

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR – QUITO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

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

**PLAN DE IMPORTACIÓN DE ARTÍCULOS TECNOLÓGICOS DESDE CHINA  
AL ECUADOR PARA EL AÑO 2023**

**DAVID ALEJANDRO CAIZAPANTA RICAURTE**

**DIRECTOR: FABIÁN CUEVA BRITO, PHD**

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

**ESTRATEGIA DEL SECTOR EMPRESARIAL PRIVADO Y PÚBLICO EN EL  
MERCADO LOCAL Y GLOBAL**

**QUITO – JUNIO - 2023**

## **PAGINA DE DIRECTOR Y LECTORES**

**Director:** Dr. Fabián Cueva

**Lector 1:** Mgtr. Vicente Torres

**Lector 2:** Mgtr. Carlos Sierra

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de titulación se lo dedico principalmente a Dios y a mis padres, Rodmy Fernando Caizapanta Caizapanta y Lida del Pilar Ricaurte Rodríguez, quienes fueron mi guía, sustento, apoyo y fortaleza, no únicamente para la realización del presente proyecto, sino también para mi formación tanto en el ámbito personal como en el profesional, ya que, desde pequeño, me enseñaron a hacer las cosas con honestidad y responsabilidad, a persistir y nunca darme por vencido, y a lograr todos los objetivos que me he propuesto.

**David Alejandro Caizapanta Ricaurte**

## **AGRADECIMIENTO**

Ante todo, agradezco a mi Padre Dios, por haberme dado la vida, la oportunidad de estudiar en la mejor universidad del Ecuador, y por haberme bendecido con los mejores padres del mundo, a quienes también va mi agradecimiento, ya que, sin ellos, no hubiese podido haber llegado al lugar en el que me encuentro en este momento.

De igual manera, también agradezco a todos mis compañeros y a las personas con las que he compartido en estos cuatro largos años de carrera universitaria.

Por último, pero no menos importante, agradezco a todos mis profesores, especialmente a mi tutor de trabajo de titulación, Fabián Cueva, quienes me han enseñado una infinidad de cosas, las cuales me han formado para llegar a ser un gran profesional, pero sobre un gran ser humano.

**David Alejandro Caizapanta Ricaurte**

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
PÁGINA DE DIRECTOR Y LECTORES	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
ÍNDICE GENERAL	V
LISTA DE FIGURAS	VIII
LISTA DE TABLAS	IX
RESUMEN EJECUTIVO	X
ABSTRACT	X
HOJA DE RESPETO	XI
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
1. Objetivo General.....	1
2. Objetivos Específicos .....	1
3. Diseño Metodológico.....	1
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>3</b>
1.1 Plan de negocios.....	3
1.2 Estructura de un plan de negocios.....	3
1.2.1 Estudio de mercado.....	3
1.2.2 Estudio técnico.....	5
1.2.3 Estudio financiero .....	6
1.2.4 Estudio organizacional.....	7
1.2.5 Estudio legal .....	8
1.3 Artículos tecnológicos.....	9
1.3.1 Origen de los artículos tecnológicos y su evolución.....	10
1.3.2 Contribución de los artículos tecnológicos para la sociedad ecuatoriana.	12
<b>CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....</b>	<b>13</b>
2.1 Diagnóstico externo .....	13
2.1.1 Análisis PESTEL .....	13

2.1.1.1	Político .....	13
2.1.1.2	Económico.....	14
2.1.1.3	Social.....	15
2.1.1.4	Tecnológico .....	16
2.1.1.5	Ecológico.....	17
2.1.1.6	Legal.....	18
2.1.2	5 fuerzas de Porter .....	19
2.1.2.1	Poder de negociación de los clientes.....	19
2.1.2.2	Poder de negociación de los proveedores .....	20
2.1.2.3	Amenaza de nuevos competidores entrantes.....	20
2.1.2.4	Amenaza de nuevos productos sustitutivos.....	20
2.1.2.5	Rivalidad entre competidores.....	21
2.1.3	Matriz EFE.....	21
2.2	Diagnóstico interno .....	23
2.2.1	Aspectos históricos .....	24
2.2.2	Estructura económico – productiva .....	25
2.2.2.1	Recursos .....	25
2.2.2.2	Productos.....	25
2.2.2.3	Infraestructura .....	26
2.2.2.4	Logística.....	26
2.2.2.5	Finanzas.....	27
2.2.2.6	Clientes.....	27
2.2.3	Matriz EFI.....	27
<b>CAPÍTULO III: PROPUESTA DEL PROYECTO .....</b>		<b>30</b>
3.1	Estudio de mercado .....	30
3.1.1	Segmento de mercado .....	30
3.1.2	Tamaño de mercado .....	33
3.1.3	4P's del marketing .....	34
3.1.3.1	Producto .....	34
3.1.3.2	Precio .....	35
3.1.3.3	Plaza.....	38
3.1.3.4	Promoción.....	39
3.2	Estudio técnico .....	40
3.2.1	Localización del proyecto .....	40
3.2.2	Tamaño y capacidad del proyecto.....	40

3.2.3	Organización humana y jurídica .....	41
3.2.4	Distribución de planta .....	41
3.2.5	Inversión en obras físicas.....	41
3.2.6	Equipamiento .....	41
3.2.7	Precio de importación .....	42
3.2.8	Logística internacional.....	42
3.2.9	Requisitos formales para importar .....	43
3.2.10	Barreras arancelarias y no arancelarias.....	43
3.2.11	INCOTERM.....	43
3.2.12	Contratos, formas de pago, negociaciones.....	44
3.2.13	Seguros.....	45
3.2.14	Contactos en el extranjero.....	46
3.3	Estudio financiero .....	46
3.3.1	Datos de proyección.....	46
3.3.2	Ingresos .....	46
3.3.3	Costos.....	47
3.3.4	Gastos.....	47
3.3.5	Depreciaciones .....	48
3.3.6	Activos .....	48
3.3.7	Pasivos .....	49
3.3.8	Patrimonio.....	49
3.3.9	Balance general.....	49
3.3.10	Flujos de caja .....	49
3.3.11	Tasa Interna de Retorno .....	50
3.3.12	Valor Actual Neto.....	50
3.3.13	Estado de Resultados .....	50
	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>51</b>
	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>53</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>54</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>58</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Gráfico Pregunta 1 Encuesta .....	30
Figura 2. Gráfico Pregunta 2 Encuesta .....	31
Figura 3. Gráfico Pregunta 3 Encuesta .....	31
Figura 4. Gráfico Pregunta 4 Encuesta .....	32
Figura 5. Gráfico Pregunta 5 Encuesta .....	32
Figura 6. Gráfico Pregunta 6 Encuesta .....	33
Figura 7. Gráfico Pregunta 7 Encuesta .....	34
Figura 8. Gráfico Pregunta 8 Encuesta .....	35
Figura 9. Gráfico Pregunta 9 Encuesta .....	36
Figura 10. Gráfico Pregunta 10 Encuesta .....	36
Figura 11. Gráfico Pregunta 11 Encuesta .....	37
Figura 12. Gráfico Pregunta 12 Encuesta .....	37
Figura 13. Gráfico Pregunta 13 Encuesta .....	39
Figura 14. Gráfico Pregunta 14 Encuesta .....	40
Figura 15. Distribución de planta .....	41

## LISTA DE TABLAS

[Tabla 1. Matriz EFE] .....	22
[Tabla 2. Matriz EFI] .....	28

## RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo de titulación presentado trata sobre la implementación de un plan de importación de artículos tecnológicos chinos, específicamente de teléfonos celulares, tabletas electrónicas, relojes inteligentes, audífonos inalámbricos y parlantes / altavoces inalámbricos, para ofertarlos en el mercado ecuatoriano.

Los artículos tecnológicos mencionados con anterioridad pueden ser adquiridos mediante distintos proveedores, en el caso de este proyecto, los proveedores seleccionados fueron AliExpress, Alibaba y MadeInChina, los cuales ofrecen artículos de muy buena calidad a precios accesibles, especialmente cuando se los adquiere al por mayor, y también, se encargan del envío del producto, cobrando un costo extra sobre el monto total.

Para la implementación de este plan de importación, fue necesario realizar un estudio de mercado, un estudio técnico, y un estudio financiero, con la finalidad de conocer si es rentable importar esta clase de artículos y ofertarlos a la población ecuatoriana.

**Palabras clave:** importación, artículos tecnológicos, China, Ecuador, oferta

## ABSTRACT

The degree work presented is about the implementation of a plan to import Chinese technological articles, specifically cell phones, electronic tablets, smart watches, wireless headphones and wireless speakers, to offer them in the Ecuadorian market.

The previously mentioned technological articles can be purchased through different suppliers, in the case of this project, the selected suppliers were AliExpress, Alibaba and Made In China, which offer very good quality articles at affordable prices, especially when they are purchased in bulk, and also, they are in charge of shipping the product, charging an extra cost over the total amount.

For the implementation of this import plan, it was necessary to carry out a market study, a technical study, and a financial study, in order to know if it is profitable to import this kind of articles and offer them to the Ecuadorian population.

**Keywords:** import, technological articles, China, Ecuador, offer



## INTRODUCCIÓN

Según el sitio web ecuatoriano Dialoguemos (2023), durante el año 2022, el Banco Central del Ecuador informó que el país sudamericano exportó productos a China por una cantidad de \$4.929 millones e importó \$5.205 millones, formando una balanza comercial con un déficit de \$276 millones, mejorando la cifra del año 2021 que generó una balanza deficitaria de \$1.457 millones.

Las máquinas y aparatos tecnológicos, figuran un valor de \$888 millones, lo que representa un 22,23% con respecto al total de importaciones desde China al Ecuador, tomando así el segundo lugar en este ranking por debajo de las máquinas y aparatos mecánicos.

Los artículos tecnológicos tienen dos facetas. La primera tiene que ver con los productos de marcas reconocidas y de buena calidad que se ofertan a precios elevados, por lo que no son accesibles para un gran número de ecuatorianos.

La segunda faceta tiene que ver con los productos de baja calidad y pobre rendimiento que se comercializan a bajos precios, pero no satisfacen las necesidades de los consumidores. Por lo tanto, se busca establecer un plan que permita la importación de productos tecnológicos que tengan una relación precio-calidad aceptable.

### **1. Objetivo General**

Proponer un plan de importación de artículos tecnológicos desde China al Ecuador para el año 2023.

### **2. Objetivos Específicos**

- Conocer el marco teórico que permitirá sustentar el plan de importación de artículos tecnológicos al Ecuador.
- Diagnosticar el estado del mercado de artículos tecnológicos en el país.
- Elaborar un plan de importación de productos tecnológicos chinos en el Ecuador.

### **3. Diseño Metodológico**

El tipo de estudio que será utilizado en esta investigación es de carácter descriptivo, ya que es necesario proceder a un análisis minucioso de los potenciales consumidores y distribuidores que estarán involucrados dentro de este plan. En este estudio serán seleccionados varios cuestionamientos y se medirá cada uno de ellos en forma

independiente a través de conceptos o variables, para así llegar a conocer más de cerca a los sujetos a quienes va orientada esta investigación.

Por otro lado, el tipo de diseño que se usará en este estudio es transversal, puesto a que se debe identificar y comprender, por medio de la toma de muestras, la forma en que las personas pertenecientes a las diferentes provincias y sectores del Ecuador, responderán a la oferta de productos tecnológicos importados desde China con características de alta calidad y bajos precios.

Además, esta investigación será ejecutada como estudio de caso, por cuanto es necesario llegar a un conocimiento concreto, contextual y específico sobre los posibles sujetos y objeto de la investigación a través del uso de métodos cualitativos y cuantitativos que nos brinden un conocimiento completo sobre el problema abordado, y así poder tomar decisiones más acertadas sobre el mismo; lo cual no se podría obtener si se utilizara el método experimental.

Finalmente, para recolectar la información se hizo uso tanto de fuentes primarias (encuestas, entrevistas) como de fuentes secundarias a través de investigación documental (libros, periódicos, revistas, páginas web, reglamentos).

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Plan de negocios**

Con respecto a un plan de negocios, existen numerosos autores que explican la forma en la que este debe ser planeado, proyectado y estructurado, para así poder cumplir con los objetivos previamente planteados por la empresa o negocio.

Según Viniegra (2011), un plan de negocios es la programación que tiene una empresa o un negocio, tomando en cuenta sus áreas más importantes, como el área administrativa, financiera, de marketing, operacional, entre otras, y la interacción de cada una de ellas con el resto; con el principal objetivo de visualizar la forma en la que deben operar las distintas áreas anteriormente mencionadas para que en conjunto posibiliten el alcance de los objetivos deseados de una manera eficiente.

Adicionalmente, de acuerdo con Valencia & Pinto (2013), un plan de negocios es un documento detallado de forma clara y concreta, el cual es la consecuencia de una planificación previa y muestra los objetivos que se quieren lograr y las actividades que van a ser desarrolladas para lograr dichos objetivos.

### **1.2 Estructura de un plan de negocios**

De acuerdo con Viniegra (2011), un plan de negocios debe estar estructurado de la siguiente manera:

1. Estudio de mercado o plan de mercadotecnia
2. Estudio técnico
3. Estudio financiero
4. Estudio organizacional o administrativo
5. Estudio legal

#### ***1.2.1 Estudio de mercado***

Según Kotler, Bloom & Hayes (2004), el estudio de mercado se basa en la reunión, planificación, análisis y comunicación de forma sistemática de los datos que son importantes y relevantes para la situación de mercado propia que enfrenta una empresa, negocio u organización.

Por otro lado, Randall (2003) define al estudio de mercado como la compilación, el análisis y la presentación de información que sea importante para la toma de decisiones del negocio y el control de acciones relacionadas con el marketing.

Adicionalmente, para Malhotra (1997), este tipo de estudio es relevante para detallar el tamaño, el perfil y el poder de adquisición de los consumidores, así como la disponibilidad de los distribuidores.

Con la ayuda de las definiciones de estos autores, se puede determinar al estudio de mercado como un proceso de planificación, recopilación, comunicación y análisis de datos e información relevante sobre los consumidores y distribuidores, con el objetivo de tomar decisiones correctas y controlar las acciones de marketing en una situación específica.

De acuerdo a Prieto Herrera (2009), el estudio de mercado tiene una estructura a seguir que consta de tres pasos, y lo primero que se debe hacer para que este sea exitoso, es un diagnóstico de la situación actual del negocio, para conocer el estado en el que se encuentra la organización y hacia donde quiere llegar, planteándose objetivos a corto, mediano y largo plazo. En este primer paso, es necesario identificar fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades con respecto al mercado, también analizar y tomar en cuenta la demanda, los consumidores, las estrategias a aplicar, y las tendencias actuales de marketing, para poder identificar las necesidades que se requieren solucionar mediante este estudio.

Como segundo paso, se debe establecer el diseño de la investigación, lo cual es una guía para el proceso de recolección y análisis de datos. Los tres tipos de diseño de la investigación son:

- Diseño exploratorio: se refiere a un análisis previo de una postura en donde no se utiliza mucho dinero y tiempo.
- Diseño evaluativo: consiste en un estudio para evaluar y escoger cursos de acción con el objetivo de resolver una necesidad.
- Seguimiento: simplifica el control de los programas de mercadeo debido a que permite visualizar el desempeño de ventas, participación, precios, canales, competencia y tendencias de la demanda.

El tercer paso, y uno de los más importantes, es la recolección de datos relevantes para el estudio de mercado. Estos datos pueden ser recolectados por medio de fuentes primarias (encuestas, cuestionarios, observación, experimentación) y fuentes secundarias (libros, revistas, enciclopedias, boletines, internet, publicaciones, bases comerciales, entre otros). Al momento en el que estos datos son recolectados por medio de las fuentes mencionadas

anteriormente, estos deben ser cuidadosamente analizados e interpretados por el investigador, para así, poder entenderlos sobre el tema objeto de estudio y llegar a conclusiones significativas que ayuden a que el estudio pueda desenvolverse de manera correcta.

### ***1.2.2 Estudio técnico***

Según Baca (2013), el estudio técnico es una investigación en la que se determinan factores como el tamaño óptimo de la planta, la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis administrativo, organizativo y legal. Este estudio establece absolutamente toda la estructura de la empresa o negocio, tanto de forma física como de forma administrativa.

- **Determinación del tamaño óptimo de la planta:** se refiere a la capacidad instalada del proyecto, la cual es expresada en unidades de producción por año. El tamaño es considerado óptimo cuando las operaciones se realizan utilizando los menores costos posibles y se alcanza una máxima rentabilidad económica.
- **Determinación de la localización óptima de la planta:** consiste en establecer el lugar en donde el negocio va a ser instalado. Esto apoya en gran medida a que se alcance la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital o a que se obtenga el costo unitario mínimo. En este punto es necesario tomar en cuenta los costos de transporte del producto, factores como el clima, el comportamiento de la sociedad, entre otros.
- **Ingeniería del proyecto:** se basa en la resolución de todos los problemas y dificultades que implican la instalación y el funcionamiento de la planta. En esta parte, también se engloban estudios como la selección de la maquinaria y equipos necesarios, el tipo de tecnología a utilizarse, la distribución física de dicha maquinaria y equipos, así como la distribución en general del producto que se ofrece.
- **Análisis administrativo, organizativo y legal:** consiste en el estudio de todos los requerimientos de carácter administrativo, organizativo y legal para el correcto funcionamiento del negocio, empresa o proyecto que se quiere desarrollar.

### ***1.2.3 Estudio financiero***

Según los autores González Navarro, López Parra, Aceves López, Celaya Figueroa & Beltrán Fraijo (2008), el estudio financiero tiene como objetivo principal ayudar a la empresa a decidir y visualizar que tan viable es su plan de negocios, tomando en cuenta el comportamiento de las operaciones necesarias para que la empresa comience con su proyecto y observando a su vez su crecimiento con el pasar del tiempo.

De acuerdo con los mismos autores, al iniciar cualquier plan o proyecto de negocio, deben ser contempladas las variables que intervienen en su desarrollo e implementación, como el costo efectivo que implica el operar del proyecto en términos financieros, lo cual incluye al costo del capital de trabajo, adquisiciones de activos propiedad, planta y equipo, y gastos operativos para así obtener los indicadores financieros como el balance general, estado de resultados y flujo de efectivo.

Estos son algunos elementos del estudio financiero:

- **Inversión requerida:** es la cantidad de dinero inicial que se va a necesitar para financiar el proyecto o negocio.
- **Capital de trabajo:** se refiere al dinero requerido para empezar con la producción (efectivo inicial, inventario, cuentas por cobrar), esto con la ayuda de un previo estudio de mercado.
- **Activos propiedad, planta y equipo:** consiste en el uso de dinero para invertir en equipos, maquinaria, edificios, vehículos, terrenos, entre otros.
- **Gastos operativos:** son las inversiones realizadas sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos imprescindibles para que el proyecto sea puesto en marcha, de los cuales, los principales rubros son los gastos de organización y puesta en marcha, las patentes y licencias, las capacitaciones y los imprevistos.
- **Estimación del flujo de caja:** para esta estimación, es importante conocer la vida útil del proyecto, los ingresos y egresos, las depreciaciones y si existe alguna inversión adicional del proyecto.
- **Estados financieros (Balance general):** el balance general refleja el estado o situación de una empresa en una fecha específica; también muestra la distribución de activos y la manera en la que está estructurado el negocio.

- Estado de resultados: consiste en los resultados que obtiene la empresa en un periodo específico de tiempo, y muestra la situación de la empresa desde el punto de vista de los ingresos y egresos.
- Gastos de depreciación: son gastos que generan beneficios tributarios y son justificados con respecto al desgaste de los activos propiedad, planta y equipo depreciables de la empresa.
- Gastos de amortización de diferidos: en el momento en el que el pago de un gasto realizado por anticipado es tratado como activo diferido, no se lo lleva al gasto en sí, sino que se lo deja en el activo, y mediante el uso que la empresa le dé, se lo va llevando al gasto.
- Gastos financieros: son los intereses que tiene la financiación del proyecto y dependen de las decisiones tomadas por el sector administrativo del mismo.
- Impuestos: es la cantidad de dinero que la empresa está obligada a pagar a favor de la hacienda pública, para así aportar con la financiación del gasto y la inversión pública.

#### ***1.2.4 Estudio organizacional***

De acuerdo con los autores Nassir Sapag, Reinaldo Sapag & José Manuel Sapag (2008), el estudio organizacional es el que tiene el objetivo principal de atender los factores propios de la actividad ejecutiva en el ámbito administrativo del proyecto o negocio, es decir se enfoca en su organización y procedimientos administrativos. Para cada proyecto y estrategia específicos, se puede determinar la estructura organizativa que mejor se adapte a los requisitos del trabajo de seguimiento. El conocimiento de esta estructura es importante para determinar las necesidades de personal de gestión calificado y así, evaluar con una mayor precisión los costos indirectos de mano de obra.

Según Caita (2022), el estudio organizacional es aplicado con la finalidad de determinar las capacidades operativas de la organización propietaria del proyecto, explorar y evaluar fortalezas y debilidades, determinar la estructura organizacional, para así poder gestionar las fases de inversión, operación y mantenimiento del proyecto; y plantea los siguientes pasos a seguir para el correcto diseño de la estructura organizacional de un proyecto:

1. Definir los objetivos y metas generales del proyecto, en donde debe haber concordancia entre la estructura organizacional y dichos objetivos.
1. Elaborar una lista de actividades administrativas necesarias.

2. Definir cuáles de estas actividades serán subcontratadas y cuáles serán hechas de manera directa.
3. Realizar un listado de las tareas que se efectuarán en las actividades a realizarse de manera directa.
4. Identificar las funciones específicas.
5. Determinar las necesidades de recurso humano.
6. Expresar todo esto en unidades administrativas o también en grupos de trabajo.
7. Señalar funciones y determinar cargos específicos para cada una de estas unidades administrativas o grupos de trabajo.
8. Elaborar un organigrama funcional y estructural en base a los resultados de los anteriores pasos.
9. Describir las funciones de cada uno de los cargos en el organigrama.

Según Caíta (2022), el objetivo principal de cumplir con cada uno de estos 10 pasos es que cada uno de los miembros de la empresa, organización o proyecto tengan en claro cuáles son las funciones y actividades que deben realizar para cumplir con todos los objetivos planteados inicialmente.

### ***1.2.5 Estudio legal***

Para los autores Nassir Sapag, Reinaldo Sapag & José Manuel Sapag (2008), al igual que los estudios anteriores, el estudio legal es fundamental para la estructura de un plan de negocios debido a que las relaciones internas con proveedores, arrendatarios y trabajadores, y las relaciones externas con instituciones, organizaciones fiscalizadoras, se rigen bajo contratos o marcos regulatorios, los cuales generan costos al proyecto, y por ende afectan la cuantificación de sus pagos.

De acuerdo con los autores previamente mencionados, una de las consecuencias más directas de los factores legales y regulatorios está relacionada con el tema tributario. A menudo, hay leyes que afectan a los proyectos de manera diferente según los bienes o servicios que producen, esto se revela en el otorgamiento de licencias y patentes, a diferentes tasas arancelarias, para distintos tipos de materias primas o productos elaborados, e incluso en el establecimiento de una empresa ejecutora de proyectos, existen diferentes requisitos impositivos según el tipo de organización que se elija.

Según el Departamento Nacional de Planeación de la Universidad Nacional de Colombia (2013), los objetivos de realizar un estudio legal son los siguientes:

- Establecer la factibilidad de las alternativas propuestas a la luz de los principios, leyes, reglas y normas que la rigen.
- Incluir los costos y beneficios, ya sean directos o indirectos, de la investigación legal en la evaluación del proyecto
- Determinar la estructura jurídica y legal más adecuada a crearse con el proyecto.

### **1.3 Artículos tecnológicos**

Con respecto a los artículos tecnológicos, se sabe que estos son muy importantes para la mejora de la calidad de vida de las personas, y existen muchos autores que definen a estos productos de formas similares, pero, con distintas palabras.

Según Gallego (2021), los artículos tecnológicos son productos artificiales elaborados por una o varias personas mediante la asistencia de la tecnología para satisfacer las necesidades y resolver los problemas de los seres humanos alrededor del mundo, mejorando así su calidad y estilo de vida.

Para García (2010), los productos tecnológicos pueden ser tanto materiales como inmateriales, con respecto a los materiales pueden ser las maquinarias y los artefactos o artículos, y con respecto a los inmateriales pueden ser el conocimiento y diseño de procesos o técnicas novedosas, y todo esto con fines y objetivos prácticos que ayuden al ser humano a mejorar su calidad de vida y a facilitar la realización de sus actividades cotidianas.

Según el mismo autor, los artefactos o artículos tecnológicos son maquinarias o elementos elaborados que concretan la aplicación del conocimiento científico en un producto material que cumple con la satisfacción de una necesidad, facilita el cumplimiento de los quehaceres, aumenta el nivel potencial de una determinada tarea o brinda confort y comodidad a sus usuarios. En la actualidad, la mayoría de las actividades humanas están invadidas por novedosos artículos que perfeccionan de una manera considerable el nivel de vida del hombre.

Para finalizar con las definiciones de los artículos tecnológicos, de acuerdo al portal web Research To Market Solution (2023), este tipo de artículos son aquellos que se desarrollaron de un proceso de fabricación en base a la tecnología, y que cuentan con características importantes como la innovación, creatividad y diseño, con el objetivo principal de facilitar la vida de los compradores apoyándoles en gran parte de sus tareas y procesos que realizan diariamente.

Según el portal web que fue mencionado con anterioridad, los artículos tecnológicos se clasifican en:

- Artículos tecnológicos artesanales: se refiere a aquellos artículos que son desarrollados a través de fases, donde es fundamental la mediación de un técnico, operario o artesano. Al igual que el resto, son productos realizados en base a la tecnología, pero no cuentan con un proceso de elaboración totalmente automatizado y necesitan de la participación de personal especializado en su utilización. Como, por ejemplo, productos de carpintería o herrería, los cuales para su proceso de elaboración se utiliza maquinaria avanzada y sofisticada, pero la participación del ser humano sigue siendo importante.
- Artículos tecnológicos mecánicos: son aquellos artículos que para su correcto funcionamiento necesitan un motor y una fuente de energía para poder ser puestos en marcha. Estos artículos emplean energía eléctrica o combustible, como, por ejemplo, los electrodomésticos como lavadoras, refrigeradoras, microondas, licuadoras, etc., y los vehículos como automóviles, motocicletas, etc.
- Artículos tecnológicos digitales o informáticos: este tipo de artículos se caracterizan por ser de carácter intangible, pero con el pasar de los años, se han convertido en parte indispensable para la vida de los seres humanos. Como, por ejemplo, los softwares para computadoras, teléfonos celulares, tabletas, entre otros dispositivos que permiten efectuar diferentes tareas y procedimientos gracias a su uso.
- Artículos tecnológicos manuales: son aquellos artículos o dispositivos físicos perfeccionados con nuevas tecnologías que cumplen con la función de facilitar muchas tareas del día a día de las personas. Como, por ejemplo, los teléfonos celulares, relojes inteligentes, despertadores digitales, tabletas electrónicas, palos de base para tomar autorretratos, entre un sinnúmero de artículos tecnológicos manuales que existen en la actualidad.

### ***1.3.1 Origen de los artículos tecnológicos y su evolución***

De acuerdo con Gallego (s.f.), los artículos o productos tecnológicos son el resultado de las transformaciones producidas por el ser humano, de su arduo trabajo y de sus ideas para modernizar y adecuar un medio natural, en el cual las necesidades de vida puedan cumplidas con un esfuerzo menor; esta autora plantea de la siguiente manera el origen y la evolución de los artículos tecnológicos:

El origen de estos artículos se remonta hacia el año 30.000 A.C., en donde los seres humanos elaboraban arpones, anzuelos, espátulas, flechas, lanzas y este tipo de artículos a base de huesos de animales y piedras, con el objetivo de cazarlos y poder prepararlos para satisfacer sus necesidades alimenticias evitando riesgos que atenten contra su integridad física.

En el año 20.000 A.C., el ser humano descubrió el fuego en el momento de la obtención de la chispa al frotar la madera, con lo que logró evitar el frío, cocinar alimentos, ahuyentar animales depredadores, calentar el barro y la arcilla para fabricar utensilios, y alumbrar sus viviendas. Posteriormente, desarrollaron tejidos con fibras vegetales y animales como el lino o la lana, productos de alfarería, el arnés para los caballos y el yugo para los bueyes, estos dos últimos artículos servían para el transporte por medio de animales.

Varios años después, los Bávamos crearon maquinaria como el arado con reja de hierro, molinos de agua, molinos de viento y el telar, todo esto desarrollado en la Edad Media. Posteriormente, se empieza a notar la evolución de artículos y productos tecnológicos de una manera más clara, debido a que comienzan a fabricarse los primeros relojes mecánicos, la brújula y la pólvora, los cuales marcaron importantes cambios dentro de la sociedad medieval y posibilitaron que se desarrolle una nueva estructura social y económica.

En el siglo XVIII, la fabricación artesanal de productos se comienza a expandir de gran manera, debido a que se empezaron a crear fábricas o factorías, en donde grupos de personas trabajaban y realizaban este tipo de productos, con lo que la productividad y la capacidad que tenía el hombre de fabricar bienes y servicios aumentó de una manera muy notable, al igual que sus conocimientos.

Con la Revolución Industrial, lograr la satisfacción de la demanda fue posible gracias a la invención de nueva maquinaria, la utilización de nuevas formas de energía, y el desarrollo del trabajo humano. En esta revolución se destacó la industria textil gracias a la creación de hiladoras y telares mecánicos.

Después de la Revolución Industrial, comenzó la Revolución Tecnológica, en donde se incorporaron nuevas invenciones y nuevas fuentes de energía. También, el uso de la electricidad fue un gran aporte para la iluminación tanto pública como domiciliaria. En esta época se inventaron productos tecnológicos tales como el horno microondas, la

televisión, el avión a chorro, la máquina de escribir, el teléfono, el reloj digital, entre otros.

Finalmente, la Revolución Científico-Tecnológica llegó al mundo a partir de los años 90 del siglo XX y se mantiene vigente hasta la actualidad. La tecnología moderna tiene aspectos en los que se destaca la informática, la electrónica, la robótica, la inteligencia artificial y el uso del internet. Actualmente existen artículos tecnológicos como los teléfonos celulares inteligentes, relojes inteligentes, tabletas electrónicas, televisores, computadoras portátiles, automóviles automáticos, cámaras GoPro, audífonos bluetooth, juegos de video, entre muchas otras invenciones que facilitan el día a día de los seres humanos.

### ***1.3.2 Contribución de los artículos tecnológicos para la sociedad ecuatoriana***

Según Luque & Galora (2019), en el caso ecuatoriano, existen notables retrasos en relación al uso de las TICs (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones), lo cual afecta al correcto desarrollo productivo del Estado, y con ello a la generación de puestos de trabajo para los jóvenes que tiene interés por entrar al mercado laboral. Cabe destacar que nueve de cada diez hogares en el país cuentan con al menos un teléfono celular, una tableta electrónica o una computadora, lo cual ha incrementado el uso del internet, pero como se mencionó anteriormente, no se da una correcta utilización a estos dispositivos a pesar de que la mayoría de la población del país cuenta con ellos.

A pesar de esto, la sociedad ecuatoriana ha aprovechado la existencia de este tipo de artículos tecnológicos para poder mejorar su calidad de vida; según Almaraz (2020), la sociedad hace uso de los artículos tecnológicos principalmente para la comunicación con otras personas a través de llamadas, mensajes y videollamadas, y para el desarrollo de la educación y el sector laboral, por medio de cursos en línea, aulas virtuales, investigaciones, correos, reuniones de trabajo, etc.

## **CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **2.1 Diagnóstico externo**

Según Thompson & Strickland (2004), el diagnóstico externo es el cual se realiza mediante el análisis de todas las fuerzas que se encuentran fuera de los límites de la empresa o negocio, debido a que estas son sumamente importantes para la toma de decisiones dentro de la compañía.

A su vez, David (2003) establece que los factores externos son las situaciones que se traducen en cambios en la demanda de los consumidores, lo cual altera los tipos de bienes y servicios ofertados y desarrollados, la estrategia empresarial, la segmentación del mercado y la elección de compañías para comprar o vender ya sea materia prima o productos terminados.

Para realizar el diagnóstico externo de una empresa o negocio, se pueden utilizar las siguientes herramientas:

- Análisis PESTEL
- 5 fuerzas de Porter
- Matriz EFE
- Análisis del producto

#### ***2.1.1 Análisis PESTEL***

De acuerdo con Amador-Mercado (2022), el análisis PESTEL es un instrumento utilizado para que las organizaciones tengan la posibilidad de descubrir y evaluar los distintos factores que pueden alterar y afectar el negocio o empresa en tiempo presente y también a futuro, tomando en cuenta principalmente seis ámbitos, los cuales son político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal. Con los resultados que brinda este análisis, se pueden tomar decisiones óptimas que ayuden en el desarrollo y mejoramiento del negocio.

##### ***2.1.1.1 Político***

El sector político ecuatoriano se define por la actual constitución vigente del país aprobada por la Asamblea Nacional Constituyente en el año 2008, la cual determina que el Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. El modelo de gobierno corresponde al presidencialismo y es administrado de manera descentralizada.

Según Noboa (2023), escritora de la revista Primicias, a inicios del presente año, Guillermo Lasso atravesó la peor crisis política de todos sus meses de gestión, esto debido a la derrota en el referendo y a la reacción que han tenido algunos sectores sociales y políticos en contra de su mandato, lo cual le obligó a reacomodar su gabinete con el objetivo de sortear la crisis política e intentar buscar estabilidad, lo cual no ha conseguido. Lamentablemente, el actual mandatario del Ecuador no ha podido responder a las exigencias de la ciudadanía, por lo que gran parte de la población del país se ha volteado en su contra pidiendo su inmediata destitución de su cargo.

Según el portal web Transparencia Electoral (2023), el 17 de mayo del presente año, el actual mandatario del Ecuador, Guillermo Lasso, tomó la decisión de disolver el Congreso y convocar a elecciones anticipadas para el mes de agosto, proceso conocido como “muerte cruzada”.

Como se conoce, los factores políticos de un país influyen en las organizaciones o proyectos y en la manera en la que estos desarrollan sus negocios, por lo tanto, con respecto al proyecto de importación planteado en la presente investigación, al existir estabilidad política, provocaría mayor confianza en los proveedores e inversionistas externos, lo cual, con toda seguridad causaría una mayor sostenibilidad, desarrollo y éxito en el proyecto planteado al existir una mayor capacidad adquisitiva por parte de los consumidores; lamentablemente, el Ecuador se encuentra pasando por una crisis política grave, lo cual ha causado una mala reputación del país a nivel internacional, por lo tanto, no está siendo visto de una buena manera ante los ojos del mundo, lo cual podría provocar problemas entre las relaciones económicas internacionales con varios países.

### ***2.1.1.2 Económico***

Según el último reporte económico de la Cámara de Industrias y Producción (2022), durante todo el año 2022, se observó una recuperación económica más sostenida en el país tras la pandemia del Covid-19 con un crecimiento del 2,7%, y para el final del año 2023 se pronostica un crecimiento económico del 3,1%. El dinamismo económico del país ha sido marcado por un crecimiento de la inversión pública y privada, e igualmente por el consumo que existe dentro de los hogares ecuatorianos.

Con respecto a datos del Banco Central del Ecuador (2022), los sectores que contaron con un mayor crecimiento para el desarrollo de la economía ecuatoriana fueron los siguientes:

refinación petrolera (23,9%), alojamiento y servicios alimenticios (17,4%), acuicultura y pesca camaronera (16,2%) y transporte (13,1%).

De acuerdo con el Banco Central del Ecuador (2022), el último informe anual de la balanza de pagos del país fue realizado en el año 2022, obteniendo un superávit de \$2.324 millones en donde las importaciones totales fueron de \$30.334 millones y las exportaciones totales fueron de \$32.658 millones; y el último informe anual del PIB también fue realizado en el año previamente mencionado, representando un total de \$160.646 millones, lo cual muestra un incremento del 37% en comparación con el PIB del año 2021.

Aunque la gestión interna de un negocio o proyecto siempre es el elemento más importante tanto para su crecimiento como para su desarrollo, los factores económicos externos también pueden afectar en mayor o menor cantidad a su situación; en caso de mantenerse esta mejora que ha existido en los últimos años en la economía del Ecuador, también implicaría un despunte en la economía de las empresas y de los importadores nacionales, puesto que el poder adquisitivo y la estabilidad económica de los consumidores, les permitiría un mayor acceso a los bienes, productos y servicios ofertados, en el caso de este proyecto, se podría llegar a tener una mayor demanda de artículos tecnológicos, lo cual ayudaría a obtener considerables utilidades, y por ende mayor liquidez.

### ***2.1.1.3 Social***

Según Mella (2022), escritora de la revista Primicias, en los últimos años, la situación del país con respecto al bienestar social ha ido empeorando, debido a que se han registrado una gran cantidad de robos y asesinatos en varias provincias del país, especialmente en la región Costa, ya que el 90% de este tipo de actos criminales se han registrado en provincias como Esmeraldas, Manabí, Guayas, Santo Domingo, Santa Elena, Los Ríos y El Oro. También, se han dado varias protestas y manifestaciones no pacíficas específicamente en la capital en contra del actuar del gobierno, lo cual ha afectado gravemente al país, a su imagen internacional y a la población.

Por otro lado, según datos recogidos por el INEC (2022), el porcentaje de pobreza por ingresos a nivel nacional es de 25%, lo que figura una notable reducción estadística de 7,2% en comparación al año 2021. Esta reducción porcentual de la pobreza en el Ecuador va de la mano con la reducción de la tasa de desempleo, la cual, para el año 2022 estaba

en 3,2% y para el año 2021 en 4,1%, lo cual es algo muy bueno y destacable para el desarrollo del país, pero claramente todavía estos porcentajes pueden mejorar.

El entorno social es uno de los más importantes a tomar en cuenta para analizar la implementación del proyecto de importación de artículos tecnológicos al país debido a que este tipo de productos se dirigen principalmente a los pobladores ecuatorianos. El incremento de inseguridad que se ha dado en los últimos años podría afectar de manera negativa, debido a que algunos ciudadanos prefieren no adquirir objetos de valor para evitar ser víctimas de este tipo de actos delictivos. Con respecto a la pobreza y al desempleo, esta podría ser la oportunidad de ofertar artículos genéricos de buena calidad y a menor precio, de modo que este sector de la población, también pueda hacer uso de la tecnología que es tan indispensable en los tiempos modernos para que se pueda dar el cumplimiento y satisfacción de sus necesidades inmediatas y a largo plazo.

#### ***2.1.1.4 Tecnológico***

Según Abril (2023), escritora de la revista Líderes, debido a los avances notables en cuanto al acceso a internet y nuevas tecnologías que han surgido en el país como resultado de la pandemia del Covid-19, el Ecuador tiene la necesidad de afrontar ciertos desafíos con el objetivo de lograr una mejor conectividad y tener una sociedad más digitalizada en el presente año y en el futuro. El Ministerio Nacional de Telecomunicaciones cuenta con una agenda de transformación digital, en la que establece que se tiene un plan de conectividad para que el 98% de la población ecuatoriana cuente con acceso a internet en los siguientes años. Cabe mencionar, que desde el año 2019 hasta el año 2022, existió un importante incremento del 32,7% en la cantidad de hogares con acceso a internet, tanto en la zona urbana como en la zona rural.

Según la misma escritora, el comercio electrónico, también conocido como e-commerce, ha tenido un gran incremento en el país; debido a que ha existido un gran incremento de \$4.800 millones en compras en línea en el año 2022, y se espera que, para finales del presente año, se dé un crecimiento de \$800 millones. Las categorías de productos que han incrementado su demanda de acuerdo con el comercio electrónico son: tecnología, moda y alimentos.

El uso de la tecnología, el acceso al internet y el progreso que ha tenido el comercio electrónico son factores esenciales para el desarrollo de este proyecto de importación, debido a que, en primer lugar, el incremento del uso y acceso del internet en el Ecuador

provocaría un gran crecimiento en la demanda de esta clase de artículos, ya que estos son importantes para ejecutar un sinnúmero de actividades que se realizan día a día por medio de una conexión de red, como por ejemplo actividades relacionadas con la educación, el trabajo, el comercio, la comunicación, la recreación, la satisfacción de necesidades, entre otras.

En segundo lugar, se debe mantener una clara y correcta comunicación con los proveedores chinos que ofrecen este tipo de artículos tecnológicos, para así tener la oportunidad de adquirir y ofrecer los mejores productos genéricos en el mercado a precios accesibles y convenientes para los potenciales consumidores.

#### ***2.1.1.5 Ecológico***

De acuerdo con Cazar Baquero (2023), el Ecuador cuenta con varios desafíos ambientales a enfrentar en el presente año, entre ellos menciona a la deforestación, la minería ilegal, el escaso presupuesto destinado para el sector ecológico y la persecución judicial en contra de defensores de la naturaleza, por lo que recalca que, el Gobierno de la República del Ecuador se enfrenta a la necesidad de aunar esfuerzos y elaborar políticas que controlen estos problemas contra el medio ambiente.

Según el mismo autor, en el año 2022, los focos de minería ilegal se multiplicaron descontroladamente y algunas autorizaciones que fueron canceladas por las autoridades, continuaron operando de manera ilícita. También, se declararon 170 casos de persecución judicial a personas que tenían como objetivo defender sus territorios de las operaciones mineras. En este mismo año el presupuesto destinado para beneficiar el sector ambiental fue escaso, con un total de 55 millones de dólares, y finalmente el 18% de los bosques amazónicos se perdieron completamente y un 17% se están degradando.

Definitivamente, el uso de la tecnología se ha convertido en uno de los más grandes aliados de la ecología mundial, ya que, en especial en el campo laboral, en la actualidad casi se ha eliminado el uso de papel de despacho para envío y recepción de documentos, lo cual ha ayudado de gran manera, para de algún modo detener la deforestación tan nociva para el ecosistema; por este motivo es fundamental la introducción de artículos tecnológicos en el país, debido a que estos se han convertido en un gran sustituto de documentos físicos utilizados en centros educativos, oficinas y despachos, dejando de lado la producción de materiales que afectan directamente al medio ambiente.

### ***2.1.1.6 Legal***

En cuanto al ámbito legal, el Ecuador es un Estado de derecho, en donde todos los ciudadanos y los poderes públicos se encuentran sujetos a la Constitución y también al ordenamiento jurídico, y se rigen por una jerarquía de normas.

Con respecto a las actividades de comercio exterior, estas deben ser realizadas en base al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI). Para las importaciones específicamente, hay que tomar en cuenta los siguientes artículos:

- Artículo 147 – Importación para el consumo.
- Artículo 148 – Admisión temporal para reexportación en el mismo estado.
- Artículo 149 – Admisión temporal para perfeccionamiento activo.
- Artículo 150 – Reposición de mercancías con franquicia arancelaria.
- Artículo 151 – Transformación bajo control aduanero
- Artículo 152 – Depósito aduanero
- Artículo 153 – Reimportación en el mismo estado

En base a la normativa enunciada, para el proceso de importación se deben tomar en cuenta los requisitos constantes en la página web del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) (2021), los cuales son los que a continuación se detallan:

1. Obtener el certificado digital para firma electrónica.
2. Instalación del sistema ECUAPASS para proceder con el registro como importador.
3. Obtener información acerca de las restricciones existentes de productos a importar.
4. Buscar asesores o agentes de aduana autorizados por la misma, para realizar los trámites relacionados con la desaduanización de mercancías, en donde se deben incluir documentos de soporte, la declaración aduanera de importación y el documento que justifique la liquidación de las obligaciones tributarias aduaneras.

Además, cabe recalcar que, para la importación de artículos tecnológicos al territorio ecuatoriano, la única condición para que se pueda dar su ingreso sin ningún problema es que estos artículos sean nuevos y que no hayan sido usados previamente. De ahí, su ingreso al país está aprobado porque no se encuentran en la lista de productos de prohibida

exportación, como por ejemplo ropa usada, explosivos, municiones, drogas, estupefacientes, animales vivos o muertos, fuegos artificiales, entre otros.

Con relación al proyecto planteado, se deberá cumplir a cabalidad con cada uno de los requisitos y obligaciones determinados en la normativa vigente para evitar retenciones de la mercadería y sanciones económicas o judiciales que podrían aplicarse por su falta de observancia.

### ***2.1.2 5 fuerzas de Porter***

Según Pérez & Polis (2011), las 5 fuerzas de Porter es un modelo que brinda la posibilidad de analizar la rentabilidad de cualquier industria mediante un estudio externo en donde se toman en cuenta principalmente a los clientes, proveedores, competidores y productos sustitutos en el mercado. Estas fuerzas conforman de una manera básica la estructura de la industria, y delimitan precios, costos y requerimientos de inversión, lo cual es necesario para explicar una expectativa de realidad a largo plazo del negocio.

#### ***2.1.2.1 Poder de negociación de los clientes***

La demanda de artículos tecnológicos en el mercado ecuatoriano ha ido en constante crecimiento debido al gran desarrollo que ha presenciado la tecnología en los últimos años a nivel mundial, y también gracias al incremento del uso del internet y las redes sociales en los hogares ecuatorianos.

Según datos recogidos por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2023), el segundo producto que más se importa desde China hacia Ecuador son las máquinas y aparatos electrónicos, representando un total de \$888 millones de las importaciones desde el país oriental, por lo que se puede afirmar que existe una alta demanda de este tipo de productos en el país. La oferta de artículos tecnológicos de buena calidad y a precios accesibles sería una fortaleza en cuanto a la negociación con los clientes, porque como es de conocimiento, los artículos tecnológicos de marca que se ofertan en el Ecuador tienen precios demasiado elevados por lo que no pueden ser adquiridos por gran parte de la población ecuatoriana que cuenta con recursos económicos limitados.

Sin embargo, existe una gran cantidad de pequeñas empresas o negocios que ofrecen este tipo de productos genéricos con las características mencionadas anteriormente, por lo tanto, los clientes tienen un poder de negociación sumamente alto, debido a que, si no están de acuerdo con alguna característica o con el mismo precio del producto, pueden

tranquilamente optar por elegir algún otro negocio o empresa para adquirir el producto de su preferencia.

#### ***2.1.2.2 Poder de negociación de los proveedores***

Para poder adquirir los mejores productos en el mercado, se debe tener una correcta comunicación con los proveedores chinos de tecnología electrónica, en este caso los proveedores serán Alibaba, AliExpress y Made In China. Estos son tres de los proveedores más confiables que tiene el país oriental, por lo que se debe realizar un contacto por medio de correos electrónicos, páginas web y redes sociales.

Estos proveedores cuentan con un alto poder de negociación debido a que, para implementar este proyecto, es necesario regirse a sus políticas, condiciones y precios, ya que son empresas exportadoras y su nivel de confiabilidad es reconocido a nivel mundial.

#### ***2.1.2.3 Amenaza de nuevos competidores entrantes***

En cuanto al ingreso de nuevos competidores al mercado, en el país existen una gran cantidad de nuevas empresas o simplemente negocios que importan artículos tecnológicos desde distintas partes del mundo, no únicamente de China, es por esta razón que se busca importar los mejores productos tecnológicos desde este país oriental, ya que este ha tenido importantes avances tecnológicos en los últimos años, además se deberá brindar a los consumidores un ambiente de calidez, confianza, seguridad y garantía en el momento de la venta y post venta, y de este modo poder tomar ventaja frente a los nuevos competidores e importadores que entran al mercado tecnológico ecuatoriano, e incluso sobre los ya establecidos en este.

Por lo tanto, se puede concluir que existe una gran amenaza de nuevos competidores entrantes, porque para importar este tipo de productos no se necesita realizar un proceso tan complejo y existen muy pocas restricciones, por lo que se puede entrar a este mercado con facilidad.

#### ***2.1.2.4 Amenaza de nuevos productos sustitutos***

En el mercado ecuatoriano, los principales productos sustitutos para los artículos tecnológicos que van ser importados desde China (celulares, tabletas, relojes, audífonos y parlantes) son las laptops y los equipos de computación, debido a que estos productos cumplen con las mismas funciones que los artículos mencionados anteriormente, y también cuentan con funciones extra que hacen que estos productos sean más completos.

Pero esto no representa una gran amenaza para este proyecto, debido a que entre los artículos que van a ser importados y los productos sustitutos, existe una gran diferencia, que es la portabilidad, ya que es mucho más sencillo y menos peligroso portar de un lugar a otro un celular o una tableta a comparación de una computadora o una laptop.

#### ***2.1.2.5 Rivalidad entre competidores***

Como se mencionó anteriormente, en el Ecuador, existen una gran cantidad de empresas o negocios que ofrecen este tipo de artículos a la población, y por ende se convierten en competidores directos para este proyecto de importación. La mayoría de competidores ofrecen productos de muy buena calidad, pero cuentan con la característica de que sus precios de venta son excesivamente elevados, lo cual, debido a la situación actual del país, solo un pequeño número de pobladores los puede adquirir. Es por eso, que el objetivo de este plan de importación, es ofrecer a la comunidad productos de muy buena calidad, pero a precios accesibles, de modo que minimicen la afectación económica de sus hogares. Con relación a los competidores con un modelo de negocio similar al planteado, la diferenciación se puede dar por medio de la oferta de productos en una forma ágil, oportuna, confiable, segura y garantizada, para de este modo tomar ventaja sobre los referidos competidores.

Con esto se puede concluir que existe una gran rivalidad entre competidores, ya que todos ellos tratan de ofrecer los mejores productos en el mercado con el objetivo de tener más clientela y así obtener más ganancias que sus similares.

#### ***2.1.3 Matriz EFE***

De acuerdo con David (2003), la Matriz de Evaluación de los Factores Externos (EFE), es una herramienta utilizada para evaluar la situación externa de la empresa y permite realizar un estudio cuantitativo simple de este tipo de factores, es decir, de las oportunidades y amenazas que existen mediante el cumplimiento de los siguientes pasos:

1. Realizar una lista de oportunidades y amenazas externas.
2. Determinar un peso relativo en un rango de 0 a 1, esto para determinar la importancia tanto de las oportunidades como de las amenazas.
3. Ponderar con una calificación de 1 a 4 a cada factor para evaluar la eficacia actual del negocio.
4. Multiplicar el peso de cada factor de acuerdo con su clasificación para obtener una ponderación.

5. Sumar las calificaciones ponderadas de cada variable para conocer el total del ponderado del negocio.

En la Tabla 1, se representan las oportunidades y amenazas que existen en cuanto a la implementación del proyecto de importación de artículos tecnológicos chinos hacia el Ecuador, y sus respectivos pesos y calificaciones:

**[Tabla 1. Matriz EFE]**

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso Ponderado</b>
O1 Crecimiento en el mercado nacional	0,20	4	0,80
O2 Aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio con China	0,20	3	0,60
O3 Avance tecnológico en los medios	0,10	2	0,20
O4 Innovación en los productos	0,10	2	0,20
<b>AMENAZAS</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso Ponderado</b>
A1 Ingreso de nuevos competidores en el mercado	0,15	3	0,45
A2 Cambios en los gustos y preferencias de los clientes	0,05	1	0,05
A3 Aparición de productos sustitutos mediante el desarrollo de nuevas tecnologías	0,10	3	0,30
A4 Cambios en la economía a nivel nacional	0,10	3	0,30
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,90</b>

El peso ponderado del negocio dio un total de 2,90; lo cual representa un poco más del valor medio, por lo que el negocio podría aprovechar estas oportunidades y lidiar con estas amenazas de una manera correcta, pero si podría mejorar y con eso obtener un rendimiento superior.

La oportunidad que más se debe tomar en cuenta es la del crecimiento en el mercado nacional, ya que con esto el negocio se puede posicionar de una muy buena manera en el mercado tecnológico ecuatoriano y así obtener excelentes resultados. El reciente TLC que firmaron tanto Ecuador como China también es una oportunidad sumamente importante,

debido a que este acuerdo se centra principalmente en la reducción de aranceles, mejora de procedimientos aduaneros y facilitación del comercio, lo que permitiría al negocio reducir varios costos. En cuanto al avance tecnológico en los medios, esto es algo fundamental para que el negocio pueda darse a conocer de una manera exitosa a nivel nacional y sin incurrir a costos muy elevados como con la publicidad física. Y finalmente, con respecto a la innovación en los productos, el negocio puede ofrecer al mercado productos que cuenten con nuevas y mejores características para satisfacer las necesidades de los consumidores de una forma más sencillas.

Las amenazas que más pueden afectar al negocio son el ingreso de nuevos competidores y la aparición de productos sustitutos en el mercado gracias al desarrollo de nuevas tecnologías, debido a que los consumidores van a tener más opciones para poder adquirir este tipo de artículos tecnológicos o bien, sus sustitutos, es por eso que siempre se debe tratar de ofrecer los mejores productos en el mercado, brindando a su vez, un buen servicio al cliente para ganar su confianza. Los cambios en la economía nacional también son sumamente importantes debido a que los negocios o empresas dependen de cómo se encuentre la situación actual del país y esta podría afectar a su rendimiento y desarrollo. Finalmente, la amenaza menos importante, pero que también se la debe tomar en cuenta, es la que trata acerca de los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, debido a que, en los últimos años, la demanda se ha vuelto muy exigente y siempre los consumidores están tratando de buscar productos que cuenten con nuevas características y mejoras, pero si no existen cambios en el mercado, los consumidores van a terminar consumiendo los productos que se encuentran actualmente en oferta.

## **2.2 Diagnóstico interno**

De acuerdo con Mejía-Herrera (2017), el diagnóstico interno es la evaluación de las áreas funcionales de la empresa o negocio, con el objetivo de detectar cuales son las fortalezas y debilidades presentes en cada una de estas áreas. También, menciona que, para el desarrollo de este diagnóstico, es necesario tener conocimientos en los aspectos de administración y liderazgo personal, finanzas, comercio de productos, atención al cliente, sistemas logísticos y productivos, recursos, infraestructura, entre otros.

A su vez, según Sy Corvo (2021), los factores internos hacen referencia a todo lo que está dentro del negocio y bajo su propio control, ya sea de manera tangible o intangible. Este

tipo de factores determinan como una empresa se desarrolla como una unidad organizativa independiente y como esta responde al entorno externo.

### ***2.2.1 Aspectos históricos***

Con respecto a la industria tecnológica en el Ecuador, se puede decir que el 11 de mayo de 1994 inició el servicio de telefonía móvil en el país liderada por dos compañías privadas, Conecel con la marca Porta y Otecel con la marca Celular Power. En aproximadamente 20 años, este mercado se incrementó en una forma desmesurada, y se convirtió en un sector que reportaba grandes utilidades en el país. Las empresas que se dedicaban a ofrecer teléfonos celulares y aparatos electrónicos despuntaron con dicha oferta.

Según el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2013), en los últimos años, el Gobierno del Ecuador realizó grandes inversiones en el sector de la tecnología y de las telecomunicaciones, convirtiéndose en un campo de interés prioritario en la marcha del país, por ser un insumo importante para el desarrollo económico, educativo y laboral. A raíz de la pandemia de covid-19, el uso de equipos tecnológicos se volvió indispensable, ya que la mayoría de empresas e instituciones educativas, políticas, productivas y sociales, no podían realizar sus actividades de manera presencial, y los equipos tecnológicos eran el único medio para continuar con el desarrollo de las mismas.

Actualmente, esta industria se ha convertido en una de las más importantes del país, ya que la demanda de este tipo de artículos ha ido en constante crecimiento gracias al incremento del uso del internet y de las redes sociales en gran parte de los hogares ecuatorianos. De acuerdo con el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2023), las máquinas y aparatos electrónicos son el segundo producto más importado desde China hacia el Ecuador, representando la cantidad de \$888 millones de las importaciones totales realizadas desde este país.

Al igual que la demanda, la oferta de este tipo de artículos en Ecuador también ha ido creciendo de una manera notable, ya que en el mercado ecuatoriano existe una gran cantidad de pequeñas empresas o negocios que importan esta clase de productos genéricos de distintas partes del mundo, aunque también existen empresas internacionales como Apple, Samsung u otras, que ofrecen productos más avanzados y de mejor calidad, pero a precios que no son accesibles para una gran parte de la población.

### **2.2.2 Estructura económico – productiva**

Para realizar el análisis de la estructura económico – productiva, se efectuó una entrevista al Ing. Paúl Gutiérrez, quien es importador de diferentes tipos de artículos de origen chino con el objetivo de ponerlos a disposición de distribuidores en el territorio ecuatoriano, específicamente en la ciudad de Quito.

#### **2.2.2.1 Recursos**

Según la entrevista realizada al Ing. Gutiérrez, el principal recurso a considerarse es el capital previsto para invertir en el proyecto, también manifiesta que dentro de los recursos primarios e iniciales para realizar una importación se encuentran los equipos tecnológicos, que son fundamentales para establecer contacto y realizar la negociación con los potenciales proveedores internacionales, ya que es necesario realizar un análisis minucioso de los productos, tiempo de vida útil, precios y garantía de los mismos, para poder ofertarlos con seriedad y responsabilidad a los potenciales clientes en el territorio nacional. Posteriormente, estas relaciones podrían consolidarse mediante un viaje con el fin de conocer y afianzar la relación comercial con los proveedores e incluso se podría contratar un bróker de confianza que ayude en el desarrollo de estas actividades.

En base a lo mencionado, los recursos que se utilizarán en este plan de importación es un capital acorde a la necesidad de inversión, además de equipos de computación y de telefonía móvil para contacto y negociación con los proveedores Alibaba, AliExpress y Made In China, que fueron seleccionados debido a la elevada rotación de sus productos a nivel mundial; también, se hará uso de una página web para brindar información y entablar contacto con los clientes. De ser necesario se podrían realizar viajes al país oriental con el fin de afianzar las relaciones con proveedores e intermediarios que puedan ayudar en el desarrollo comercial del negocio.

#### **2.2.2.2 Productos**

En su labor como importador, el Ing. Gutiérrez manifiesta que actualmente se encuentra realizando importaciones de maquinarias y materiales para la elaboración de productos artesanales cristianos, y así proveer a distintas empresas y librerías cristianas a nivel nacional, además ha tenido experiencia en la importación de material didáctico como libros, revistas y material audiovisual, celulares y repuestos para artículos tecnológicos en general, entre otros.

Para el presente plan de negocios, se han considerado los siguientes productos tecnológicos como objeto de importación: teléfonos celulares, tabletas electrónicas, relojes, audífonos y parlantes.

### ***2.2.2.3 Infraestructura***

De acuerdo con lo manifestado por el Ing. Gutiérrez, él actualmente cuenta con una bodega en su domicilio en donde almacena los materiales importados y posteriormente los productos elaborados para su futura distribución y comercialización, y además posee un taller en donde fabrica los productos artesanales con la maquinaria y materiales importados previamente.

La infraestructura con la que se cuenta para el presente proyecto, es una bodega y un almacén ubicados en el sector Quito Norte en la capital ecuatoriana. En la bodega, van a ser guardados y almacenados los productos tecnológicos importados, y en el almacén se realizará la venta de los productos en físico para los clientes de la capital; como se mencionó anteriormente en el apartado de los recursos, se tendrá a disposición una página web para realizar el contacto y negociación con clientes de otras provincias.

### ***2.2.2.4 Logística***

En este aspecto, el Ing. Gutiérrez afirma que, una vez que se ha cancelado el valor del producto, él toma contacto con el bróker, quien es el encargado de verificar la calidad del producto, empacarlo y con los documentos necesarios de importación, establece contacto con la naviera con el objetivo de determinar el tiempo requerido y la fecha exacta en la que el producto arribará al Ecuador. Una vez que los productos se encuentran en el territorio ecuatoriano, procede a realizar el proceso de declaración aduanera y desaduanización. Si no existe problema alguno, la mercadería sale de la aduana lo más pronto posible, luego de lo cual se contrata transporte terrestre para que el producto llegue a sus bodegas. También manifiesta, que hay otras empresas que se encargan directamente de la mayor parte de la cadena de suministros cargando los costos al valor del producto.

En el caso de este plan de importación, para iniciar este proceso, se hará la contratación de un agente comercial o bróker que sea el encargado de establecer contacto directo con los proveedores chinos y con la naviera, para que este pueda verificar la calidad de los artículos tecnológicos adquiridos y para que los pueda empacar para su posterior traslado a tierras ecuatorianas a través de este medio de transporte, por otro lado, es necesario la contratación de un seguro de viaje debido a posibles problemas que podrían suscitarse

por el mal embalaje de la mercadería en los contenedores, o en su defecto se verificará la posibilidad de traer la mercadería por vía aérea, lo cual incurre costos más elevados, pero minimiza los riesgos. Posteriormente con todos los documentos en regla, se procederá a la desaduanización y contratación de transporte para que los productos lleguen a la bodega.

#### **2.2.2.5 Finanzas**

En relación con el capital, el Ing. Gutiérrez manifiesta que este depende de la cantidad de dinero que posee el importador, y que es recomendable invertir más para abaratar los costos de compra, es decir, se deberían efectuar compras al por mayor para obtener una mayor utilidad en la distribución de los productos.

Con respecto a este proyecto, se iniciará con un capital mínimo de \$10.000 para la primera importación, a modo de prueba, los cuales constituyen el ahorro que se ha logrado recaudar para la implementación del mismo, y si las utilidades fueran atractivas, a más de los valores obtenidos por las ventas iniciales y sus utilidades, se proyectará la obtención de préstamos bancarios para que en la adquisición y venta de los productos las utilidades sean aún mayores.

#### **2.2.2.6 Clientes**

En base a la entrevista realizada al Ing. Gutiérrez, sus principales y potenciales clientes son empresas, iglesias y librerías cristianas ubicadas en Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato, las cuales sirven como intermediarios para ofertar a la población los productos elaborados por él.

Para este plan de importación, ha sido tomada en cuenta en una primera instancia la población de la provincia de Pichincha como potenciales consumidores, con miras a expandirse hacia las provincias de Guayas, Azuay, Tungurahua e Imbabura. El sector etario al cual se encuentra dirigida la oferta de los productos del presente proyecto, son jóvenes y adultos que necesiten utilizarlos con fines académicos, laborales, profesionales comunicativos y recreativos.

#### **2.2.3 Matriz EFI**

Según David (2003), la Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI), es un instrumento utilizado para evaluar la condición interna de la empresa o negocio, por medio del análisis de sus fortalezas y debilidades en sus principales áreas funcionales, y con esto, tener la posibilidad de adquirir una base para establecer y valorar las relaciones

entre las áreas mencionadas con anterioridad. Al igual que en la Matriz EFE, se deben seguir los siguientes pasos para su elaboración:

6. Enlistar las fortalezas y debilidades de la empresa.
7. Fijar un peso relativo en un rango de 0 a 1, para establecer la importancia tanto de las fortalezas como de las debilidades.
8. Ponderar con una calificación de 1 a 4 a cada factor para analizar la eficacia actual del negocio.
9. Multiplicar el peso de cada factor de acuerdo con su clasificación para obtener un valor ponderado para cada uno de estos.
10. Sumar las calificaciones ponderadas de cada variable para conocer el total del ponderado del negocio.

En la Tabla 2, se representan las fortalezas y debilidades que existen en cuanto a la implementación del proyecto de importación de artículos tecnológicos chinos hacia el Ecuador, y sus respectivos pesos y calificaciones:

**[Tabla 2. Matriz EFI]**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso Ponderado</b>
F1 Oferta de artículos a precios accesibles	0,20	4	0,80
F2 Oferta de artículos de excelente calidad	0,20	4	0,80
F3 Almacén y bodega en el Norte de Quito, página web	0,10	3	0,30
F4 Confianza, seguridad y garantía para los consumidores locales (buen servicio al cliente)	0,10	3	0,30
<b>DEBILIDADES</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso Ponderado</b>
D1 Negocio recién establecido, falta de experiencia	0,15	3	0,45
D2 Carencia de redes sociales	0,10	1	0,10
D3 Ausencia de objetivos definidos	0,05	2	0,10
D4 Carencia de visión y misión del negocio	0,05	2	0,10

D5 Falta de mayor cantidad de capital de arranque	0,05	2	0,10
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>3,05</b>

El peso ponderado del negocio en cuanto a la matriz EFI arrojó un total de 3,05 lo cual es un valor muy superior al promedio, lo que refleja una posición estable y sólida del negocio, el cual no cuenta con muchas debilidades internas que afecten su correcto rendimiento y desarrollo.

Las fortalezas más importantes y que cuentan con un mayor peso son la oferta de artículos a precios accesibles y la oferta de artículos de buena calidad, debido a que estas son necesarias para atraer a una mayor cantidad de clientes y para posicionarse de mejor manera en el mercado frente a la competencia. Con respecto a la infraestructura, para iniciar, es importante contar con un almacén y con una bodega para poder guardar los productos importados y ofrecerlos a los consumidores de manera física, aunque también, para este plan de importación, se ha planeado ofrecer estos artículos tecnológicos de manera virtual, por medio de una página web, con el objetivo de realizar envíos a domicilio hacia las diferentes provincias del país. Finalmente, un punto importante para fidelizar a la clientela es ofrecerles un excelente servicio para venta y seguimiento post venta, brindando confianza, seguridad y garantía.

Con respecto a las debilidades, al ser un negocio recién establecido, no se cuenta con una gran cantidad de dinero para usarla como capital de arranque, no existe todavía experiencia en el mercado, tampoco se ha establecido una lista de objetivos claramente estructurados, ni una visión y misión para el desarrollo del negocio, pero estos son elementos que se pueden ir identificando y levantando conforme se desarrolla el plan de negocios. En relación con las redes sociales, que son un excelente medio de negociación en la actualidad, no es fundamental por el momento, ya que se va a contar con una página web que brinda información clara sobre el negocio y los productos ofertados, características, precios, garantía, entre otros. Se puede ir desarrollando poco a poco una estrategia de redes sociales para complementar la comercialización mediante una estrategia claramente determinada, evaluada y eficiente.

## CAPÍTULO III: PROPUESTA DEL PROYECTO

### 3.1 Estudio de mercado

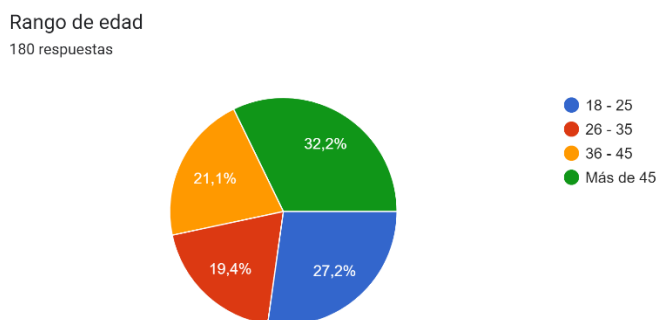
Con el objeto de realizar el estudio de mercado para el presente proyecto de importación de artículos tecnológicos chinos, se levantó una encuesta la misma que fue ejecutada a 180 personas, para que, con los resultados de la misma, se pueda determinar el segmento y tamaño del mercado, los productos de mayor interés para los encuestados, los precios que estarían dispuestos a pagar por ellos, el punto de venta o distribución de preferencia para conseguirlos y los medios por los cuales estos se van a dar a conocer.

#### 3.1.1 Segmento de mercado

Para conocer el segmento de mercado, se formularon seis preguntas en la encuesta, las cuales determinan características importantes sobre los potenciales consumidores.

La primera pregunta es sobre el rango de edad en el que se encuentran los encuestados, en donde los resultados arrojados por la encuesta fueron los siguientes y se ven representados gráficamente en la Figura 1.:

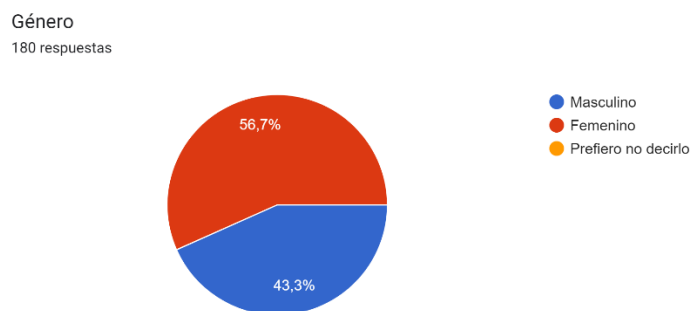
- 18 – 25 años = 49 personas que representan el 27,2% del total.
- 26 – 35 años = 35 personas que representan el 19,4% del total.
- 36 – 45 años = 38 personas que representan el 21,1% del total.
- Más de 45 años = 58 personas que representan el 32,2% del total.



**Figura 1. Gráfico Pregunta 1 Encuesta**

La segunda pregunta es acerca del género de los encuestados, en donde los resultados fueron los siguientes y se encuentran representados de manera gráfica en la Figura 2.:

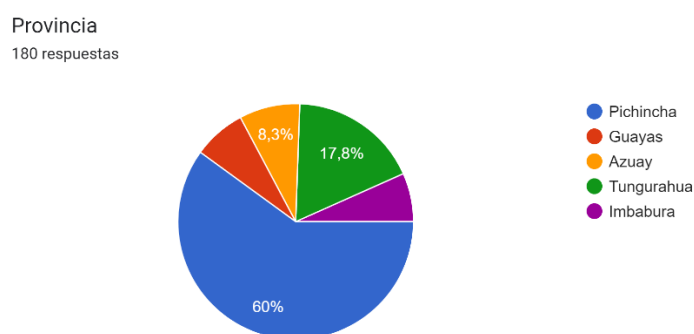
- Género femenino = 102 personas representando el 56,7% del total.
- Género masculino = 78 personas representando el 43,3% del total.



**Figura 2. Gráfico Pregunta 2 Encuesta**

La tercera pregunta es sobre la provincia en la que se encuentran las personas encuestadas, y los resultados fueron los siguientes representados gráficamente en la Figura 3.:

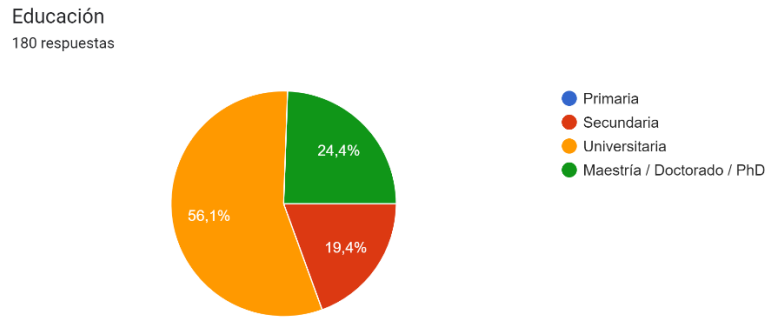
- Pichincha = 108 personas que representan el 60% del total.
- Guayas = 13 personas que representan el 7,2% del total.
- Azuay = 15 personas que representan el 8,3% del total.
- Tungurahua = 32 personas que representan el 17,8% del total.
- Imbabura = 12 personas que representan el 6,7% del total.



**Figura 3. Gráfico Pregunta 3 Encuesta**

La cuarta pregunta tiene que ver con el nivel de educación con el que cuentan las personas encuestadas, los resultados para esta pregunta fueron los siguientes y se encuentran gráficamente representados en la Figura 4.:

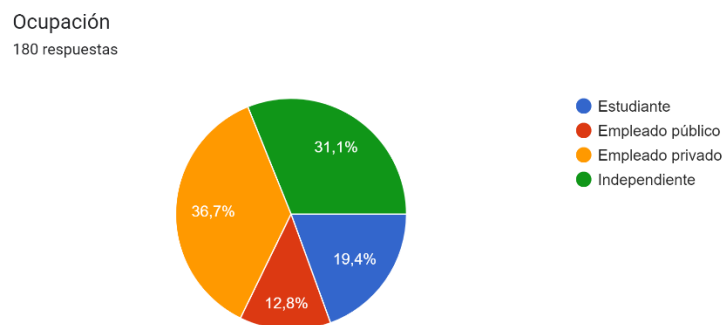
- Título de educación primaria = 0 personas representando el 0% del total.
- Título de educación secundaria = 35 personas representando el 19,4% del total.
- Título universitario = 101 personas representando el 56,1% del total.
- Título de posgrado (maestría, doctorado, PhD) = 44 personas representando el 24,4% del total.



**Figura 4. Gráfico Pregunta 4 Encuesta**

La quinta pregunta se relaciona con la ocupación que tienen los encuestados, en donde los resultados arrojados por la encuesta fueron los siguientes y se encuentran representados gráficamente en la Figura 5.:

- Estudiante = 35 personas que representan el 19,4% del total.
- Empleado público = 23 personas que representan el 12,8% del total.
- Empleado privado = 66 personas que representan el 36,7% del total.
- Trabajador independiente = 56 personas que representan el 31,1% del total.

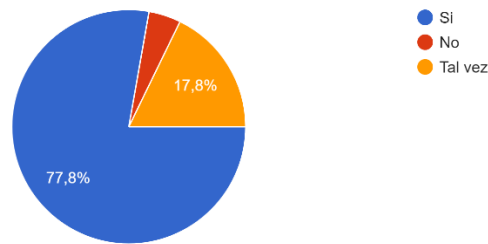


**Figura 5. Gráfico Pregunta 5 Encuesta**

La última pregunta y la más importante para este trabajo de investigación tiene que ver con el interés de los encuestados en adquirir artículos tecnológicos genéricos chinos de buena calidad y a precios accesibles; en esta pregunta, los resultados fueron los que se detallan a continuación y se encuentran representados mediante un gráfico en la Figura 6.:

- Si hay interés = 140 personas representando el 77,8% del total.
- No hay interés = 8 personas representando el 4,4% del total.
- Tal vez existe interés = 32 personas representando el 17,8% del total.

¿Estaría interesado en adquirir artículos tecnológicos genéricos garantizados, de buena calidad y a precios cómodos?  
180 respuestas



**Figura 6. Gráfico Pregunta 6 Encuesta**

Con las respuestas obtenidas para estas seis preguntas, se puede determinar que los segmentos de mercado a los que se debe dirigir este tipo de artículos tecnológicos chinos son los siguientes:

- Hombres y mujeres con un rango de edad de 45 años en adelante, con título de cuarto nivel domiciliados en la provincia de Pichincha cuya ocupación es empleados públicos y trabajadores independientes.
- Hombres y mujeres con un rango de edad entre 18 y 25 años, con educación secundaria y universitaria, domiciliados en la provincia de Pichincha cuya ocupación es estudiantes, empleados privados y trabajadores independientes.

### **3.1.2 Tamaño de mercado**

Después de determinar ambos segmentos del mercado a quienes va dirigida esta propuesta, los cuales son hombres y mujeres con un rango de edad de 45 años en adelante, con título de cuarto nivel domiciliados en la provincia de Pichincha cuya ocupación es empleados públicos y trabajadores independientes; y hombres y mujeres con un rango de edad entre 18 y 25 años, con educación secundaria y universitaria, domiciliados en la provincia de Pichincha cuya ocupación es estudiantes, empleados privados y trabajadores independientes, según datos recolectados en el último censo realizado en Ecuador por el INEC (2010), en la provincia de Pichincha, el número aproximado de personas que pertenecen al primer segmento de mercado son 590.000 habitantes y el número de personas que pertenecen al segundo segmento de mercado son 300.000 habitantes aproximadamente.

La estrategia de mercado está dirigida principalmente a la provincia de Pichincha, que lidera las encuestas realizadas, por otro lado, se podría ampliar el proyecto a las demás

provincias consideradas, ya que, de los resultados obtenidos con la encuesta, sus habitantes también muestran interés en adquirir este tipo de productos.

### 3.1.3 4P's del marketing

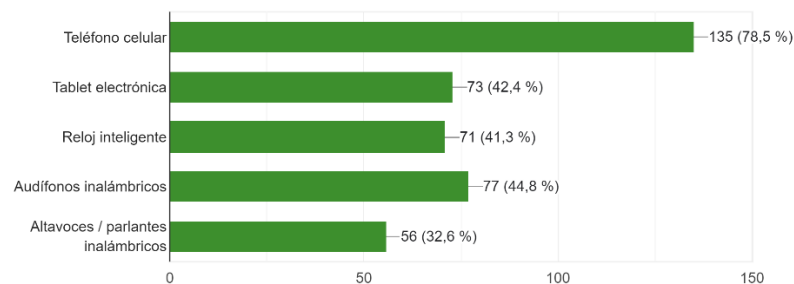
Las personas que fueron tomadas en cuenta para las preguntas de la encuesta con relación al producto, precio, plaza y promoción son aquellas que, si tienen interés en adquirir los productos y aquellas que tal vez los comprarían, sumando un total de 172 personas encuestadas.

#### 3.1.3.1 Producto

Con respecto al producto, se formuló una pregunta en la encuesta, la cual es: ¿de acuerdo con sus necesidades y de su familia, qué artículos tecnológicos estaría dispuesto a comprar? Cabe recalcar que, para esta pregunta, los encuestados contaron con la posibilidad de escoger una o más opciones. Los resultados de esta pregunta fueron los siguientes y se encuentran representados mediante un gráfico de barras en la Figura 7.:

- Teléfono celular = 135 personas que representan el 78,5% del total.
- Tablet electrónica = 73 personas que representan el 42,4% del total.
- Reloj inteligente = 71 personas que representan el 41,3% del total.
- Audífonos inalámbricos = 77 personas que representan el 44,8% del total.
- Altavoces / parlantes inalámbricos = 56 personas que representan el 32,6% del total.

¿De acuerdo a sus necesidades y de su familia, que artículos tecnológicos estaría dispuesto a comprar? (1 o varias respuestas)  
172 respuestas



**Figura 7. Gráfico Pregunta 7 Encuesta**

Con estos resultados, se puede determinar que existe un gran interés por los cinco artículos que se tiene planeado importar, claramente los teléfonos celulares son los más solicitados, pero el resto de artículos también podrían tener una gran aceptación por parte

del mercado; existirá variación en los precios de acuerdo a los gustos, funciones y características de los equipos.

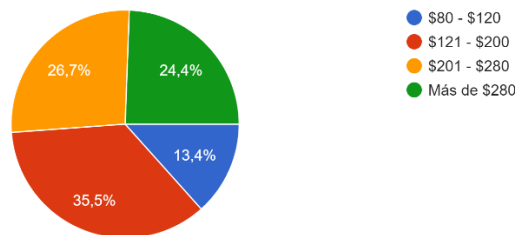
### 3.1.3.2 Precio

En relación con el precio, se formularon cinco preguntas dentro de la encuesta, cada una para determinar el valor que las personas encuestadas están dispuestas a pagar por cada uno de los cinco productos mencionados anteriormente.

Con respecto a los teléfonos celulares, se obtuvieron los siguientes resultados, representados gráficamente en la Figura 8.:

- \$80 - \$120 = 23 personas representando el 13,4% del total.
- \$121 - \$200 = 61 personas representando el 35,5% del total.
- \$201 - \$280 = 46 personas representando el 26,7% del total.
- Más de \$280 = 42 personas representando el 24,4% del total.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un teléfono celular genérico de gama media - media/alta de última generación?  
172 respuestas

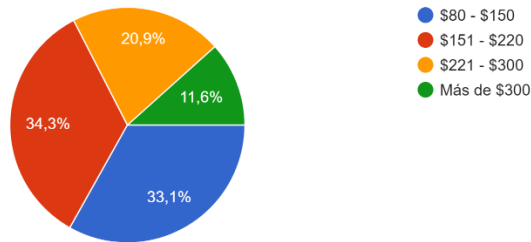


**Figura 8. Gráfico Pregunta 8 Encuesta**

Con respecto a las tabletas electrónicas, los resultados fueron los siguientes y se encuentran representados gráficamente en la Figura 9.:

- \$80 - \$150 = 57 personas que representan el 33,1% del total.
- \$151 - \$220 = 59 personas que representan el 34,3% del total.
- \$221 - \$300 = 36 personas que representan el 20,9% del total.
- Más de \$300 = 20 personas que representan el 11,6% del total.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una tablet electrónica genérica de gama media - media/alta de última generación?  
172 respuestas

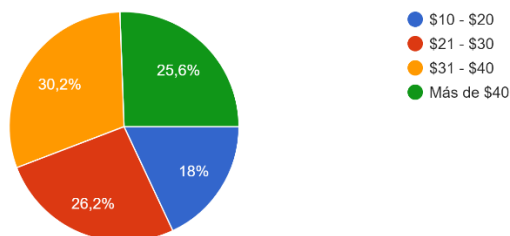


**Figura 9. Gráfico Pregunta 9 Encuesta**

Con respecto a los relojes inteligentes, la encuesta arrojó los siguientes resultados, representados de manera gráfica en la Figura 10.:

- \$10 - \$20 = 31 personas representando el 18% del total.
- \$21 - \$30 = 45 personas representando el 26,2% del total.
- \$31 - \$40 = 52 personas representando el 30,2% del total.
- Más de \$40 = 44 personas representando el 25,6% del total.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un reloj inteligente genérico de gama media - media/alta de última generación?  
172 respuestas

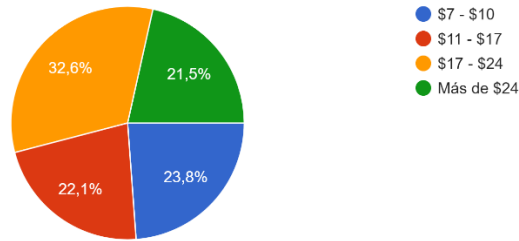


**Figura 10. Gráfico Pregunta 10 Encuesta**

Con respecto a los audífonos inalámbricos, estos fueron los resultados, que también se encuentran representados gráficamente en la Figura 11.:

- \$7 - \$10 = 41 personas que representan el 23,8% del total.
- \$11 - \$17 = 38 personas que representan el 22,1% del total.
- \$17 - \$24 = 56 personas que representan el 32,6% del total.
- Más de \$24 = 37 personas que representan el 21,5% del total.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por audífonos inalámbricos genéricos de gama media - media/alta de última generación?  
172 respuestas

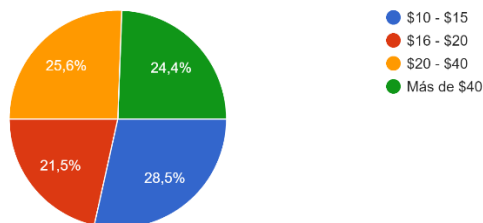


**Figura 11. Gráfico Pregunta 11 Encuesta**

Y finalmente, con respecto a los altavoces / parlantes inalámbricos, los resultados fueron los que se presentan a continuación y están representados gráficamente en la Figura 12.:

- \$10 - \$15 = 49 personas representando el 28,5% del total.
- \$16 - \$20 = 37 personas representando el 21,5% del total.
- \$20 - \$40 = 44 personas representando el 25,6% del total.
- Más de \$40 = 42 personas representando el 24,4% del total.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por altavoces / parlantes inalámbricos genéricos de gama media - media/alta de última generación?  
172 respuestas



**Figura 12. Gráfico Pregunta 12 Encuesta**

En base a los resultados arrojados por la encuesta, se puede determinar que los precios de venta para estos artículos tecnológicos serán los siguientes:

- Teléfono celular: Con el fin de satisfacer las necesidades y gustos de los consumidores que se encuentran comprendidos en las categorías que mayor porcentaje alcanzaron, se ha determinado ofertar distintos tipos de equipos, de conformidad con las características y funciones en los siguientes rangos:
  1. \$121 - \$200
  2. \$201 - \$280
  3. Más de \$280

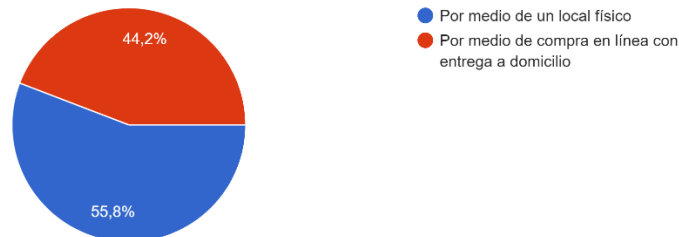
- Tablet electrónica: Se ha establecido que se realizará la oferta considerando las dos categorías que alcanzaron mayor porcentaje, en base a las necesidades y gustos de los potenciales consumidores, de acuerdo con las cualidades y funcionalidad de los equipos, consignados en los siguientes rangos de precios:
  1. \$80 - \$150
  2. \$151 - \$220
- Reloj inteligente: Por cuanto no existe una marcada diferencia entre los porcentajes obtenidos en las cuatro categorías encuestadas, se ha llegado a concluir que se pueden ofrecer relojes inteligentes de varios precios de acuerdo a las características y funcionalidad de los mismos, de acuerdo al siguiente detalle:
  1. \$20
  2. \$30
  3. \$40
  4. Más de \$40
- Audífonos inalámbricos: Con el fin de atender los gustos y necesidades de las cuatro categorías que obtuvieron un porcentaje similar en base a la calidad de los audífonos, estos se ofrecerían en los siguientes precios:
  1. \$10
  2. \$15
  3. \$20
  4. Más de \$24
- Altavoces / parlantes inalámbricos: Al existir porcentajes uniformes en las categorías encuestadas, se establece ofertar altavoces / parlantes, que, de acuerdo con sus características, los precios variarían de la siguiente forma:
  1. \$15
  2. \$20
  3. \$35
  4. Más de \$40

### ***3.1.3.3 Plaza***

Con respecto a la plaza, la cual es el lugar en donde pueden ser obtenidos estos productos, se realizó una pregunta para conocer las preferencias de los encuestados, en donde los resultados fueron los siguientes y se encuentran representados gráficamente en la Figura 13.:

- Por medio de un local físico = 96 personas que representan el 55,8% del total.
- Por medio de compra en línea con entrega a domicilio = 76 personas que representan el 44,2% del total.

¿De que manera preferiría usted adquirir este tipo de artículos de forma directa?  
172 respuestas



**Figura 13. Gráfico Pregunta 13 Encuesta**

En función de los resultados obtenidos por la encuesta, se puede establecer a ambas opciones como medios principales de distribución directa del producto. Se va a contar con un almacén físico en el norte de Quito, y con una página web por medio de la cual se van a poder adquirir los artículos tecnológicos de manera totalmente virtual y con envío a domicilio con su respectivo cargo adicional dependiendo de la zona, cabe recalcar que es importante contar con el método de venta en línea, debido a que va a ser fundamental en el momento en el que el negocio trate de expandirse hacia otras provincias.

#### **3.1.3.4 Promoción**

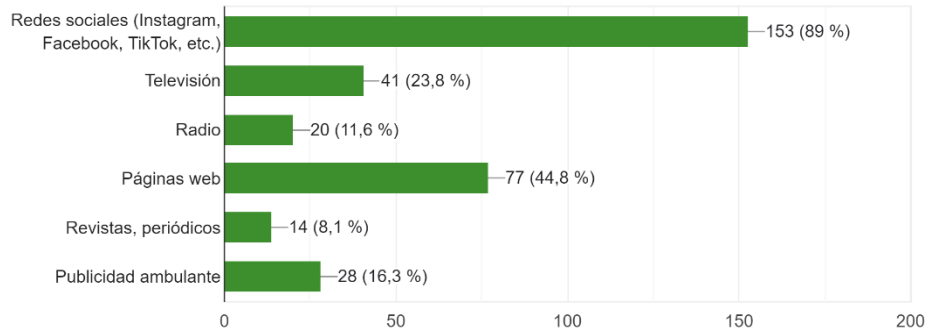
Finalmente, con respecto a la promoción, se realizó una pregunta con el objetivo de conocer cuáles serían los canales o medios por los cuales las personas encuestadas prefieren enterarse de la información, promociones, ofertas, etc., de los artículos tecnológicos que van a ser ofertados. Cabe recalcar que, también para esta pregunta, las personas encuestadas tuvieron la posibilidad de escoger una o más opciones. Los resultados fueron los siguientes y se encuentran representados mediante un gráfico de barras en la Figura 14.:

- Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok, etc.) = 153 personas representando el 89% del total.
- Televisión = 41 personas representando el 23,8% del total.
- Radio = 20 personas representando el 11,6% del total.
- Páginas web = 77 personas representando el 44,8% del total.
- Revistas, periódicos = 14 personas representando el 8,1% del total.

- Publicidad ambulante = 28 personas representando el 16,3% del total.

¿Cuáles serían los canales de promoción que usted preferiría para conocer sobre estos productos?  
(1 o varias respuestas)

172 respuestas



**Figura 14. Gráfico Pregunta 14 Encuesta**

Con estos resultados, se puede determinar que los medios de comunicación principales para ofertar y brindar información sobre estos artículos tecnológicos son las redes sociales y las páginas web, que cuentan con un alto nivel de aprobación por parte de las personas encuestadas, con lo que se demuestra el poder que tiene el internet sobre los medios de comunicación tradicionales como la televisión, la radio, las revistas o periódicos y la publicidad ambulante.

### 3.2 Estudio técnico

#### 3.2.1 Localización del proyecto

El almacén en donde se va a realizar la venta física de los artículos tecnológicos y las bodegas en donde estos van a estar almacenados se encuentran ubicados en el norte de la ciudad de Quito, específicamente en el sector Quito Norte A, en la calle Roberto Cruz y Justo Ricaurte.

#### 3.2.2 Tamaño y capacidad del proyecto

Se realizará la importación inicial de por lo menos 50 unidades de cada uno de los artículos tecnológicos objeto del presente proyecto, para tenerlos en stock aproximadamente por tres meses; y, de manera mensual, se deberán vender aproximadamente 15 unidades de cada uno de ellos, con el fin de solventar los valores correspondientes a los costos y gastos necesarios para mantener el proyecto y obtener las utilidades correspondientes.

### 3.2.3 Organización humana y jurídica

Para iniciar con el proyecto, se dispondrá de 3 personas, que serán los socios de una empresa que se constituirá mediante la figura de compañía de responsabilidad limitada. Estas 3 personas tendrán las funciones de administración, marketing, venta, distribución y recaudo de los valores que son producto del movimiento comercial de la empresa.

### 3.2.4 Distribución de planta

La distribución de planta, tanto del almacén como de las bodegas se encuentra representada en la Figura 15.

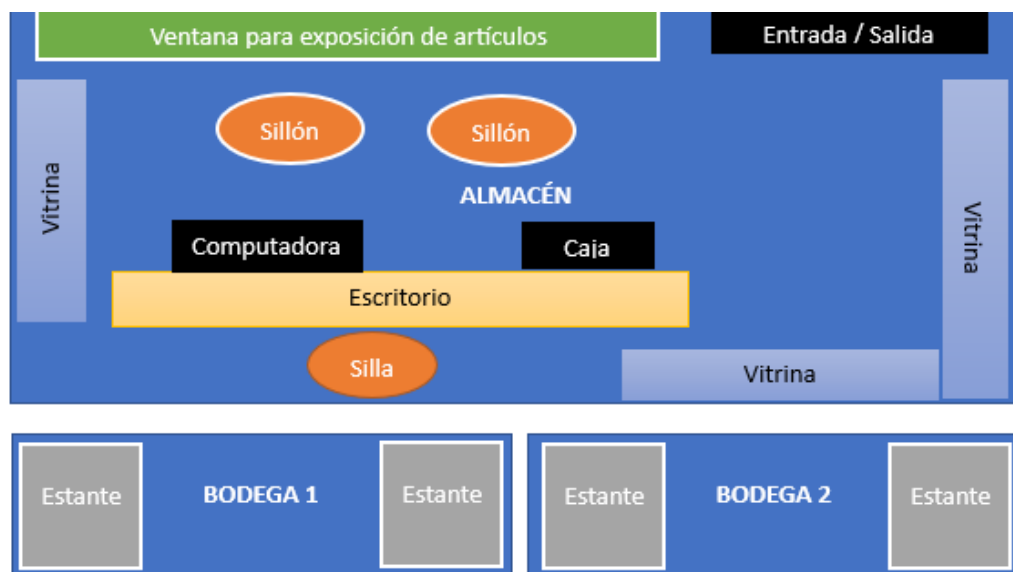


Figura 15. Distribución de planta

### 3.2.5 Inversión en obras físicas

Por cuanto la mayoría de ventas se realizarán de manera virtual, se ha visto la necesidad de contar con un pequeño almacén y dos bodegas físicas para el desarrollo del proyecto, cuya distribución se encuentra detallada en el punto anterior; por lo que el valor necesario será únicamente el pago del canon de arrendamiento, que sería un total de \$300 por los tres espacios físicos.

### 3.2.6 Equipamiento

Los equipos a utilizarse para el desarrollo del proyecto son: una computadora de escritorio, tres vitrinas, un escritorio con su respectiva silla, dos sillones, una caja registradora, cuatro estantes de bodega, y tres laptops y tres teléfonos celulares con los que actualmente cuentan los socios.

### **3.2.7 Precio de importación**

Los precios de importación varían según el artículo, en relación a su marca y características, sin embargo, de modo general se han realizado aproximaciones sobre los costos de importación, las mismas que incluyen los costos de envío y aduana, y se encuentran consignadas en el siguiente detalle, tomando en consideración, que como se mencionó anteriormente, se importarán 50 unidades de cada artículo para venderlos en tres meses.

Teléfonos celulares: \$4.000 (50 unidades / aproximadamente \$80 c/u)

Tabletas electrónicas: \$4.000 (50 unidades / aproximadamente \$80 c/u)

Relojes inteligentes: \$1.000 (50 unidades / aproximadamente \$20 c/u)

Audífonos inalámbricos: \$400 (50 unidades / aproximadamente \$8 c/u)

Altavoces / parlantes inalámbricos: \$600 (50 unidades / aproximadamente \$12 c/u)

### **3.2.8 Logística internacional**

Con respecto a la logística internacional, tanto los proveedores, el bróker y el importador, deberán cumplir con diferentes actividades para la importación de los artículos tecnológicos detallados en este proyecto, como, por ejemplo:

Etiquetado, empaquetado y embalaje: para el cumplimiento de estas actividades se negociará con los proveedores, con el fin de que realicen la entrega de los artículos listos y con las debidas seguridades para la importación; el bróker o agente comercial, se encargará de verificar que la mercadería a importarse cumpla con todas las medidas necesarias mencionadas.

Transporte: el bróker también se encargará de que la mercadería verificada sea embarcada para ser trasladada por vía marítima hacia el Ecuador, una vez que el proveedor haya contratado el transporte de la carga y su respectivo seguro.

Con respecto al bróker o agente comercial, el cual sirve como intermediario de la importación, este deberá ser una entidad debidamente certificada y licenciada por el estado. Además, la comunicación con este agente, se realizará por vía telefónica o por medio de correos electrónicos y redes sociales, y la remuneración que gran parte de estos agentes cobran por ofrecer sus servicios es una comisión, la cual varía entre un 1% y 3%

dependiendo de factores como el tamaño del cliente, volumen de compra o venta, etc., de conformidad con el contrato firmado entre las partes.

Distribución, almacenaje y gestión aduanera: una vez que los productos lleguen a puertos ecuatorianos, la distribución, almacenaje y gestión aduanera estarán a cargo del importador, en donde se debería contratar un medio de transporte terrestre para que los artículos recién llegados sean trasladados a las bodegas, y posteriormente sean comercializados.

### **3.2.9 *Requisitos formales para importar***

Según el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) (2021), los requisitos formales que se deben tomar en cuenta para el proceso de importación de mercancías son los que se detallan a continuación:

1. Obtener el certificado digital para firma electrónica.
2. Instalación del sistema ECUAPASS para proceder con el registro como importador.
3. Obtener información acerca de las restricciones existentes de productos a importar.
4. Buscar asesores o agentes de aduana autorizados por la misma, para realizar los trámites relacionados con la desaduanización de mercancías, en donde se deben incluir documentos de soporte, la declaración aduanera de importación y el documento que justifique la liquidación de las obligaciones tributarias aduaneras.

### **3.2.10 *Barreras arancelarias y no arancelarias***

Según el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2019), desde el 8 de octubre del año 2019, los equipos y artículos tecnológicos tienen la posibilidad de ingresar al territorio ecuatoriano con un impuesto arancelario del 0% debido a resoluciones planteadas por el Comité de Comercio Exterior, las cuales establecen la supresión de aranceles para este tipo de productos.

### **3.2.11 *INCOTERM***

Para la adquisición e importación de mercaderías desde el exterior, se pueden utilizar reglas estandarizadas, contenidas en varios tipos de INCOTERMS, entre los cuales se pueden identificar los siguientes:

- EXW: Ex Works / En fábrica

- FCA : Free Carrier / Libre transportista
- CPT: Carriage Paid To / Transporte pagado hasta
- CIP: Carriage and Insurance Paid / Transporte y seguro pagados hasta
- DAP: Delivered At Place / Entregado en punto de destino
- DPU: Delivered at place Unloaded / Entregado en el lugar de descarga
- DDP: Delivered Duty Paid / Entregado con derechos pagados
- FAS: Free Alongside Ship / Libre al costado del buque
- FOB: Free on Board / Libre a bordo
- CFR: Cost and Freight / Coste y Flete
- CIF: Cost, Insurance and Freight / Coste, Seguro y Flete

Para este proyecto, se utilizará el INCOTERM CIF (Cost, Insurance and Freight) ya que este INCOTERM es exclusivo para el transporte marítimo, y se traduce en que el proveedor / vendedor se ocupa de los trámites y costos hasta la llegada de la mercadería al Ecuador, el cual podría contar con el apoyo de un buen bróker, que le ayude a obtener un mayor ahorro en los costos, ya que este puede negociar el flete directamente con la naviera.

### ***3.2.12 Contratos, formas de pago, negociaciones***

Luego de las negociaciones que se realizarán vía telefónica o vía virtual entre proveedor e importador, en donde se lleguen a acuerdos que beneficien a ambas partes en base a la justicia, equidad y sus intereses, se suscribirá un contrato de compra – venta comercial específico para realizar el proceso de importación, en el cual se detallarán los deberes y obligaciones de cada una de las partes, así como el detalle, los costos y formas de pago del valor correspondiente a la mercadería adquirida. En este caso, las formas de pago podrían ser de contado o a crédito mediante transferencia bancaria, uso de tarjetas de crédito o débito; y en caso de acordar un crédito directo, con la firma de los documentos de respaldo correspondientes.

En el contrato de importación o compra – venta internacional de mercaderías, debe ser redactado considerando los intereses del comprador o importador y del vendedor o proveedor; y entre las cláusulas significativas del documento, deberán constar las condiciones de entrega de la mercadería, el momento en el que se realizará la entrega, la forma en la que se realizará el pago, entre otras. El contenido del contrato sería el siguiente:

- Fecha del contrato.
- Referencia de las partes (comprador o importador - vendedor o proveedor).
- Información de los productos objeto del contrato, como, por ejemplo: cantidad, marca, modelo, peso, dimensión, color, calidad, precio, de conformidad con los catálogos y publicidad entregada por el vendedor.
- Garantías de que los productos suministrados se encuentren libres de cualquier defecto tanto de forma externa como interna, y que deben ajustarse a las especificaciones requeridas por el importador, se debe definir el tiempo o plazo de la referida garantía a partir de la entrega de la misma. Si el vendedor no cumpliera con la garantía, el comprador podrá requerirle la reparación o reemplazo de los productos y su entrega sin costo adicional.
- Precio, el cual debe ser determinado con claridad, en cuanto a la divisa, y se debe registrar el mismo en números y letras.
- Fecha y lugar de entrega de la mercadería objeto del contrato.
- Controversias, en donde se debe especificar el proceso judicial o de mediación, y las autoridades competentes para conocerlo, en caso de desacuerdo de las partes en cuanto al convenio.
- Notificaciones, en donde se detalla el lugar de domicilio de las partes, números telefónicos o direcciones de correo electrónico, a través de las cuales serán notificadas por causa del contrato.
- Anexos, en donde se especifica toda la documentación que respalde capacidad jurídica de las partes, existencia de los productos y pago del precio.
- Firmas de ambas partes involucradas en la negociación.

Además, para asegurar la ejecución del proyecto de importación se ha verificado la necesidad de contar con un agente comercial o bróker, y para certificar el cumplimiento de los deberes, derechos y obligaciones, se deberá suscribir un contrato de agente comercial para ejercer las operaciones de comercio por cuenta del importador, a cambio de una remuneración.

### ***3.2.13 Seguros***

Como en el presente proyecto se ha resuelto utilizar el INCOTERM CIF, el costo del seguro de transporte marítimo se encontrará a cargo del proveedor / vendedor, quien es el responsable de la llegada de la mercadería hasta puertos ecuatorianos, por medio de la

contratación del flete marítimo, del pago de los gastos de salida y de la contratación del seguro de viaje.

#### ***3.2.14 Contactos en el extranjero***

Para la implementación de este proyecto, los contactos necesarios en el extranjero son los proveedores ofertantes de los artículos tecnológicos, que son los que se mencionan a continuación: Alibaba, AliExpress y Made In China; con sus representantes, se realizarán los acercamientos, negociaciones, y se cerrarán los contratos pertinentes. Además, se contará con un bróker que sirva como agente e intermediario en la negociación, aseguramiento y envío de los productos, el cual puede ser contactado por llamada telefónica o correo electrónico a través de distintas páginas web que ofrecen este tipo de servicios como agentes comerciales.

### **3.3 Estudio financiero**

#### ***3.3.1 Datos de proyección***

La proyección realizada para este proyecto es de cinco años y los datos de proyección establecidos fueron los siguientes: con respecto al porcentaje de costo de ventas se obtuvo un total del 55,83% para cada uno de los cinco años, los días de cuentas por cobrar son treinta, los días de caja son quince, los días de cuentas por pagar son treinta al igual que los días de cuentas por cobrar y los días de inventarios son sesenta. En el Anexo 1 se encuentran detallados los datos de proyección.

Con ayuda de los mencionados datos de proyección se obtuvo un inventario para el primer año de \$6.667, para el segundo año de \$7.333, para el tercer año de \$8.067, para el cuarto año de \$8.873 y para el quinto año de \$9.761. Con relación a las cuentas por cobrar, para el primer año se obtuvo un total de \$5.970, para el segundo año de \$6.567, para el tercer año de \$7.224, para el cuarto año de \$7.946 y para el quinto año de \$8.741.

#### ***3.3.2 Ingresos***

Para realizar el cálculo de los ingresos anuales, como se mencionó anteriormente, se estableció que se proyectará una venta aproximada de al menos 15 artículos de cada tipo cada mes. Con respecto a los teléfonos celulares, se obtendrían ingresos de \$27.000 si los comercializamos a un precio unitario de \$150, con respecto a las tabletas electrónicas, se obtendrían ingresos de \$28.800 vendiéndolas a un precio unitario de \$160, con respecto a los relojes inteligentes, se obtendrían ingresos de \$7.200 vendiéndolos a un precio

unitario de \$40, con respecto a los audífonos inalámbricos se obtendrían ingresos de \$3.240 vendiéndolos a un precio unitario de \$18 y finalmente, con los altavoces / parlantes inalámbricos se obtendrían ingresos aproximados de \$5.400 vendiéndolos a un precio unitario de \$30.

Con la suma de las ganancias obtenidas por cada grupo de artículos, se generaría un ingreso total de \$71.640 en el primer año, y en relación con los siguientes cuatro años, se tiene proyectado aumentar un 10% de ingresos en cada uno de ellos.

### **3.3.3 Costos**

Con respecto a los costos para implementar este proyecto, una aproximación fue realizada para cada uno de los artículos a ofertar en donde ya se incluyen los costos de envío y aduana. Como se mencionó en el estudio técnico, la primera importación que se va a realizar será de 50 unidades de cada artículo, para ser vendidos en un período de tres meses.

El costo aproximado de importación, incluyendo los costos de envío y aduana, de los teléfonos celulares es de \$4.000 a \$80 cada uno, de las tabletas electrónicas igualmente es de \$4.000 a \$80 cada una, de los relojes inteligentes es de \$1.000 a \$20 cada uno, de los audífonos inalámbricos es de \$400 a \$8 cada uno, y de los altavoces / parlantes inalámbricos es de \$600 a \$12 cada uno.

La suma total es de \$10.000 para la primera importación, la cual es para los tres primeros meses, por lo que, para el primer año, los costos de importación van a ser de \$40.000. Como se mencionó en el anterior punto sobre los ingresos, el costo de importación también va a aumentar un 10% para los próximos cuatro años.

### **3.3.4 Gastos**

Los gastos para la implementación del proyecto se dividen en dos tipos, los cuales son: gastos de ventas y gastos de administración.

En relación a los gastos de ventas, se toma en cuenta la nómina para dos vendedores cuyo sueldo es de \$425, los beneficios sociales como décimo tercero, décimo cuarto y fondos de reserva para los trabajadores mencionados anteriormente, la publicidad y los viajes a realizarse. Para el primer año, el total de gastos de ventas es de \$12.700, para el segundo año \$13.550, para el tercer año \$16.050, para el cuarto año \$13.550 y para el quinto año \$16.050. En el Anexo 2 se encuentran detallados todos los gastos de ventas.

Finalmente, con respecto a los gastos de administración, se toma en cuenta la nómina para el administrador del negocio, cuyo sueldo es de \$425, los beneficios sociales como décimo tercero y décimo cuarto, el pago de servicios básicos, el pago del arriendo, los gastos de movilización, los gastos de mantenimiento, las depreciaciones, las amortizaciones, y los suministros y útiles. De igual manera, se toma en cuenta a los gastos preoperativos los cuales arrojan un total de \$3.050, en donde \$200 son para la contratación de un abogado (gastos legales), \$350 para el pago a la notaría (gastos de constitución) y \$2500 para un viaje preoperativo a China.

Para el primer año, el total de gastos de administración es de \$14.901,67 incluyendo los gastos preoperativos, para el segundo año \$11.851,67, para el tercer año igualmente \$11.851,67, para el cuarto año \$11.685,00 y para el quinto año \$11.685. En el Anexo 3 se encuentran detallados todos los gastos de administración.

### **3.3.5 Depreciaciones**

Las depreciaciones fueron realizadas con respecto a los muebles y enseres y a los equipos de computación que se tienen inicialmente y a los que van a ser adquiridos en el tercer año del proyecto. En los tres primeros años, la depreciación arrojó un total de \$261,67 para cada año, y en los dos últimos años un total de \$95 para cada año. En el Anexo 4 se encuentran detalladas las depreciaciones de los activos propiedad, planta y equipo.

### **3.3.6 Activos**

Para realizar el cálculo del total de activos, se debe tomar en cuenta el total de activo corriente y el total de activo propiedad, planta y equipo, ya que en este proyecto no se cuenta con activo diferido. Como parte del activo corriente, está la cuenta de bancos, las inversiones temporales, las cuentas por cobrar y los inventarios; y como parte del activo propiedad, planta y equipo, se encuentran los equipos de computación, los muebles y enseres, y sus respectivas depreciaciones.

Para el año cero, el total de activo corriente es de \$44.092, para el primer año es de \$53.448, para el segundo año es de \$66.278, para el tercer año es de \$75.595, para el cuarto año es de \$94.677 y para el quinto año es de \$113.811.

Para el año cero, el total de activo propiedad, planta y equipo es de \$1.450, para el primer año es de -\$261,67, para el segundo año es de -\$523,33, para el tercer año es de \$915, para el cuarto año es de -\$880 y para el quinto año es de -\$975.

Con la suma de estos dos tipos de activos, se concluye que, para el año cero, el total de activos es de \$45.542, para el primer año es de \$53.186, para el segundo año es de \$65.755, para el tercer año es de \$76.510, para el cuarto año es de \$93.797 y para el quinto año es de \$112.836. En el Anexo 5 se encuentran detalladas las dos clases de activos con sus respectivos valores.

### **3.3.7 Pasivos**

Para conocer el total de pasivo, se tomaron en cuenta únicamente las cuentas por pagar a los proveedores, las cuales se consideran a partir del primer año, por lo que, para el mismo, el total de pasivo es de \$556, para el segundo año es de \$3.722, para el tercer año es de \$4.094, para el cuarto año es de \$4.504 y para el quinto año es de \$4.954. En el Anexo 6 se encuentran detallados los pasivos con sus respectivos valores.

### **3.3.8 Patrimonio**

Para calcular el total de patrimonio, se tomaron en consideración factores como el capital y la utilidad del ejercicio. Por lo tanto, el total de patrimonio para el año cero está formado únicamente por el capital, arrojando un total de \$45.542, desde el año uno ya se toma en cuenta las utilidades, y se arroja un total de patrimonio de \$52.630, para el año dos el patrimonio es de \$62.032, para el año tres es de \$72.416, para el año cuatro es de \$89.293 y para el año cinco es de \$107.882. En el Anexo 7 se encuentra detallado el patrimonio con sus respectivos valores.

### **3.3.9 Balance general**

El balance general se encuentra representado y detallado con todos los valores en el Anexo 8. El total de activos para el año cero es de \$45.542, para el primer año es de \$53.186, para el segundo año es de \$65.755, para el tercer año es de \$76.510, para el cuarto año es de \$93.797 y para el quinto año es de \$112.836. La suma entre el total de pasivos y el total de patrimonio dio exactamente los mismos valores que el total de activos para el año cero y para los cinco años siguientes, por lo que, existió un cuadro en el balance general.

### **3.3.10 Flujos de caja**

Por cuanto, el flujo de caja es uno de los indicadores importantes para conocer la liquidez, el desarrollo y viabilidad del proyecto, y se encuentra constituido por el dinero efectivo recibido anualmente por la empresa menos el dinero efectivo que esta desembolsa, en el caso de este proyecto, los resultados arrojados fueron los siguientes: en el primer año, el

flujo de caja es de \$36.719, en el segundo año es de \$11.567, en el tercer año es de \$7.926, en el cuarto año es de \$17.553 y en el quinto año es de 17.452, con lo que se puede concluir con este punto, que el proyecto es viable y posee liquidez. En el Anexo 9 se encuentra el flujo de caja totalmente detallado.

### ***3.3.11 Tasa Interna de Retorno***

Para calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR) se consideraron los \$45.542 como inversión inicial. Para los cinco años siguientes, se tomaron en cuenta los valores del flujo de caja, los cuales son \$36.719 para el año uno, \$11.567 para el año dos, \$7.926 para el año tres, \$17.553 para el año cuatro y \$17.452 para el año cinco. El resultado de la Tasa Interna de Retorno es del 35,61%, por lo que, sería rentable la puesta en marcha de este proyecto, ya que el porcentaje es mayor al de la tasa de descuento utilizada para calcular el VAN, la cual es del 20%.

### ***3.3.12 Valor Actual Neto***

Para realizar el cálculo del Valor Actual Neto (VAN), como se mencionó en el párrafo anterior, se utilizó una tasa de descuento del 20% y los valores tanto de la inversión inicial como los valores del flujo de caja, fueron exactamente los mismos que se utilizaron para calcular la Tasa Interna de Retorno. El resultado del Valor Actual Neto fue de \$ 13.155,70, lo cual es un valor muy bueno para la salud del proyecto y viable para su puesta en marcha.

### ***3.3.13 Estado de Resultados***

La obtención de utilidades es el objetivo prioritario de este proyecto, y en el estado de resultados del proyecto, se observa un incremento periódico de las mismas. Para obtener el valor de las utilidades, se debe considerar las ventas y restar a este rubro los costos, gastos de ventas y gastos administrativos. Al realizar este ejercicio, se obtuvieron los siguientes resultados: para el primer año, se obtuvo una utilidad de \$4.038, para el segundo año de \$9.402, para el tercer año de \$10.383, para el cuarto año de \$16.878 y para el quinto año de \$18.589. En el Anexo 10 se encuentra el estado de resultados detallado y con sus valores respectivos.

## CONCLUSIONES

En conclusión, es totalmente viable y rentable implementar este proyecto de importación, debido a los múltiples factores analizados, los mismos que se exponen y detallan a continuación:

En primer lugar, porque al considerar en la actualidad el estudio de mercado que fue procesado, se puede determinar que los cinco tipos de productos tecnológicos a importarse tienen una gran acogida por los pobladores ecuatorianos, debido a que son importantes y más aún trascendentales para el desarrollo de las actividades en su día a día, para su adecuado desempeño en los campos laboral y estudiantil, así como en los ámbitos de recreación y entretenimiento.

En segundo lugar, el estudio técnico también ha ayudado a establecer la viabilidad del proyecto, debido a que se cuenta con todo lo necesario para su implementación, desarrollo y consolidación como la infraestructura, el equipamiento, la logística, el apoyo de los proveedores, los contactos con agentes en el extranjero, que aportan eficientemente para mantener e incrementar el tamaño y capacidad del proyecto.

Además, al considerar el estudio financiero, y específicamente el estado de resultados, se puede observar que, desde el primer año de implementación del proyecto, ya se generan importantes utilidades, las cuales van incrementándose periódicamente con el pasar de los años.

Por otro lado, se puede verificar que el Valor Actual Neto arrojó un resultado total de \$13.155,70 lo cual es un rubro muy significativo para el proyecto, junto con el porcentaje de la Tasa Interna de Retorno, que arrojó un total de 35,61%, lo cual también conduce a concluir sobre la viabilidad y rentabilidad del proyecto, debido a que esta tasa es mayor a la tasa de descuento del 20% establecida previamente. También, se debe recalcar que, en el balance general, se dio un cuadro de los valores entre los activos y la suma entre pasivos y patrimonio.

Por todo lo expuesto, se concluye en definitiva que el proyecto, si es desarrollado de acuerdo con el análisis, los productos y los factores enunciados en la presente investigación, puede implementarse y desarrollarse en forma exitosa, dado que del estudio realizado se desprende su pertinencia, factibilidad, y rentabilidad para los socios,

y con toda seguridad se convertirá en una importante fuente comercial y laboral en el Ecuador.

## RECOMENDACIONES

Luego del análisis del proyecto tal cual se encuentra estructurado, se ha visto la necesidad de tomar algunas acciones que ayudarían a mejorar su desarrollo, con el fin de que exista un mayor crecimiento y rentabilidad en éste, por lo cual se emiten las siguientes recomendaciones:

Como principal recomendación, se estima necesario incrementar el capital de arranque mediante la tramitación y consecución de créditos, especialmente a nivel de instituciones financieras, con el objetivo de poder negociar con los proveedores la adquisición de una mayor cantidad de productos de los diferentes tipos, lo cual abarataría los costos, de modo que se lleguen a conseguir mayores utilidades en la primera temporada de desarrollo del proyecto.

Además, el negocio debería tomar en cuenta que, a más de la publicidad básica y de su página web para ofertar los artículos tecnológicos y brindar información con respecto a ellos, también debería implementar un plan de marketing digital en donde se destaque el uso de las principales redes sociales en tendencia para promocionar los productos, entre éstas podemos mencionar a Facebook, Instagram y TikTok, debido a que, en la actualidad, la mayoría de pequeños negocios utilizan estos medios a través de la creación de cuentas comerciales, con el fin de que exista una mayor socialización y promoción más ágil de los productos, y que permitan una comunicación entre empresa y clientes de manera bidireccional.

Por otro lado, si el negocio llegare a alcanzar un gran crecimiento a corto o mediano plazo, y si contare con la liquidez suficiente, se recomienda realizar la búsqueda de un local físico más espacioso, que se encuentre ubicado en una zona de mayor movimiento comercial, de modo que exista un mayor acceso de potenciales clientes en forma presencial.

Finalmente, en una etapa posterior, se podría intentar la adquisición de un local y bodegas propios, lo cual permitirá al negocio reducir o minimizar sus gastos administrativos en lo que a arrendamientos se refiere.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abril, L. (2023). *Ecuador se prepara para enfrentar la digitalización en 2023*. Revista Líderes. Obtenido de: <https://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-preparado-enfrentar-digitalizacion-informe.html>
- Almaraz, A. J. L. (2020). *Ventajas de la tecnología. Con-Ciencia Serrana Boletín Científico de la Escuela Preparatoria Ixtlahuaco*, 2(4), 31-32.
- Amador-Mercado, C. (2022). *El análisis PESTEL*. Uno Sapiens Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 1, 4(8), 1-2. Obtenido de: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/article/view/8263>
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. Séptima Edición. México: Mc Graw Hill
- Banco Central del Ecuador (2022). *Informe de la evolución de la economía ecuatoriana en 2021 y perspectivas 2022*. Obtenido de: [https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu\\_2021pers2022.pdf](https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu_2021pers2022.pdf)
- Caita, O. (2022). *Análisis organizacional en los proyectos de inversión*. Recuperado de: <https://www.oscarcaita.com/analisis-organizacional/>
- Cámara de Industrias y Producción (2022). *El 2022 muestra señales de recuperación económica y se vislumbra que el crecimiento continúe en el 2023*. Obtenido de: <https://www.cip.org.ec/2022/12/22/el-2022-muestra-senales-de-recuperacion-economica-y-se-vislumbra-que-el-crecimiento-continue-en-2023/>
- Cazar Baquero (2023). *Desafíos ambientales de Ecuador en 2023: frenar la minería ilegal y más garantías para los defensores ambientales*. Obtenido de: <https://es.mongabay.com/2023/01/desafios-ambientales-de-ecuador-en-el-2023-frenar-la-mineria-ilegal/>
- David, F. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. Novena edición. Pearson Education. México.
- Departamento Nacional de Planeación de la Universidad Nacional de Colombia (2013). *Estudio Legal*. Recuperado de: <http://red.unal.edu.co/cursos/eLearning/dnp/2/html/contenido-2.2.2-estudio-legal.html>
- Gallego, C. (s.f.). *La Historia de los Productos Tecnológicos*. Obtenido de: <https://www.calameo.com/books/005570337b583caaca1e9>

- Gallego, L. (2021). *Los productos tecnológicos*. Recuperado de: <https://mipge.com/los-productos-tecnologicos/>
- INEC (2010). *Fascículo Provincial Pichincha*. Obtenido de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- INEC (2022). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU). Obtenido de: [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)
- Kotler, P., Bloom, P. & Hayes, T. (2004). *El Marketing de servicios profesionales*. Primera Edición, Ediciones Paidós Ibérica S.A., Pág. 98.
- Luque, A. & Galora, R. (2019). Impacto de la tecnología en la sociedad: el caso de Ecuador. Recuperado de: <https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rcpi/article/view/299/422>
- Malhotra, N. (1997). *Investigación de Mercados: Un Enfoque Práctico*. Segunda Edición, Prentice-Hall Hispanoamericana, Págs. 90-92.
- Mejía-Herrera, E. (2017). *El diagnóstico interno. (Documento de docencia N° 31)*. Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. Obtenido de: <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/660994b5-d1c8-4251-a54b-4acf62c53ba4/content>
- Mella, C. (2022). *Crisis política e inseguridad marcaron a Ecuador en el 2022*. Revista Primicias. Obtenido de: <https://www.primicias.ec/noticias/politica/crisis-politica-inseguridad-marcaron-ecuador-2022/>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2013). *Logros de la Revolución Tecnológica en Ecuador, se destacan por el Día Nacional de las Telecomunicaciones*. Obtenido de: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/logros-de-la-revolucion-tecnologica-en-ecuador-se-destacan-por-el-dia-nacional-de-las-telecomunicaciones-2/>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2019). Equipos tecnológicos ya ingresan al Ecuador con cero aranceles. Obtenido de: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/equipos-tecnologicos-ya-ingresan-al-ecuador-con-cero-aranceles/>

- Navarro, M. N. G., Parra, M. M. E. L., López, M. J. N. A., Figueroa, R. C., & Fraijo, A. N. B. (2008). *Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios*. Recuperado de: [https://www.academia.edu/download/33349685/estudio\\_financiero\\_EJEMPLO.pdf](https://www.academia.edu/download/33349685/estudio_financiero_EJEMPLO.pdf).
- Noboa, A. (2023). *Crisis política: Lasso reacomoda su gabinete tras derrota electoral*. Revista Primicias. Obtenido de: <https://www.primicias.ec/noticias/politica/crisis-politica-lasso-ministros-gobierno/>
- Pérez, J. P., & Polis, G. (2011). Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter. Obtenido de: [https://www.academia.edu/download/54488638/MODELO\\_DE\\_COMPETITIVIDAD\\_DE\\_LAS\\_CINCO\\_FUERZAS\\_DE\\_PORTER\\_-\\_8.pdf](https://www.academia.edu/download/54488638/MODELO_DE_COMPETITIVIDAD_DE_LAS_CINCO_FUERZAS_DE_PORTER_-_8.pdf)
- Prieto Herrera, J. E. (2009). *Investigación de mercados*. Ecoe Ediciones. <https://elibro.puce.elogim.com/es/lc/puce/titulos/69104>
- Randall, G. (2003). Principios de Marketing. Segunda Edición, Thomson Editores Sapin, Pág. 120.
- Research to Market Solution (2023). *Qué es un producto tecnológico y cómo se clasifica*. Recuperado de: <https://www.r2msolution.es/que-es-un-producto-tecnologico-y-como-se-clasifica/>
- Revista Líderes (2014). *En 20 años, la telefonía móvil superó las expectativas*. Obtenido de: <https://www.revistalideres.ec/lideres/20-anos-telefonía-movil-supero.html>
- Sapag, N., Sapag, R. & Sapag, J. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Sexta Edición. McGraw Hill Education.
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (2021). *Para importar*. Obtenido de: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Sy Corvo, H. (2021). *Factores internos y externos de una empresa*. Obtenido de: <https://www.lifeder.com/factores-internos-externos-empresa/>
- Thompson, A. & Strickland, A. (2004). *Administración Estratégica*. Décimo tercera edición. McGraw Hill. México.

- Transparencia Electoral (2023). La disolución del Congreso en Ecuador y la muerte cruzada. Recuperado de: <https://transparenciaelectoral.org/la-disolucion-del-congreso-en-ecuador-y-la-muerte-cruzada/>
- Valencia, W. A., & Pinto, E. P. (2013). *Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias*. Industrial Data, 16(1), 80-84.
- Viniegra, S. (2011). *Entendiendo el plan de negocios*. Lulu. com.

## ANEXOS

### Anexo 1. Datos de proyección

Datos de proyección					
	1	2	3	4	5
% Costo de ventas	55,83%	55,83%	55,83%	55,83%	55,83%
Días de cuentas por cobrar	30	30	30	30	30
Días de caja	15	15	15	15	15
Días de cuentas por pagar	30	30	30	30	30
Días de inventarios	60	60	60	60	60
Compras	6.667	44.667	49.134	54.047	59.451

### Anexo 2. Gastos de ventas

Gastos de Ventas					
	1	2	3	4	5
Nómina	10200	10200	10200	10200	10200
Beneficios Sociales	1700	2550	2550	2550	2550
Bonos / Comisiones	0	0	0	0	0
Promoción	0	0	0	0	0
Publicidad	800	800	800	800	800
Varios de ventas	0	0	0	0	0
Viajes	0	0	2500	0	2500
<b>Total</b>	<b>12.700,00</b>	<b>13.550,00</b>	<b>16.050,00</b>	<b>13.550,00</b>	<b>16.050,00</b>

### Anexo 3. Gastos de administración

Gastos de Administración					
	1	2	3	4	5
Nómina	5100	5100	5100	5100	5100
Beneficios Sociales	850	850	850	850	850
Bonos / Comisiones	0	0	0	0	0
Servicios Básicos	600	600	600	600	600
Arriendos	3600	3600	3600	3600	3600
Movilización	960	960	960	960	960
Mantenimiento	240	240	240	240	240
Depreciaciones	261,67	261,67	261,67	95,00	95,00
Honorarios Profesionales	0	0	0	0	0
Suministros y útiles	240	240	240	240	240
<b>Total</b>	<b>11.851,67</b>	<b>11.851,67</b>	<b>11.851,67</b>	<b>11.685,00</b>	<b>11.685,00</b>
Gastos preoperativos	\$3.050				
	<b>14.901,67</b>				

### Anexo 4. Depreciaciones de activo fijo

Depreciaciones de Activo Fijo					
Descripción	1	2	3	4	5
Muebles y Enseres	95	95	95	95	95
Equipo de computación	166,666667	166,666667	166,666667	0	0
Edificios	0	0	0	0	0
Maquinaria	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>261,67</b>	<b>261,67</b>	<b>261,67</b>	<b>95,00</b>	<b>95,00</b>

### Anexo 5. Activos

	0	1	2	3	4	5
<b>Activo</b>						
Bancos	4.092	2.817	2.892	3.179	3.270	3.596
Inversiones Temporales	-	37.994	49.486	57.125	74.588	91.714
Cuentas por cobrar	-	5.970	6.567	7.224	7.946	8.741
Inventarios	40.000	6.667	7.333	8.067	8.873	9.761
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>44.092</b>	<b>53.448</b>	<b>66.278</b>	<b>75.595</b>	<b>94.677</b>	<b>113.811</b>
Equipos de computación	500	-	-	700	-	-
Muebles y enseres	950	-	-	1.000	-	-
Maquinaria	-	-	-	-	-	-
Edificios	-	-	-	-	-	-
Dep. acum. Equipos de computación.	-	166,67	333,33	500,00	500,00	500,00
Dep. acum. Muebles y enseres	-	95,00	190,00	285,00	380,00	475,00
Dep. acum. Maquinaria	-	-	-	-	-	-
Dep. acum. Edificios	-	-	-	-	-	-
<b>Total Activo Propiedad Planta y Equipo</b>	<b>1.450,00</b>	<b>(261,67)</b>	<b>(523,33)</b>	<b>915,00</b>	<b>(880,00)</b>	<b>(975,00)</b>
<b>Total Activo Diferido</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Total Activo</b>	<b>45.542</b>	<b>53.186</b>	<b>65.755</b>	<b>76.510</b>	<b>93.797</b>	<b>112.836</b>

### Anexo 6. Pasivos

<b>Pasivo</b>						
Proveedores	-	556	3.722	4.094	4.504	4.954
Necesidad de Recursos a Negociar	-	-	-	-	-	-
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>-</b>	<b>556</b>	<b>3.722</b>	<b>4.094</b>	<b>4.504</b>	<b>4.954</b>
Préstamos socios	-	-	-	-	-	-
<b>Total Pasivo Largo Plazo</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Total Pasivo</b>	<b>-</b>	<b>556</b>	<b>3.722</b>	<b>4.094</b>	<b>4.504</b>	<b>4.954</b>

### Anexo 7. Patrimonio

<b>Patrimonio</b>						
Capital	45.542	48.592,00	52.630,00	62.033,00	72.415,00	89.293,00
Utilidad del ejercicio	-	4.038	9.402	10.383	16.878	18.589
<b>Total Patrimonio</b>	<b>45.542</b>	<b>52.630</b>	<b>62.032</b>	<b>72.416</b>	<b>89.293</b>	<b>107.882</b>

## Anexo 8. Balance general

<b>Balance General</b>	0	1	2	3	4	5
<b>Activo</b>						
Bancos	4.092	2.817	2.892	3.179	3.270	3.596
Inversiones Temporales	-	37.994	49.486	57.125	74.588	91.714
Cuentas por cobrar	-	5.970	6.567	7.224	7.946	8.741
Inventarios	40.000	6.667	7.333	8.067	8.873	9.761
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>44.092</b>	<b>53.448</b>	<b>66.278</b>	<b>75.595</b>	<b>94.677</b>	<b>113.811</b>
Equipos de computación	500	-	-	700	-	-
Muebles y enseres	950	-	-	1.000	-	-
Maquinaria	-	-	-	-	-	-
Edificios	-	-	-	-	-	-
Dep. acum. Equipos de computación.	-	166,67	333,33	500,00	500,00	500,00
Dep. acum. Muebles y enseres	-	95,00	190,00	285,00	380,00	475,00
Dep. acum. Maquinaria	-	-	-	-	-	-
Dep. acum. Edificios	-	-	-	-	-	-
<b>Total Activo Propiedad Planta y Equipo</b>	<b>1.450,00</b>	<b>(261,67)</b>	<b>(523,33)</b>	<b>915,00</b>	<b>(880,00)</b>	<b>(975,00)</b>
<b>Total Activo Diferido</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Total Activo</b>	<b>45.542</b>	<b>53.186</b>	<b>65.755</b>	<b>76.510</b>	<b>93.797</b>	<b>112.836</b>
<b>Pasivo</b>						
Proveedores	-	556	3.722	4.094	4.504	4.954
Necesidad de Recursos a Negociar	-	-	-	-	-	-
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>-</b>	<b>556</b>	<b>3.722</b>	<b>4.094</b>	<b>4.504</b>	<b>4.954</b>
Préstamos socios	-	-	-	-	-	-
<b>Total Pasivo Largo Plazo</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Total Pasivo</b>	<b>-</b>	<b>556</b>	<b>3.722</b>	<b>4.094</b>	<b>4.504</b>	<b>4.954</b>
Patrimonio						
Capital	45.542	48.592,00	52.630,00	62.033,00	72.415,00	89.293,00
Utilidad del ejercicio	-	4.038	9.402	10.383	16.878	18.589
<b>Total Patrimonio</b>	<b>45.542</b>	<b>52.630</b>	<b>62.032</b>	<b>72.416</b>	<b>89.293</b>	<b>107.882</b>
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>45.542</b>	<b>53.186</b>	<b>65.755</b>	<b>76.510</b>	<b>93.797</b>	<b>112.836</b>
Cuadre	0	0	(0)	0	(0)	(0)

## Anexo 9. Flujo de caja

<b>Flujo de caja método indirecto</b>	1	2	3	4	5
Utilidad	6.478	8.792	9.773	16.268	17.979
Depreciaciones y amortizaciones	872	872	872	705	705
Subtotal operacional	7.350	9.664	10.644	16.973	18.684
Variación Cuentas por cobrar	(5.970)	(597)	(657)	(722)	(795)
Variación Inventarios	33.333	(667)	(733)	(807)	(887)
Variación Proveedores	556	3.167	372	409	450
<b>Total Operacional</b>	<b>35.269</b>	<b>11.567</b>	<b>9.626</b>	<b>15.853</b>	<b>17.452</b>
Variación Activos fijos	1.450	-	(1.700)	1.700	-
Variación Gastos Operativos	-	-	-	-	-
<b>Total Inversión</b>	<b>1.450</b>	<b>-</b>	<b>(1.700)</b>	<b>1.700</b>	<b>-</b>
Préstamos socios	-	-	-	-	-
Capital	-	-	-	-	-
Utilidad Retenida	-	-	-	-	-
<b>Total Financiamiento</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Flujo de Caja</b>	<b>36.719</b>	<b>11.567</b>	<b>7.926</b>	<b>17.553</b>	<b>17.452</b>

## Anexo 10. Estado de resultados

Estado de Resultados					
	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 71.640	\$ 78.804	\$ 86.684	\$ 95.353	\$ 104.888
Costo de Ventas	\$ 40.000	\$ 44.000	\$ 48.400	\$ 53.240	\$ 58.564
Margen Bruto	\$ 31.640	\$ 34.804	\$ 38.284	\$ 42.113	\$ 46.324
Gastos de Ventas	\$ 12.700	\$ 13.550	\$ 16.050	\$ 13.550	\$ 16.050
Gastos Administrativos	\$ 14.902	\$ 11.852	\$ 11.852	\$ 11.685	\$ 11.685
Utilidad	\$ 4.038	\$ 9.402	\$ 10.383	\$ 16.878	\$ 18.589

## Anexo 11. Modelo encuesta estudio de mercado

### Encuesta plan de importación artículos tecnológicos portables

Esta es una encuesta creada con el objetivo de conocer si es factible implementar un plan de importación de artículos tecnológicos portables desde China hacia el Ecuador para el año 2023.

davidalejandroaa7@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

Rango de edad \*

18 - 25

26 - 35

36 - 45

Más de 45

Género \*

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no decirlo

Provincia \*

- Pichincha
- Guayas
- Azuay
- Tungurahua
- Imbabura

Educación \*

- Primaria
- Secundaria
- Universitaria
- Maestría / Doctorado / PhD

Ocupación \*

- Estudiante
- Empleado público
- Empleado privado
- Independiente

¿Estaría interesado en adquirir artículos tecnológicos genéricos garantizados, de buena calidad y a precios cómodos? \*

- Sí
- No

### Artículos tecnológicos portables

¿De acuerdo a sus necesidades y de su familia, que artículos tecnológicos estaría \*  
dispuesto a comprar? (1 o varias respuestas)

- Teléfono celular
- Tablet electrónica
- Reloj inteligente
- Audífonos inalámbricos
- Altavoces / parlantes inalámbricos

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un teléfono celular genérico de gama \*  
media - media/alta de última generación?

- \$80 - \$120
- \$121 - \$200
- \$201 - \$280
- Más de \$280

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una tablet electrónica genérica de gama \*  
media - media/alta de última generación?

- \$80 - \$150
- \$151 - \$220
- \$221 - \$300
- Más de \$300

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un reloj inteligente genérico de gama \*  
media - media/alta de última generación?

- \$10 - \$20
- \$21 - \$30
- \$31 - \$40
- Más de \$40

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por audífonos inalámbricos genéricos de gama media - media/alta de última generación? \*

- \$7 - \$10
- \$11 - \$17
- \$17 - \$24
- Más de \$24

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por altavoces / parlantes inalámbricos genéricos de gama media - media/alta de última generación? \*

- \$10 - \$15
- \$16 - \$20
- \$20 - \$40
- Más de \$40

¿De que manera preferiría usted adquirir este tipo de artículos de forma directa? \*

- Por medio de un local físico
- Por medio de compra en línea con entrega a domicilio

¿Cuáles serían los canales de promoción que usted preferiría para conocer sobre estos productos? (1 o varias respuestas) \*

- Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok, etc.)
- Televisión
- Radio
- Páginas web
- Revistas, periódicos
- Publicidad ambulante

[Atrás](#)

[Enviar](#)

[Borrar formulario](#)