



CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TÍTULO DEL PROYECTO:

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE IMPORTACIÓN DE MÁQUINAS
VENDING DESDE EL MERCADO CHINO PARA LA COMERCIALIZACIÓN
EN EL MERCADO DE ESMERALDAS.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Desarrollo e internacionalización de empresas

AUTOR:

CARLOS EDDU VASQUEZ CENTENO

ASESOR:

MGT. MARIO JAVIER ARMAS ARIAS

ESMERALDAS, 2025

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

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

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADUACION

LECTOR 1

Mgt. Francisco Mila

LECTOR 2

Mgt. Andrea Dueñas

COORDINADORA DE ÁREA

Mgt. Andrea Stefania Dueñas Mendoza

DIRECTOR DE TESIS

Mgt. Mario Javier Armas Arias

AUTORÍA

Yo, Carlos Eddu Vasquez Centeno portador de la cédula de ciudadanía N° 0804058816, declaro ser autor de la presente investigación, que lleva por título “Análisis de factibilidad de importación de máquinas vending desde el mercado chino para la comercialización en el mercado de Esmeraldas” es absolutamente original, autentica y personal.

En virtud que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor y de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas.

Carlos Eddu Vasquez Centeno

C.I.: 0804058816

DEDICATORIA

A mi madre, por ser la razón de mi existencia, y cuyo amor incondicional, sabiduría y fortaleza han sido mi guía para no desmayar en ningún momento. Gracias a su paciencia infinita, su apoyo inquebrantable y por enseñarme que las cosas se deben conseguir con esfuerzo y dedicación, y que no existe meta o sueño que no se pueda alcanzar. Veo en ella el ejemplo de perseverancia y mi mayor inspiración.

A mi padre, hermanos, sobrinos, tíos y primos por brindarme su cariño y motivación en momentos difíciles.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Dios, por brindarme la valentía, sabiduría y tenacidad para culminar este proyecto. Sin su guía, este logro no habría sido posible.

A mi familia, en particular a mi madre, por ser mi pilar fundamental. Agradezco su amor incondicional, tu apoyo incesante y por confiar en mi incluso en los momentos más difíciles.

A mi asesor de tesis, Mgt. Mario Armas, por su invaluable orientación, paciencia y dedicación durante este proceso.

A los profesores de la carrera, que han sabido compartir sus conocimientos y forjar las bases que me permitieron alcanzar este logro académico.

A mis compañeros de la universidad, en especial a mis amigas Genesis, Melani, Nicole y Camili, que en todo momento nos estuvimos dando consejos y ánimos de querer todos graduarnos juntos. Y por los momentos compartidos, que sin duda serán recuerdos que siempre los tendré presente.

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo analizar la factibilidad de importación de máquinas vending desde el mercado chino para su comercialización en el mercado esmeraldeño.

Para determinar el nivel de factibilidad de importación se tuvo que realizar un estudio de mercado, aplicando una encuesta y focus group, que permitieron obtener información cuantitativa y cualitativa en base al uso de las máquinas vending. Así también, se pudo identificar proveedores por medio de plataformas digitales para posteriormente realizar las fichas técnicas y proceder con el análisis de estas. Además, se aplicó la inteligencia de los productos la cual permitió determinar las partidas arancelarias de los tres tipos de máquinas vending (para snacks, bebidas y dispensadora de café) y se logró determinar las barreras arancelarias y no arancelarias relacionadas con la mercancía. Finalmente se realizó un análisis de los costos que están asociados con el proceso de importación.

Tras finalizar todos los procesos de la investigación, los hallazgos corroboraron de manera evidente que la importación y posterior venta de máquinas vending es factible. Se demostró que el mercado de Esmeraldas tiene una postura positiva hacia esta clase de tecnología resaltando necesidades específicas de conveniencia y accesibilidad. Además, a través de la elección estratégica de proveedores de confianza y un estudio detallado de los costos, las máquinas podrían ser introducidas al mercado local a precios competitivos, incrementando así su atractivo y rentabilidad.

Palabras clave: Importación, factibilidad, máquinas vending, máquinas expendedoras.

ABSTRACT

This research aimed to analyze the feasibility of importing vending machines from the Chinese market for commercialization in the Esmeraldas market.

To determine the level of feasibility of importing, a market study had to be carried out, applying a survey and focus group, which allowed obtaining quantitative and qualitative information based on the use of vending machines. Likewise, suppliers were identified through digital platforms to later create the technical sheets and proceed with the analysis of these. In addition, product intelligence was applied, which allowed determining the tariff items of the three types of vending machines (for snacks, drinks and coffee dispensers) and it was possible to determine the tariff and non-tariff barriers related to the merchandise. Finally, an analysis of the costs associated with the import process was carried out.

After completing all the research processes, the findings clearly corroborated that the import and subsequent sale of vending machines is feasible. It was demonstrated that the Esmeraldas market has a positive stance towards this kind of technology, highlighting specific needs for convenience and accessibility. Furthermore, through the strategic choice of trusted suppliers and a detailed study of costs, the machines could be introduced to the local market at competitive prices, thus increasing their attractiveness and profitability.

Keywords: Import, feasibility, vending machines, vending machines.

Índice de contenido

INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
Descripción del problema a estudiar.....	1
Justificación del estudio.....	2
Delimitación de objetivos	3
Objetivo General.....	3
Objetivos específicos	3
CAPÍTULO 1. Marco Teórico	4
1.1 Bases conceptuales.....	4
1.1.1 La economía abierta al comercio	4
1.1.2 Importación.....	4
1.1.3 Comercio internacional.....	5
1.1.4 Factibilidad de las actividades comerciales internacionales.....	5
1.1.5 Máquinas vending.....	6
1.1.6 El estudio de mercado.....	6
1.1.7 Proveedores, aliados estratégicos en la cadena de suministros global.....	7
1.1.8 Barreras al comercio internacional: Desafío para las empresas.....	7
1.1.9 Costos en importaciones	8
1.2 Antecedentes.....	10
1.3 Marco legal	11
CAPÍTULO 2. Metodología	14
2.1 Contextualización	14
2.2 Método y enfoque de la investigación	14

2.3	Alcance de la Investigación	15
2.4	Diseño o tipo de Investigación.....	15
2.5	Población – muestra.....	15
2.6	Técnicas e instrumentos.....	17
2.7	Procedimientos de análisis de datos.....	17
CAPÍTULO 3. Análisis e interpretación de resultados.....		19
3.1	Estudio de mercado.....	19
3.1.1	Encuesta	19
3.1.2	Focus group.....	29
3.2	Identificación de proveedores internacionales.....	32
3.3	Identificación de barreras arancelarias y no arancelarias.	36
3.4	Costos de importación.....	41
CAPÍTULO 4. Conclusiones y Recomendaciones.....		45
4.1	Conclusiones.....	45
4.2	Recomendaciones	46
Referencias.....		47
Anexos		50

Índice de tablas

<i>Tabla 1</i>	<i>Procedimiento para el análisis de datos de la encuesta.....</i>	<i>17</i>
<i>Tabla 2</i>	<i>Procedimiento para el análisis de datos de focus group.....</i>	<i>18</i>
<i>Tabla 3</i>	<i>Procedimiento para el análisis de revisión documental.....</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 4</i>	<i>Ficha técnica de proveedor de máquinas vending en Alibaba.....</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 5</i>	<i>Ficha técnica de proveedor de máquinas vending en Alibaba.....</i>	<i>34</i>

Tabla 6 Ficha técnica de proveedor de máquinas vending en Alibaba	35
Tabla 7 Clasificación arancelaria de la máquina dispensadora de snacks	36
Tabla 8 Clasificación arancelaria de la máquina dispensadora de bebidas	37
Tabla 9 Clasificación arancelaria de la máquina expendedora de café	39
Tabla 10 Detalles de los productos.....	41
Tabla 11 Costos arancelarios	42
Tabla 12 Costos logísticos	43
Tabla 13 Utilidad y costos totales de la importación	44
Tabla 14 Operacionalización de variables	67

Índice de figuras

Figura 1 Rango de edad de encuestados.....	20
Figura 2 Género	21
Figura 3 Conocimiento sobre máquinas vending.....	21
Figura 4 Experiencia previa con máquinas vending.....	22
Figura 5 Percepción de conveniencia de las máquinas vending en la ciudad.....	22
Figura 6 Preferencias de productos en máquinas vending	23
Figura 7 Frecuencia de uso potencial de máquinas vending.....	23
Figura 8 Impacto de las máquinas vending en la vida diaria de los encuestados.....	24
Figura 9 Disposición a pagar más por comodidad.....	25
Figura 10 Percepción de seguridad al usar máquinas vending.....	26
Figura 11 Potencial de máquinas vending en zonas de alta influencia	26
Figura 12 Oportunidades laborales generadas por máquinas vending	27
Figura 13 Importancia de procedencia de máquinas vending.....	28
Figura 14 Preferencia por métodos de pago en máquinas vending.....	28

INTRODUCCIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Descripción del problema a estudiar

Ecuador, al ser un país en vías de desarrollo a pesar de su crecimiento, aun no cuenta con la capacidad de producción de máquinas tecnológicas que faciliten la comercialización o elaboración de productos, ya que la fabricación de estas máquinas requieren de tecnología avanzada y abundante mano de obra, por lo tanto para poder cubrir la demanda interna de este tipo de maquinaria se requiere de la importación desde países como China que cuentan con la capacidad de poder fabricar productos de última tecnología, con bajo costo y con buenos estándares de calidad (March, 2021). En efecto, el hecho de que Ecuador importe maquinaria tecnológica se debe a la falta de inversión en desarrollo tecnológico e infraestructura en el país.

Con respecto a la brecha digital, China en los últimos años ha logrado reducirla significativamente, lo que ha facilitado al país el desarrollo de nuevas tecnologías y conservar su liderazgo en el ámbito tecnológico. Mientras que en Ecuador la brecha digital es uno de los factores que impiden que se tenga acceso al conocimiento y que le permitan desarrollar nuevas tecnologías. Ahora bien, el objetivo del país en la actualidad es reducir la brecha digital lo antes posible (Sempertegui, 2022). Solucionar el problema de la brecha digital al país le tomaría varios años, sin embargo, hasta que aquello suceda sigue dependiendo de la importación para satisfacer sus necesidades en el área industrial.

Por otra parte, la provincia de Esmeraldas, a pesar de su crecimiento y desarrollo, carece de máquinas vending (dispensadoras) para la comercialización de snacks o bebidas, un modelo de negocio que ha demostrado ser exitoso en muchas partes del mundo, principalmente en países

desarrollados. Esta situación presenta una oportunidad de negocio que todavía no ha sido explorada en la provincia, y que sería ideal para contar con un sistema de máquinas vending que ofrezcan una amplia variedad de snacks y bebidas en diferentes sitios de la ciudad. Estas máquinas estarían disponibles al público las 24 horas al día, los 365 días del año, y sin incurrir en gastos de salarios, seguro social y prestaciones sociales, el único costo que involucra es el mantenimiento.

Sin embargo, la percepción de que los productos fabricados en China son de baja calidad, la falta de conocimiento sobre los requerimientos y el proceso de importación, pueden considerarse barreras para la implementación de máquinas vending en la ciudad de Esmeraldas.

En base a la información que ha sido mencionada anteriormente, se formula la siguiente interrogante:

¿En qué medida resulta factible la importación de máquinas vending desde el mercado chino para la comercialización de productos en la provincia de Esmeraldas?

Justificación del estudio

En la actualidad, las máquinas de vending cada vez son más populares, considerando la creciente demanda de estas, y a su vez, un aumento en la implementación en el sector de productos de snacks y bebidas, lo que representa un impulso para los ingresos del proyecto. En este sentido, gracias a los soportes tecnológicos que cuentan con amplias variedades y sistemas de pago, se han convertido en elementos esenciales para la venta de productos en lugares fuera del hogar donde las personas pueden acercarse a cualquier hora del día y consumir productos de su preferencia además de optimizar tiempo ya que no tienen que entrar a una tienda o supermercado y hacer largas filas para pagar, lo que de una u otra manera conlleva a que los consumidores tengan atrasos en sus actividades cotidianas.

Teniendo en cuenta que, en los últimos tiempos, la provincia de Esmeraldas ha obtenido desarrollo considerable, se puede considerar que este proyecto busca colaborar con la satisfacción de una necesidad, como lo es la presencia de máquinas dispensadoras de snacks o bebidas beneficiaria a la comunidad esmeraldeña, ya que permitirían el acceso a productos como snacks y bebidas en puntos estratégicos de la ciudad.

La razón de ser de esta investigación es analizar la factibilidad de la importación de máquinas vending para usarlas en la provincia de Esmeraldas. Además de poder brindar a empresas esmeraldeñas conocimiento sobre la adquisición de maquinaria tecnológica de mercados internacionales.

Delimitación de objetivos

Objetivo General

Analizar la factibilidad de importación de máquinas vending(dispensadoras) desde el mercado chino para la comercialización en el mercado de Esmeraldas.

Objetivos específicos

1. Desarrollar un estudio de mercado para determinar la aceptación del producto en el mercado esmeraldeño.
2. Identificar proveedores internacionales que cumplan las especificaciones necesarias para el proceso de importación
3. Determinar las barreras arancelarias y no arancelarias del producto a importar (máquinas vending)
4. Especificar los costos que involucran la importación de máquinas vending.

CAPÍTULO 1. Marco Teórico

1.1 Bases conceptuales

1.1.1 La economía abierta al comercio

El término “economía abierta al comercio” se refiere a cómo una economía interactúa con otras economías a través del comercio internacional y la inversión extranjera. El modelo estándar del comercio se basa en la teoría del equilibrio general, la cual busca analizar la interacción de múltiples agentes económicos (consumidores, productores y sector gubernamental), esta teoría tiene sus raíces en el trabajo de varios economistas destacados como David Ricardo quien desarrolló la teoría de la ventaja comparativa, luego el modelo ricardiano fue perfeccionado por Heckscher y Ohlin en las décadas de 1920 y 1930 y por último Krugman en 1979 superó las limitaciones del modelo de Heckscher-Ohlin debido a que formuló la “Nueva teoría del comercio” (Krugman y Obstfeld, 2006).

Teniendo en cuenta que la teoría desarrollada por Krugman toma en consideración la existencia de barreras comerciales y la importancia de la geografía y la institucionalidad en el comercio internacional, para Krugman y Obstfeld (2006) el comercio internacional no solo se basa en la ventaja comparativa, sino que el comercio va a permitir la especialización y la producción a gran escala, lo que da como resultado precios más bajos y mayor diversidad de productos.

1.1.2 Importación

La importación se la puede definir como el acto de comprar o adquirir bienes, productos o servicios procedentes de otro país u otro mercado para posteriormente ser utilizados en su territorio. Según Kiziryan (2024) la importación es la compra de bienes y servicios que hace un país a otro para luego usarlo en su territorio. Pero las importaciones están enmarcadas dentro del comercio internacional que se lo puede definir como el intercambio de bienes y servicios entre los

diferentes países sin importar su ubicación geográfica. Para López (2024) el comercio internacional es la actividad económica que está enfocada en el intercambio de productos, bienes o servicios entre los países del mundo.

1.1.3 Comercio internacional

El comercio internacional permite a los países el acceso a bienes, productos y servicios que no se producen dentro de su territorio o que por alguna circunstancia no pueden ser producidos de manera eficiente. Asimismo, el comercio también apoya a la producción nacional, ya que proporciona acceso a esos insumos y materias primas que no se producen en el país, lo que ayudaría a producir bienes y servicios de buena calidad a las empresas nacionales.

No obstante, los cambios en las políticas comerciales, la fluctuación en los mercados financieros y aparición de nuevas tecnologías también tienen un impacto en el comercio internacional. Los actores involucrados en estas tendencias deben adaptarse constantemente porque tienen un gran impacto en la economía global (Bowler, 2019).

Así también, el comercio internacional ha sido un aspecto clave para que la economía de los países se desarrolle. Además, de permitir el acceso a nuevos mercados lo que ayuda a que se den las oportunidades de crecimiento y desarrollo de los países. Así como la transferencia de tecnología y de conocimientos que aportan a que exista mejora en la productividad y la competitividad de las empresas.

1.1.4 Factibilidad de las actividades comerciales internacionales

El comercio internacional es un proceso que involucra la interacción entre diferentes países y empresas para que exista el intercambio de bienes y servicios (Calderon, 2023). Sin embargo,

antes de que un país pueda importar un bien de otro país, se debe evaluar la factibilidad de importación.

La capacidad de un país para importar productos de otro país se conoce como factibilidad de importación, basándose en factores como la disponibilidad de recursos, la infraestructura, la legislación y la capacidad de pago. Para Gonzalez (2024) la factibilidad se refiere al análisis y evaluación de la viabilidad o probabilidad de que un proyecto, idea o propuesta se lleve a cabo. Mientras que para Sy Corvo (2024) la factibilidad es un estudio que describe lo fácil o lo complejo que puede ser iniciar un proyecto, teniendo en cuenta que se debe establecer una meta en el trabajo considerando la factibilidad de lograrlo a largo plazo y si merece la pena invertir en dicho proyecto.

1.1.5 Máquinas vending

Para Gallego (2020) las máquinas vending o expendedoras son aquellas que proporcionan productos de cualquier tipo a cambio de un pago, por lo general están ubicadas en sitios concurridos y que no necesitan la presencia de un vendedor. Le permiten al consumidor obtener productos de forma rápida y sencilla y a cualquier hora del día debido a que operan las 24 horas del día. Las máquinas aceptan diferentes medios de pago como monedas, billetes y tarjeta.

1.1.6 El estudio de mercado

La toma de decisiones informadas es esencial en el mundo empresarial para el éxito. Sin embargo, este puede ser un proceso complicado y arriesgado, especialmente cuando se trata de introducir un producto o servicio a un mercado nuevo. Aquí es donde cumple un rol fundamental el estudio de mercado, que es una investigación exhaustiva que busca comprender los comportamientos y necesidades de los consumidores, recopilando y analizando datos basado en un proceso sistemático y científico. De Miguel Galván (2024) describe al estudio de mercado como un procedimiento de investigación que consiste en examinar minuciosamente un mercado o

industria particular, con el propósito de obtener información detallada y relevante acerca del consumo, tendencias y competencia de dicho mercado. Para Salesforce LATAM (2024) el estudio de mercado se trata de un análisis sistemático y abarcador de las tendencias, condiciones y características de un mercado. Esta herramienta tiene como objetivo la recopilación de datos valiosos para identificar las amenazas potenciales y las oportunidades de negocios.

1.1.7 Proveedores, aliados estratégicos en la cadena de suministros global

En el contexto del estudio de mercado, es muy importante comprender que los proveedores son una parte fundamental en el proceso del comercio internacional. Un proveedor es una empresa u organización que suministra de bienes o servicios a otras empresas u organizaciones llamadas compradores o clientes (Miñan, 2024). Es importante analizar a los proveedores como fuentes de oferta de bienes y servicios que pueden influir sobre la oferta y demanda de un mercado.

Según Frederick (2021) los proveedores son personas naturales o jurídicas que dotan de suministros o servicios a una empresa o emprendimiento con fines de venta y comercialización o para su transformación en un proceso productivo. De esta manera, los proveedores juegan un papel fundamental dentro de la cadena de suministro global, permitiendo que exista una diversificación de esta y que aporte a mejorar la calidad e innovación en la fabricación de productos.

1.1.8 Barreras al comercio internacional: Desafío para las empresas

El proceso de importación y exportación de bienes y servicios no siempre es sencillo y sin complicaciones. En este sentido, las barreras al comercio internacional hacen referencia a aquellos obstáculos y restricciones que dificultan o inhiben el flujo de bienes y servicios entre los países. Estas barreras pueden ser de naturaleza política, económica, social o tecnológica y pueden tener un impacto negativo sobre el comercio exterior (Martínez, 2014).

En Ecuador, según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010), se aplican dos tipos de barreras para regular el comercio exterior: las arancelarias y las no arancelarias. Dentro de las barreras arancelarias se encuentran los aranceles Ad-valorem que es un porcentaje sobre el valor CIF de las mercancías. Los aranceles específicos es un importe fijo por unidad de medida independientemente del valor de la mercancía; y los mixtos que son una combinación de aranceles ad-valorem y específicos.

Por otro lado, las barreras no arancelarias son medidas que buscan limitar el ingreso de mercancías sin incurrir a tarifas, estas pueden ser licencias de importación, normas técnicas, restricciones sanitarias y fitosanitarias, certificados y permisos.

Para Westreicher (2020) la función de las barreras arancelarias es el aumento de los costos o la prohibición definitiva de las transacciones con el exterior. En este sentido, dichas barreras representan un impacto multifacético significativo en el comercio internacional. Los costos de importación y exportación aumentan como resultado de estas barreras, lo que afecta directamente a la competitividad de las empresas al encarecer sus productos y reducir el margen de sus ganancias.

1.1.9 Costos en importaciones

Los costos de importación engloban todas las tarifas relacionadas al traslado de productos desde un país extranjero al mercado local donde serán comercializados. Estos costos pueden variar considerablemente según el tipo de mercancía, la ruta de transporte y las normativas tanto del país de origen como del país receptor.

Según Castro (2024) los costos de importación son valores adicionales a los que se incurren al momento de realizar la importación de productos. Existen dos tipos de costos, directos e indirectos:

Directos:

1. Costos de producción
2. Costos de embalaje
3. Costos de transporte
4. Costos de seguro
5. Aranceles e impuestos de exportación

Indirectos:

1. Costos administrativos
2. Costos financieros
3. Costos de almacenamiento
4. Costos de tramitación aduanera

1.2 Antecedentes

Un informe realizado por Mondelēz International (2023) determinó que 9 de cada 10 adultos consumen snacks, y el 46% aumentó su consumo. Las personas que trabajan desde casa con un 62% y los millenials con un 56%, representan al target con mayor consumo. Un estudio realizado por Dichter y Neira (2023) demuestra que el comportamiento de los consumidores cuando van a hacer compras en las tiendas ecuatorianas el 78% de las mismas se centran en una sola categoría. Las cinco categorías más compradas en las tiendas son las gaseosas o bebidas carbonatadas, snacks, agua embotellada, cigarrillos y las cervezas.

En cuestión de importación de máquinas expendedoras a consumo, Espinal (2024) con su estudio hizo análisis del proceso de importación al consumo de máquinas expendedoras desde China a Ecuador. Consideró elementos claves como la clasificación arancelaria, los términos de negociación (Incoterms), entre otros. Los resultados de sus cálculos demostraron que era viable y rentable como importador ecuatoriano. Destacando que el acuerdo comercial entre Ecuador y China facilita este tipo de operaciones de importación.

Por otra parte, un estudio sobre los posibles impactos de un acuerdo comercial entre el Ecuador y China menciona que Ecuador tendría contaría con beneficios ya que se aumentarían las exportaciones ecuatorianas a China, principalmente de los productos primarios, otro beneficio sería la inversión extranjera directa de China lo que incrementaría el crecimiento económico y empleo en Ecuador. También facilitaría el acceso a insumos y bienes de capital importados de China a menor precio, lo que mejoraría la competitividad de las empresas ecuatorianas (Durán y Morales, 2024).

En una investigación realizada por Cabezas (2019) en sobre un plan de negocio para crear una empresa importadora y distribuidora de máquinas expendedoras de alimentos para mascotas

desde China. El análisis financiero del plan de negocios demostró que el proyecto si era rentable con una inversión inicial de \$67,346, con un período de recuperación de 4.21 años, un VAN de \$90,965.20 y una TIR de 19.21%. Esto indica que el proyecto tiene un alto potencial de aceptación y éxito en el mercado objetivo, lo que resulta ser atractivo para inversionistas.

Un estudio realizado por Guzman y Gonzales (Guzman y Gonzales, 2021), desarrollaron un plan de importación de artículos de celebración desde China para poder aumentar las ganancias de la empresa “GloboMania”, en su plan lograron detallar los costos y estrategias para poder importar artículos directamente desde el mercado chino. El análisis financiero demostró que la implementación del plan de importación le permitiría reducir significativamente los costos de adquisición de productos, lo que se traduciría en un incremento en el margen de sus ganancias.

De acuerdo con una investigación para determinar el patrón de consumo, las actitudes y tendencias de los alimentos de máquinas dispensadoras en un campus universitario, arrojó que la mayoría de los participantes compraban alimentos de máquinas dispensadoras al menos una vez por semana, y que las bebidas azucaradas y los snacks altos en grasas, azúcares son los artículos más comúnmente adquiridos desde las máquinas dispensadoras (Hasan et al., 2021).

1.3 Marco legal

Constitución del Ecuador

Según la Constitución de la República del Ecuador (2008) en el marco legal del Régimen de Desarrollo, en su cuarto capítulo de Soberanía Económica, dentro de este capítulo se encuentra en la sección séptima de Política comercial, esta sección establece las directrices y objetivos para la gestión del comercio exterior del país. En el art. 305 de la sección de Política comercial hace

alusión que la regulación de los aranceles y la determinación de sus niveles es una atribución exclusiva del Poder Ejecutivo. Esto significa que solo esta rama del gobierno tiene la autoridad para establecer y modificar los aranceles, asegurando así una gestión centralizada y coherente de las políticas del país.

Agente de aduanas

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión, 2010) agente de aduanas es una persona natural o jurídica que, con una licencia otorgada por el director o directora General del Servicio Nacional del Ecuador, está autorizada para gestionar habitualmente el despacho de mercancías en nombre de otros. La licencia tiene una duración de 5 años y puede ser renovada por el mismo periodo.

Regímenes de Importación

En Ecuador, según el Código Orgánico de la producción los regímenes aduaneros de importación (2010) son las clasificaciones que definen las condiciones bajo las cuales se pueden introducir mercancías al país. Las mercancías pueden ser tratadas por los regímenes de importación, en este caso el régimen de importación a utilizarse para la investigación es el de Importación para el consumo, que pertenece a los regímenes de no transformación:

1. Importación para el Consumo (Régimen 10, Art. 147): Este régimen permite la entrada permanente de las mercancías al país. Después de cumplir con las obligaciones tributarias aduaneras, las mercancías pueden moverse libremente dentro del territorio ecuatoriano.

Declaración Aduanera de Importación (DAI)

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2022), define a la DAI como un formulario que recoge información general sobre la mercancía que se importa a Ecuador. Entre los datos que incluye la DAI están los pesos, puertos de origen y destino, flete y otros detalles del documento de transporte. Para realizar una importación, se debe presentar la DAI a través de un agente de aduana. La declaración puede presentarse físicamente o de forma electrónica, desde quince días antes de la llegada del transporte y hasta treinta días después de su arribo.

Modalidades de aforo

De acuerdo con el Art. 140 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, el aforo se define como el proceso de determinación tributaria llevado por la Administración Aduanera. Este proceso se efectúa mediante la verificación electrónica, física, o documental del origen, naturaleza, valor, cantidad, medida, peso y clasificación arancelaria de la mercancía

Las modalidades establecidas en Ecuador son las siguientes:

El aforo automático se basa en el análisis de perfiles de riesgo y no requiere intervención física. El sistema evalúa automáticamente si la mercancía cumple con las normativas. En el documental se revisa la documentación presentada, como notas explicativas y normas de clasificación arancelaria. El físico (intrusivo o no intrusivo) implica la inspección física de la mercancía, que puede ser intrusiva (abriendo contenedores) o no intrusiva (si abrirlos) (Reglamento COPCI, 2010).

CAPÍTULO 2. Metodología

2.1 Contextualización

Esta investigación se desarrolló en la provincia de Esmeraldas. Con esta investigación se buscó evaluar la viabilidad económica, técnica de importar máquinas vending desde China y comercializarlas en Esmeraldas. Incluyó encuesta, focus group, análisis de fichas técnicas y estudios de costos y beneficios.

2.2 Método y enfoque de la investigación

En esta investigación se aplicó un método inductivo-deductivo, para Suárez (2024) el método mixto combina la observación y la experimentación con el uso de reglas y principios establecidos. La deducción implica la aplicación de reglas y principios previamente establecidos, mientras que la inducción implica la descripción de fenómenos naturales. Al aplicar este método mixto en esta investigación permitirá obtener un análisis completo y bien fundamentado basado en datos concretos y teoría bien establecida, comenzando con un plan de importación y observando casos anteriores relacionados con la importación de máquinas vending desde China. A partir de esta información, se debió identificar patrones y tendencias que fueron generalizados para el desarrollo de una estrategia clara para una importación y rentable en el mercado esmeraldeño.

También se aplicó un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. El enfoque cuantitativo permitió comprender varios aspectos del mercado a través de la recopilación de datos numéricos, utilizando muestreo representativo de la población de la provincia de Esmeraldas para la evaluación de la aceptación y demanda de las máquinas vending. De igual manera, el enfoque cualitativo ayudó a entender las preferencias y necesidades de los consumidores a través de las experiencias y particularidades sociales del público objetivo. Se

empleó un grupo focal con una muestra pequeña para obtener una comprensión más profunda de las opiniones y expectativas que tienen los consumidores.

2.3 Alcance de la Investigación

El alcance la investigación fue descriptivo, enfocado en revelar las características del mercado en Esmeraldas y se recopilaban datos relevantes para comprender el comportamiento de los consumidores con relación a la adquisición de máquinas vending. La investigación se centró en describir las condiciones actuales del mercado, la competencia existente y las preferencias de los consumidores locales para determinar la factibilidad de importación de las máquinas vending.

2.4 Diseño o tipo de Investigación

La investigación fue de tipo no experimental ~~y descriptivo~~, ya que no se manipularon las variables de estudio. Se observó y analizó la situación actual del mercado de Esmeraldas respecto a la viabilidad de importar y comercializar maquinas vending desde el mercado chino, proporcionando una visión clara y objetiva de las oportunidades y desafíos sin alterar la dinámica natural del mercado.

2.5 Población – muestra

Según datos del INEC (2010), la provincia de Esmeraldas tiene una población total de 534.092 habitantes, para esta investigación se tomó en cuenta solo a la población económicamente activa de Esmeraldas (PEA), en Esmeraldas 203.454 habitantes hacen parte de esta población.

La investigación estuvo dirigida a un público objetivo que viven en la provincia de Esmeraldas, a personas entre 18 y 60 años con un poder adquisitivo medio – alto debido a que serán las personas que se encontrarían en la capacidad adquisitiva de poder realizar la compra de los productos a ser comercializados en las máquinas vending.

Para el cálculo de la muestra finita Murray y Larry (2005) establece la siguiente fórmula:

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

Donde:

n= es el tamaño de la muestra que se busca

N= es el tamaño del universo a estudiar

Z= es el valor que se obtiene a través de niveles de confianza. Si el nivel de confianza es del 95% el valor Z es igual a 1.96.

p= proporción esperada o de éxito

e= límite de error admisible.

Datos:

n=?

N=203.454

Z=1.96 con un porcentaje de confianza de 95%

p=0,5

e=6% 0.06

$$n = \frac{203.454 \times 1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{(203.454 - 1) \times 0,06^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)} = 267 \text{ es el tamaño de la muestra}$$

El cálculo arrojó que el número de encuestados sería de 267 personas entre los 18 y 60 años.

También se organizó un focus group compuesto por 5 personas, incluyendo a estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas. Este grupo proporcionó información cualitativa valiosa, permitiendo una comprensión más profunda de las percepciones y expectativas de los stakeholders clave en el mercado.

2.6 Técnicas e instrumentos

Para esta investigación se utilizaron varias técnicas e instrumentos con el fin de recopilar datos relevantes y obtener una comprensión integral del mercado esmeraldeño.

Se aplicó una encuesta lo que aportó datos cuantitativos, y focus group que permitió hacer un análisis de las preferencias del mercado objetivo.

Y la recopilación de fichas técnicas de proveedores de máquinas vending a través de plataformas online. Estas fichas proporcionaron datos técnicos y especificaciones necesarias para evaluar la viabilidad y características de las máquinas vending disponibles en el mercado chino, asegurando que cumplan con los requisitos y estándares necesarios para su posterior comercialización en Esmeraldas.

De la misma manera se utilizó la revisión documental. Para ello se empleó las fichas de clasificación arancelaria, y una ficha de cálculo de costos de importación

2.7 Procedimientos de análisis de datos

Tabla 1

Procedimiento para el análisis de datos de la encuesta

Encuesta	
Preparación	Se recolectarán y consolidarán todas las respuestas en un solo archivo único. Luego se procederá a la limpieza de datos, corrigiendo errores y

	eliminando valores atípicos. Se realizará la codificación de respuestas cualitativas para facilitar el análisis.
Ejecución	Se crearán tablas y gráficos para visualizar la información categórica y numérica
Análisis	Se ejecutará un análisis para determinar cómo las variables independientes afectan la viabilidad de importar máquinas vending. Los resultados se interpretarán para extraer conclusiones sobre la factibilidad del proyecto.

Tabla 2

Procedimiento para el análisis de datos de focus group

Focus Group	
Preparación	Se realizará el guion de las preguntas, luego se organizará la sesión de focus group, asegurando la participación de representantes de hoteles y universidades. Se grabarán las discusiones y se tomarán notas detalladas para capturar todas las opiniones respectivas relevantes.
Ejecución	Se realizará un análisis temático para identificar patrones y temas recurrentes en las respuestas de los participantes. Se examinarán las opiniones sobre la viabilidad del proyecto.
Análisis	Se interpretarán los hallazgos para comprender la perspectiva de los representantes de hoteles y universidades sobre la importación de máquinas vending. Se destacarán las conclusiones claves.

Tabla 3

Procedimiento para el análisis de revisión documental

Revisión Documental	
Preparación	Se buscarán fichas técnicas de máquinas vending consideradas para la importación. Cada ficha debe contener información detallada sobre características técnicas, especificaciones, costos y otros aspectos relevantes. Se realizará una organización sistemática de las fichas técnicas, asegurando que toda la información esté completa y actualizada.
Análisis	Se compararán las fichas técnicas para identificar diferencias y similitudes en términos de características, precios y funcionalidades.
Interpretación	Se extraerán conclusiones sobre la viabilidad de importación de las maquinas en relación con las necesidades del mercado en Esmeraldas. Se evaluarán factores como costos de adquisición, la eficiencia operativa y la adecuación de condiciones locales.

CAPÍTULO 3. Análisis e interpretación de resultados

3.1 Estudio de mercado

3.1.1 Encuesta

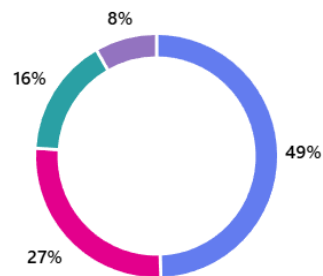
Tomando como base una población de 203,454 habitantes en la provincia de Esmeraldas, se diseñó una encuesta dirigida a una muestra de 267 personas. Estas respuestas corresponden al público objetivo residentes de Esmeraldas, con edades entre los 18 y 60 años, poder adquisitivo medio e interés en la comodidad y accesibilidad que brindan las máquinas vending.

La figura 1 muestra que el grupo de 18 a 29 años es el más representativo, con un 49% de las encuestas. Le siguen los grupos de 30 a 39 años con el 27%, de 40 a 49 con 16% y 50 a 60 años con el 8% restante. Aunque los grupos de mayor edad tiene menor representación, aún son relevantes para el estudio. Este perfil demográfico sugiere que el público objetivo principal para las máquinas vending en Esmeraldas son personas jóvenes y adultas, quienes probablemente están más familiarizados con la tecnología y tienen un estilo de vida que valora la conveniencia y la rapidez en la adquisición de productos.

Figura 1

Rango de edad de encuestados

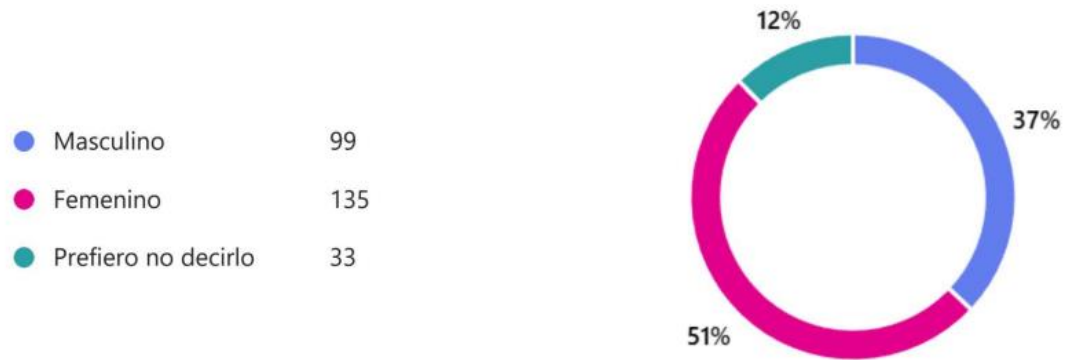
● 18 - 29 años	132
● 30 - 39 años	71
● 40 - 49 años	42
● 50 - 60 años	22



En la figura 2 se observa que las mujeres representaron el 51% de los encuestados, mientras que los hombres alcanzaron el 37%. Un 12% prefirió no especificar su género. Aunque las mujeres son mayoría, el porcentaje de hombres es significativo, por lo que no se debe excluir a este grupo del público objetivo.

Figura 2

Género



El 91% de los encuestados demostró conocer las máquinas vending, y un 64% indicaron haberlas utilizado al menos una vez. Esto sugiere que existe un nivel de familiaridad con este tipo de tecnología en Esmeraldas.

Figura 3

Conocimiento sobre máquinas vending

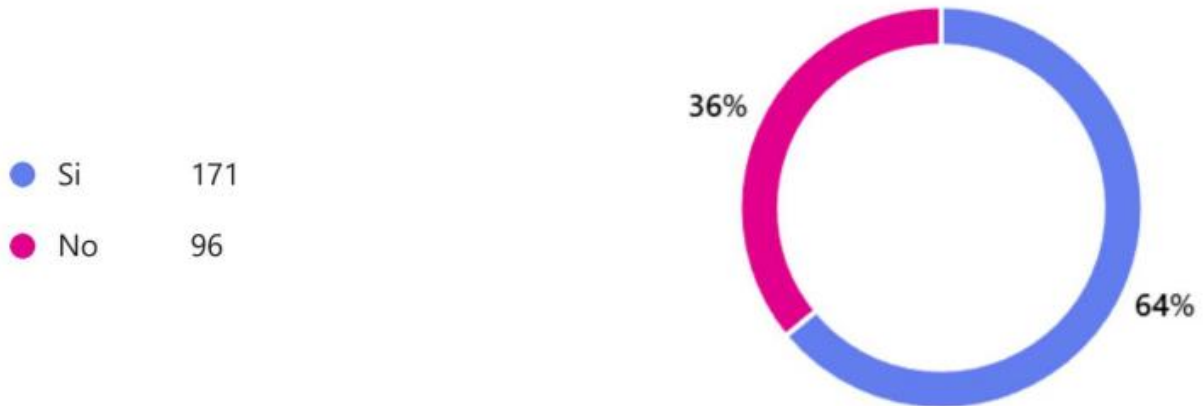


En cuanto al uso el 64% de los encuestados mencionaron que han utilizado alguna vez una máquina vending, mientras que el 36% nunca lo ha hecho. Esto quiere decir que aunque no es un

servicio completamente desconocido, aún hay un segmento importante de la población que lo ha interactuado con estas máquinas.

Figura 4

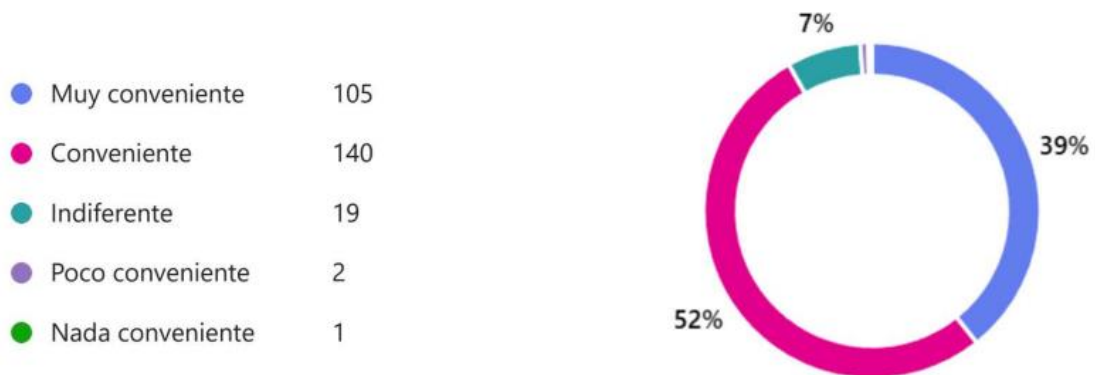
Experiencia previa con máquinas vending



La gran mayoría de los encuestados consideró que tener máquinas vending en diferentes puntos de la ciudad sería conveniente. De estos, una proporción significativa lo consideró “muy conveniente”, mientras que otra parte lo consideró simplemente “conveniente”. Solo una minoría se mostró indiferente o consideró que no sería conveniente.

Figura 5

Percepción de conveniencia de las máquinas vending en la ciudad



Los productos más solicitados son las bebidas frías (37%), seguidos de snacks y golosinas con el 32%. Las bebidas calientes las solicitan un 18% y los productos de higiene personal un 12% también tienen un interés considerable.

Figura 6

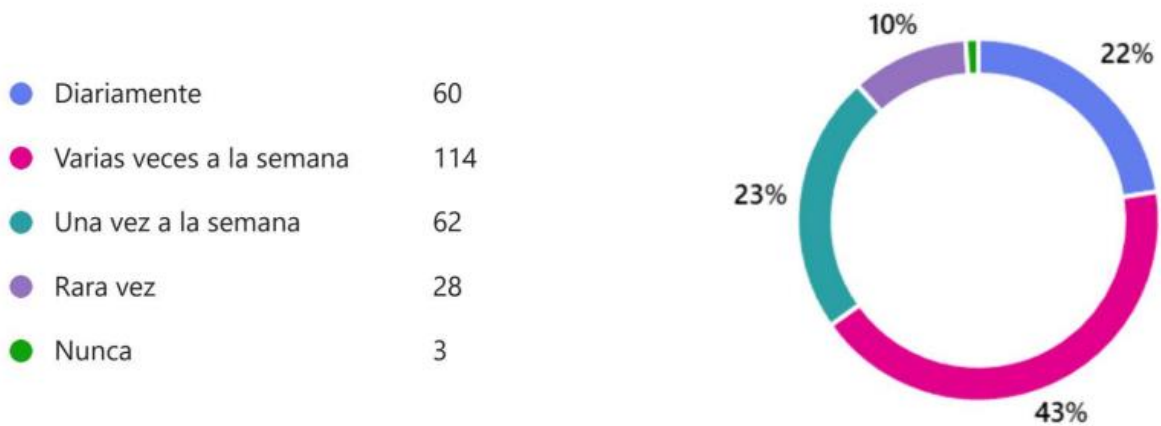
Preferencias de productos en máquinas vending



La figura 5 indica que el 43% de los encuestados usaría las máquinas varias veces a la semana, mientras que el 23% las utilizaría diariamente. Solo un pequeño porcentaje mencionó que arara vez o nunca las usaría.

Figura 7

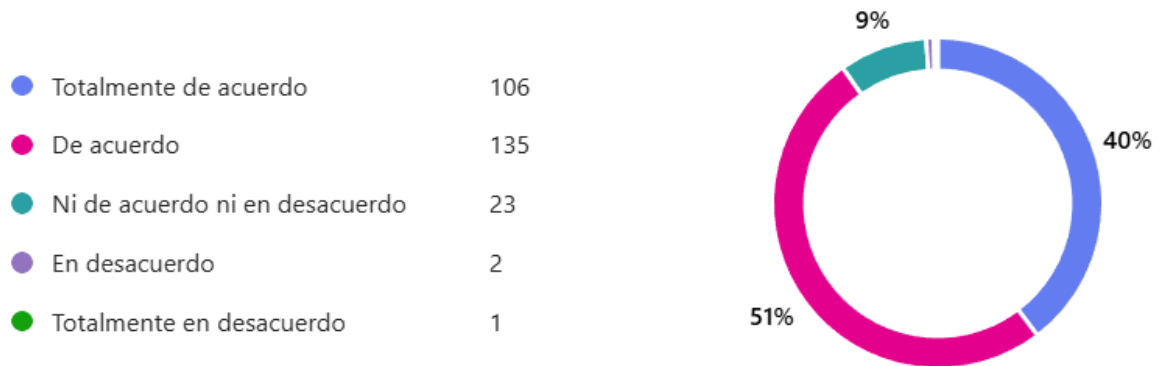
Frecuencia de uso potencial de máquinas vending



El 51% de los encuestados está de acuerdo y un 40% totalmente de acuerdo en que las máquinas vending facilitarían su vida diaria si estuvieran disponibles en su lugar de trabajo o en espacios públicos. Solo un 1% se mostró en desacuerdo.

Figura 8

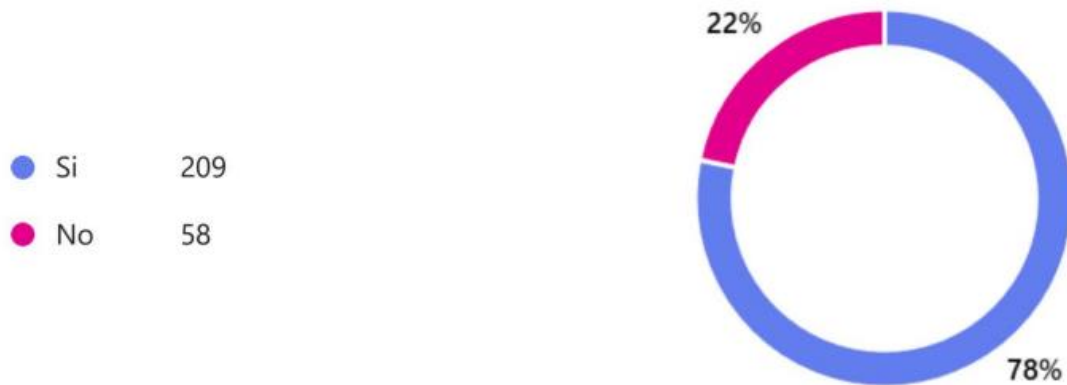
Impacto de las máquinas vending en la vida diaria de los encuestados



El 78% de los encuestados estaría dispuesto a pagar un precio ligeramente superior por los productos dispensados en máquinas vending en comparación con tiendas tradicionales. Este dato es muy relevante, ya que sugiere que los consumidores valoran la conveniencia y accesibilidad que ofrecen las máquinas, y están dispuestos a pagar un poco más por estos beneficios.

Figura 9

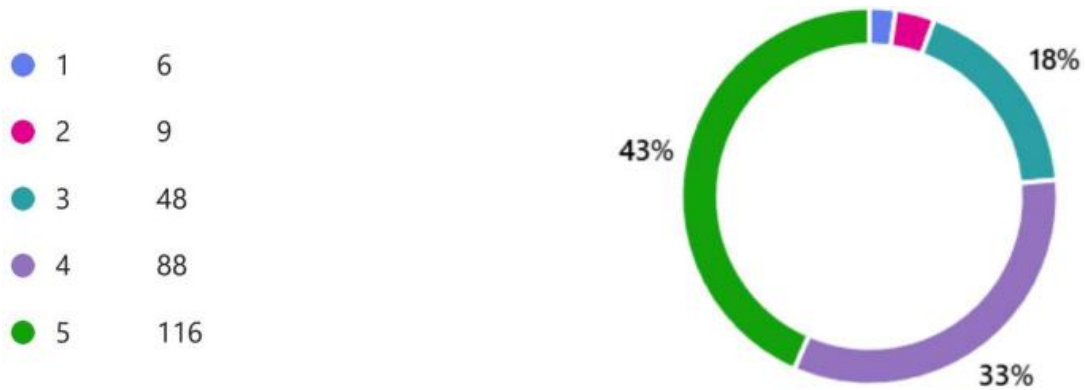
Disposición a pagar más por comodidad



En una escala del 1 al 5, donde 1 es nada seguro y 5 es muy seguro, el 43% de los encuestados se sentiría muy seguro (5) utilizando una máquina vending, mientras que el 33% se sentiría seguro (4). Solo un 18% se sentiría medianamente seguro (3). Se podría considerar que no habría una barrera significativa en términos de percepción de seguridad.

Figura 10

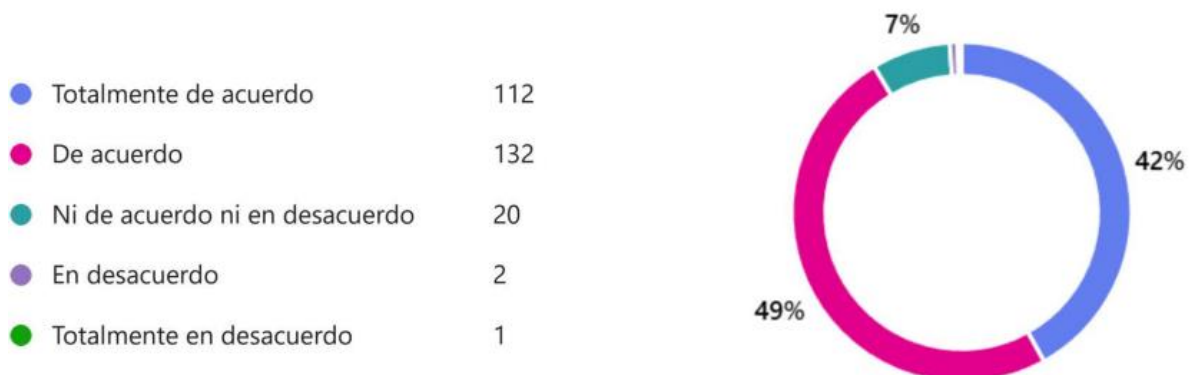
Percepción de seguridad al usar máquinas vending



La gran mayoría de los encuestados estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo en que las máquinas vending podrían ser una solución efectiva para la venta de productos en zonas de alta afluencia, como centros comerciales, hospitales y universidades. Este dato refuerza la idea de que estas máquinas podrían ser útiles en lugares con alto tráfico de personas, donde la conveniencia y la rapidez en la adquisición de productos son factores claves.

Figura 11

Potencial de máquinas vending en zonas de alta influencia



Una gran parte de los encuestados consideró que la implementación de máquinas vending en Esmeraldas podrían generar nuevas oportunidades de empleo, como mantenimiento y reposición de productos. En base a esta información podría considerarse que la creación de los empleos antes mencionados podrían ser un beneficio adicional para la comunidad.

Figura 12

Oportunidades laborales generadas por máquinas vending



La mayoría de los encuestados consideró que la procedencia (país de origen) de las máquinas es importante y muy importante en términos de calidad y confiabilidad. Solo una minoría lo consideró poco importante. Es importante asegurarse de que las máquinas vending provengan de proveedores confiables y de alta calidad para garantizar la satisfacción del cliente y su durabilidad.

Figura 13

Importancia de procedencia de máquinas vending



El 92% de los encuestados consideraron que las máquinas dispensadoras deberían aceptar múltiples métodos de pago, como tarjeta, efectivo y pagos móviles. Por lo que se debería tener en cuenta que los consumidores esperarían poder pagar de la manera que les resulte más conveniente, por lo que sería esencial que las máquinas vending ofrezcan opciones de pago variadas.

Figura 14

Preferencia por métodos de pago en máquinas vending



3.1.2 Focus group

El focus group fue una de las herramientas utilizadas en la investigación, permitiendo profundizar en las percepciones, opiniones y expectativas de los participantes sobre la implementación de máquinas vending en Esmeraldas. El objetivo principal fue analizar la viabilidad de importar máquinas vending desde China para su comercialización en esta ciudad. A través de esta técnica, se exploraron aspectos como la aceptación en el mercado, las preferencias de los consumidores, las expectativas sobre productos y servicios, y los posibles desafíos que podrían surgir al introducir estas máquinas en la ciudad.

Para el focus group se contó con la presencia de 5 personas, con edades entre 18 y 60 años, lo que permitió captar una perspectiva diversa y representativa de distintos segmentos de la población. Entre los participantes se encontraban estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Esmeraldas, así como individuos de diferentes perfiles socioeconómicos y ocupaciones.

Sección 1: Conociendo al mercado

El grupo de participantes que participaron en el focus group son personas que viven actualmente en la provincia de Esmeraldas. La mayoría de los participantes tienen responsabilidades laborales o académicas, lo que refleja un perfil activo y comprometido con su entorno. Los participantes mostraron conocimiento previo sobre las máquinas vending, destacando su uso en ciudades más grandes como Guayaquil y Quito.

La mayoría ha interactuado con estas máquinas en centros comerciales, universidades y hospitales, principalmente para adquirir bebidas, golosinas y productos básicos. Sin embargo, también expresaron la necesidad de diversificar los productos ofrecidos, sugiriendo la inclusión de

artículos como alimentos nutritivos, medicamentos de primera necesidad e incluso insumos como vendas o alcohol. Esta percepción refleja una demanda potencial por soluciones prácticas que satisfagan necesidades específicas en lugares estratégicos como colegios, terminales de transporte y áreas públicas con alta afluencia de personas.

Además, los participantes valoraron la conveniencia de las máquinas vending, destacando su utilidad en situaciones donde el tiempo es limitado. Consideraron que su implementación en Esmeraldas podría ser beneficiosa, siempre que se adapten a las necesidades locales y se instalen en lugares accesibles. Aunque mostraron preocupaciones sobre la seguridad de las máquinas en espacios públicos debido a la delincuencia, coincidieron en que podrían generar ingresos significativos si se gestionan adecuadamente.

Sección 2: Explorando la factibilidad

La percepción sobre la calidad de productos importados desde China fue mixta pero mayoritariamente positiva. Los participantes reconocieron que los productos chinos abarcan una amplia gama de estándares, desde opciones económicas hasta alternativas de alta calidad, especialmente en tecnología. Esto genera confianza en la posibilidad de importar las máquinas vending desde China, siempre que se priorice la calidad y se realice un estudio previo del proveedor.

Sin embargo, surgieron preocupaciones sobre la logística y la seguridad, tanto en términos de delincuencia como de estabilidad económica local, lo que podría dificultar la implementación de este tipo de tecnología en Esmeraldas. A pesar de estos desafíos, los participantes consideraron que la provincia estaría preparada para recibir las máquinas vending, siempre que se ubiquen en lugares seguros como centros comerciales, universidades o instituciones públicas y privadas.

También se destacó la importancia de educar a la población sobre el uso de estas máquinas para fomentar su aceptación. En general, existe un consenso sobre el potencial rentable de este negocio, aunque se reconoce la necesidad de superar barreras logísticas y de seguridad para garantizar su éxito.

Sección 3: Costos y Beneficios

Los participantes coincidieron en que pagar un precio ligeramente más alto por la conveniencia de usar una máquina vending sería justificable, siempre que esta ofrezca productos de calidad y esté bien mantenida. Expresaron que el ahorro de tiempo y movilización compensa el costo adicional, especialmente en lugares como universidades, terminales de transporte y centros de trabajo.

Además, señalaron que las máquinas vending podrían adaptarse a las preferencias del público, ofreciendo alternativas que no siempre están disponibles en tiendas tradicionales. Por ejemplo, mencionaron que en universidades o colegios podrían vender productos específicos que no se encuentren en bares o cafeterías cercanas.

La idea de invertir en este tipo de negocio generó entusiasmo entre los participantes, quienes lo consideraron una oportunidad para introducir una solución innovadora en el mercado esmeraldeño. Reconociendo que, con un estudio de mercado adecuado, este tipo de negocio podría expandirse rápidamente debido a alta demanda de productos convenientes.

Aunque admitieron que los costos iniciales de importación e implementación podrían ser un obstáculo, también destacaron que las máquinas son relativamente accesibles y ofrecen un retorno de inversión rápido, lo que las convertiría en una opción atractiva para emprendedores locales.

Sección 4: Presentación del Concepto

Cuando se les presentó el concepto de máquinas vending como dispositivos versátiles que pueden vender desde snacks hasta artículos de primera necesidad, los participantes destacaron su potencial para satisfacer necesidades específicas en diferentes contextos. Por ejemplo, mencionaron que en colegios podrían ofrecer útiles escolares, mientras que en lugares de trabajo o zonas turísticas podrían incluir productos como medicamentos o alimentos nutritivos.

Además, valoraron características innovadoras como el pago con tarjeta o mediante aplicaciones móviles, aunque expresaron preocupaciones sobre la seguridad de estas transacciones. Algunos surgieron de que la implementación de sistemas de pago digital podría aumentar la comodidad, pero también destacaron la necesidad de garantizar la protección de datos personales.

En general, los participantes coincidieron en que las máquinas vending tendrían una buena recepción en Esmeraldas, especialmente debido a la novedad que representan y su capacidad para brindar servicios prácticos en lugares estratégicos. Destacaron que la provincia, siendo un destino turístico, podría beneficiarse enormemente de esta tecnología, ya que facilitaría el acceso a productos básicos en áreas donde no hay tiendas cercanas.

3.2 Identificación de proveedores internacionales

En esta investigación también se aplicó el análisis documental, que se basó en la revisión de fichas técnicas de proveedores de máquinas vending en la plataforma Alibaba, identificando tres proveedores con opciones viables para la importación.

Tabla 4*Ficha técnica de proveedor de máquinas vending en Alibaba*

Indicadores	Detalle
Años en la plataforma	Guangzhou Funspace Technology Co., Ltd. Es un proveedor de servicios profesional chino de equipos de entretenimiento con solución completa. Fundada en 2009, llevan 13 años en la plataforma.
Proveedor verificado	Si
Historial del pedido	134 pedidos
Perfil de empresa	La empresa sirve a más de 3.000 parques de atracciones y parques interiores en todo el mundo, proporcionando Soluciones y servicios para el diseño, planificación y explotación de todo el parque de atracciones. Tiene un parque industrial independiente de 20.000 metros cuadrados, incluyendo más de 10.000 metros cuadrados de talleres de producción. Todo el taller implementa una producción refinada y se gestiona estrictamente de acuerdo con el modo de taller 5S y el sistema de gestión de calidad ISO9001, con una producción anual de más de 10,000 juegos de equipos de juego.
Mercados principales	América del Norte (20%), América del Sur (15%), Medio Oriente (15%)
Capacidad de suministro	4 líneas de producción y posee una producción total anual de 7000 unidades
Trabajadores	104 miembros del personal
Condiciones de entrega y modalidad de pago	Condiciones de entrega: FOB, CIF, EXW, CFR, FCA, FAS, CPT, CIP, DAF, DES Modalidades de pago : L/C, TT, Credit Card, Cash, West Union, MoneyGram, Paypal
Puerto cercano	Puerto de Guangzhou, Puerto Shenzhen
Monedas de pago aceptadas	USD, YUAN
Plazo medio de entrega	30 días

Fuente: *Alibaba (Guangzhou Funspace Technology Co. Ltd.)*

Tabla 5*Ficha técnica de proveedor de máquinas vending en Alibaba*

Indicadores	Detalle
Años en la plataforma	Hunan Afen Vending Machine Co., Ltd. es una empresa de alta tecnología, especializada en el desarrollo, producción y comercialización de productos relacionados en el campo de la tecnología de autoservicio. Lleva 8 años en la industria.
Proveedor verificado	Si
Historial del pedido	147 pedidos
Perfil de empresa	Hunan AFEN Vending Machine Co., Ltd. es un líder en el diseño y fabricación de máquinas expendedoras automatizadas en China. Con un fuerte enfoque en la innovación y la tecnología, ofrecemos soluciones de autoservicio para satisfacer las demandas del comercio minorista moderno.
Mercados principales	Mercado interno (50%), America del Norte (5%), America del Sur (3%), Medio Oriente (5%)
Capacidad de suministro	Producción total anual 40000 unidades
Trabajadores	234 miembros
Condiciones de entrega y modalidad de pago	Condiciones de entrega: FOB, CIF, EXW, CFR, FCA, FAS, CPT, CIP, DAF, DES Modalidades de pago : L/C, TT, Credit Card, Cash, West Union, MoneyGram, Paypal, Moneybookers
Puerto cercano	Puerto de Shanghai
Monedas de pago aceptadas	USD, YUAN
Plazo medio de entrega	35 días

Fuente: *Alibaba (Hunan Afen Vending Machine Co., Ltd.)*

Tabla 6*Ficha técnica de proveedor de máquinas vending en Alibaba*

Indicadores	Detalle
Años en la plataforma	Hunan TCN Vending Machine Co., Ltd. es un destacado fabricante de máquinas expendedoras en China, lleva 9 años en la plataforma
Proveedor verificado	Si
Historial del pedido	200 pedidos
Perfil de empresa	Hunan TCN Vending Machine Co., Ltd. es un destacado fabricante de máquinas expendedoras en China, conocido por su compromiso con la innovación y la calidad. Nos especializamos en ofrecer soluciones de autoservicio que mejoran la experiencia de compra en diversos entornos comerciales.
Mercados principales	América del Norte (12%), América del Sur (9%), Europa Occidental (9%)
Capacidad de suministro	15 líneas de producción, máquinas de producción 150
Trabajadores	368 miembros
Condiciones de entrega y modalidad de pago	Condiciones de entrega: FOB, CIF, EXW Modalidades de pago : L/C, TT
Puerto cercano	Puerto Shenzhen
Monedas de pago aceptadas	USD, YUAN
Plazo medio de entrega	30 días

Fuente: *Alibaba (Hunan TCN Vending Machine Co., Ltd.)*

3.3 Identificación de barreras arancelarias y no arancelarias.

A continuación, se presentan las fichas técnicas que detallan la clasificación arancelaria de las máquinas vending.

Tabla 7

Clasificación arancelaria de la máquina dispensadora de snacks

Indicadores	Detalle
Nombre del producto	Máquina dispensadora de snacks
Características del producto	Plataforma integral de venta automatizada que permite la distribución instantánea de productos alimenticios y bebidas, combinando diseño ergonómico, tecnología de punta para ofrecer una experiencia de compra rápida, segura y eficiente en diversos entornos comerciales.
Función	Dispositivo diseñado para realizar ventas automatizadas, optimizar puntos de distribución comercial, reducir costos operativos, proporcionar acceso instantáneo a productos
Sección	XVI Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos
Capítulo	Capítulo 84: Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos
Partida	PARTIDA: 84.76 Máquinas automáticas para la venta de productos (por ejemplo: sellos (estampillas), cigarrillos, alimentos, bebidas), incluidas las máquinas para cambiar moneda (+).
Subpartida	SUBPARTIDA: 8476.89.00.00 - - Las demás
Nota explicativa	<p>Nota explicativa de subpartida.</p> <p>La expresión máquinas automáticas para la venta de productos designa los diversos aparatos que suministran una mercancía cuando se introducen en ellas una o varias monedas, una ficha o una tarjeta magnética por una ranura preparada al efecto. Esta partida se refiere a los aparatos que no están comprendidos más específicamente en otra partida de la Nomenclatura. En el contexto de esta partida, el término «venta» se refiere al intercambio «monetario» entre el comprador y la máquina con el fin de adquirir un producto. Se excluyen de esta partida las máquinas que dispensan un producto pero que no tienen un dispositivo de aceptación de pago.</p> <p>Subpartidas 8476.21 y 8476.29</p> <p>La expresión «máquinas automáticas para venta de bebidas» alcanza a cualquier máquina automática para vender bebidas (café, té, jugo de frutas,</p>

	bebidas alcohólicas, etc.) bien listas para su consumo en una taza o en cualquier otro recipiente (por ejemplo: botes, botellas y envases de cartón), bien distribuyendo separada y simultáneamente polvos instantáneos y agua caliente o fría.
Arancel Ad-Valorem	5%
Arancel Especifico	0%
FODINFA	0,50%
IVA	15%
ICE	0%
Liberación Tributaria	100%
Prohibición	Prohibida importación de Corea del Norte según Resolución No. 2397 (2017) del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas
Reglamentos INEN	No requiere ningún Reglamento INEN

Fuente: *Arancel de Importaciones del Ecuador - PUDULECO*

Tabla 8

Clasificación arancelaria de la máquina dispensadora de bebidas

Indicadores	Detalle
Nombre del producto	Máquina dispensadora de bebidas
Características del producto	Plataforma integral de venta automatizada que permite la distribución instantánea de productos alimenticios y bebidas, combinando diseño ergonómico, tecnología de punta para ofrecer una experiencia de compra rápida, segura y eficiente en diversos entornos comerciales.
Función	Dispositivo diseñado para realizar ventas automatizadas, optimizar puntos de distribución comercial, reducir costos operativos, proporcionar acceso instantáneo a productos.
Sección	XVI Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos
Capítulo	Capítulo 84: Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos

Partida	PARTIDA: 84.76 Máquinas automáticas para la venta de productos (por ejemplo: sellos (estampillas), cigarrillos, alimentos, bebidas), incluidas las máquinas para cambiar moneda (+).
Subpartida	SUBPARTIDA: 8476.21.00.00 - - Con dispositivo de calentamiento o refrigeración, incorporado
Nota explicativa	<p>Nota explicativa de subpartida.</p> <p>La expresión máquinas automáticas para la venta de productos designa los diversos aparatos que suministran una mercancía cuando se introducen en ellas una o varias monedas, una ficha o una tarjeta magnética por una ranura preparada al efecto. Esta partida se refiere a los aparatos que no están comprendidos más específicamente en otra partida de la Nomenclatura. En el contexto de esta partida, el término «venta» se refiere al intercambio «monetario» entre el comprador y la máquina con el fin de adquirir un producto. Se excluyen de esta partida las máquinas que dispensan un producto pero que no tienen un dispositivo de aceptación de pago.</p> <p>Subpartidas 8476.21 y 8476.29</p> <p>La expresión «máquinas automáticas para venta de bebidas» alcanza a cualquier máquina automática para vender bebidas (café, té, jugo de frutas, bebidas alcohólicas, etc.) bien listas para su consumo en una taza o en cualquier otro recipiente (por ejemplo: botes, botellas y envases de cartón), bien distribuyendo separada y simultáneamente polvos instantáneos y agua caliente o fría.</p>
Arancel Ad-Valorem	5%
Arancel Especifico	0%
FODINFA	0,50%
IVA	15%
ICE	0%
Liberación Tributaria	100%
Prohibición	Prohibida importación de Corea del Norte según Resolución No. 2397 (2017) del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas
Reglamentos INEN	No requiere ningún Reglamento INEN

Fuente: *Arancel de Importaciones del Ecuador – PUDULECO*

Tabla 9*Clasificación arancelaria de la máquina expendedora de café*

Indicadores	Detalle
Nombre del producto	Máquina expendedora de Café
Características del producto	Máquina expendedora especializada en la preparación instantánea de bebidas calientes, capaz de ofrecer múltiples tipos de café, desde espresso hasta cappuccino, con opciones de personalización de ingredientes, intensidad y temperatura.
Función	Preparar bebidas de café con alta precisión, ofrecer variedad de opciones de consumo, reducir tiempos de espera, garantizar consistencia en la preparación.
Sección	XVI Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos
Capítulo	Capítulo 84: Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos
Partida	PARTIDA: 84.76 Máquinas automáticas para la venta de productos (por ejemplo: sellos (estampillas), cigarrillos, alimentos, bebidas), incluidas las máquinas para cambiar moneda (+).
Subpartida	SUBPARTIDA: 8476.21.00.00 - - Con dispositivo de calentamiento o refrigeración, incorporado
Nota explicativa	<p>Nota explicativa de subpartida.</p> <p>La expresión máquinas automáticas para la venta de productos designa los diversos aparatos que suministran una mercancía cuando se introducen en ellas una o varias monedas, una ficha o una tarjeta magnética por una ranura preparada al efecto. Esta partida se refiere a los aparatos que no están comprendidos más específicamente en otra partida de la Nomenclatura. En el contexto de esta partida, el término «venta» se refiere al intercambio «monetario» entre el comprador y la máquina con el fin de adquirir un producto. Se excluyen de esta partida las máquinas que dispensan un producto pero que no tienen un dispositivo de aceptación de pago.</p> <p>Subpartidas 8476.21 y 8476.29</p> <p>La expresión «máquinas automáticas para venta de bebidas» alcanza a cualquier máquina automática para vender bebidas (café, té, jugo de frutas, bebidas alcohólicas, etc.) bien listas para su consumo en una taza o en cualquier otro recipiente (por ejemplo: botes, botellas y envases de cartón), bien distribuyendo separada y simultáneamente polvos instantáneos y agua caliente o fría.</p>
Arancel Ad-	5%

Valorem	
Arancel Especifico	0%
FODINFA	0,50%
IVA	15%
ICE	0%
Liberación Tributaria	100%
Prohibición	Prohibida importación de Corea del Norte según Resolución No. 2397 (2017) del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas
Reglamentos INEN	No requiere ningún Reglamento INEN

Fuente: *Arancel de Importaciones del Ecuador - PUDULECO*

3.4 Costos de importación

Tabla 10

Detalles de los productos

Item	Descripción	Cantidad	Peso bruto	PA	CFR unitario uni	Total CFR	Seguro	
							Base Seguro (CFR)	T Seguro
1	Máquina expendedora de Bebidas	3	840,00	8476210000	1830	5490	5490,00	54,90
2	Máquina dispensadora de Snacks	3	840,00	8476890000	1310	3930	3930,00	39,30
3	Máquina dispensadora de Café	3	660,00	8476210000	2916	8748	8748,00	87,48
TOTAL		9	2340,00		6056	18168	18168,00	181,68

Fuente: *Proveedor (Hunan Afen Vending Machine Co., Ltd.)*

Tabla 11*Costos arancelarios*

Base imponible	Ad-valorem		Acuerdo Comercial				Especifico		
	% Ad-V	Ad-V	Tipo A. Com.	% Preferencia	Preferencia	Ad-V a Pagar	Especifico	Tipo	Esp_Cal
5544,90	5%	277,25	TLC CH-EC	100%	276,25	0,00	0		0,00
3969,30	5%	198,47	TLC CH-EC	100%	198,47	0,00	0		0,00
8835,48	5%	441,77	TLC CH-EC	100%	441,77	0,00	0		0,00
18349,68		917,48			916,48				0,00

Fodinfra		ICE			IVA		
% Fodinfra	Fond. Cal.	Base ICE	% ICE	ICE Cal.	Base IVA	% IVA	IVA Cal.
0,50%	27,72	0%	0	0%	5572,62	15%	835,89
0,50%	19,85	0%	0	0%	3989,15	15%	598,37
0,50%	44,18	0%	0	0%	8879,66	15%	1331,95
	91,75						2766,21

ISD				
Total Tributos Aduana	% ISD	Base ISD	ISD Cal.	Total Tributos + ISD
863,62	5,00%	5544,90	277,25	1.140,86
618,22	5,00%	3969,30	198,47	816,68
1376,13	5,00%	8835,48	441,77	1.817,90
2857,96			917,48	3.775,45

Fuente: Arancel de Importaciones del Ecuador – PUDULECO

Tabla 12

Costos logísticos

Costos Logísticos				
Agente de Aduana	Gastos Locales	Aforo y movimiento de contenedor	Transporte Interno	Total Costos Logísticos
181,31	35,90	33,33	125,64	376,18
129,79	35,90	33,33	125,64	324,66
288,90	28,21	33,33	98,72	449,16
600,00	100,00	100,00	350,00	1150,00

Fuente: (Gerext,2024)

Tabla 13*Utilidad y costos totales de la importación*

Utilidad				
Costos Total Imp.	Costo Total Imp/unitario	% Utilidad	Utilidad Cal unitario	P.V.U
7.061,94	2.353,98	40%	941,59	3.295,57
5.110,64	1.703,55	40%	681,42	2.384,97
11.102,54	3.700,85	40%	1.480,34	5.181,19

Fuente: *Elaboración propia*

Según la información de la tabla 10, las máquinas vending presentan costos totales de importación que varían según el tipo: \$7.061,94 para las expendedoras de bebidas, \$5.110,64 para las dispensadoras de snacks y \$11.102,54 para las de café, con costos unitarios de \$2.353,98 , \$1.703,55 y \$3.700,85, respectivamente. Con un margen de utilidad del 40%, los precios de ventas unitarios son de \$3.295,57, \$2.384,97, \$5.181,19. La rentabilidad es alta, y para mejorar la viabilidad, se podría aumentar el volumen de importaciones para reducir costos unitarios, ajustar el margen de utilidad o destacar las características innovadoras de las máquinas, siempre considerando la demanda del mercado y la competencia para asegurar precios competitivos y atractivos.

CAPÍTULO 4. Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

1. Después de haber terminado la investigación, se pudo determinar que es viable llevar a cabo la importación de las máquinas vending desde China para su comercialización en el mercado de la ciudad de Esmeraldas. Es posible la importación desde China por el afianzamiento que tiene este país como una nación industrializada con la capacidad de producir productos innovadores y a precios bajos.
2. En el estudio de mercado demostró que los habitantes de Esmeraldas muestran un interés positivo hacia las máquinas vending, especialmente en los lugares de alta afluencia. La mayoría de las personas consideran que las máquinas serían convenientes y útiles en su vida diaria, especialmente si ofrecen productos como bebidas frías, snacks y golosinas. Además, existe una buena disposición de poder pagar un precio ligeramente superior por la comodidad que ofrecen las máquinas.
3. Además, el focus group reveló una percepción positiva que los participantes tuvieron hacia las máquinas vending en Esmeraldas y resaltaron su utilidad en áreas de alta afluencia como escuelas, universidades, terminales y centros comerciales. También se valoró la conveniencia, rapidez y accesibilidad, aunque plantearon inquietudes sobre la seguridad y la logística para su instalación.
4. En cuanto a las fichas técnicas jugaron un papel esencial en la recopilación de información precisa, lo que permitió identificar proveedores que se ajustaban a los requisitos específicos para importar máquinas vending. Estos proveedores entregaron facturas proformas y packing list, facilitando el avance de la investigación y el cálculo de los costos relacionados con la importación.

5. A través del análisis de inteligencia del producto, que pudo determinar que no existen barreras arancelarias y no arancelarias aplicables a los productos objeto de estudio. En este caso las máquinas vending graban un 5% de ad-valorem pero debido a que las máquinas son de origen chino y existe el Tratado de Libre Comercio entre China – Ecuador se procede a hacer la liberación total del ad-valorem.
6. Después de realizar el cálculo de los costos asociados a la importación de máquinas vending, se evidenció que los precios finales son inferiores en comparación a los ofrecidos en el mercado nacional. Esto representa una ventaja competitiva y refuerza la conveniencia de traer este tipo de tecnología al mercado esmeraldeño.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda instalar las máquinas vending en ubicaciones estratégicas lo que maximizaría la visibilidad, la seguridad y la utilidad. Esmeraldas, siendo una provincia que concentra alta afluencia de personas en ciertas ubicaciones como terminales de transporte, playas, escuelas, universidades, lo que garantizaran un flujo constante de usuarios.

Considerar la diversificación de productos para captar diferentes segmentos de mercado. Además de snacks y bebidas, sería útil incluir artículos de primera necesidad como medicamentos básicos y útiles escolares en colegios.

Dado que las máquinas vending son relativamente nuevas en Esmeraldas, resulta crucial llevar a cabo campañas de concienciación para instruir a la población acerca de su uso y ventajas. Estas campañas podrían incluir folletos de información o incluso videos breves en redes sociales que expliquen el funcionamiento de las máquinas y que productos proporcionan.

Considerando que Esmeraldas es una provincia turística, las máquinas vending podrían desempeñar un papel clave en la mejora de la experiencia de los visitantes. La colocación de estas en puntos estratégicos como en playas, hoteles no solo favorecen a los residentes locales, sino también a los visitantes que buscan soluciones rápidas y convenientes.

Referencias

- Bowler, T. (2019, octubre 29). *Cómo ha cambiado “radicalmente” el comercio global (y qué nos puede deparar en el futuro)*. BBC. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-50214843>
- Cabezas, A. (2019). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA DE MÁQUINAS EXPENDEDORAS DE ALIMENTOS PARA MASCOTAS POR MEDIO DE UNA APLICACIÓN CELULAR DESDE CHINA EN LA CIUDAD DE QUITO. UDLA. <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/11464/1/UDLA-EC-TINI-2019-95.pdf>
- Calderon, A. (2023, abril 11). *¿Qué es el comercio internacional? Definición, historia y preguntas frecuentes*. Internacionalmente. <https://www.internacionalmente.com/comercio-internacional/>
- Castro, N. (2024, agosto 19). *Definición de Costos de Exportación e Importación*. Cubo de ideas. <https://www.cubodeideas.com/blog/negocios/definicion-de-costos-de-exportacion-e-importacion/>
- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión*. <https://www.aduana.gob.ec/gacnorm/data/CODIGO-ORGANICO-DE-LA-PRODUCCION-COMERCIO-E-INVERSIONES.pdf>
- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 449 Asamblea Nacional de la República del Ecuador 143 (2008). https://defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- De Miguel Galván, J. (2024). *Estudio de mercado: qué es y cómo hacerlo [+ Ejemplos]*. Doofinder. <https://www.doofinder.com/es/blog/estudio-de-mercado>

- Dichter & Neira. (2023). *Tendencias Ecuador: 78% de las compras en las tiendas del país son de apenas una categoría*. Dichter & Neira . <https://dichter-neira.com/blog/tendencia-en-ecuador-78-de-las-compras-en-las-tiendas-de-ecuador-son-de-apenas-una-categoria/>
- Durán, J., & Morales, J. (2024). *Estudio sobre los posibles impactos de un acuerdo comercial entre el Ecuador y China*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/65febfd1-dd1e-4023-9be1-b23ef7a751a2/content>
- Espinal, A. (2024). *CASO DE ESTUDIO IMPORTACIÓN A CONSUMO DE MAQUINAS EXPENDEDORAS DESDE CHINA A ECUADOR*. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/7361/1/TC-ULVR-0376.pdf>
- Frederick, D. (2021). *Proveedores*. Enciclopedia Iberoamericana. <https://enciclopediaiberoamericana.com/proveedores/>
- Gallego, M. (2020, mayo 29). *Máquina expendedora*. Consumoteca. <https://www.consumoteca.com/comercio/maquina-expendedora/>
- Gonzalez, R. (2024). *Concepto de Factibilidad: Definición según autores y ejemplos*. Conceptopedia. <https://conceptopedia.de/factibilidad-definicion-segun-autores-ejemplos/>
- Guzman, E., & Gonzales, S. (2021). *PLAN DE IMPORTACION DE ARTÍCULOS DE CELEBRACIÓN DESDE CHINA, PARA AUMENTAR LAS GANANCIAS DE LA EMPRESA "GLOBOMANIA"*. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/11021/Guzman%20Reyes%2C%20Edwin%20%26%20Gonzales%20Colchado%2C%20Sheyla.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hasan, H., Faris, M. A. I. E., Mohamad, M. N., Dhaheri, A. S. A., Hashim, M., Stojanovska, L., Daour, R. Al, Rashid, M., El-Farra, L., Alsuwaidi, A., Altawfiq, H., Erwa, Z., & Ismail, L. C. (2021). Consumption, Attitudes, and Trends of Vending Machine Foods at a University Campus: A Cross-Sectional Study. *Foods*, 10(9). <https://doi.org/10.3390/foods10092122>
- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/esmeraldas.pdf>
- Kiziryan, M. (2024, mayo 9). *Importación: ¿Qué es y cómo funciona?* Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). *Economía internacional: Teoría y política* (A. Cañizal & E. Bazaco, Eds.; Séptima edición). Pearson Educación.
- López, J. (2024, febrero 27). *Comercio internacional: Qué es, historia y beneficios*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/comercio-internacional.html>

- March, N. (2021, julio 26). *Made in China dilema de las condiciones laborales del gigante asiáticos*. El Grito del Sur. <https://elgritodelsur.com.ar/2021/07/made-in-china-dilema-condiciones-laborales-gigante-asiatico.html>
- Martínez, E. (2014, febrero 12). *Las barreras al comercio internacional: qué son y su clasificación*. IEBS. <https://www.iebschool.com/blog/barreras-comercio-internacional-negocios-internacionales/>
- Miñan, M. (2024, mayo 13). *Concepto de Proveedores: Definición según autores y ejemplos*. Conceptopedia. <https://conceptopedia.de/proveedores-definicion-segun-autores-ejemplos/>
- Mondelēz International. (2023). *STATE OF SNACKING: FUTURE TRENDS*. https://www.mondelezinternational.com/assets/stateofsnacking/2023/2023_MDLZ_stateofsnacking_future_trends_report.pdf
- Reglamento COPCI. (2010). Copci. *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2022/11/REGLAMENTO-AL-TITULO-DE-LA-FACILITACION-ADUANERA-PARA-EL-COMERCIO-DEL-LIBRO-V-DEL-COPCI.pdf>
- Salesforce LATAM. (2024, enero 12). *Estudio de mercado: qué es y cómo hacerlo*. Salesforce. <https://www.salesforce.com/mx/blog/estudio-de-mercado/>
- Sempértegui, B. (2022, mayo 27). *La brecha digital influye en el desarrollo económico del país*. PUCE Investiga. <https://conexion.puce.edu.ec/la-brecha-digital-influye-en-el-desarrollo-economico-del-pais/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2022). *Registro de la Declaración Aduanera de Importación*. <https://www.gob.ec/senac/tramites/registro-declaracion-aduanera-importacion>
- Suárez, E. (2024, febrero 9). *Método inductivo y deductivo*. Experto Universitario. <https://expertouniversitario.es/metodo-inductivo-y-deductivo/>
- Sy Corvo, H. (2024, abril 29). *Factibilidad: qué es, tipos, objetivos, importancia, ejemplos*. Liferder. <https://www.liferder.com/factibilidad/>
- Westreicher, G. (2020, abril 16). *Barrera Comercial*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/barrera-comercial.html>

Anexos

Encuesta sobre la Factibilidad de Importación de Máquinas Vending en Esmeraldas

Estimado/a participante:

Agradecemos su colaboración en esta encuesta, cuyo propósito es analizar la factibilidad de importar máquinas vending desde el mercado chino para su comercialización en Esmeraldas. Sus respuestas son confidenciales y serán utilizadas únicamente con fines de investigación. Con la información recopilada de los participantes de esta encuesta nos permitirá realizar un análisis de factibilidad de importación de máquinas vending (dispensadoras) desde el mercado chino para la comercialización en el mercado de Esmeraldas.

Datos Informativos:

Edad:

- 18-29 años
- 30-39 años
- 40-49 años
- 50-60 años

Sexo:

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no decirlo

Declaración de Confidencialidad:

Sus respuestas son confidenciales y serán tratadas de manera anónima. Los datos recopilados serán utilizados únicamente con fines de investigación y análisis, garantizando su manejo ético y seguro.

1. ¿Conoce usted qué son las máquinas vending (dispensadoras automáticas de productos)?

- Sí
- No

2. ¿Ha utilizado alguna vez una máquina vending?

Sí

No

3. ¿Le parecería conveniente tener máquinas vending disponibles en diferentes puntos de la ciudad?

- Muy conveniente
- Conveniente
- Indiferente
- Poco conveniente
- Nada conveniente

4. ¿Qué tipo de productos le gustaría encontrar en las máquinas vending?

(Seleccione todas las que apliquen)

- Snacks y golosinas
- Bebidas frías
- Bebidas calientes
- Productos de higiene personal
- Otros

5. ¿Con qué frecuencia cree que utilizaría una máquina vending?

- Diariamente
- Varias veces a la semana
- Una vez a la semana
- Raramente
- Nunca

6. ¿Considera que la presencia de máquinas vending en su lugar de trabajo o en sitios públicos facilitaría su vida diaria?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7. ¿Estaría dispuesto/a a pagar un precio ligeramente superior por los productos dispensados en máquinas vending en comparación con tiendas tradicionales?

- Sí
- No

8. En una escala del 1 al 5, donde 1 es nada seguro y 5 es muy seguro, ¿qué tan seguro/a se sentiría utilizando una máquina vending para comprar productos?

1

2

3

4

5

9. ¿Cree que las máquinas vending podrían ser una solución efectiva para la venta de productos en zonas de alta afluencia, como centros comerciales, hospitales, universidades, etc.?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. ¿Considera que la implementación de máquinas vending en Esmeraldas podría generar nuevas oportunidades de empleo (mantenimiento, reposición de productos, etc.)?

- Sí
- No

11. ¿Qué tan importante considera la procedencia (país de origen) de las máquinas vending en términos de calidad y confiabilidad?

- Muy importante

- Importante
- Indiferente
- Poco importante
- Nada importante

12. ¿Piensa que las máquinas vending deben aceptar múltiples métodos de pago (tarjetas, efectivo, pagos móviles)?

5 Sí

6 No

¡Muchas gracias por su tiempo y colaboración!

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES		
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende				
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
1	x		x			x	x		x				
2	x		x			x	x		x				
3	x		x			x	x		x				
4	x		x			x	x		x				
5	x		x			x	x		x				
6	x		x			x	x		x				
7	x		x			x	x		x				
8	x		x			x	x		x				
9	x		x			x	x		x				
10	x		x			x	x		x				
11	x		x			x	x		x				
12	x		x			x	x		x				
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES		
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									x				
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									x				
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia									x				
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir									x				
VALIDEZ													
APLICABLE:									NO APLICABLE:				
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:													
Validado por:			Mario Armas Arias										
C.I.:			0503270506										
Firma:			Mario Armas Arias										

Fecha:	7-01-2024
--------	-----------

GUÍA DE DISCUSIÓN PARA FOCUS GROUP

Buenas noches, mi nombre es Carlos Eddu Vasquez Centeno, y soy parte de un grupo de investigación enfocado en evaluar la factibilidad de importar máquinas vending desde el mercado chino para comercializarlas en el mercado de Esmeraldas. Hoy hemos organizado esta reunión para conocer sus opiniones y entender cómo perciben este tipo de productos y el uso que podrían darles. Toda la información que compartan será completamente confidencial, y no hay respuestas correctas o incorrectas. Solo queremos escuchar sus ideas y experiencias para orientar mejor nuestra investigación.

Objetivo general: Analizar la factibilidad de importación de máquinas vending desde el mercado chino para la comercialización en el mercado de Esmeraldas.

SECCIÓN 1: Conociendo al Mercado (tiempo estimado máximo: 15 minutos)

Objetivo de la sección: Identificar las percepciones y necesidades del mercado esmeraldeño respecto a las máquinas vending.

Introducción

Para comenzar, me gustaría conocerles un poco:

- 1.- ¿Cuál es tu nombre y edad?
- 2.- ¿Estudias, trabajas o realizas otra actividad? ¿En qué lugar?
- 3.-¿Cuál consideras que es el nivel de ingresos de tu hogar (bajo, medio, alto)?

Preguntas principales:

- 1.- ¿Conoces o has utilizado antes una máquina vending? Si es así, ¿qué productos adquiriste y dónde?
- 2.- ¿En qué lugares crees que sería más útil tener máquinas vending en Esmeraldas?
- 3.- ¿Qué tipo de productos te gustaría que ofrecieran estas máquinas (bebidas, snacks, artículos de oficina, otros)?
- 4.- Del 1 al 10, ¿qué tan probable crees que sería que utilices una máquina vending en tu rutina diaria?

¿Por qué?

5.- ¿Qué ventajas crees que ofrecen las máquinas vending comparadas con otros medios de compra?

6.- ¿Qué preocupaciones o inconvenientes podrías ver en el uso de máquinas vending?

SECCIÓN 2: Explorando la Factibilidad

(tiempo estimado máximo: 10 minutos)

Objetivo de la sección: Evaluar la percepción sobre la calidad y los desafíos logísticos de importar máquinas vending desde China.

Preguntas principales:

1.- Cuando piensas en productos importados desde China, ¿qué opinas de su calidad y durabilidad?

2.- ¿Crees que Esmeraldas está preparada para recibir productos tecnológicos como las máquinas vending? ¿Por qué sí o no?

3.- ¿Sientes que habría apoyo o interés local para facilitar la implementación de máquinas vending?

4.- ¿Qué factores crees que podrían dificultar la introducción de estas máquinas en Esmeraldas (costos, logística, seguridad, otros)?

SECCIÓN 3: Costos y Beneficios

(tiempo estimado máximo: 15 minutos)

Objetivo de la sección: Identificar las expectativas económicas y percepciones sobre los beneficios de las máquinas vending.

Preguntas principales:

1.- ¿Qué precio consideras razonable para los productos que se venden en una máquina vending?

2.- ¿Qué opinas sobre pagar un poco más por la conveniencia de usar una máquina vending?

3.- ¿Crees que las máquinas vending podrían generar ingresos en lugares como universidades, centros de trabajo o paradas de buses?

4.- Si tuvieras la oportunidad, ¿te interesaría invertir en este tipo de negocio? ¿Por qué sí o no?

SECCIÓN 4: Presentación del Concepto

(tiempo estimado máximo: 15 minutos)

Objetivo de la sección: Validar el entendimiento y la aceptación del concepto de máquinas vending en Esmeraldas.

Introducción del concepto:

Las máquinas vending son dispositivos que permiten la venta automática de diversos productos, desde bebidas y snacks hasta artículos específicos como útiles escolares o productos de higiene. Estas máquinas son fáciles de usar, requieren poco mantenimiento diario y pueden colocarse en lugares estratégicos para maximizar su uso.

Preguntas principales:

- 1.- ¿Qué es lo primero que piensas cuando escuchas sobre máquinas vending?
- 2.- ¿Qué opinas sobre la posibilidad de que estas máquinas se usen para vender algo más que snacks, como artículos de primera necesidad?
- 3.- ¿Qué funciones o características considerarías esenciales para este tipo de máquinas (por ejemplo, pago con tarjeta, etc.)?
- 4.- ¿Crees que las máquinas vending podrían tener una buena recepción en Esmeraldas? ¿Por qué?

Cierre


Gracias por su tiempo y por compartir sus ideas. Todo lo que hemos conversado nos será de gran ayuda para entender mejor el mercado y evaluar la viabilidad de este proyecto en Esmeraldas. Antes de finalizar, ¿hay algo más que quisieran agregar sobre sus expectativas o percepciones respecto a las máquinas vending?

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Sección 1	X		X			X	X			X		
Sección 2	X		X			X	X			X		
Sección 3	X		X			X	X			X		
Sección 4	X		X			X	X			X		
ASPECTOS GENERALES										SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										x		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la Investigación										x		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y Secuencia										x		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir										x		
VALIDEZ												
APLICABLE:										NO APLICABLE:		
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:										x		
Validado por:			Mario Armas Arias									
C.I:			0503270506									
Firma:			Mario Armas Arias									
Fecha:			7-01-2025									

Proformas

 Funspace Technology Company Limited
Add: B101 No.42-1, Shixin Road, Panyu District, Guangzhou City, China
Website: www.fundord.com
Contact: stella; Mob: +86 19195336188; Email: sales3@fundord.com

Proforma Invoice

To: NicoleEstupiñan Attn: NicoleEstupiñan				Ref.No: Q241127022 Date: Nov 27, 2024		
No.	Name	Picture	Description	Qty(s et)	Unit Price(USD)	Total Amount(USD)
1	4.3-inch small blue screen + metal keyboard 54-aisle refrigerated vending machine		Size: 126*91*191cm Packing size: 131*83*193cm Power: 500w Weight: 350kg	1	\$1750	\$1750
1	4.3-inch small blue screen + metal keyboard 54-aisle -- Room temperature version		Size: 126*91*191cm Packing size: 131*83*193cm Power: 500w Weight: 320kg	1	\$1350	\$1350
2	Scan Code Freshly Ground Coffee Machine 308E		Size: 193*90.5* 80cm Packing Size: 200.5*100*90cm Power: 1700w Weight: 350kg Cup quantity: 150 (12 oz) The number of cups and buckets is 5 Rim diameter 90mm (adjustable range 70-90mm) Maximum cup height: 110~130mm Power: 1700w	1	\$3800	\$3800
3	Note machine (NV9) ---without change		Size: 19.5*10.4*22.16cm Weight: 1.7kg Power: 12V	3	\$300	\$900

4	cup+lid		500	\$0.15	\$75.00
Shipping Cost by sea to Guayaquil port					\$385
Total Amount - CIF (USD)					\$8260
30% Deposit					\$2478
70% Balance Payment					\$5782
Remark:					
1. The above pictures and specifications are for reference only. The actual situation is subject to the goods received.					
2. Above quotation is based on CIF Price.					
3. Payment term: Wire transfer, 30% deposit paid to confirm the order, and 70% paid before loading.					
4. Lead time: Within 20-25 working days after receiving the deposit.					
5. Package: All the equipment will be packed in a box to make sure everything will not be damaged during transportation.					
6. Warranty: one year for hardware main components, lifetime for software. The following parts of the product are considered as wearing parts and are not covered by the warranty. ①The appearance of the hardware platform is damaged. ②The helmet wire. ③The wires, headband, acrylic, glass, helmet mask					
7. Bank Information: Beneficiary Account Name: Funspace Technology Company Limited Bank Name: HSBC Hong Kong Bank Address: 1 Queen's Road Central, HongKong A/C No.: 801-617366-838 Swift Code: HSBCHKH1HKH Company Address: Room 2102, Times Tower, 928 Cheung Sha Wan Road, Kowloon, Hong Kong					
Buyer Confirm: _____			Seller Confirm: <u>Funspace Technology Company Limited</u>		
Signature: _____			Signature: _____		
Date : _____			Date : 2024.11.2		



HUNAN AFEN VENDING MACHINE CO., LTD
PROFORMA INVOICE


PI NO. : AFEN-2024-11-27-139-YX01

Date: 2024-11-27

THE SELLER:

COMPANY: HUNAN AFEN VENDING MACHINE CO., LTD
ADD.: No.066, Jinsha East Road, High-Techonology Industrial Park, Ningxiang, Chang sha City, Hunan Province,China 410600
ATTN: MRS. NORA YU
T: 0086 731 87100700
M: 86-15111058679
Email:nora@afenvending.com

Machine Model	Machine Picture	Machine details	CIF/Pri ce (USD)	Qty. (uni t)	Value (USD)
AF-60		<ul style="list-style-type: none"> * 10 spiral slots each floor standard * color: black+orange * with 5 inch screen * with English language interface * with refrigeration in 4-25 degrees adjustable * support 4G * with drop sensor * with metal keyboard * size:1940x1160x870 mm * weight: 280kg * with coin changer payment * Package: plywood case 	1830.0	3	5490.0
AF-S770		<ul style="list-style-type: none"> * 10 spiral slots each floor standard * with coin changer payment * color: black+orange * with 5 inch LCD screen and metal keypad for products selections * with anti-theft pick-up door * with English language interface * Support 4G sim card for remote control * with VMC cloud system for machine Management * with adjustable screw feet * drop sensor * size:1933x1122x770 mm * weight: 240kg * voltage:AC120V/60hz * Package: plywood case 	1310.0	3	3930.0

AF-NCF-7N (V22)		<ul style="list-style-type: none"> *Machine color: black *with 22 inch touch screen media function and products selections *Language: English purchase language *with 4G/wifi/internet for remote control * with coin changer payment *with coffee beans grinder *with 6 canisters for different coffee tastes *with 4 buckets to hold cups *with high temp.&pressure extractor for healthier&natural coffee *with automatic cup and cup drop *with automatic cup dispenser *with anti-theft pick-up door *with high precise weighting sensor *with electronic and mechanical secure door enclosures *with fuma wheels for easily moving *with VMC cloud system for machine management *machine weight: 220kg *size: 1940mm(H)*790mm(D)*735mm(W) *Power supply: 100- 240 V AC; 50-60Hz *Package: plywood case 	2916.0	3	8748.0
Delivery cost	9 units vending machine delivered shipping from AFEN factory to Guayaquil				1100.0
Total	Total amount in USD				19268.0
	Discount				268.0
	Total amount after discount				19000.0
Remarks	<ol style="list-style-type: none"> 1. Payment term: 50% down payment+50% balance payment before shipping. 2. Shipping term: CIF term(can be decided before the delivery). 3. One-year warranty on non-man-made damage. 				



Changsha Zhonggu Intelligent Equipment Manufacturing Co., LTD
 T: +86-13975191726 M:86-13975191726
 E: merry@tcnvending.com W: www.tcnvend.com
 Add:58, Yinzhou Road, High and new tech park, Ningxiang, Changsha,
 Hunan Province, PRC

Proforma Invoice

To:

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas

Client Info		TCN Vending	
Contact Person	Miss Maria	Contact Person	Ms Merry Tao
Whatsapp ID	593 96 792 4528	Mobile/whatsapp	86-13975191726
Email		Email	merry@tcnvending.com
Skype		Skype	cntcnvm

Model	Quantity	EXW Market Unit Price (In USD)	EXW Discount Unit Price (In USD)	Total Amount (In USD)
TCN-CSC-10GH5	3	2100	1850	5550



Production Time



Production Time: **20 working days for machines** after getting payment and confirmed configuration.

Price Validity

15 working days

Configuration

- * Size:H1940*W1073*D790mm
- * Stainless keypad to choose goods,classic easy operation
- * With brand compressor,lower consumption
- * Foaming agent body of machine,good insulation
- * With 2layer heating glass with nitrogen
- * Standard 6rows,10columns per row spring slots
- * With internet module,can connect internet after have SIM card
- * With online monitor remotely,can check daily data by computer.No extra monthly cost
- *With fashionable color,black body+green panel/pickup door
- * Drop sensor can be inspected goods drop or not
- *Option,14pieces=1*20FCL,28pieces=40FCL
- *Option,Converyor or pusher slots,no include fees
- * With R134A refrigerate gas
- * With bill acceptor to read bills (Us dollar currency)
- * With coin changer and acceptor to accept coins and give coins return (Us dollar currency)
- *With plywood package

Model	Quantity	EXW Market Unit Price (In USD)	EXW Discount Unit Price (In USD)	Total Amount (In USD)
TCN-NCF-7NV22	3	2400	2965	8895
	Production Time			
	Production Time:25working days for machines after getting payment and confirmed configuration.			
	Price Validity			
	15working days			
	Configuration			
<ul style="list-style-type: none"> *Size:H1940mm*W730mm*D790mm *6 barrels,4liters each *1.5kgs reserved coffee beans *21.5 inch touch screen for advertisement and select by touch *Swiss ditting 64mm blades.Dry cake pressing process,Extract twice,7g -16g power of coffee power *Max is140cups with cup cap.Cup size is 7-12 Oz for option *with android controlled *Hot drink only *Water supply:2 barrels. external water for option * With internet module,can connect internet after have SIM card * With online monitor remotely,can check daily data by computer.No extra monthly cost * Drop sensor can be inspected goods drop or not *Standard English Lanuage purchasemenu * With bill acceptor to read bills (Us dollar currency) * With coin changer and acceptor to accept coins and give coins return (Us dollar currency) *With plywood package 				
Model	Quantity	EXW Market Unit Price (In USD)	EXW Discount Unit Price (In USD)	Total Amount (In USD)
TCN-NSC-10CH5	3	1900	1680	5040
	Production Time			
	Production Time:20working days for machines after getting payment and confirmed configuration.			
	Price Validity			
	15working days			
	Configuration			
<ul style="list-style-type: none"> *Size:H:1933W1122*D771 *Without refrigerator *Main cabinets,spring slots *Big capacity *with 7inch LCD screen for ads,and select items by keypad * With online monitor remotely,can check daily data by computer.No extra monthly cost * Drop sensor can be inspected goods drop or not * Option,11pieces=1*20FCL,23pieces=40FCL * Option,Converyor or pusher slots,no include fees * With bill acceptor to read bills (Us dollar currency) * With coin changer and acceptor to accept coins and give coins return (Us dollar currency) * With plywood package 				

Roughly freight from factory to Guilquill port (In USD)	1200
Total(In USD)	20685
Remarks:	
1-Payment Terms:100% T/T deposit in advance less than 10pieces,when machines are ready,then ship them right away.	
2-Warreanty:Whole life technical support,12 months since delivery for machine.Man-made damage and force ajeureclause is not guaranteed.	
3-Package:LCL shipment (less than container):Bubble bag+Foam Column+Carton+Plywood.FCL shipment (full container),bubble bag +Carton	
US dollars account Benefiary :Changsha Zhonggu Intelligent Equipment Manufacturing Co., LTD Account No.: 593778737179 Address:No. 058 North of Yinzhou Road,Jinzhou New Region, Ningxiang County, Changsha, Hunan,China Issuing bank:BANK OF CHINA NINGXIANG BRANCH Bank address :1st floor of Shuijing Licheng block building, Renmin North Road, Yutan Town, Ningxiang County, Hunan Prov., P.R. China. Swift Code: BKCHCNBJ970	

Tabla 14

Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnicas	Fuentes de Información
Factibilidad de importación	Consiste en analizar diversos aspectos, como el mercado, la tecnología, los recursos humanos y financieros, así como los riesgos y beneficios asociados (González, 2023).	Consiste en realizar un análisis detallado que incluye la investigación de mercado para evaluar la aceptación del producto en Esmeraldas, la evaluación de la tecnología necesaria, el estudio de recursos humanos y financieros requeridos, así como la identificación y evaluación de riesgos y beneficios asociados al proyecto.	<p>Desarrollo de estudio de mercado</p> <p>Identificación de proveedores internacionales</p> <p>Barreras arancelarias y no arancelarias</p> <p>Costos de importación</p>	<p>Tamaño de la población objetivo.</p> <p>Número de competidores</p> <p>Numero de proveedores potenciales.</p> <p>Cumplimiento de especificaciones.</p> <p>Certificaciones de calidad.</p> <p>Plazo de entrega.</p> <p>Aranceles de importación aplicables: ad valorem</p> <p>Restricciones y cuotas de importación: certificados.</p> <p>Acuerdos comerciales aplicables.</p> <p>Costos de adquisición.</p> <p>Costos de trámites aduaneros</p> <p>Seguros de transporte</p> <p>Flete</p>	<p>Encuesta</p> <p>Fichas</p> <p>Técnicas</p> <p>Focus group</p>	<p>INEC</p> <p>Arancel Nacional de Importación del Ecuador</p> <p>Consumidores esmeraldeños</p> <p>Empresas de logística</p>

INTRUMENTO DE ANALISIS Y BUQUEDA DE PROVEEDORES EN PLATAFORMAS VIRTUALES: Plataforma de búsqueda de proveedores, Alibaba

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X		
7	X		X			X	X		X		
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativas su respuesta sugiera los ítems a añadir									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:						x		NO APLICABLE:			
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:											
Validado por:			Mario Armas Arias								
C.I:			0503270506								
Firma:			Mario Armas Arias								
Fecha:			7-01-2025								

INSTRUMENTO PARA EXAMINAR LAS BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS DEL PRODUCTO A IMPORTAR: Ficha técnica para la clasificación de las máquinas vending.

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	x		x			x	x		X		
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:									NO APLICABLE:		
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:									X		
Validado por:			Mario Armas Arias								
C.I:			0503270506								
Firma:			Mario Armas Arias								
Fecha:			7-01-2025								

INSTRUMENTO PARA CALCULAR LOS COSTOS ASOCIADOS A LA IMPORTACION DEL PRODUCTO: Cálculos de la importación de máquinas vending

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mideloque pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X		
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativas su respuesta sugiera los ítems a añadir									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:						NO APLICABLE:					
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:						X					
Validado por:			Mario Armas Arias								
C.I:			0503270506								
Firma:			Mario Armas Arias								
Fecha:			7-01-2025								

