



ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

Tema:

**ESTRATEGIAS DE IMPORTACIÓN DE ACCESORIOS AUTOMOTRICES PARA
LA EMPRESA AUTOLUJO LÓPEZ ZAMBRANO**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de
Licenciado en Negocios Internacionales**

Línea de investigación:

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

Autor:

Leonardo Gabriel López Valencia

Directora:

PhD. Karla Lissette Flores Cevallos

Ambato – Ecuador

Marzo 2026

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo: **LEONARDO GABRIEL LÓPEZ VALENCIA**, con cédula de ciudadanía **0605140250**, autor del trabajo de graduación titulado: "ESTRATEGIAS DE IMPORTACIÓN DE ACCESORIOS AUTOMOTRICES PARA LA EMPRESA AUTOLUJO LÓPEZ ZAMBRANO" previo a la obtención del título profesional de **LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**, escuela de **CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ambato, marzo 2026



Leonardo Gabriel López Valencia

CC. 0605140250

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE AMBATO
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Tema:

**ESTRATEGIAS DE IMPORTACIÓN DE ACCESORIOS AUTOMOTRICES PARA
 LA EMPRESA AUTOLUJO LÓPEZ ZAMBRANO**

Línea de investigación:

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


Autor:

Leonardo Gabriel López Valencia

Karla Lissette Flores Cevallos, Econ. PhD.

CC. 1804613972

CALIFICADOR

f. 

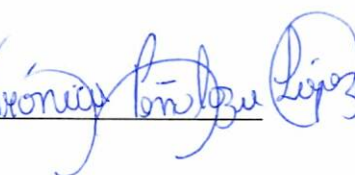
Franklin Rodrigo Pacheco Rodríguez, Ing. Mg.

CALIFICADOR

f. 

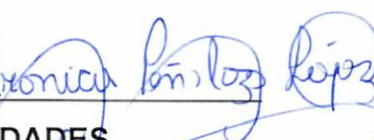
Verónica Leonor Peñaloza López, Ing. PhD.

CALIFICADOR

f. 

Verónica Leonor Peñaloza López, Ing. PhD.

DIRECTORA ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

f. 

Diego Gonzalo Coca Chanalata, Dr. Mg.

PROSECRETARIO PUCE AMBATO

f. 
PUCE AMBATO
PROSECRETARÍA

Ambato – Ecuador

Marzo 2026

DEDICATORIA

A mis padres, quienes con todo su esfuerzo, amor y sacrificio diario me otorgaron la oportunidad de estudiar, gracias por ese ejemplo de constancia y trabajo que me ha inspirado en cada uno de mis pasos. Este logro también es de ellos, porque cada página representa su esfuerzo, sus sueños y su confianza en mí.

AGRADECIMIENTO

A Dios que ha sido mi guía en este proceso, le debo la perseverancia y la sabiduría otorgada las cuales me permitieron continuar en los momentos más difíciles.

A mis padres por su apoyo incondicional, gracias por motivarme a ser mejor cada día y por enseñarme que con esfuerzo y humildad todo es posible. Todo esto es el resultado de los valores y buenas costumbres aprendidas desde mi infancia.

A mis amigos que fueron parte fundamental durante toda esta carrera, gracias a ellos logré superar varios momentos difíciles.

Agradezco también a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato por proporcionarme la formación integral adecuada y también a sus profesores, los cuales me impartieron sus conocimientos durante todo este trayecto. De manera especial a mi directora, PhD. Lissette Flores Cevallos por su labor y compromiso durante el desarrollo de este trabajo de titulación.

Finalmente, a todas las personas que formaron parte de esta etapa, de una u otra manera aportaron su conocimiento y me apoyaron, mis más sinceros agradecimientos.

RESUMEN

El presente estudio se centra en la empresa Autolujó López Zambrano, considerando que, pese a su trayectoria comercial en el sector automotriz, aún no realiza importaciones directas y depende del abastecimiento de proveedores locales.

Desde esta perspectiva, las empresas del sector automotriz se encuentran inmersas en desafíos logísticos, normativos y aduaneros que inciden en los costos y en su competitividad. Por tanto, deben considerarse todos estos aspectos previos en la ejecución de operaciones de comercio exterior. Así, el objetivo de la investigación es diseñar estrategias de importación de accesorios automotrices que optimicen los procesos aduaneros y favorezcan la rentabilidad comercial de la empresa Autolujó López Zambrano. Esto se logra mediante el análisis de factores clave vinculados a la selección de proveedores, la logística internacional, el cumplimiento normativo y la gestión de costos.

El estudio corresponde a un alcance descriptivo-explicativo, con un enfoque cualitativo y un diseño no experimental de tipo transversal. Para la recolección de la información se emplearon entrevistas semiestructuradas dirigidas a actores. El procesamiento de la información se realizó mediante análisis de contenido, apoyado en el software ATLAS.ti. Entre los principales hallazgos de la investigación se determinan como pilares estratégicos: Adopción de inteligencia de abastecimiento, implementación de una sincronización logística eficiente, incorporación de un modelo gobernanza experta del comercio exterior, estructuración del control normativo y documental, fomento en el aseguramiento de rentabilidad de importación e impulso a la valoración comercial sostenible.

Palabras clave: importación, accesorios automotrices, estrategias de importación, procesos aduaneros.

ABSTRACT

This study focuses on the company Autolujo López Zambrano, considering that, despite its commercial track record in the automotive sector, it does not yet import directly and depends on supplies from local suppliers.

From this perspective, companies in the automotive sector face logistical, regulatory, and customs challenges that affect their costs and competitiveness. Therefore, all these aspects must be considered when carrying out foreign trade operations. Thus, the objective of the research is to design strategies for importing automotive accessories that optimize customs processes and promote the commercial profitability of the company Autolujo López Zambrano. This is achieved by analyzing key factors related to supplier selection, international logistics, regulatory compliance, and cost management.

The study is descriptive-explanatory in scope, with a qualitative approach and a non-experimental cross-sectional design. Semi-structured interviews with stakeholders were used to collect information. The information was processed using content analysis, supported by ATLAS.ti software. Among the main findings of the research, the following strategic pillars were identified: adoption of supply intelligence, implementation of efficient logistics synchronization, incorporation of a governance model, structuring of regulatory and documentary control, promotion of import profitability assurance, and promotion of sustainable commercial valuation.

Keywords: *import, automotive accessories, import strategies, customs processes.*

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA	4
1.1. Fundamentos teóricos del proceso de importación.....	4
1.2. Lineamientos estratégicos en el proceso de importación	8
1.3. Análisis del proceso de importación.....	11
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	15
2.1. Tipo, enfoque y métodos de investigación	15
2.2. Diagnóstico del país de origen: China	20
2.3. Caracterización de la empresa Autolujo López Zambrano	25
CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN... ..	28
3.1. Análisis de contenido	28
3.2. Pilares estratégicos del proceso de importación.....	34
3.3. Comprobación de la idea a defender	40
CONCLUSIONES.....	42
RECOMENDACIONES	44
BIBLIOGRAFÍA	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de operacionalización de variables.....	18
Tabla 2. Exportaciones de accesorios automotrices de China	22
Tabla 3. Importaciones ecuatorianas de accesorios automotrices por país de origen	22
Tabla 4. Análisis PESTEL	23
Tabla 5. Empresas que importan accesorios automotrices	25
Tabla 6. Ventas de Autolujo López Zambrano	26
Tabla 7. Matriz FODA Autolujo López Zambrano	26
Tabla 8. Matriz FODA Cruzado de Autolujo López Zambrano	27
Tabla 9. Matriz de Análisis Cualitativo.....	31
Tabla 10. Marco estratégico	38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Conexión de citas entre autores relevantes.	13
Figura 2. Nube de palabras del proceso de importación de accesorios automotrices	28
Figura 3. Red Semántica del proceso de importación de accesorios automotrices	29
Figura 4. Diagrama de Proceso de Importación	39

INTRODUCCIÓN

En la economía ecuatoriana, las importaciones desempeñan un papel clave, pues permiten cubrir la demanda de productos que no se ofertan localmente o cuya oferta interna resulta insuficiente. A su vez, contribuyen a diversificar la oferta del mercado, ampliando una gran variedad de precios y calidades disponibles para los consumidores (Chávez Omar & Fárez Silvio, 2023). En el ámbito empresarial, facilitan el acceso a bienes de capital y a tecnologías más avanzadas, aumentando así la productividad y la eficiencia y, en conjunto, impulsando el crecimiento y el desarrollo integral territorial.

En la actualidad la importación de accesorio automovilísticos permite a los dueños de empresas de autolujo, desarrollar un inventario con gran variedad de productos a precios competitivos los cuales lleguen a beneficiar a los consumidores al ofrecer opciones que no se pueden encontrar dentro del mercado nacional debido a su costo (Cuesta Nicole, 2023). Esto permite impulsar una innovación en el área automotriz lo cual permite la contribución a la dinamización económica.

Cabe agregar que el sector automotriz en el país constituye uno de los principales entes de crecimiento económico debido a que ha contribuido con USD 1.432 millones al ingreso fiscal y generó 155.943 fuentes de empleo (AEADE, 2022). Respecto a esto, Chuchuca (2024) manifiesta que este sector presenta un subsector de venta con respecto a las autopartes que constituyen el 60% del total de empresas, donde el 32% de parque automotor en el Ecuador tiene una vida útil de 12 años, generando la necesidad de tener repuestos automotrices a disposición cumpliendo con lo establecido en las leyes.

La importación en el sector automotriz constituye una actividad estratégica para la sostenibilidad y expansión de empresas dedicadas al comercio de autopartes y accesorios de vehículos (Chávez y Fárez, 2023). No obstante, a pesar de los esfuerzos por mejorar la rentabilidad y la optimización de procesos en la rama de accesorios automotrices, la empresa no consigue obtener los resultados esperados y enfrenta serias dificultades en la creación de estrategias propias sobre el proceso de importación (Zhingri, 2024). Así pues, la falta de un diseño de importación y los

procesos aduaneros no contribuye con el buen funcionamiento de las empresas del sector automovilístico (Chávez y Fárez, 2023). Además, se presenta una ausencia de coordinación en la cadena de suministros que genera retrasos repetidos.

En el caso particular de la empresa Autolujo López Zambrano presenta alrededor de veinte años de trabajo en el mercado de la ciudad de Riobamba-, presenta limitaciones en el proceso de importación, generándose así, sobrecostos logísticos, demoras aduaneras y pérdida de eficiencia, factores que impactan directamente en la rentabilidad y continuidad del negocio.

Para Autolujo López Zambrano, resulta oportuno diseñar estrategias de importación que optimicen los procesos aduaneros y favorezcan la rentabilidad comercial en la empresa. De hecho, las estrategias integran el análisis sistemático de acuerdos y tratados comerciales, con el fin de facilitar los trámites, optimizar costos totales y reducir plazos de entrega. Esto exige alinear la selección de proveedores, la negociación de Incoterms, la consolidación de carga, los seguros y la cobertura cambiaria con el cumplimiento regulatorio y con una gestión de riesgos logísticos basada en datos.

Aunque la empresa cuenta con conocimiento de diferentes acuerdos comerciales y soporte por parte de los agentes de comercio internacional, las limitaciones consideradas en el apartado anterior no permiten alcanzar una dinamización eficiente en las operaciones de comercio internacional. Por ello, se obtiene como resultado un estancamiento económico y operativo para la empresa que genera grandes pérdidas. Con lo cual, el problema científico que se aborda es el siguiente: ¿Cuáles son los pilares estratégicos para la importación de accesorios automotrices en la Empresa Autolujo López Zambrano?. Por su parte, la idea a defender del proyecto de investigación corresponde al diseño propuesto de estrategias de importación para la empresa Autolujo López Zambrano constituye una herramienta orientada a la disminución de los procesos aduaneros presentar mejor rentabilidad en el área de comercialización.

El objetivo general del estudio es diseñar estrategias de importación que optimicen los procesos aduaneros y favorezcan la rentabilidad comercial en la empresa Autolujo López Zambrano, del cual surgen los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar los fundamentos teóricos y normativos relacionados con la importación y los procesos aduaneros aplicables al contexto empresarial.
2. Caracterizar los lineamientos estratégicos que inciden en el proceso de importación en el sector automotriz.
3. Determinar los pilares estratégicos clave en el proceso de importación para la empresa Autolujo López Zambrano.

La presente investigación se desarrolla bajo un alcance descriptivo-explicativo, mediante un enfoque cualitativo, puesto que contribuye con el análisis de la situación actual de los procesos de importación y aduanas en el ámbito de los autorrepuestos, para posteriormente diseñar estrategias que optimicen dichos procesos y mejoren la rentabilidad comercial en la empresa objeto de estudio. La técnica utilizada fue la entrevista semiestructurada dirigida al personal administrativo y operativo relacionado con el área de importaciones, además del análisis documental de registros y procesos internos. La información que se obtiene se organiza, analiza e interpreta el software ATLAS.ti, lo que contribuye con la sustentación de manera objetiva las propuestas estratégicas planteadas.

CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA

El capítulo tiene como finalidad analizar y fundamentar los conceptos vinculados al comercio exterior, las importaciones, incluyéndose temáticas como: ventajas competitivas, logística internacional y estrategias empresariales que den cumplimiento a las leyes y políticas que posee el Ecuador en materia de comercio internacional. De esta manera se podrá visualizar aspectos teóricos relevantes que permitan desarrollar una sustentación de la gestión de importación de los artículos y accesorios automovilísticos para las empresas de Autolujo.

1.1. Fundamentos teóricos del proceso de importación

El comercio internacional constituye un aspecto de la economía que facilita el análisis de las causas en donde se intercambian bienes y servicios entre individuos ubicados en diferentes naciones, utilizando una perspectiva a largo plazo (Aranibar & Qhuishpe, 2023). Se conceptualiza como el intercambio de bienes o servicios entre un país y otro. Estas teorías se desarrollan con la finalidad de identificar las causas del fenómeno, además, estudiar los efectos que producen los bienes y el consumo (Tugores, 2019). Por lo tanto, la relevancia del comercio internacional, debido a que los países están más conectados entre sí, lo cual posibilita la ampliación del mercado mediante el intercambio productivo que no se producen a nivel local (Palacios, 2025).

Por su parte Dávila (2019), considera que, el Comercio internacional es el cambio de bienes, servicios y capitales de unos países con otros. Así, cuando un país requiere que los productos ingresen se genera la importación, puesto que, se integra de forma legal de mercancía extranjera para su uso o consumo del país. Para Guzmán et, al. (2023), existen aspectos ventajosos con respecto al intercambio de productos, es fundamental tomar en cuenta ciertos aspectos donde intervienen la entrada de productos extranjeros, lo que se identifica como medidas proteccionistas que se representan en los aranceles aduaneros de importación. El cobro de los aranceles es fundamental, debido a que, permiten, por ejemplo, conseguir recursos fiscales, además limitan las importaciones que protegen a la industria nacional.

La importancia del comercio internacional radica en las ventajas que se consideran como un estímulo, esto permite que un país produzca solo aquellos bienes que se entreguen de forma efectiva y con un costo más considerado, al considerar el precio de oportunidad. Para Suriaga y Hidalgo (2021), este fenómeno destaca un papel relevante de escala, mientras los países venden sus productos alrededor del mundo, alcanzan mayor producción que al vender en el mercado local, el costo de producción de cada artículo disminuye.

Con el propósito de mejorar el precio y la calidad, el comercio internacional promueve la competencia. Si existe más competencia, los proveedores tienen el compromiso de trabajar más al vender al precio más bajo y a la mayor calidad posible, lo cual beneficia al consumidor, al tener más opciones y productos de alta calidad (Gavelán, 1999). El aumento de la transferencia tecnológica, por parte de los innovadores de la tecnología hasta el consumidor secundario, quien constituye el usuario secundario, por lo general en una localidad en desarrollo.

De esta manera, las empresas desarrollan más experiencia para exponer, desarrollar y adaptarse a tecnologías y estándares de la industria de la competencia extranjera. El trabajo, de forma directa o indirecta, mejora el crecimiento y desarrollo de cada país y contribuye con la integración favorable entre los países, además, permite que exista mayor beneficio en el comercio (Palacios & Mata, 2021).

De la misma manera, Aranibar y Quihpe (2023), consideraron que el comercio internacional posibilita la importación de mercancías, que es cuando bienes extranjeros ingresan a las fronteras del país. Para ello, se deben respetar las normativas y obligaciones aduaneras, que cambian con respecto al sistema de importación al cual se haya declarado. Las importaciones son la entrada de bienes que vienen de otros países y que están destinados a individuos, empresas o instituciones gubernamentales con el objetivo de producir más eficientemente.

En base a las consideraciones anteriores, resulta oportuno destacar el proceso de importación como aquella actividad por la que atraviesa un producto extranjero con relación a la regularización y fiscalización tributaria, de esta manera, puede destinarse libremente a una función económica de uso, producción o consumo;

dicha acción se desarrolla en los diferentes tipos de objetos que se transportan y materializan cuando cruza la línea aduanera (territorio de aduana), a la vez es introducida al consumo en el interior del país (Pión & Tacuri, 2024). Desde este contexto global el mismo que se caracteriza por la creciente de interdependencia económica, estos los acuerdos comerciales, así como los avances tecnológicos, el comercio internacional cumplen un papel fundamental en el dinamismo económico de cada territorio.

Para Zurita (2021), cuando el proceso de importación no es eficaz genera pérdidas económicas relevantes en la empresa. Por lo expuesto, este estudio pretende aplicar normas internacionales (Programa OEA de la Aduana Nacional) con relación a la reducción en las demoras y gastos en el transcurso del proceso de importación, y así evitar pérdidas económicas.

En los últimos tiempos, la debida atención hacia la sostenibilidad produce cierto enfoque más sensato con relación al consumo; dicha transformación de perspectiva varía según el ámbito empresarial, el cual se impulsa principalmente por las lógicas de interacción comercial, y en particular, en el área internacional, la que ha generado nuevos retos y oportunidades (Moreta, 2014).

Por su parte, Andrade et, al. (2024), manifiesta que la importación constituye el ingreso legal de productos procedentes del extranjero con fines comerciales, pudiendo también tener fines de naturaleza personal, social o benéfica, entre otros. Para Palacios (2025), las importaciones ayudan en el abastecimiento del mercado nacional ante la insuficiencia de producción y son esenciales para asegurar la provisión para el consumo y la producción nacional. Así como, importaciones de productos tecnológicos de alta gama e insumos para la industria de diferentes áreas como comunicaciones, energía, transportes, alimentación, minería, entre otros (p.34).

Por su parte, Gavelán (1999), con respecto a los costos de importación el autor explica que constituyen en su totalidad a los gastos que se generan en el proceso de importar un bien hasta el almacén del comprador o importador, desde la Invoice (Factura Comercial), flete, seguro, derechos e impuestos; gravados en la

importación, transporte, acarreo y gastos generales; dichos rubros de importación se enmarcan en el valor inicial sin variaciones de la factura comercial, que se suman a los gastos adicionales como, CIF, derechos e impuestos, transporte, asumiendo los gastos que van relacionados directamente e indirectamente, como gastos de aduanas, gastos administrativos (p.25).

No todos los artículos son susceptibles de importarse en diferentes rincones del planeta, puesto que, existen barreras arancelarias y regulaciones establecidas por cada gobierno del país de origen y de recepción. Desde este punto, el conocimiento previo de la normativa es un aspecto relevante en vigor del contrario; de lo contrario, se corre el riesgo de incurrir en multas, mismas, que generan gastos extras, presentar demoras por carencia de documentación o crear desconfianza debido a inconsistencias en los acuerdos comerciales (Andrade et al., 2024). Estas barreras se clasifican en dos categorías: entre las que se encuentran las no arancelarias, siendo diferentes medidas diferentes al arancel y regulan la llegada de productos al país; y las arancelarias, entendidas como los impuestos conocidos como tarifas o aranceles aduaneros que el importador está obligado a pagar por traer mercaderías a la nación. De alguna manera, estos aranceles brindan protección al importador, su pago adecuado indica que todo es legal (Palacios, 2025).

Por su parte, Tejada et, al. (2022), manifiesta que los operadores logísticos y la logística desarrollan su importancia con todo acto de distribución, traslado y comercio con los acuerdos pactados con los compradores y distribuidores, que inciden en los avances tecnológicos, costos prudentes, mayor competitividad y mantener índices elevados con relación a técnicas de operaciones, a la par cuando el personal posee más formación será más óptimo. Así también, Tugores (2019) pone de manifiesto que los operadores logísticos cumplen un rol vital para optimizar el proceso de almacenamiento, transporte, adquisición y distribución dentro de una organización. Por lo tanto, la logística justa y puntual ha dejado de ser un añadido para convertirse en algo esencial. La logística, al estar presente en cada etapa de la empresa, debe considerarse un medio para planificar las actividades empresariales. La función del mercado es la demanda, mientras que la función de la logística es garantizar que se satisfaga (Dávila, 2019).

1.2. Lineamientos estratégicos en el proceso de importación

Debido a que se identifican cada vez mercados de mayor competencia, las empresas requieren buscar diferentes opciones que les permitan ofertar sus productos o servicios, con el propósito de incrementar sus ventas y desarrollar una mejor rentabilidad, tomando en cuenta como opción principal ingresar a un proceso de internacionalización para que las nuevas oportunidades comerciales se puedan aprovechar (Guzmán, Suqui, & Pontón, 2023). Los lineamientos estratégicos en el proceso de importación son una serie de pautas y acciones planificadas para asegurar que la entrada de mercancías al país sea eficiente, rentable y cumpla con todas las regulaciones vigentes.

Su objetivo es optimizar la cadena de suministro, reducir costos y mitigar riesgos. Estos lineamientos suelen ser establecidos por las autoridades aduaneras, como el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), y abarcan la infraestructura, el control, la seguridad, los requisitos de los importadores, la gestión de la cadena de suministro y la normativa de cada producto (Guzmán et al., 2023).

Andrade y et, al. (2024) expresan que la política tributaria en América Latina en el desarrollo de las últimas décadas se ha analizado de forma permanentemente. No en todas las ocasiones se ha profundizado acerca del conocimiento de sus efectos económicos, estos se reflejan en los resultados obtenidos por parte de los países aplican un tributo al contribuyente.

Cujilema (2022), manifiesta que, el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) determina a las importaciones cuyo origen data de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y la Unión Europea (UE) deben adaptarse a diferentes acuerdos comerciales mediante requisitos y lineamientos, dichos documentos deberán ser legalizados y constituidos por medio de la Declaración Única a la Importación (DUI) con gratuidad y adjuntando la firma electrónica.

Para importar productos en el Ecuador se requiere seguir algunos pasos que han sido establecidos por el SENAE, constituyéndose es aspectos relevantes para

garantizar el cumplimiento de regulaciones aduaneras y comerciales que hacen más fácil el proceso de la importación entre los cuales se encuentran (Chuchuca, 2024):

- Poseer certificado digital de la firma electrónica. Dentro de este se realizan tramites en la línea con la Aduana en el Ecuador, la firma electrónica genera autenticad e integridad de la información.
- Instalación de Ecuapass. Es un sistema informático aduanero utilizando por la Aduana en el Ecuador, el sistema permite realizar trámites aduaneros en línea, como la declaración aduanera de importación.
- Registro de importador en el sistema informático aduanero. Para que se pueda importar las mercancías es necesario registrarse como importador en el sistema de Ecuapass, lo cual permite a la aduana del Ecuador poder controlar e identificar las operaciones de las importaciones.
- Restricciones de productos a importar. Varios productos están sujetos a prohibiciones y restricciones de importación en el Ecuador. Es por ello que antes de realizar las importaciones se debe conocer productos que poseen restricciones y prohibiciones.

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE (2023) en sus páginas oficiales, manifiesta que todas las personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras que vivan en el país que se hayan registrado como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por el SENAE pueden importar como una formalidad aduanera. Para identificar los rubros a pagar de tributos al comercio exterior es fundamental que se conozca la clasificación arancelaria de los productos importados. Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, dichos impuestos se han establecido en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros.

Según el SENAE (2023), AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías) los cuales se han determinado por la autoridad competente, con un porcentaje adecuado con relación al tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la importación). Constituye un arancel

obligatorio, que todo importador debe cancelar cuando se realiza una compra en el exterior para ingresarla al Ecuador.

El Estado se encarga de garantizar que se consiga defender la comercialización y la adecuada acción de las acciones del usuario con relación a las diversas puertas de ingreso y salida del territorio del país. El proceso de importación y de exportación de mercancías en el Ecuador se encuentran en actualización progresiva, a la vez, se rigen por los diferentes reglamentos, leyes, acuerdos internacionales y resoluciones que establecen diferentes restricciones o liberaciones arancelarias, las cuales inciden por la coyuntura y política comercial que debe ir de la mano con el desarrollo internacional a fin de avanzar al ritmo del comercio que se mueve mundialmente (Moreta, 2014).

En las importaciones, el arancel no es el único rubro que se cancela, sino también otros tributos. En el caso de las empresas Automotrices, al importar repuesto, así también, se debe tomar en cuenta el pago de otros tributos como el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y según tipo de repuesto, debería sujetarse a Impuestos a los Consumos Especiales (ICE). Dichos tributos adicionales al arancel aumentan los valores de importación y deben considerarse cuando se establecen los costos de venta y analizar la rentabilidad de la operación (Chuchuca, 2024).

Según el Banco Central del Ecuador (BCE, 2022), el arancel nacional de importaciones constituye la búsqueda del arancel nacional de importaciones, el mismo que contiene el código numérico del producto, y descripción de los mismos.

Los impuestos y tributos aduaneros en Ecuador, se consideran como aspectos de gran interés para este proyecto, puesto que, en el territorio existen diversas exigencias por parte del Gobierno Central, se muestra la relevancia de identificar las exigencias del Gobierno para poder obtener un costo real y establecer un precio competente en el mercado a los productos que desea importar (Guzmán et al., 2023).

La Asamblea Nacional (2008), en la Constitución de la República del Ecuador. Art. 83, muestra como un deber y responsabilidad de los ecuatorianos y ecuatorianas contribuir con el Estado y cancelar los tributos que se establecen por la ley. Según el SENA (2025), dichos tributos al comercio exterior son “derechos arancelarios, impuestos que se han establecido en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros” las que se utilizan para las operaciones de importación y exportación.

Asimismo, en los procesos de importación resulta fundamental considerar el cumplimiento de la propiedad intelectual, esta protege los derechos sobre marcas, patentes, modelos industriales y derechos de autor de los productos comercializados a nivel internacional. El ingreso de mercancías que infrinjan estos derechos puede generar sanciones legales, decomisos aduaneros y afectaciones económicas para el importador. En el Ecuador, las autoridades aduaneras, en coordinación con los organismos competentes, verifican que los productos importados sean originales y cuenten con las autorizaciones correspondientes, con el fin de prevenir la piratería, garantizar la legalidad del comercio exterior y proteger tanto a los consumidores como a los titulares de los derechos intelectuales.

1.3. Análisis del proceso de importación

Abordar el tema del proceso de importación, muestra un panorama general con relación al comercio exterior, donde se identifica el intercambio de bienes y servicios entre países, puesto que, constituye un actividad internacional se considera relevante conocer como interactúan los países, con relación a la salida de la mercadería y la forma de abrir las puertas para que se produzca el intercambio de culturas, tecnología, economía e incluso ciertas costumbres (Páramo, 2017).

En la investigación de Zurita (2021), con relación al proceso de importación de accesorios automotrices se identifican las siguientes etapas:

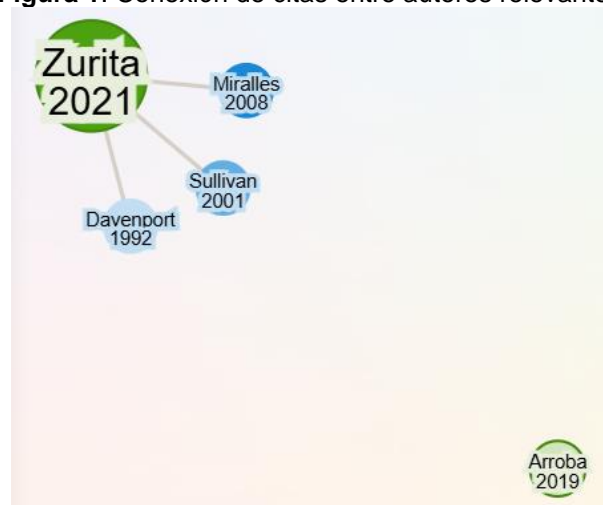
- Orden de compra
- Compra confirmada

- Determinación de transporte marítimo
- Agencia de carga consolidadora
- Transportación marítima
- Determinación del transporte terrestre y despacho
- Legalización del trámite
- Liberación Contenedor
- Nacionalización de la mercancía
- Transportación terrestre
- Entrega al cliente

La Organización de los estados americanos (OEA) (2018), determina las siguientes normas que deben aplicarse:

- Como primer requisito se debe desarrollar un flujograma donde se evidencien las etapas del transcurso de la mercancía.
- Evaluar riesgos con relación a la cadena logística internacional ante actividades ilícitas.
- Constante comunicación con respecto al control de la recepción y entrega de la mercancía, brindando seguimiento a cada una de las etapas.
- Identificación de la documentación adecuada con relación a la transportación y operadores previo entrega de la mercancía.
- Proceso documentado y verificado para un correcto control de la aduana y un seguimiento adecuado para la exportación e importación garantizada.
- Planteamiento de una política de seguridad con relación a la cadena logística internacional documentada e implementada para prevenir acciones delictivas con relación a los criterios de seguridad.

Figura 1. Conexión de citas entre autores relevantes.



Fuente: elaboración propia

Principalmente en el estudio de Zurita (2021), el cual tiene relación con el planteamiento de Arroba (2019), donde se desarrolla un análisis interno y externo de la empresa, con la finalidad de proponer estrategias que contribuyan con la distribución y promoción de la mercancía, a la vez que permita establecer estrategias para implementar estrategias para importar los productos que ofertan de forma directa.

Por su parte, Zurita (2021), señala las etapas por las que la mercancía pasa, es así que, la frecuencia de revisión de análisis y evaluación de riesgos, así también del desarrollo de un trabajo coordinado, donde se registren fechas de entrega por parte del vendedor, así como la verificación del cumplimiento del plan elaborado.

Así también, se identificaron estudios previos como el de Tripul et, al. (2025), donde se determinó la relación existente entre liderazgo ágil y la competitividad empresarial, e una empresa que importa accesorios automotrices, donde los principales hallazgos evidenciaron una respuesta acertada con relación a la capacidad de adaptación y la satisfacción con la calidad el servicio, mejorando la eficiencia operativa y la innovación.

Así también, Zamora (2019), quien presenta una investigación orientada al incremento de la participación del mercado de la empresa Producauchos, donde identifica la situación actual de la empresa, en su momento. Donde se determina

que la unión del marketing, estrategias y objetivos empresariales deben ampliarse, de este modo, se consiguió una organización practica que contribuyó con la relación directa en la participación en el mercado.

Ahora bien, la presente investigación permite analizar los pilares estratégicos para importar accesorios automotrices, en la empresa Autolujo López Zambrano, y de esta manera poder implementar a futuro dicho proceso para mejorar el crecimiento empresarial.

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

En el presente apartado, se desarrolla la metodología aplicada en la investigación, donde se describe el tipo de investigación, a la vez, se analiza el enfoque que presenta el estudio, y el método que se aplica con relación a la recopilación de la información, con el propósito de obtener un panorama más amplio en cuanto al contexto y datos relevantes del estudio.

2.1. Tipo, enfoque y métodos de investigación

Con respecto al alcance de estudio se desarrolla mediante un alcance es de carácter descriptivo-explicativo. Se pretende caracterizar y conceptualizar las variables de estudio, con el propósito de emitir premisas relevantes con relación a los resultados, a través, de la descripción y observación del objeto de estudio (Hernandez & Baptista, 2014). El análisis de la investigación, constituye la necesidad de establecer estrategias de importación de accesorios automotrices para la empresa de Autolujos López Zambrano.

Así también, el alcance explicativo facilita la descripción causa efecto e identificar las razones de los hechos que van a investigarse, proporcionando tendencias y teorías que requieren ser probadas, y que a la vez no se han investigado con anticipación. De hecho, en esta investigación se requiere identificar qué factores intervienen en el desarrollo de estrategias para que la empresa de Autolujos López Zambrano puedan importar accesorios automotrices con eficacia. Hernández et al., (2014), manifiestan que este alcance es fundamental para identificar el fenómeno de estudio que contribuya con la toma de decisiones mediante un análisis profundo.

Este trabajo se desarrolla bajo un enfoque cualitativo, debido a que permite el análisis descriptivo para una mejor comprensión del fenómeno estudiado; según Hernández, Fernández y Baptista (2014). El nivel de investigación es descriptivo y propositivo, debido a que se describen los procesos aduaneros actuales de la empresa Autolujo López Zambrano y, a partir de ello, se proponen estrategias de

mejora, tal como lo señala (Arias, 2012) para estudios orientados a diagnósticos y soluciones.

El diseño de la investigación es no experimental y transversal. En primer lugar, no se manipulan las variables y los datos se recolectan en un solo periodo de tiempo, conforme a lo indicado por Kerlinger y Lee (2002). Como técnicas de recolección de datos se desarrollaron entrevistas semiestructuradas, las cuales corresponden al desarrollo del instrumento correspondiente en este caso un cuestionario de preguntas abiertas para conocer la perspectiva y criterio de la población de estudio, con respecto al criterio y opinión desde una perspectiva más amplia (Hernández, 2014).

Este estudio, se enfoca en el diseño de estrategias que contribuyen con la importación de accesorios automotrices al país. Por esta razón se pretende utilizar entrevistas semiestructuradas que se han dirigido a personas que se desenvuelven en el medio. Se han tomado en cuenta a 10 personas que tienen conocimientos acerca del área de estudio. Creswell (2014), presenta un estudio con carácter cualitativo, quien manifiesta que si se entrevistan de 5 a 25 personas existe cierta representatividad del discurso en el contexto que se analiza.

Las personas a quienes se aplicaron las entrevistas constituyen de las siguientes: entrevistado 1. Gerente general General autolujo López Zambrano, entrevistado 2. Jefe compras y ventas de la empresa Brodmen S.A, entrevistado 3. Gerente propietario Tecnilujos import, entrevistado 4. Experta en Importación y exportación, entrevistado 5. Jefe de compras empresa Fénix autos, entrevistado 6. Gerente Propietario Rioled, entrevistado 7. Gerente propietario Autosport, entrevistado 8. Gerente Propietario Multigraf, entrevistado 9. Jefe de compras Buylink importación y comercio, entrevistado 10. Experto en importación de CB Logistics group.

Asimismo, la técnica de análisis se basa en el análisis de contenido. De acuerdo a Abela (2019), corresponde a la lectura textual o visual, como un instrumento para recolectar la información requerida en la investigación. Esta lectura se desarrolla en línea del método científico, de manera objetiva, sistematizada y replicable. De

hecho, en la investigación se ha considerado el análisis de contenido mediante el uso del software ATLAS.ti.

En este sentido, la investigación presenta un panorama amplio con respecto al proceso de importación de accesorios automotrices. Mediante un estudio transversal, puesto que, los datos que se recopilan para el desarrollo del estudio se identifican en un período de tiempo determinado, de tal manera que, se consiga incluir indicadores, elementos y circunstancias en un mismo lugar.

Ahora bien, la matriz de operacionalización de las variables, correspondiente al estudio “Estrategias de importación de accesorios automotrices en la empresa Autolujo López Zambrano”, parte desde un enfoque cualitativo que contribuye con la comprensión del fenómeno con respecto al criterio de quienes intervienen en el estudio. Se desarrollaron dimensiones, indicadores y preguntas guía las cuales se construyeron mediante la revisión de literatura especializada y estudios previos que precisan procesos de abastecimiento internacional, logística, comercio exterior, costos de importación y aseguramiento de la calidad.

Entre los aportes teóricos considerados destacan los de Nauwelaers et al., (2022), Montero-de-Oliveira et al., (2025), Bhupathi & Chinta, (2022), Roy et al., (2023), cuyas investigaciones permitieron delimitar dimensiones analíticas relevantes para comprender la gestión de proveedores internacionales, los desafíos logísticos, el cumplimiento normativo, la optimización de costos y las estrategias de comercialización vinculadas al sector, automotriz. La articulación de estos referentes contribuye con la construcción de una matriz coherente con los objetivos del estudio y adecuada para orientar la recolección e interpretación de la información desde una perspectiva interpretativa (Tabla 1).

Tabla 1. Matriz de operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicador	Preguntas (adaptadas para entrevista semiestructurada)
Gestión importación de accesorios automotrices	Identificación y selección de proveedores Internacionales	Criterios considerados importantes para seleccionar proveedores internacionales	¿Cuáles son los criterios que las empresas consideran más importantes para seleccionar a un proveedor internacional de accesorios automotrices? (por ejemplo, precio, calidad del producto, tiempos de entrega, condiciones de pago, ubicación geográfica, reputación, certificaciones). ¿Por qué priorizan esos criterios?
		Uso y utilidad percibida de plataformas B2B, ferias y catálogos digitales	¿Cómo utilizan actualmente las empresas las plataformas B2B, ferias internacionales o catálogos digitales para identificar proveedores del extranjero? ¿Qué tan útiles han resultado estos canales y qué ventajas o limitaciones ha observado en su uso?
		Formas de evaluación de capacidad y fiabilidad de proveedores	¿De qué manera evalúan la capacidad productiva y la fiabilidad de un proveedor internacional antes de establecer una relación comercial formal? (por ejemplo, pedidos de prueba, referencias de otros clientes, certificaciones, historial de cumplimiento de plazos, visitas a planta).
	Logística, transporte y cadena de Suministro	Factores esenciales para la selección de transporte internacional	Cuando la empresa selecciona el medio de transporte internacional, ¿qué factores considera esenciales y cómo los pondera? (tiempo de tránsito, costo, volumen/peso de la carga, riesgo, tipo de mercancía, frecuencia y confiabilidad de las rutas).
		Desafíos logísticos anticipados en la importación	Desde su experiencia, ¿cuáles son los principales desafíos logísticos que enfrenta o anticipa la empresa en el proceso de importación de accesorios automotrices (por ejemplo, demoras, congestión portuaria, coordinación con transportistas, documentación)? ¿Cómo los gestiona o qué acciones considera necesarias para mitigarlos?
		Utilidad percibida de agentes de carga y consolidadores	¿Qué papel desempeñan los agentes de carga (freight forwarders) y consolidadores en el proceso de importación de la empresa? ¿En qué aspectos considera que aportan mayor valor (gestión documental, negociación de fletes, trazabilidad de la carga, asesoría logística y aduanera)?
	Cumplimiento Normativo y Gestión Legal del Comercio Exterior	Requisitos legales y normativos identificados para	Según su criterio, ¿cuáles son los principales requisitos legales y normativos que la empresa debe cumplir para importar accesorios

	importar accesorios automotrices	automotrices al Ecuador? (por ejemplo, aranceles, permisos, restricciones, certificaciones técnicas INEN, registros especiales). ¿Cómo se asegura la empresa de conocer y cumplir estos requisitos?
	Impacto percibido de la normativa aduanera en tiempos y costos	¿De qué manera considera que la normativa aduanera vigente impacta en los tiempos y en los costos de importación de accesorios automotrices para la empresa? ¿Podría mencionar ejemplos concretos de trámites o exigencias que hayan afectado los tiempos o los costos?
	Apoyos considerados necesarios para asegurar el cumplimiento normativo	¿Qué tipo de apoyo considera necesario para garantizar el adecuado cumplimiento de las regulaciones de comercio exterior y aduaneras? (por ejemplo, asesoría externa especializada, capacitación del personal, actualización normativa, sistemas informáticos, coordinación con agentes de aduana).
Análisis y Optimización de Costos de Importación	Componentes que deben incluirse en el costo de importación	Al momento de calcular el costo total de importación, ¿qué componentes considera que deben incluirse necesariamente? (valor FOB, flete internacional, seguro, aranceles, gastos portuarios, almacenaje, costos de nacionalización y despacho, entre otros). ¿Cómo realiza actualmente ese cálculo?
	Herramientas o métodos para analizar la rentabilidad de una importación.	¿Qué herramientas, métodos o indicadores utiliza la empresa para analizar la rentabilidad de una importación antes de ejecutarla? (por ejemplo, márgenes esperados, punto de equilibrio, análisis costo-beneficio, comparación con proveedores locales o con otros mercados).
	Alternativas frente a incrementos de costos logísticos o variaciones del tipo de cambio	Cuando se presentan incrementos en los costos logísticos o variaciones en el tipo de cambio, ¿qué alternativas o estrategias considera la empresa para mantener la rentabilidad de las importaciones? (renegociación con proveedores, cambios en volúmenes de compra, ajustes en el precio de venta, búsqueda de nuevos proveedores o rutas logísticas).
Control y aseguramiento de la Calidad del Producto	Percepción de efectividad de los mecanismos de control de calidad	¿Qué mecanismos de control de calidad aplica la empresa para asegurar que los accesorios importados cumplan con los estándares requeridos (inspección pre-embarque, inspección en destino, certificaciones, pruebas técnicas, revisiones aleatorias, garantías del proveedor)? ¿Qué tan

		efectivos considera estos mecanismos y por qué?
	Consecuencias percibidas de recibir productos defectuosos o fuera de parámetros	En su opinión, ¿cuáles serían las principales consecuencias para la empresa de recibir productos defectuosos o fuera de los parámetros de calidad acordados? (por ejemplo, reclamos y devoluciones, pérdida de clientes, costos adicionales, afectación de la imagen de la marca).
	Formas de evaluar la calidad de un proveedor internacional	¿Cómo evalúa la empresa la calidad de un proveedor internacional antes de efectuar la compra? (envío de muestras, revisión de certificaciones de calidad, antecedentes comerciales, auditorías o visitas, referencias de otros clientes).
Comercialización y Gestión del Mercado	Formas de determinar la demanda real de accesorios automotrices	Antes de realizar los pedidos a proveedores internacionales, ¿cómo determina la empresa la demanda real de accesorios automotrices que necesita importar? (por ejemplo, análisis histórico de ventas, pedidos de clientes, proyecciones de los vendedores, estudios de mercado, análisis de la competencia).
	Estrategias comerciales percibidas como útiles para posicionar productos importados	¿Qué estrategias comerciales considera más adecuadas para posicionar los accesorios automotrices importados en el mercado? (por ejemplo, políticas de precios, promociones, servicio posventa, garantías, alianzas con talleres o concesionarios, diferenciación por calidad o diseño).
	Factores clave para la fijación del precio final al consumidor	En relación con el precio de venta al consumidor, ¿qué factores considera clave al momento de fijarlo, tomando en cuenta el costo de importación, la estructura de costos internos, el comportamiento del mercado y la competencia?

Fuente: elaboración propia

2.2. Diagnóstico del país de origen: China

El país que se considera como el país de origen de este estudio es China, la UNCTAD (2024), manifiesta que constituye uno de los principales países actores del comercio internacional de accesorios automotrices a nivel mundial, concentrando gran parte de la producción, innovación tecnológica y exportación de este tipo de bienes. Presenta estructuras productivas altamente desarrolladas, infraestructura logística de gran escala y una sólida participación en las cadenas

globales de suministro, lo que lo convierte en socio estratégico para empresas importadoras en Ecuador.

Desde el punto de vista económico, la OECD (2023) , menciona que China mantiene su liderazgo como mayor productor y exportador de autopartes y accesorios automotrices del mundo, gracias a sus economías de escala, costos competitivos y una amplia red de proveedores. Además, este país se posiciona como un proveedor de accesorios automotrices de alto valor agregado, con fuerte enfoque en innovación, estándares de calidad, seguridad y cumplimiento normativo internacional (OECD, 2023). Lo que permite a las empresas ecuatorianas acceder tanto a productos de bajo costo como a accesorios de alta gama.

De acuerdo con datos del comercio exterior ecuatoriano, durante el año 2024 las importaciones de accesorios automotrices provenientes de China representaron el mayor porcentaje del total importado dentro del sector, tanto por volumen como por valor FOB y CIF. Liderando por cantidad de unidades importadas, asociados principalmente a tecnología, repuestos especializados y accesorios de alto desempeño (BCE, 2024).

En términos logísticos, China opera principalmente a través del transporte marítimo desde puertos como Shanghái, Ningbo y Shenzhen, con tiempos de tránsito promedio hacia Ecuador de entre 30 y 45 días (Bonilla, 2023). Así pues, en este marco se utiliza tanto transporte marítimo como aéreo. Dicha complementariedad logística permite a las empresas ecuatorianas balancear costos y rapidez en sus procesos de importación (Shipping, 2024).

China ha fortalecido sus procesos de certificación en los últimos años para cumplir con requerimientos de mercados exigentes, además, mantiene altos estándares de fabricación bajo normativas técnicas como ISO, SAE y DOT (OEA, 2018). Esto garantiza que los accesorios automotrices importados hacia Ecuador cumplan con los requisitos de seguridad, eficiencia y calidad establecidos por las autoridades nacionales.

En consecuencia, China evidencia un entorno favorable para la importación de accesorios automotrices, permiten cubrir una amplia gama de necesidades del mercado ecuatoriano, desde productos económicos hasta accesorios especializados de alto rendimiento, fortaleciendo la competitividad de las empresas importadoras.

Tabla 2. Exportaciones de accesorios automotrices de China

Nro.	País exportador	Valor exportado (USD millones)	Participación (%)
1	China	145.800	37%
2	Corea del Norte	98.450	25 %
3	Tailandia	54.300	14 %
4	Japón	41.120	10 %
5	Otros países	59.230	14 %
Total		398.900	100 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de comercio internacional (2024)

De acuerdo con BCE (2024), China y Corea del Norte ocupan los primeros lugares como exportadores mundiales de accesorios automotrices durante el año 2024. China lidera el comercio internacional con una participación superior al 36 %, lo que evidencia su fuerte capacidad productiva, su infraestructura industrial altamente desarrollada y su competitividad basada en economías de escala. Por su parte, Corea del Norte mantiene una participación cercana al 25 %, destacando principalmente en la exportación de accesorios automotrices de alto valor agregado, innovación tecnológica y estrictos estándares de calidad.

La elevada participación en el mercado mundial confirma su rol estratégico dentro de las cadenas globales de suministro del sector automotriz.

Tabla 3. Importaciones ecuatorianas de accesorios automotrices por país de origen

Código subpartida	País de origen	Peso neto (Tm)	Valor FOB (miles USD)	Valor CIF (miles USD)
878.10	China	18.250,0	62.480,5	66.810,3
8708.21	Corea del Norte	4.980,4	39.775,2	41.920,6
8708.29	Japón	1.420,3	12.640,7	13.215,9
8708.30	Tailandia	980,6	10.115,3	10.640,2
8708.40	Otros	2.315,7	9.884,1	10.330,5
Total		27.946,9	134.895,8	142.917,5

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Banco Central del Ecuador, (BCE, 2024)

Según el BCE (2024), se identifica que China constituye uno de los principales países de origen de las importaciones ecuatorianas de accesorios automotrices.

Registra el mayor volumen de importación tanto en peso neto como en valor FOB y CIF, lo que refleja su predominio en la provisión de accesorios de bajo costo y alta rotación comercial. Corea del Norte, aunque presenta un menor volumen en toneladas, muestra un valor FOB y CIF elevado en relación con su peso, lo que indica que ofrece productos de mayor calidad, tecnología e innovación. Esta estructura de importación permite a las empresas ecuatorianas diversificar su oferta, equilibrando precios competitivos con productos de alto rendimiento y durabilidad.

Tabla 4. Análisis PESTEL

Político	<ul style="list-style-type: none"> • China mantiene una política estatal activa de apoyo a su sector manufacturero y exportador, especialmente en industrias estratégicas como la automotriz y de autopartes. • El gobierno chino promueve incentivos fiscales, subsidios a la producción y facilidades logísticas para empresas exportadoras, lo que favorece la competitividad de los accesorios automotrices en los mercados internacionales. • La estabilidad política del país y su interés en fortalecer relaciones comerciales con América Latina, incluido Ecuador, facilitan acuerdos de cooperación, reducción de barreras comerciales y continuidad en el suministro de productos.
Económico	<ul style="list-style-type: none"> • China es la segunda economía más grande del mundo y el principal exportador global de autopartes, lo que le permite ofrecer accesorios automotrices a precios altamente competitivos. • La economía china se caracteriza por economías de escala, bajos costos de producción y una fuerte integración en las cadenas globales de suministro. • Para los importadores ecuatorianos, esto representa una oportunidad de acceder a productos con buena relación costo–calidad, lo que incrementa los márgenes de rentabilidad y permite ofrecer precios más accesibles al consumidor final.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • La cultura empresarial china está orientada a la producción en grandes volúmenes, la eficiencia operativa y la adaptación rápida a las demandas del mercado internacional. • Existe una amplia fuerza laboral especializada en la industria automotriz y metalmecánica, lo que asegura una oferta constante y diversa de accesorios automotrices. • La experiencia de China en el comercio internacional ha fortalecido prácticas de negociación, cumplimiento de pedidos y adaptación a requerimientos técnicos de países importadores como Ecuador.

Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • China ha experimentado un notable avance tecnológico en la industria automotriz y de autopartes, incorporando automatización, robótica industrial y control de calidad digital en sus procesos productivos. • Esto permite fabricar accesorios automotrices con altos niveles de precisión, estandarización y eficiencia. • Para los importadores, esto significa acceso a productos innovadores, compatibles con vehículos modernos y alineados con estándares internacionales de desempeño y durabilidad.
Ecológico	<ul style="list-style-type: none"> • China ha reforzado sus políticas ambientales, exigiendo a las industrias manufactureras reducir emisiones, mejorar el uso de energía y controlar los residuos industriales. • En el sector de autopartes, esto se traduce en procesos más limpios y en el desarrollo de materiales más sostenibles. • Para la importación de accesorios automotrices, estas medidas aportan mayor confianza en el cumplimiento de requisitos ambientales que cada vez son más exigidos por los mercados y las autoridades de los países importadores.
Legal	<ul style="list-style-type: none"> • China cuenta con un marco normativo sólido para el comercio exterior, que regula la calidad, certificación y exportación de productos industriales, incluidos los accesorios automotrices. • Muchas fábricas están obligadas a cumplir normas internacionales como ISO, estándares de calidad y certificaciones técnicas requeridas por los mercados de destino. • Esto facilita que los importadores ecuatorianos puedan cumplir con los requisitos legales, aduaneros y técnicos exigidos por la normativa nacional para la comercialización de autopartes

Fuente: Elaboración propia

El análisis PESTEL evidencia que China desarrolla un entorno altamente favorable para la importación de accesorios automotrices debido a su estabilidad política, fortaleza económica, avance tecnológico y cumplimiento normativo. Así mismo, aporta competitividad en costos y volumen, garantiza innovación, calidad y seguridad. Sin embargo, factores ambientales y legales exigen una constante adaptación a normas técnicas, sostenibilidad y certificaciones, lo cual representa tanto un reto como una oportunidad para fortalecer la competitividad de las empresas importadoras ecuatorianas.

2.3. Caracterización de la empresa Autolujó López Zambrano

La empresa Autolujó López Zambrano es una organización dedicada a la comercialización de accesorios automotrices, especialmente orientada a la línea 4x4, que opera en la ciudad de Riobamba desde el año 2018. Su actividad principal se centra en la venta de accesorios para vehículos como defensas, luces, estribos, barras antivuelco, faros, neumáticos, entre otros productos especializados para personalización y mejora del rendimiento vehicular.

Autolujó López Zambrano se ha posicionado en el mercado local gracias a la diversidad de su oferta, atención personalizada y disponibilidad permanente de productos. No obstante, la empresa presenta limitaciones asociadas a la planificación de sus procesos de importación, dependencia de intermediarios, altos costos logísticos y demoras en el abastecimiento, lo que incide directamente en su capacidad competitiva frente a empresas similares del sector.

El entorno competitivo en el cual se desenvuelve está compuesto por varias empresas dedicadas a la comercialización de accesorios automotrices, tanto a nivel local como nacional, las cuales importan directamente sus productos desde mercados internacionales como China y Estados Unidos. Esta situación obliga a Autolujó López Zambrano a fortalecer sus estrategias de abastecimiento, optimización de costos y posicionamiento comercial.

Tabla 5. Empresas que importan accesorios automotrices

Nro.	Nombre de la empresa	Ciudad	Tipo de productos
1	Autoplanet Ecuador	Guayaquil	Accesorios y repuestos automotrices
2	Mega Repuestos S.A.	Quito	Autopartes y accesorios
3	Importadora Andina Motors	Cuenca	Accesorios y repuestos 4x4
4	Repuestera Nacional S.A.	Ambato	Autopartes y sistemas eléctricos

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de (BCE, 2024)

Se identifican las principales empresas que importan accesorios automotrices en el Ecuador, quienes forman parte de un mercado altamente competitivo. La presencia de empresas en ciudades estratégicas como Guayaquil, Quito y Cuenca refleja un alto nivel de importación directa, lo que exige a Autolujó mejorar su estructura de abastecimiento para mantener su participación en el mercado.

Tabla 6. Ventas de Autolujo López Zambrano

Mes	Ventas (USD)
Enero	24.450
Febrero	19.820
Marzo	21.960
Abril	25.350
Mayo	29.780
Junio	21.200
Julio	28.980
Agosto	31.600
Septiembre	17.250
Octubre	18.400
Noviembre	23.350
Diciembre	21.890
Total	284.030

Fuente: Elaboración propia

La evolución de las ventas de Autolujo López Zambrano durante el año 2024, evidenciándose un crecimiento progresivo en los últimos meses del año, especialmente entre abril y agosto. Este comportamiento se asocia a una mayor demanda de accesorios automotrices, campañas promocionales y temporadas de alto consumo, lo que demuestra el potencial comercial de la empresa.

Tabla 7. Matriz FODA Autolujo López Zambrano

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
La empresa cuenta con una amplia variedad de accesorios automotrices.	La plaza contribuye con el crecimiento del parque automotor.
La parte fuerte de la empresa radica en la especialización en línea 4x4	Desarrollo de diferentes tratados comerciales internacionales.
Con el transcurrir de los años ha desarrollado una amplia y eficiente atención personalizada al cliente.	Innovación, incremento y avances tecnológicos en accesorios.
La empresa ha conseguido un gran reconocimiento a nivel local.	Incremento de la demanda de personalización vehicular.
DEBILIDADES	AMENAZAS
La empresa tiene una alta dependencia de intermediarios de importación.	Se identifica que existe competencia de grandes importadoras y con precios muy competitivos.
En el proceso de adquisición de accesorios, se determinan altos costos logísticos.	Se identifica que existe una gran variación del tipo de cambio.
Existen demasiadas demoras en el abastecimiento de los accesorios	Existe alta demanda con relación al incremento de aranceles.
Existe déficit y fallas en la planificación estratégica.	Dificultades con el ingreso de productos sustitutos, para las diferentes marcas.

Fuente: elaboración propia

La matriz FODA evidencia que Autolujo López Zambrano cuenta con fortalezas relacionadas con su especialización, variedad de productos y posicionamiento local. Sin embargo, enfrenta debilidades en la gestión de importaciones y planificación estratégica. En cuanto a las oportunidades, el crecimiento del parque automotor y la demanda de personalización vehicular representan un mercado atractivo, mientras que la competencia y los factores económicos externos constituyen amenazas permanentes.

Tabla 8. Matriz FODA Cruzado de Autolujo López Zambrano

ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS DO	
Aprovechar la variedad de productos para captar la creciente demanda del parque automotor.		Implementar un plan de importación para reducir la dependencia de intermediarios.	
Fortalecer la línea 4x4 mediante proveedores internacionales.		Capacitar al personal en comercio exterior.	
ESTRATEGIAS FA		ESTRATEGIAS DA	
Diferenciarse mediante calidad y servicio para enfrentar a la competencia.		Reducir costos logísticos mediante planificación de importaciones.	
Negociar con proveedores internacionales para mitigar variaciones de precios.		Establecer políticas internas de control de inventarios.	

Fuente: Elaboración propia

La matriz FODA cruzado contribuye con el planteamiento de nuevas estrategias direccionadas al aprovechamiento de fortalezas y oportunidades, así como a la disminución de debilidades y amenazas. Se resalta la necesidad de implementar estrategias de importación, capacitación en comercio exterior y control de costos como acciones prioritarias para mejorar la competitividad de Autolujo López Zambrano.

A continuación, en la tabla 9 se presenta un análisis de relación con respecto a la matriz FODA, y el análisis PESTEL.

Tabla 9. Análisis cruzado FODA / PESTEL

	F	O	D	A
P		✓		✓
E				
S	✓	✓		
T	✓	✓		
E			✓	✓
L	✓	✓	✓	✓

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente apartado, se desarrolla el análisis de los resultados que se obtuvieron mediante la aplicación de entrevistas semiestructuradas, las cuales han sido analizadas de manera coherente y eficaz con la ayuda del software ATLAS.ti el cual permitió obtener un panorama amplio en función de la creación de una nube de palabras, así como una red semántica, las cuales se explican y desarrollan a continuación.

3.1. Análisis de contenido

Con relación a la información cualitativa, recopilada mediante las entrevistas estructuradas, es procesada a partir del software ATLAS.ti.9, donde se desarrolla una nube de palabras (Gráfico 1). En este sentido, se filtraron las palabras que han tenido mayor número de repeticiones, a la vez se identificaron palabras que no aportan en el desarrollo de la temática de estudio.

Figura 2. Nube de palabras del proceso de importación de accesorios automotrices



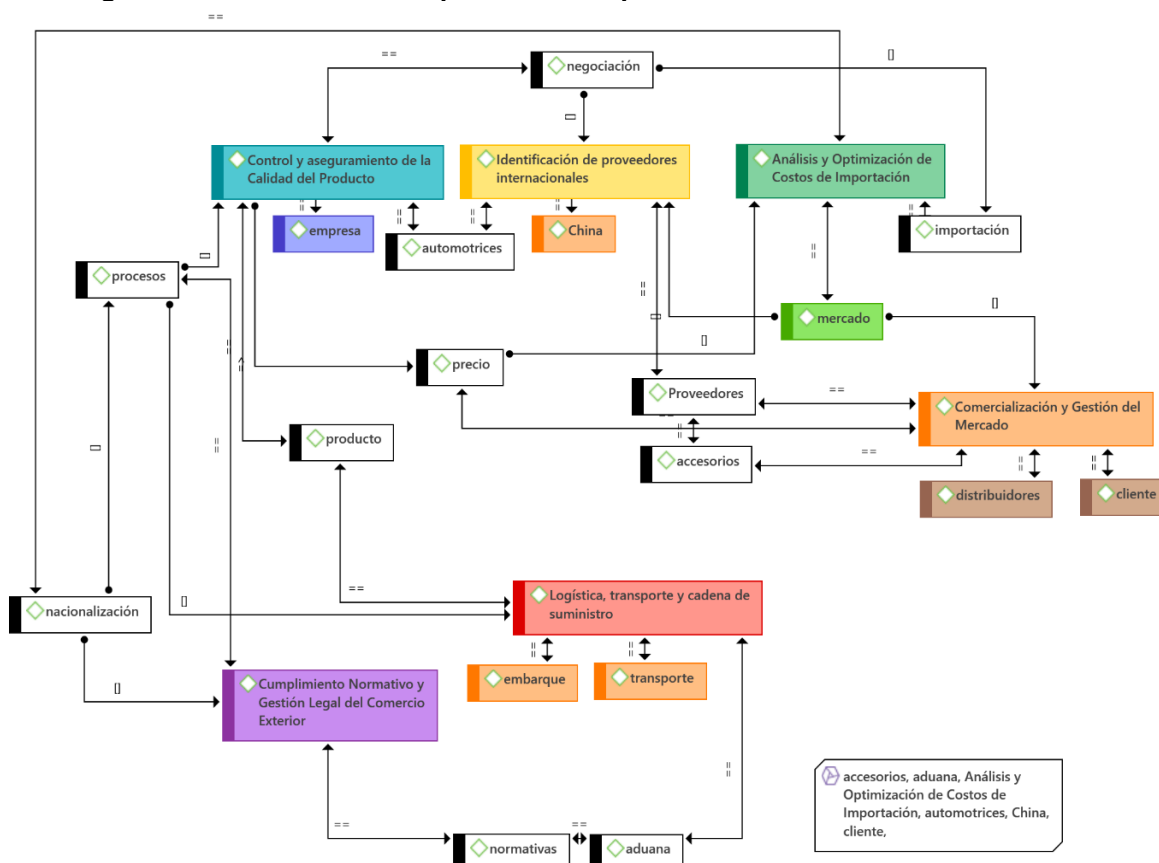
Fuente: elaboración propia

Las palabras que presentaron mayor frecuencia corresponden a: aduana, distribución, embarque, empresa, importación, mercado, nacionalización, negociación, automotrices, las cuales se han considerado como códigos para configurar la nueva definición con relación al proceso de importación de accesorios automotrices.

Red semántica

En este punto, a través de la codificación de palabras con mayor frecuencia y mediante la incorporación de códigos de acuerdo a las dimensiones que han sido ya establecidas en la operacionalización de variables se construye la siguiente red semántica:

Figura 3. Red Semántica del proceso de importación de accesorios automotrices



Fuente: Elaboración propia

Desde el análisis de contenidos desarrollado se determina un constructo que hace referencia a la identificación del proceso de gestión de importación de la empresa Autolujo López Zambrano.

Ahora bien, las estrategias de importación de accesorios automotrices en la empresa Autolujo López Zambrano pueden conceptualizarse como un conjunto enlazado de procesos, decisiones y prácticas estratégicas orientadas a garantizar el abastecimiento oportuno de producto competitivo para el mercado, asegurando rentabilidad, cumplimiento normativo y satisfacción del cliente. Estas estrategias inician con la identificación y selección de proveedores internacionales, principalmente ubicados en China, donde la empresa prioriza criterios como calidad del accesorio automotriz, precios competitivos, certificaciones técnicas, capacidad productiva y confiabilidad en los tiempos de embarque, elementos que fortalecen la negociación y reducen riesgos en la importación. De manera complementaria, la logística, el transporte y la cadena de suministro se gestionan bajo un enfoque de optimización entre costo y tiempo, seleccionando medios de transporte adecuados al volumen, naturaleza del producto y urgencia comercial, con el apoyo de agentes de carga especializados que facilitan la coordinación del embarque, la trazabilidad y la correcta gestión documental ante la aduana.

Asimismo, las estrategias de importación incorporan de forma transversal el cumplimiento normativo y la gestión legal del comercio exterior, considerando las normativas aduaneras, técnicas y arancelarias vigentes, como un factor determinante en los costos y en la continuidad operativa de la empresa. En este contexto, el análisis y optimización de costos de importación se convierte en un eje estratégico, integrando de manera integral los componentes del costo (FOB, transporte, seguros, tributos, gastos aduaneros y distribución), con el fin de definir precios coherentes con las condiciones del mercado y los márgenes esperados. Paralelamente, el control y aseguramiento de la calidad del producto mediante inspecciones, certificaciones y evaluaciones previas al embarque protege la reputación de la empresa frente a clientes y distribuidores. Finalmente, estas estrategias se articulan con la comercialización y gestión del mercado, donde Autolujo López Zambrano orienta sus decisiones de importación en función de la

demanda real, la rotación del producto, la estructura de precios y las relaciones con distribuidores, asegurando que la importación de accesorios automotrices responda de manera eficiente a las necesidades del cliente y fortalezca la posición competitiva de la empresa en el mercado nacional.

Matriz de análisis cualitativo

Utilizando la matriz de operacionalización de variables y el análisis de la aplicación de las entrevistas estructuradas, se desarrolla la presente matriz, que contribuye con dar valor a las dimensiones, con relación a los indicadores cualitativos. Así mismo, esta matriz enmarca el concepto emergente, el cual es fundamental para que se pueda construir y desarrollar los pilares del proceso de importación de accesorios automotrices de la empresa Autolujo López Zambrano (Tabla 9).

Tabla 9. Matriz de Análisis Cualitativo

Variable	Dimensión	Indicador cualitativo (Narrativas)	Relato significativo (evidencia)	Concepto emergente
Gestión importación de accesorios automotrices	Identificación y selección de proveedores internacionales	Criterios priorizados para elegir proveedor (calidad, precio, entrega, reputación, certificaciones)	“Calidad del producto, precio competitivo, tiempos de entrega estables, reputación... y certificaciones técnicas.” (Entrevistado 5, comunicación personal, 5 de diciembre 2025)	Selección por confiabilidad y costo–beneficio
Gestión importación de accesorios automotrices	Identificación y selección de proveedores internacionales	Percepción de utilidad y límites de plataformas B2B/ferias/catálogos	“Útiles para comparar... y entender rangos de precios...; la limitación es que no siempre refleja la calidad real.” (Entrevistado 4, comunicación personal, 3 de diciembre 2025)	Prospección amplia con asimetría de información
Gestión importación de accesorios automotrices	Identificación y selección de proveedores internacionales	Prácticas de verificación de capacidad y fiabilidad (muestras, pruebas, referencias, auditorías)	“Pedidos de prueba... certificaciones... historial... visitas virtuales... validar que pueda cumplir con volúmenes, calidad y tiempos.” (Entrevistado 1, comunicación personal, 1 de diciembre 2025)	Debida diligencia previa al vínculo comercial
Gestión importación de accesorios automotrices	Logística, transporte y cadena de suministro	Criterios de decisión del modo de transporte (tiempo vs costo, riesgo, naturaleza de carga)	“Cuando necesitamos rotación rápida, priorizamos tiempo; cuando... planificado, priorizamos costo.” (Entrevistado 3,	Balance servicio–costo según urgencia

			comunicación personal, 3 de diciembre 2025)	
Gestión importación de accesorios automotrices	Logística, transporte y cadena de suministro	Desafíos logísticos percibidos (puertos, contenedores, congestión, demoras)	“Variaciones en tiempos portuarios, disponibilidad de contenedores y congestión... mantenemos inventarios de seguridad.” (Entrevistado 8, comunicación personal, 8 de diciembre 2025)	Gestión del riesgo con stock y anticipación
Gestión importación de accesorios automotrices	Logística, transporte y cadena de suministro	Valor atribuido a forwarders/consolidadores (documentación, trazabilidad, negociación)	“Consolidación... seguimiento... verificación documental y negociación de tarifas... minimiza costos.” (Entrevistado 6, comunicación personal, 5 de diciembre 2025)	Tercerización experta para asegurar continuidad
Gestión importación de accesorios automotrices	Cumplimiento normativo y gestión legal del comercio exterior	Requisitos normativos identificados (aranceles, INEN, documentos, permisos)	“Aranceles... certificaciones... documentos de embarque... nos asesoramos con agentes aduaneros.” (Entrevistado 5, comunicación personal, 5 de diciembre 2025)	Cumplimiento o como condición de operación
Gestión importación de accesorios automotrices	Cumplimiento normativo y gestión legal del comercio exterior	Percepción del impacto normativo en tiempos/costos (aforos, certificaciones, subpartidas)	“Aforos físicos... retrasar la entrega... certificaciones INEN... costos adicionales... cambios en subpartidas...” (Entrevistado 9, comunicación personal, 9 de diciembre 2025)	Riesgo regulatorio como generador de sobrecostos
Gestión importación de accesorios automotrices	Cumplimiento normativo y gestión legal del comercio exterior	Apoyos requeridos para cumplir (capacitación, asesoría, sistemas, coordinación aduana)	“Asesoría externa... capacitación... actualización normativa... sistemas... control ordenado de expedientes.” (Entrevistado 2, comunicación personal, 1 de diciembre 2025)	Gobernanza documental y aprendizaje continuo
Gestión importación de accesorios automotrices	Análisis y optimización de costos de importación	Componentes reconocidos del costo total (FOB, flete, seguro, tributos, gastos portuarios, despacho)	“Valor FOB... flete... seguro... aranceles e IVA... gastos portuarios... agente de aduana... transporte interno.” (Entrevistado 10, comunicación personal, 9 de diciembre 2025)	Costeo integral para decidir precios y márgenes
Gestión importación de accesorios automotrices	Análisis y optimización de costos de importación	Criterios de evaluación de rentabilidad (márgenes, rotación, demanda, comparación mercado, tipo de cambio)	“Márgenes proyectados, rotación histórica... comparación con precios del mercado... impacto del tipo de cambio.” (Entrevistado 4, comunicación personal, 3 de diciembre 2025)	Decisión de compra basada en rentabilidad esperada
Gestión importación	Análisis y optimización de	Estrategias de respuesta ante alzas	“Negociar... ajustar precios... aumentar	Adaptación comercial

de accesorios automotrices	costos de importación	logísticas/variación cambiaria (negociación, inventario, diversificación)	inventario... diversificar proveedores..."(Entrevistado 7, comunicación personal, 8 de diciembre 2025)	para sostener márgenes
Gestión importación de accesorios automotrices	Control y aseguramiento de la calidad del producto	Percepción de efectividad de controles (pre-embarque, destino, revisiones, certificaciones)	"Inspección pre-embarque (PSI)... inspección en destino... reducen el riesgo... y protegen nuestra marca." (Entrevistado 4, comunicación personal, 3 de diciembre 2025)	Calidad como protección reputacional
Gestión importación de accesorios automotrices	Control y aseguramiento de la calidad del producto	Consecuencias atribuidas a defectos (devoluciones, costos, reputación, clientes, rotación)	"Devoluciones... costos adicionales... pérdida de clientes... afectación a la reputación... rotación más lenta." (Entrevistado 5, comunicación personal, 5 de diciembre 2025)	Falla de calidad = pérdida económica y de confianza
Gestión importación de accesorios automotrices	Control y aseguramiento de la calidad del producto	Formas de validación de calidad del proveedor (muestras, certificaciones, referencias, auditorías)	"Revisión de certificaciones... envío de muestras... referencias... auditorías remotas o presenciales." (Entrevistado 8, comunicación personal, 8 de diciembre 2025)	Homologación del proveedor antes de comprar
Gestión importación de accesorios automotrices	Comercialización y gestión del mercado	Prácticas para estimar demanda (histórico, pedidos, proyecciones, mercado)	"Histórico de ventas... pedidos recurrentes... proyecciones... análisis del mercado... evitar sobrestock o faltantes." (Entrevistado 4, comunicación personal, 3 de diciembre 2025)	Planificación por evidencia para ajustar volúmenes
Gestión importación de accesorios automotrices	Comercialización y gestión del mercado	Estrategias de posicionamiento percibidas (precio, promociones, posventa, alianzas, disponibilidad)	"Precios preferenciales por volumen... fidelización... catálogo digital... envíos rápidos... ofertas por temporada." (Entrevistado 9, comunicación personal, 9 de diciembre 2025)	Competitividad por servicio + disponibilidad + precio
Gestión importación de accesorios automotrices	Comercialización y gestión del mercado	Criterios para fijación del precio final (competencia, margen mínimo, calidad, estructura de costos)	"Los márgenes... en base a los precios de competencia... si no hay... margen mínimo... no se compra..."(Entrevistado 3, comunicación personal, 3 de diciembre 2025)	Precio orientado al mercado con umbral de rentabilidad

Fuente: elaboración propia

3.2. Pilares estratégicos del proceso de importación

La estrategia global de importación se fundamenta en un enfoque integral que articula confiabilidad del proveedor, eficiencia logística, cumplimiento normativo, control financiero y orientación al mercado. La empresa debe estructurar el proceso de importación como una cadena de decisiones estratégicas, apoyadas en expertos y herramientas de análisis preventivo. La importación no se concibe como una acción aislada, sino como un sistema coordinado que reduce riesgos, optimiza costos y garantiza calidad. Este enfoque permitirá fortalecer la competitividad comercial, proteger la reputación empresarial y asegurar la sostenibilidad del negocio en el mercado automotriz.

De hecho, el desarrollo de una estrategia integral para la importación de accesorios automotrices en la empresa Autolujo López Zambrano, la cual sea tendente a establecer una gestión eficaz, legal, y competitiva de la operatividad en el comercio exterior, permitiendo que los costos se optimicen, la calidad del producto se asegure y el posicionamiento en el mercado nacional se fortalezca, mediante la correcta selección de proveedores, adecuada logística y cumplimiento de la normativa actual.

Pilares estratégicos

Pilar Estratégico 1: Adopción de Inteligencia de Abastecimiento

Este pilar se orienta a perfeccionar la selección de proveedores internacionales, de modo que las decisiones se fundamenten en criterios técnicos y confiables como la calidad, la experiencia, las certificaciones, el historial comercial y el nivel de cumplimiento. De esta manera, se disminuyen los riesgos operativos y financieros, se prioriza trabajar con proveedores que demuestren capacidad real para responder a los requerimientos de la empresa. Además, se incorporan procesos de evaluación técnica y comercial que incluyen el análisis de muestras, pedidos piloto y revisión de antecedentes, lo cual permite validar previamente a los proveedores antes de realizar compras de mayor volumen. A su vez, la combinación de

plataformas B2B, catálogos digitales y participación en ferias internacionales fortalece la búsqueda y comparación de alternativas, reduciendo la dependencia de intermediarios y asegurando mayor transparencia y control en el abastecimiento.

Pilar Estratégico 2: Implementación de una Sincronización Logística Eficiente

La sincronización logística constituye un elemento esencial para el funcionamiento adecuado de la cadena de suministro. Por ello, la planificación de las importaciones debe alinearse con la demanda del mercado local, considerando tanto los ciclos de abastecimiento como los tiempos de tránsito, con el fin de asegurar la disponibilidad oportuna de los productos. Asimismo, la eficiencia logística se alcanza mediante la selección de las alternativas de transporte más convenientes, evaluando costos, tiempos y confiabilidad. De igual forma, una planificación anticipada permite identificar y prevenir riesgos logísticos, facilitando el seguimiento de los embarques y la coordinación con operadores especializados, lo que contribuye a reducir retrasos, pérdidas o interrupciones en la operación.

Pilar Estratégico 3: Incorporación de un Modelo de Gobernanza Experta del Comercio Exterior

Este pilar busca fortalecer la toma de decisiones en las operaciones de comercio exterior mediante la participación de profesionales especializados que garanticen orden, coherencia y control en los procesos. En este sentido, la coordinación técnica de las importaciones permite disminuir errores contractuales, logísticos o administrativos que podrían afectar el desempeño de la empresa. Además, la implementación de mecanismos de gestión de riesgos adaptados al entorno internacional facilita la identificación temprana de posibles contingencias, permitiendo adoptar decisiones oportunas y fundamentadas en el conocimiento experto.

Pilar Estratégico 4: Estructuración del Control Normativo y Documental

El cumplimiento de la normativa vigente es un componente clave para la seguridad y legalidad de las importaciones. Por esta razón, este pilar se enfoca en la revisión previa de los requisitos técnicos, legales y arancelarios aplicables a cada operación. A su vez, se establece un control documental estricto mediante la verificación sistemática de certificados, permisos y documentos comerciales, lo que asegura la transparencia de los procesos. De manera complementaria, se desarrolla un control preventivo y continuo de la documentación, con el fin de evitar sanciones, demoras y costos adicionales que puedan afectar la eficiencia operativa.

Pilar Estratégico 5: Fomento en el Aseguramiento de la Rentabilidad de Importación

La rentabilidad es un factor determinante para la sostenibilidad financiera de la empresa; por ello, este pilar promueve el análisis integral de los costos asociados a cada operación de importación. A través de la evaluación permanente de los márgenes y beneficios, se puede determinar la viabilidad económica de cada compra internacional. Asimismo, la gestión estratégica de las condiciones comerciales, mediante negociaciones enfocadas en precios, volúmenes, plazos e incoterms, permite optimizar los resultados financieros, garantizando que las importaciones generen valor real para la organización.

Pilar Estratégico 6: Impulso a la Valoración Comercial Sostenible

Este pilar tiene como propósito asegurar que las importaciones no solo sean económicamente viables, sino también social y ambientalmente responsables. Para ello, se aplican controles de calidad y criterios técnicos en la selección de productos, lo que reduce riesgos comerciales y protege la imagen de la empresa. Además, se promueve una gestión logística más eficiente y sostenible, considerando factores como las rutas, los incoterms y los tipos de embalaje. De igual forma, se impulsa la diferenciación comercial mediante la oferta de productos

con garantías, calidad y valor agregado, lo que permite posicionarlos de manera más competitiva en el mercado nacional.

En conjunto, estos pilares conforman un enfoque integral que orienta la gestión del comercio exterior hacia la eficiencia, la rentabilidad y la sostenibilidad, fortaleciendo tanto el desempeño económico como la responsabilidad social y ambiental de las operaciones.

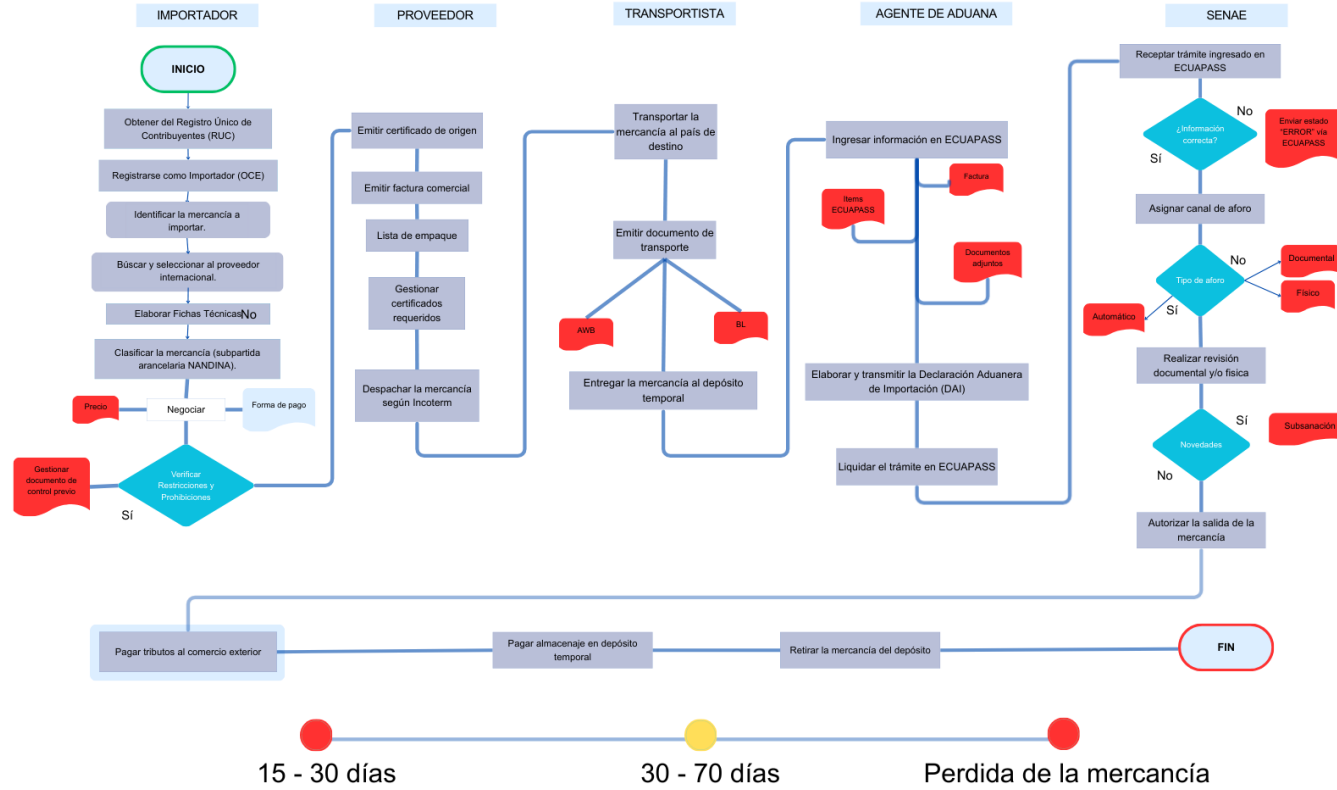
Dadas las consideraciones anteriores, se presenta el siguiente marco estratégico, donde se identificaron los pilares, líneas estratégicas, correspondientes al estudio, considerando que la estructura se desarrolla siguiendo el enfoque de Flores-Tapia et al., (2023) (Tabla 10):

Tabla 10. Marco estratégico

PILARES ESTRATEGICOS 	Adopción de inteligencia de abastecimiento	Implementación de una sincronización logística eficiente	Incorporación de un modelo de gobernanza experta del comercio exterior	Estructuración del control normativo y documental	Fomento en el aseguramiento de rentabilidad de importación	Impulso a la valoración comercial sostenible
LÍNEAS ESTRATEGICAS 	<p>1. Implementación de sistema de selección de proveedores internacionales mediante criterios de confiabilidad, calidad, certificaciones técnicas, experiencia y cumplimiento histórico para la reducción riesgos operativos y comerciales.</p> <p>2. Incorporación de procesos de valoración técnica y comercial del producto mediante la consideración de muestras, pedidos pequeños y antecedentes antes de ejecutar importaciones a mayor volumen.</p> <p>3. Fortalecimiento de la selección de proveedores mediante el uso combinado de plataformas B2B, catálogos digitales y ferias internacionales para eliminar la dependencia de intermediarios.</p>	<p>1. Planificación de importaciones en base a la demanda del mercado local, tomando en cuenta ciclos de abastecimiento y los debidos tiempos de logística, garantizando una cadena de suministro eficiente.</p> <p>2. Optimización de la gestión logística mediante la selección de alternativas de transporte eficiente tomando en cuenta costos, tiempos y confiabilidad operativa.</p> <p>3. Prevención de riesgos logísticos frecuentes mediante planificación anticipada, rastreo y seguimiento de embarques y la coordinación eficiente con diferentes actores logísticos especializados.</p>	<p>1. Verificación de la toma de decisiones en aspectos clave del comercio exterior mediante el apoyo de técnicos especializados que garantice coherencia, control y respaldo profesional.</p> <p>2. Implementación de coordinación especializada en las operaciones de importación para mitigar errores operativos, y contractuales.</p> <p>3. Constitución de mecanismos de gestión y prevención de riesgos acordes al comercio internacional. en logística especializada externa: delega procesos clave a agentes de carga para minimizar errores y retrasos.</p>	<p>1. Inspección de forma anticipada los diferentes requisitos técnicos, legales y arancelarios aplicables para cada operación, así asegurando el cumplimiento normativo.</p> <p>2. Implementación de control documental en las importaciones, mediante verificación sistemática de certificación, permisos y documentación.</p> <p>3. Aplicación de control normativo preventivo y seguimiento documental continuo para la prevención de sanciones, retrasos y sobrecostos administrativos.</p>	<p>1. Integración de un análisis de costos de importación que facilite identificar el impacto real en cada operación en y su beneficio final.</p> <p>2. Evaluación continua de la viabilidad financiera en las importaciones mediante un análisis de márgenes y rentabilidad.</p> <p>3. Gestión de las condiciones comerciales internacionales en base a negociaciones dirigidas en mejorar precios, plazos, volumen y los términos logísticos.</p>	<p>1. Incorporación de controles preventivos de calidad y selección técnica de los productos importados para reducir riesgos comerciales y garantizar la reputación.</p> <p>2. Integración de eficiencia ambiental y huella logística en las diferentes decisiones de importación como incoterms, rutas y embalajes.</p> <p>3. Implementación de la diferenciación comercial de los diferentes productos importados mediante garantía, calidad, disponibilidad y valor agregado para el mercado nacional.</p>

Fuente: elaboración propia

Figura 4. Diagrama de Proceso de Importación



Fuente: elaboración propia

3.3. Comprobación de la idea a defender

La idea a defender del presente estudio constituye el diseño propuesto de estrategias de importación para la empresa Autolujo López Zambrano constituye una herramienta orientada a la optimización de los procesos aduaneros y a la mejora de la rentabilidad en el área de comercialización.

La presente propuesta, se sustenta en un marco estratégico integral para la importación de accesorios, concebido como una herramienta orientada a fortalecer la gestión eficaz, competitiva y legal de las operaciones de comercio exterior de la empresa. Dicho marco se articula a partir de una estrategia global de importación, apoyada en pilares estratégicos claramente definidos, que permiten estructurar de manera sistemática el proceso importador, aun cuando la empresa no haya ejecutado previamente este tipo de operaciones.

El enfoque estratégico propuesto integra de forma coherente la adopción de inteligencia de abastecimiento, la implementación de una sincronización logística eficiente, la incorporación de un modelo de gobernanza experta del comercio exterior, la estructuración del control normativo y documental, el fomento del aseguramiento de la rentabilidad de la importación y el impulso a la valoración comercial sostenible. Estos pilares permiten optimizar la identificación y evaluación de proveedores internacionales, la planificación logística, la gestión documental y normativa, el control de costos y la proyección financiera de las operaciones, así como la orientación sostenible de la oferta hacia el mercado nacional. Cada pilar se operacionaliza mediante líneas estratégicas específicas que fortalecen la toma de decisiones preventivas y contribuyen a la reducción de riesgos operativos, financieros y comerciales.

Asimismo, la propuesta responde de manera directa a las necesidades identificadas en la empresa, la cual no dispone de un esquema estructurado que sistematice los procesos de comercio exterior. En este contexto, el marco estratégico permite visualizar la capacidad organizativa requerida para establecer relaciones comerciales internacionales, gestionar de manera eficiente los costos de

importación, asegurar el cumplimiento de la normativa vigente y fortalecer la propuesta de valor comercial de los productos importados, favoreciendo el posicionamiento competitivo de la empresa.

Por lo expuesto, la idea a defender se comprueba totalmente a través de la alineación entre los pilares estratégicos, las líneas estratégicas y la estrategia global de importación, las cuales integran de forma adecuada los aspectos críticos del proceso de importación de accesorios. Todo esto surge tras la revisión de la literatura, el análisis de contenido de las narrativas y el aporte del constructo obtenido, así como la matriz de análisis cualitativo.

CONCLUSIONES

- El análisis de los fundamentos teóricos y normativos que se relacionan con la importación y los procesos aduaneros se identificó que la gestión del comercio exterior constituye un sistema integral, que se encuentra regulado por principios técnicos, legales y administrativos. Por esta razón, la normativa aduanera vigente establece las bases para una importación segura, eficiente y legal, lo que reduce el riesgo de sanciones, sobrecostos y retrasos.
- La metodología utilizada permitió garantizar la rigurosidad científica y la validez analítica del estudio, desarrollado mediante un enfoque cualitativo con un alcance descriptivo-explicativo y un diseño no experimental de corte transversal. La aplicación de entrevistas semiestructuradas facilitó la recopilación de información fundamental desde la perspectiva de los actores clave, fortaleciendo la profundidad interpretativa de los hallazgos. Asimismo, el uso del análisis de contenido, soportado en el software especializado ATLAS.ti desarrolla una sistematización, precisa de los datos, contribuyendo a la confiabilidad y coherencia de los resultados obtenidos.
- Al identificar los pilares estratégicos, se consiguió estructurar un modelo integral orientado a la eficiencia, control y sostenibilidad del proceso de importación. Estos pilares fortalecen la toma de decisiones, el control normativo, la rentabilidad y el posicionamiento comercial, lo que le permite ser aplicable al sector automotriz, los pilares con los que se trabajó son: Adopción de inteligencia de abastecimiento, Implementación de una sincronización logística eficiente, Incorporación de un modelo de gobernanza experta del comercio exterior, Estructuración del control normativo y documental, Fomento en el aseguramiento de rentabilidad de importación e impulso a la valoración comercial sostenible.

- Asimismo, los lineamientos estratégicos que inciden en el proceso de importación en el sector automotriz manifiestan la necesidad de una gestión preventiva y planificada. Las estrategias permiten minimizar riesgos operativos y financieros, garantizar la continuidad de la cadena de suministro, optimizar costos y fortalecer la posición comercial de la empresa en un entorno dinámico y altamente regulado.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa, Autolujo López Zambrano la aplicación progresiva del modelo estratégico de importación planteado, sustentado en los pilares estratégicos definidos, con el fin de estructurar de manera técnica y sistemática sus procesos de abastecimiento internacional, selección de proveedores, gestión logística y control normativo. Su aplicación permitirá fortalecer la toma de decisiones, minimizar riesgos operativos y mejorar la eficiencia y trazabilidad de las operaciones de comercio exterior.
- Se sugiere que el modelo estratégico de importación se use como una herramienta de referencia por parte de los importadores del sector automotriz, debido a su enfoque integral y su capacidad para estandarizar buenas prácticas en la gestión de compras internacionales. Su implementación contribuirá a incrementar la competitividad, la transparencia y la sostenibilidad de las operaciones de importación, consolidándose como un marco metodológico aplicable a futuras iniciativas empresariales y estudios sectoriales.

BIBLIOGRAFÍA

- Abela, J. (2019). Las Técnicas de Análisis de contenido. *Sociología Universidad de Granada*.
- Andrade, J., Guerrero, V., Pizarro, V., & Ibarra, O. (2024). Tributos por importación y su incidencia en la recaudación tributaria del Ecuador. *Digital Publisher*, 9(2), 744-754. doi:doi.org/10.33386/593dp.2024.2.2274
- Aranibar, E., & Quishpe, A. (2023). Exploración del comercio global: una revisión integral de comercio internacional y el comercio exterior. *QUIPUKAMAYOC*, 31(66), 85-100. doi:DOI: <http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v31i66.25573>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Episteme.
- Arroba, A. (2019). Plan de Marketingy participación de mercado caso empresa Producauchos. *Universidad Regional Autónoma de los Andes*.
- BCE. (2022). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.gob.ec/senae/tramites/obtencion-informacion-arancel-nacional>
- BCE. (2024). Banco Central del Ecuador. *Estadísticas de Comercio Exterior*.
- Bonilla, G. (2023). *La importación de vehículos desde China para la empresa Innovauto S.A.* Universidad del Azuay. Obtenido de https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/12592/1/18119_esp.pdf
- Chávez, O., & Fárez, S. (2023). *Estudio de mercado automotriz en los sectores productivos de la provincia de Loja*. Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/24525/1/UPS-CT010401.pdf>

Chuchuca, V. (2024). *Formulación de estrategias logísticas para la importación de repuestos automotrices para la empresa automotriz Las Américas*. Universidad Politécnica Salesiana.

Creswell. (2014). *Creswell-ResearchDesign*.

Cujilema, P. (2022). *Importaciones Ecuatorianas del Sector Automotriz 2017-2021 y el Impacto de Covid-19*. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.

Dávila, Á. (2019). *Proceso Operativo para la Importación y Distribución de Sondas para uso médico de la empresa "Banda Vanoni Cía. Ltda.* Universidad de las Américas. Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3701/1/UDLA-EC-TTEI-2012-16%28S%29.pdf>

Flores-Tapia, C. E., Pérez-González, M. del C., Maza-Ávila, F. J., & Flores-Cevallos, K. L. (2023). Public policy guidelines for a comprehensive, territorial and sustainable development to improve productivity and competitiveness. Case Tungurahua province—Ecuador. *Heliyon*, 9(5). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15426>

Gavelán, J. (1999). Costos de importación. *Quipukamayoc*, 6(11), 117-125. Obtenido de <https://doi.org/10.15381/quipu.v6i11.5943>

Guzmán, R., Suqui, N., & Pontón, F. (2023). Normativas y estrategias para internacionalización de productos. *Digital Publisher*, 8(3), 317-332. doi:doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1731

Hernandez, R., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. España: McGraw Hill España.

- Montero-de-Oliveira, F.-E., Reinecke, S., Mayr, S., & de Jong, W. (2025). Agroforestry as land-based carbon dioxide removal in central Europe: tensions between institutions, interests, and ideas hindering scaling up. *Climate Policy*. <https://doi.org/10.1080/14693062.2025.2478286>
- Moreta, V. (2014). *Propuesta de manual de procesos de importación de productos de prevención de delitos aduaneros*. Universidad Central del Ecuador. Obtenido de <https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/90b5549f-c9ef-470d-9805-a3759ac7917c/content>
- Nauwelaers, I., Laudus, N., Peeters, D., Acs, B., Denkert, C., Michiels, S., Horlings, H., Siziopikou, K. P., Ely, S., Zardavas, D., Mustimbo, R., Bartlett, J., Floris, G., Hartman, J., van Deurzen, C. H. M., Ceusters, D., Dequeker, E., & Salgado, R. (2022). External Quality Assessment 2.0: The Importance of a Standardized Implementation of TILs for Daily and Trial Practices. *Cancers*, 14(15). <https://doi.org/10.3390/cancers14153762>
- OEA. (2018). *Requisitos para la seguridad de la Cadena Logística Internacional Importadores*.
- OECD. (2023). *Innovation and Value Chains in the Automotive Sector*.
- Palacios, A., & Mata, F. (2021). ¿Comercio exterior o comercio internacional? *E-Idea 4.0 Revista Multidisciplinar*, 2(6), 10-20. doi:<https://doi.org/10.53734/mj.vol3.id153>
- Palacios, S. (2025). Impacto de los costos de importación y los procesos aduaneros en la *IMPULSO. Revista de Administración*, 5(9), 473-487. Obtenido de <http://doi.org/10.59659/impulso.v.5i9>.
- Páramo, L. (2017). *Proceso de Importaciones*. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina.

- Pi3n, L., & Tacuri, N. (2024). *An3lisis del proceso de importaci3n de la empresa Proimsa durante el periodo 2019-2023*. Universidad Polit3cnica Salesiana. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/UPS-CT011512_unlocked.pdf
- Roy, S., Pal, D., & Meena, T. (2023). Explainable artificial intelligence to increase transparency for revolutionizing healthcare ecosystem and the road ahead. *Network Modeling Analysis in Health Informatics and Bioinformatics*, 13. <https://doi.org/10.1007/s13721-023-00437-y>
- SENAE. (2023). *Para importar*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/servicio-al-ciudadano/para-importar/>
- Shipping, D. (2024). Asia–Latin America Maritime Transport Report.
- Suariaga, M., & Hidalgo, W. (2021). Pinceladas del comercio internacional. *E-IDEA*, 3(13), 27-43. doi:<https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id142>
- Tejada, A., Prado, M., C3rdenas, A., Carranza, T., Manrique, J., & Romani, V. (2022). *Administraci3n y log3stica para los negocios*. Compas. Obtenido de <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/778/1/i.pdf>
- Tripul, C., Melendrez, S., & Torres, M. (2025). Liderazgo 3gil y competitividad empresarial en una empresa de importaci3n de accesorios automotrices. *Revista Espacios*, 46(3). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a25v46n03/a25v46n03p06.pdf>
- Tugores, J. (2019). *Comercio Internacional*. Universitat Oberta de Catalunya.
- UNCTAD. (2024). United Nations Conference on Trade and Development. *Global Trade Update*.
- Zamora, A. (2019). *Plan de marketing y participaci3n de mercados caso : empresa Producauchos*. Universidad Aut3noma Regional de los Andes.

Zhingri, J. (2024). *Plan de importación de partes de automóviles para la empresa Automotriz Las Américas*. Universidad del Azuay. Obtenido de https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/14124/1/19647_esp.pdf

Zurita, J. (2021). Optimización del proceso de importación. *Revista Bolivariana de Administración*, 3(1), 51-66. doi:<https://doi.org/10.33996/reba.v3i1.5>