines de semana. Sin embargo, expresaron que evitan el uso de las aspiradoras tradicionales debido a que requieren un esfuerzo físico considerable, afirmando “No las utilizamos porque demandan esfuerzo físico”

Sección 3: COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Objetivo: Averiguar sobre los hábitos de compra de las aspiradoras robóticas y disposición del público objetivo.

Críticas de compra

En la reunión se destacó que al momento de realizar o adquirir electrodomésticos para el hogar necesitan ver el producto, su uso, calidad y precio. Mencionaron que valoran mucho la funcionalidad del producto, especialmente si el producto facilita las tareas del hogar que requiere esfuerzo físico. Asimismo, las marcas para ellas indican preferencias por su garantía o rendimiento. Sin embargo, señalaron que el costo de las aspiradoras robóticas al no ser un producto que se comercialice en Esmeraldas cumple con las características esenciales.

Antes de realizar la compra de los aparatos electrodomésticos, las participantes indicaron que buscan información sobre las diferentes marcas y modelos. Además, mencionaron que para realizar una compra de cualquier producto consultan con amigos o familiares que poseen el producto. Asimismo, influye mucho la comparación de precios en las tiendas físicas, siendo fundamental ante su compra. En promedio, las personas entrevistadas destinan gran parte de su presupuesto para la compra de electrodomésticos por ser aparatos esenciales en la vida cotidiana como lavadoras, licuadoras, refrigerados, cocina, secadora de ropa, entre otros.

Por otro lado, las participantes coincidieron que al invertir en las aspiradoras robóticas facilitaría ciertas actividades en el hogar como barrer y trapear, representando una solución práctica y eficiente, especialmente para las personas que trabajan jornada completa. Destacando que este tipo de tecnología ahorra tiempo y disminuyendo la fuerza física.

Proyecciones de las aspiradoras robóticas

Se recaudó información en la guía de discusión que fue asociación de palabras en donde se realizó una pregunta a las personas entrevistada que tenían que decir qué pensaban sobre las aspiradoras robóticas, para conocer sus perspectivas sobre el uso del aparato y cuál sería su beneficio.

Las personas consideran que las aspiradoras robóticas, son productos esenciales, fáciles de adaptarse y sobre todo la eficiencia que tiene al limpiar y trapear el piso.

Sección 4: EVALUACIÓN DE CONCEPTOS

Objetivo: Indagar sobre el entendimiento y aceptación de las aspiradoras robóticas para evaluar la compra del público objetivo y saber si el producto tendría aceptación en esmeraldas.

Comprensión

A las personas les quedó claro el concepto y el uso de las aspiradoras robóticas, también entendieron con claridad los beneficios que este producto otorga a los consumidores.

Relevancia

Los participantes consideran que las aspiradoras robóticas son innovadoras y completas debido a que no solo se centra en barrer sino en realizar todo el proceso barrer y trapear, el cual es algo muy beneficioso para las personas que realizan limpieza en su hogar.

Identificación

Las personas se sienten identificadas con este producto debido a su capacidad para facilitar la limpieza del hogar y el ahorro de tiempo. Mencionan que, por sus responsabilidades laborales, no disponen de tiempo suficiente para realizar la limpieza diaria. Además, las participantes comentaron “En mi casa se acumula el polvo lo que haría fácil que las aspiradoras robóticas lleguen a todos los lugares que no se puede llegar y que me hagan la vida más fácil, y más por mi edad”.

Diferencias

En Esmeraldas, las encuestadas comentaron que no han utilizado este tipo de producto, por este motivo se cree que la competencia en esta provincia es muy baja, lo que va a permitir tener un posicionamiento intermedio con los clientes.

Intención de compra

La intención de compra por parte de las participantes para este producto fue significativa, debido a que desean adquirir este producto funcional, además, precisan que estos productos son muy necesarios para el hogar.

Precio

Según la opinión de las participantes, estos consideran que los precios de las aspiradoras robóticas tienen que ir en un rango dependiendo su calidad entre \$120 a \$290 debido a que estos precios están dados por el mercado. Las personas sienten que estos precios son accesibles y por el nivel de ingreso que ellas perciben están dispuestas a comprar estos productos. Puesto que una participante menciono que el precio no era accesible.

3.1.3. Proveedores internacionales

Para la recolección de datos sobre identificar a los proveedores internacionales, se realizó una ficha técnica para la aspiradora robótica que se desea importar para su comercialización en el mercado esmeraldeño, este producto tiene su proveedor que se especializa en su propia rama, los indicadores que se tomó en cuenta para obtener la información son lo que se detalla a continuación:

Tabla 5. Aspiradoras robóticas

Indicadores	Detalle
Años en la plataforma	Grupo Liyyou de Ningbo Co., Ltd. Se fundo en el año 1998 y tiene aproximadamente 6 años en esta plataforma Made in China.
Proveedores verificados	Este proveedor si es verificado, transmitiendo confianza a los clientes que desean adquirir ese producto.
Historial del pedido	El pedido mínimo a realizarse es de 1332 unidades el precio vario entre los \$57.00 a \$123.00. Si el logotipo o embalaje es personalizado, el pedido mínimo son 1332 unidades.
Perfil de empresa	Grupo Liyyou de Ningbo Co., Ltd. es una empresa china qque ha crecido hasta convertirse en uno de los principales fabricantes OEM y ODM de aspiradoras en China.

	La empresa tiene la combinación de diseños atractivos, innovación, altos estándares de calidad y responsabilidad social mezclados con una planificación precisa de la entrega y precio competitivo son sus principales logros que los distingue de la competencia.
Capacidad de suministro	La capacidad de suministro de esta empresa es de 10.000.000 piezas/por año.
Empaquetado y entrega	Tamaño del producto aspiradora robotica: 320*320*80mm Puerto de: Ningbo y Shanghai
Precio-Incoterms	El incoterm para utilizar en la importación es el FOB. El precio unitario en FOB es de \$2.900.00.
Tiempos de despacho	El tiempo de despacho de la mercancía vía marítima es de 30-35 días aproximadamente.
Certificaciones validas	Certificaciones ISO 9001, ISO 20000 y BSCI
Participación en ferias	La empresa ha tenido participación en ferias internacionales.

Fuente: Made in China

3.1.4. Inteligencia de productos

Para la recolección de información sobre la aspiradora robótica, se utilizó la ficha técnica de cotejo donde se despliegan los indicadores que se tomaron en cuenta, el medio de recolección de datos fue el Arancel Nacional de Importaciones del Ecuador y el programa Ecuapass, cada punto tiene su propia ficha, la información recolectada se detalla a continuación:

Tabla 6. Clasificación arancelaria de la aspiradora robótica



Fuente: Made in china

Indicadores	Detalle
Nombre del producto	Aspiradoras roboticas
Características técnicas del producto	<ul style="list-style-type: none"> • Sensores avanzados • Conectividad a WI-FI • Comandos de voz o smartphone • Aspirar y fregado • Potencia de succión • Mapeo inteligente • Capacidad de 4 litro • Base de vaciado automático • Cepillo giratorio
Función del producto	<p>La función de las aspiradoras roboticas conectada por WI-FI es limpiar automáticamente los pisos mediante mapeo avanzado que le permite identificar las áreas que deben de limpiar de manera minuciosa y precisa. Además, las aspiradoras roboticas realizan diferentes tareas de limpieza como barrer en seco, fregar con agua o una combinación de ambas. Esta diseñada para aspirar polvo, la caspa y los alérgenos, adaptándose a diferentes superficies como pisos de madera, alfombra, entre otros. Asimismo, incluye funciones de programación remota a través de una aplicación móvil o con simples comandos de voz a través del Asistente de Google o Alexa para mayor comodidad.</p>
Partida arancelaria	85.08 - Con motor eléctrico incorporado

Subpartida arancelaria	8508.19.00.00 – Las demás
Carga tributaria	ADVALOREM: 30 % ESPECIFICO: \$0,00 por unidades FODINFA: 0,50% IVA: 15% ICE: no presenta
Prohibiciones importación	Prohibida importación de Corea del Norte, según resolución No. 2397 (2017) del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas
Barreras arancelarias	no Las aspiradoras eléctricas deben cumplir con el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 197 (1R) "ASPIRADORAS", publicada en R.O. 316 del 23/10/2020.

Fuente: Arancel Nacional de Importaciones Ecuador

3.1.5. Costos de importación

Las aspiradoras robóticas tienen sus restricciones e impuestos por los que se deben de cubrir, también hay costos logísticos de por medio en una transacción comercial, en este caso es la importación de productos domésticos, a continuación, se detallan los costos por los que se tiene que recurrir:

Tabla 7. Análisis de costos

Items	Cantidad PCS	Descripción	FOB UNI MONEDA EXTRANJERA	FOB TOTAL MONEDA EXTRANJERA
1	666	ROBOT VACUUM CLEANER RV400 WHITE	\$ 56,80	\$ 37.828,80
2	666	ROBOT VACUUM CLEANER RV400 BLACK	\$ 56,80	\$ 37.828,80
TOTAL	1332		\$ 113,60	\$ 75.657,60

Items	Cantidad PCS	Descripción	FOB UNI.USD	FOB TOTAL USD	Peso Bruto	FLETE	SEGURO
1	666	ROBOT VACUUM CLEANER RV400 WHITE	\$ 56,80	\$ 37.828,80	3005,27	\$ 4.124,24	419,53
2	666	ROBOT VACUUM	\$ 56,80	\$ 37.828,80	3005,27	\$ 4.124,24	419,53

		CLEANER RV400 BLACK					
	1332		\$ 113,60	\$ 75.657,60	6010,53	\$ 8.248,48	839,06

Ad-valorem		Acuerdo Comercial			
% Ad-V	Ad-V	Tipo A. Comercial.	% Preferencia	Preferencia	Ad-V a Pagar
30%	12711,77	TLC EC- CN	72%	9088,92	3622,85
30%	12711,77	TLC EC- CN	72%	9088,92	3622,85
	25423,54			18177,83	

Fodinfra	ICE		IVA					
% Fodinfra	Fond. Cal.	Base ICE	% ICE	ICE Cal.	Base IVA	% IVA	IVA Cal.	TOTAL, TRIBUTOS
0,50%	211,86	57759,11003	35%	20215,689	75511,89	15%	11326,78	35377,19
0,50%	211,86	57759,11003	35%	20215,689	75511,89	15%	11326,78	35377,19
								70754,38

Fuente: Sistema PUDELECO/ Arancel Nacional de Importaciones

Base ISD	ISD	Total Tributos + ISD	Costos Logísticos				Total Costos Logísticos
			Agente de Aduana	Gastos Locales	Aforo y movimie nto de contene dor	Transporte Interno	
37828,80	1891,44	37.268,63	300,00	50,00	50,00	175,00	575,00
37828,80	1891,44	37.268,63	300,00	50,00	50,00	175,00	575,00
		74.537,26	600,00	100,00	100,00	350,00	1150,00

Fuente: (Satitc Logistic, 2024)

Items	Cantidad PCS	Descripción	Costos Total Imp	Utilidad		P.V.	P.V.U
				% Utl.	Utilidad Cal.		
1	666	ROBOT VACUUM CLEANER RV400 WHITE	80.216,20	30%	36,13	104.281,06	156,58
2	666	ROBOT VACUUM CLEANER RV400 BLACK	80.216,20	30%	36,13	104.281,06	156,58
	1332		160.432,40		72,27	208.562,12	313,16

Para determinar los impuestos se utilizó el programa de Ecuapass, el cual permitió obtener información acerca de las restricciones, impuestos con los que incurrirá la importación de las aspiradoras robóticas. Gracias a este análisis, permitió conocer que Ecuador no cuenta con acuerdos con China para obtener la liberación del 0% de impuestos.

La importación se llevará a cabo desde el puerto de Ningbo de China hasta el puerto de Guayaquil Ecuador, se realizó por medio de la empresa Satitc Logistics. Los costos logísticos se tomaron de la cotización realizada por la misma empresa, y se optó por utilizar un contenedor de 20 pies para la importación de las aspiradoras robóticas.

El margen de ganancia se lo estableció considerando los costos de importación y tomando como referencia el precio de estos productos en el mercado.

CAPITULO V. Conclusión

Ecuador, al no ser un país industrializado como China, encuentra mayores ventajas en la importación de productos tecnológicos en lugar de su producción. Dado que no cuenta con una infraestructura especializada en este sector, resulta mas eficiente adquirir estos dispositivos del mercado internacional y enfocarse en la comercialización de materias primas, donde el país tiene mayor especialización.

- Con el estudio de mercado se logró identificar una demanda significativa por equipos tecnológicos de limpieza en Esmeraldas, especialmente entre adultos de 23 a 50 años. Aunque muchos consumidores aún no están familiarizados con el uso de aspiradoras robóticas, el interés en estos dispositivos esta en constante crecimiento debido a sus beneficios en automatización y flexibilidad. Además, los escasos de productos similares en la oferta local representan una oportunidad estratégica para su importación y comercialización, ya que permitió posicionar el producto sin una competencia directa significativa en el mercado.
- En cuanto a la identificación de proveedores, China es uno de los países más productivos que ofrece productos tecnológicos muy avanzados a precios competitivos, por lo que se determinó que existen compañías confiables con certificados internacionales, lo que garantiza la calidad del producto, entrega del producto, el cumplimiento de los estándares de seguridad y las órdenes de compra, teniendo viabilidad del plan.
- La investigación señaló que la importación de aspiradoras robóticas está sujeta a un impuesto ad-valoren del 30% y un IVA del 15% y otras aportaciones fiscales

mínimas. Por su parte se identificaron condiciones o requisitos regulatorios como el cumplimiento del Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN, que administra la venta de estos productos tecnológicos en toda la nación. A pesar de los impedimentos, las importaciones siguen siendo factibles, ya que los costes adicionales pueden cubrirse con una estrategia apropiado en los ajustes de valor.

- Finalmente, el estudio financiero permitió establecer que la importación de aspiradoras robóticas desde China incluyó costos adquisitivos, transporte interno, impuestos y logística. Determinó el precio de venta sugerido, el cual pueden ser competitivas en el mercado esmeraldeño, avalando un margen de ganancias atrayente. La importación de este producto puede tener ventas razonables siempre y cuando tengan un plan de comercialización y distribución apropiada.

CAPITULO VI: Recomendación

- Desarrollar estrategias de mercadeo para enseñar a los consumidores sobre los beneficios y capacidades de este producto. Puede incluir muestras en los puntos de venta, difusión en los medios sociales del local, promociones especiales para estimular la compra de las aspiradoras robóticas en el mercado de Esmeraldas.
- Seleccionar proveedores que cuenten con certificaciones internacionales, ya que esto garantiza la calidad y seguridad del producto. Además, es importante negociar precios y establecer acuerdos de compra al por mayor, lo que permitirá reducir el costo unitario y mejorar el margen de utilidad.
- Asegurar que el producto cumpla con las normativas técnicas del INEN. Para evitar contratiempos en la importación, gestiona los trámites aduaneros con la ayuda de agentes especializados, garantizando así un proceso ágil y seguro.
- Mantener un control detallado de los costos de importación con un análisis contable actualizado de manera periódica. Esto permitirá tomar mejores decisiones financieras.
- Implementar estrategias de comercialización innovadoras, como promociones especiales y ofertas atractivas, para incentivar la compra de estos dispositivos para el hogar. Además, ampliar el catalogo con diferentes modelos para atender las necesidades de diversos clientes en el mercado esmeraldeño.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Mercado de casas inteligentes . (s.f.). *Análisis de participación y tamaño del mercado de hogares inteligentes tendencias y pronósticos de crecimiento*. Obtenido de Análisis del mercado de hogares inteligentes: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/global-smart-homes-market-industry>
- Andrade Salazar Milton Temistocles, B. C. (2020). Propuesta de prototipo de robot aspiradora de bajo costo y alta tecnología aplicado a proceso de limpieza de baja escala. Obtenido de <file:///C:/Users/EMILY/Desktop/SEPTIMO%20SEMESTRE/DISE%3%91O%20Y%20EVALUACION%20DE%20PROYECTO/aspiadoras%20roboticas.pdf>
- BCE, I. (2022). *Esmeraldas* . Obtenido de <https://polosdesarrollo.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/11/Esmeraldas.pdf>
- Camara oviedo. (31 de Octubre de 2020). *Viabilidad Economica de un proyecto*. Obtenido de Como deterinar la viabilidad economica de un proyecto : <https://www.mba-asturias.com/empresas/viabilidad-economica-proyecto-empresarial/#:~:text=La%20viabilidad%20econ%C3%B3mica%20determina%20el,el%20retorno%20de%20la%20inversi%C3%B3n>.
- Carranza, A. C. (2017). *ESTUDIOS PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE LA CREACION DE UNA CONSULTORA*. Chiclayo.
- Cetys, U. (10 de Mayo de 2023). *¿Que es el comercio internacional?* Obtenido de Formacion Porfesional UFV: <https://www.ufv.es/cetys/blog/que-es-el-comercio-internacional/>
- Chicaiza, D. S. (2023). *Repositorio Pucese*. Obtenido de ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE CERRADURAS INTELIGENTES Y PANELES DE PARED 3D DESDE EL MERCADO CHINO PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO ESMERALDEÑO: <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c37161ce-a3f2-46ac-aaa9-ba7f14ab1c2b/content>
- CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES COPCI*. (29 de DICIEMBRE de 2010). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf>
- Espinoza, E. N. (22 de Junio de 2020). *Escuela superior politecnica de Chimborazo*. Obtenido de Proyecto de importación de aparatos y suministros tecnológicos, para la Empresa “Ibemm Technology Cía. Ltda” de la ciudad de Riobamba, periodo 2019: <http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/14358/1/52T00511.pdf>
- Etzkowitz, H. (2002). *La tranferencia de tecnologias en universidades*. Colombia. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0252-85842016000200013&script=sci_arttext&tlng=en
- Garcia, J. S. (junio de 2019). *Escuela tecnica superior de ingenieria y sistemas de telecomunicacion*. Obtenido de Diseño de una aplicacion para una plataforma e-learning orientada al estudio de la viabilidad comercial y economica de un proyecto:

chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://oa.upm.es/62945/1/TFG_JAVIER_SALVADOR_GARCIA.pdf

Guitierrez, S. R. (2017-2018). *Diseño de un prototipo de un robot aspiradora con componentes Open Source*. Madrid.

Jessica Alba, D. G. (18 de Septiembre de 2020). *Universidad de las Fuerzas Armadas, ESPE, Salgolqui-Ecuador*. Obtenido de Costos de importacion de prodcutos textiles y su incidencia en la utilidad empresarial :
<https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/376/776>

Manuel Benito Martinez Toran (2020). *Viabilidad economica*. Valencia , Valencia .

Mercado de aspiradoras roboticas . (s.f.). Obtenido de Mercado de aspiradoras roboticas :
<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/robot-vacuum-cleaners-market>

Mercado de aspiradoras robotizadas. (s.f.). Obtenido de Mercado de aspiradoras robotizadas:
<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/robot-vacuum-cleaners-market>

Miranda, S. A. (20 de Enero de 2015). *VIABILIDAD ECONOMICA Y FINANCIERA DE UN PROYECTO*. Obtenido de chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/9531/Anticono%20Meza%2c%20Sonia%20Lucy%ef%80%a0Tafur%20Miranda%2c%20Erika%20Catherine.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Montalvan Ambulay, A. R. (05 de Diciembre de 2023). *Repositorio academico UPC* . Obtenido de CREACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA DEL GRUPO AZZARO ESPECIALIZADA EN LA LIMPIEZA INTEGRAL DE INSTALACIONES DE SUS CLIENTES CORPORATIVOS:
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/673210/Reyes_CJ.pdf?sequence=15&isAllowed=y

Otalvaro, J. S. (2016). *PLAN DE NEGOCIOS DE ASPIRADORAS*.

Regimenes Aduaneros. (s.f.). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador: <https://www.aduana.gob.ec/servicios-para-oces/regimenes-aduaneros/>

Registro de la Declaración Aduanera de Importación. (s.f.). *Guía Oficial De Trámites Y Servicios*. Obtenido de Guía Oficial De Trámites Y Servicios:
<https://www.gob.ec/senae/tramites/registro-declaracion-aduanera-importacion>

Ricardo, D. (1817). *Universidad Piloto de Colombia*. Obtenido de Teoria de la ventaja comparativa : <https://estudiarvirtual.unipiloto.edu.co/blog/ventaja-comparativa-que-es>

Rojas, J. J. (20 de Enero de 2018). *Universiidad del Zulia* . Obtenido de Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional:
<https://www.redalyc.org/journal/290/29058775003/html/>

Sarquis, A. (2002). *Barreras arancelarias y no arancelarias*.

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (mayo de 2024). *Para importar* . Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/servicio-al-ciudadano/para-importar/>

Smith, A. (s.f.). *Teoría de la ventaja absoluta*. Obtenido de En su obra, La riqueza de las naciones, Smith analiza el impacto de la protección a las importaciones y la promoción de las exportaciones toda la economía y concluye que, si bien la protección beneficia a una industria determinada, exige la orientación de

Vitria, J. (20 de enero de 2020). *¿Qué sabe de usted su robot aspirador?* Obtenido de https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/148557/1/%C2%BFQu%C3%A9%20sabe%20de%20usted%20su%20robot%20aspirador_.pdf

Zendesk. (18 de Septiembre de 2023). *Blog de Zendesk*. Obtenido de Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>

ANEXO

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS	FUENTES PRINCIPALES
Factibilidad comercial	El estudio de la viabilidad comercial se centra en conocer la demanda de los consumidores, la situación del mercado y la competencia a la que nos enfrentamos, de tal manera que nuestro proyecto cubra una necesidad o elimine un problema de un grupo determinado (Garcia, 2019).	Evaluar los costos de la importación de las aspiradoras robóticas desde China (transporte, seguros, otros gastos aduaneros) y el análisis del mercado local para determinar la demanda del producto.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis del mercado de Esmeraldas. 2. Identificar a los proveedores internacionales. 3. Evaluar las tarifas arancelarias y no arancelarias. 4. Costos de la importación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Porcentaje de los consumidores. 2. Porcentaje de proveedores (calidad del producto) 3. Tarifas arancelarias. 3.1. Requisitos aduaneros. 3.2. Tiempo estimado para la aprobación regulatoria para la importación. 4. Costo total de importación (todos los gastos relacionados). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Encuesta. <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Consumidores 1.2. Proveedores 2. Análisis de la competencia. 3. Evaluar los costos <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Directos 3.2. Indirectos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fuente primarias <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Encuestas 1.2. Entrevistas 2. Fuentes secundarias <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Documentaciones 2.2. Información proporcionada por organismos gubernamentales 2.3. Informe del mercado.

GUÍA DE DISCUSIÓN

Objetivo General:

Evaluar la viabilidad comercial de la importación de aspiradoras robóticas desde China al mercado de Esmeraldas, considerando factores técnicos, análisis de mercado y competencia, con el fin de determinar su aceptación en este mercado y desarrollar estrategias efectivas de comercialización.

PRESENTACION

Buenos días, mi nombre es Emily Julieth Mera Salinas. Hoy hemos organizado esta reunión para conocer tu opinión y entender más sobre tus hábitos relacionados con la limpieza del hogar y el uso de tecnología. Queremos saber un poco más sobre tu rutina diaria, específicamente el uso y actividades que realizas con tus dispositivos. Toda la información que compartas será completamente confidencial, y no hay respuestas correctas o incorrectas. Solo queremos saber tu opinión sincera para mejorar nuestra propuesta.

Sección 1: Información Demográfica y Socioeconómica **(tiempo estimado máximo: 15 minutos)**

Objetivo: Analizar las características demográficas y socioeconómicas de las personas interesadas en la adquisición de aspiradoras robóticas.

Para comenzar me gustaría conocerte un poco... Cuéntame:

1. ¿Cuál es tu nombre y edad?
2. ¿A qué te dedicas? ¿Estudias, trabajas o realizas otra actividad?
3. ¿Cuántas personas viven en tu hogar? ¿Qué relación tienen contigo?
4. ¿Cuál es el nivel de ingresos aproximado de tu hogar (bajo, medio, alto)?
5. Del 1 al 10, ¿qué tanto consideras que inviertes en tecnología o electrodomésticos para tu hogar? ¿Por qué?

Quiero que pienses un poco en tu rutina diaria...

1. ¿Qué cosas haces normalmente desde que te levantas hasta que te acuestas? ¿Hay actividades que impliquen mucho esfuerzo físico, como la limpieza?
2. Si los electrodomésticos en tu hogar pudieran hablar, ¿qué crees que dirían sobre la manera en que los usas?
3. ¿Qué tan satisfecho/a estás con las tareas de limpieza en tu hogar? ¿Qué mejorarías?

Sección 2: Hábitos de limpieza
(tiempo estimado máximo: 20 minutos)

Objetivo: Conocer los hábitos de limpieza del público objetivo y explorar cómo una aspiradora robótica podría integrarse en su rutina diaria.

1. ¿Con qué frecuencia realizas la limpieza general de tu hogar?
2. ¿Qué tareas de limpieza realizas más a menudo?
3. ¿Qué aspectos de la limpieza del hogar te resultan más complicados o tediosos? ¿Por qué?
4. ¿Qué superficies tienes en tu casa (cerámica, madera, alfombra, etc.)?
5. ¿Utilizas actualmente herramientas específicas para la limpieza de pisos, como escobas, trapeadores o aspiradoras tradicionales?
6. ¿Qué tan satisfecho/a estás con los métodos de limpieza que usas actualmente?
7. Si pudieras mejorar algo en tu forma de limpiar la casa, ¿qué sería?
8. ¿Estás familiarizado/a con el concepto de aspiradoras robóticas? Si es así, ¿qué opinas de ellas?

Sección 3: Comportamiento de compra
(tiempo estimado máximo: 15 minutos)

Objetivo: Analizar las preferencias de compra y disposición del público objetivo hacia las aspiradoras robóticas.

1. ¿Qué factores consideras más importantes al momento de comprar un electrodoméstico para el hogar?
2. ¿Sueles buscar información o comparar marcas antes de realizar una compra importante? ¿Dónde buscas esa información?

3. ¿Qué presupuesto estimas que destinas anualmente para la compra de electrodomésticos o dispositivos tecnológicos?
4. ¿Qué opinas sobre invertir en dispositivos que ahorren tiempo y faciliten las tareas domésticas?
5. ¿Considerarías comprar una aspiradora robótica para tu hogar? ¿Por qué sí o no?
6. ¿Qué características o funciones te parecerían esenciales en una aspiradora robótica?
7. ¿Cuál crees que sería un precio justo para una aspiradora robótica de calidad?
8. ¿Cómo prefieres realizar tus compras de electrodomésticos: en tiendas físicas, online, ¿o de ambas formas? ¿Por qué?
9. ¿Qué marcas de electrodomésticos te generan mayor confianza? ¿Por qué?

**Sección: EVALUACIÓN DE
CONCEPTOS**

(tiempo estimado: 20 minutos)

Objetivo: Indagar sobre el entendimiento y aceptación de las aspiradoras robóticas para evaluar la intención de compra de nuestro público objetivo y saber si este producto tendría aceptación en Esmeraldas. También se busca identificar la percepción del consumidor hacia este tipo de tecnología, para diseñar estrategias de acercamiento al producto y entablar una mejor conexión con los potenciales clientes.

Ahora quiero mostrarte una idea sobre la cual hablaremos brevemente...

Aspiradoras

Son dispositivos inteligentes que facilitan la limpieza del hogar de manera autónoma. Gracias a sus sensores y sistema de inteligencia artificial, pueden identificar y limpiar diferentes tipos de superficies, incluyendo esquinas difíciles de alcanzar. Estas aspiradoras son programables, lo que permite configurar horarios de limpieza, y algunas cuentan con funciones avanzadas como conectividad con aplicaciones móviles, mapas del hogar e incluso auto vaciado de residuos.



A6 Robot Clean

COMPRESIÓN MENSAJE / CLARIDAD / CREDIBILIDAD

- ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente cuando escuchas el término "aspiradora robótica"?
- ¿Qué es lo primero que piensas cuando escuchas que una aspiradora limpia sola, sin necesidad de intervención humana?
- ¿Cuál es la idea principal que este producto te transmite?
- ¿Hubo algo que no te quedó claro sobre el funcionamiento de las aspiradoras robóticas? ¿Qué fue y por qué?
- ¿Hay alguna característica o función que te parezca confusa, o todo queda claro?
- ¿Crees que esta idea es creíble o no? ¿Por qué?
- ¿Qué opinas sobre esta propuesta? ¿Qué aspectos te gustan de esta idea? ¿Por qué?
- ¿Hay algo que no te gusta de esta idea? ¿Qué sería y por qué?
- ¿En qué categoría pondrías este producto? (Ejemplo: electrodomésticos, tecnología para el hogar, limpieza inteligente, etc.)
- ¿Crees que un dispositivo como este podría fabricarse en Ecuador, o tendría que ser necesariamente importado? ¿Por qué?

RELEVANCIA

- ¿Este producto te resulta interesante o no? ¿Por qué?
- ¿Te animarías a comprar una aspiradora robótica? ¿Por qué sí o no?
- ¿Conoces actualmente algún producto similar en el mercado? ¿Cuál? ¿Qué marca lo ofrece?
- ¿Cuál consideras que es el principal beneficio que te ofrece este producto?
- ¿Te parece que este producto ofrece un beneficio distinto al de otros dispositivos de limpieza? ¿Por qué?
- ¿Sientes que este producto está pensado para personas como tú? ¿Por qué?
- ¿Qué opinas sobre el precio que podría tener este producto? ¿Te parece justo o demasiado elevado?

IDENTIFICACIÓN

- ¿Te sientes identificado/a con este producto? ¿Sientes que está diseñado para satisfacer tus necesidades? ¿Por qué?

- ¿Qué características de este concepto te hacen pensar que es un producto para ti?
- ¿Hay algo en este producto que te haga sentir que no está diseñado para ti? ¿Qué sería y por qué?

Cierre:

Gracias por tu tiempo y tus respuestas. Todo lo que hemos conversado será de gran ayuda para entender mejor el mercado local y tomar decisiones sobre la comercialización de este producto en Esmeraldas. Antes de finalizar, ¿hay algo más que quisieras agregar o compartir sobre tus expectativas con este tipo de productos?

ENCUESTA

Introducción al Formulario

Estudio de mercado: Aspiradoras robóticas en Esmeraldas

Este formulario es parte del proyecto de tesis titulado *"Análisis de factibilidad de importación de aspiradoras robóticas desde el mercado chino para la comercialización en el mercado esmeraldeño"*, desarrollado en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas (PUCESE).

Este cuestionario busca recopilar información sobre las preferencias y necesidades de los consumidores de aspiradoras robóticas en Esmeraldas para evaluar su viabilidad comercial.

Tu participación es clave para este estudio de mercado. Las respuestas serán confidenciales y usadas solo con fines académicos. ¡Gracias por tu valiosa colaboración!

1. Edad

- A. 23-29 años
- B. 29-36 años
- C. 36-49 años

2. ¿Conoces las aspiradoras robóticas?

- A. Sí
- B. No

3. ¿Qué características valoras más en una aspiradora robótica?

- A. Autonomía de la batería
- B. Capacidad de succión
- C. Navegación inteligente
- D. Programación de horarios

- E. Filtración de aire
 - F. Diseño compacto
4. **¿Para ti cuán importante es la conectividad de las aspiradoras robóticas a tu teléfono inteligente?**
- A. Muy importante
 - B. Poco importante
 - C. Nada importante
5. **¿Qué tan dispuesto estarías a pagar por una aspiradora robótica con funciones avanzadas y de buena calidad?**
- A. \$400
 - B. \$590
 - C. \$750
 - D. \$800
6. **¿Considerarías recomendar una aspiradora robótica a un amigo o familiar?**
- A. Sí
 - B. No
7. **Si tienes una aspiradora robótica en tu hogar, ¿qué marca y modelo de aspiradora robótica posee actualmente?**
- Si- si contesta si va a la 8.
- No- Finalizar.
8. **¿Qué tipo de superficies predominan en tu hogar donde usarías la aspiradora robótica?**
- A. Alfombra
 - B. Cerámica
 - C. Madera
 - D. Piso flotante
 - E. Otro (especificar)
9. **¿Con qué frecuencia realizas la limpieza en tu hogar?**
- A. Diariamente
 - B. 2-3 veces por semana
 - C. Una vez por semana
 - D. Menos de una vez por semana
10. **¿Qué tan probable es que consideres la compra de una aspiradora robótica en el futuro cercano?**

- A. Muy probable
- B. Algo probable
- C. Poco probable
- D. Nada probable

Instrumentos de aplicación para la investigación (búsqueda de proveedores)

Las siguientes es una ficha de cotejo con fines académicos realiza por **Emily Mera Salinas** estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas como parte de su proyecto de grado previo a la obtención del título de Licenciada en Negocios Internacionales.

Ficha de cotejo de búsqueda de proveedores plataformas de comercio

Nombre del producto	
Años en la plataforma	
Proveedor verificado	
Historial del pedido	
Perfil de empresa	
Detalle de productos	
Capacidad de suministro	
Empaquetado y entrega	

Instrumentos de aplicación para la investigación (búsqueda de proveedores)

Las siguientes es una ficha de cotejo con fines académicos realiza por **Emily Mera Salinas** estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas como parte de su proyecto de grado previo a la obtención del título de Licenciada en Negocios Internacionales.

Ficha de clasificación arancelaria del producto

Nombre del producto	
Caraterísticas técnicas del producto	
Función del producto	

Nomenclatura de clasificación	
Reglas general	
Notas legales	
Partida arancelaria	
Subpartida arancelaria	

CIF	Ad-valorem		Acuerdo Comercial				Especifico		
	% Ad-V	Ad-V	Tipo A. Comercial.	% Preferencia	Preferencia	Ad-V a Pagar	Especifico	Tipo	Esp_Cal
	25								
	25								
	20								

CIF	Fodinfra		ICE			IVA			TOTAL TRIBUTOS
	% Fodinfra	Fond. Cal.	Base ICE	% ICE	ICE Cal.	Base IVA	% IVA	IVA Cal.	
				30%			12%		
				30%			12%		
				25%			12%		

		Total Tributos + ISD	Costos Logísticos							Total Costos Logísticos
Base ISD	ISD		Agente de Aduana	Almacenamiento	Gastos Locales	Despacho de Carga	Aforo	Transpo rte Interno	Descarga Fabrica	

Items	Cantidad PCS	Descripción	Costos Total Imp	Utilidad		P.V.	P.V.U
				% Utl.	Utilidad Cal.		
1							
2							
3							
TOTAL							