



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**

**ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

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

**TEMA:**

Propuesta de importación de grecas desde China para la elaboración de trajes típicos de la empresa ISHKA.

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

Licenciada en Negocios Internacionales

**LINEA DE INVESTIGACIÓN**

Políticas macro, meso y micro económicas a nivel nacional e internacional.

**AUTORA:** Mayte Abigail Lema Morales

**TUTOR:** Héctor Esteban Garrido Salazar

IBARRA - ECUADOR

JUNIO – 2024

Ibarra, 19-06-2024

## CERTIFICACIÓN TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de integración curricular titulado: Propuesta de importación de grecas desde China para la elaboración de trajes típicos de la empresa ISHKA, presentado por el estudiante Mayte Abigail Lema Morales con cédula de ciudadanía N 1721747002 para obtener el Título de Licenciada en Negocios Internacionales

Certifico que el trabajo cumple con todos los parámetros establecidos, mediante el cual el estudiante demuestra el desarrollo de competencias en el campo de conocimiento de su profesión con un nivel de argumentación coherente, para ser sometido a la evaluación por parte de los lectores.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de originalidad de TURNITIN.

RECURSO EDUCATIVO PARA LA PROGRAMACIÓN EN EL ÁREA DE INFORMÁTICA			
INFORME DE ORIGINALIDAD			
5%	4%	2%	2%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJO DEL ESTUDIANTE
FUENTES PRIMARIAS			
1	Submitted to Universidad de Málaga - Tii	Trabajo del estudiante	< 1 %
2	Submitted to Universicorp Universi S.A. Blue Hill College	Trabajo del estudiante	< 1 %
3	Submitted to Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia	Trabajo del estudiante	< 1 %
4	herostartup.com	Fuente de Internet	< 1 %
5	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá	Trabajo del estudiante	< 1 %
6	lareferencia.info	Fuente de Internet	< 1 %
7	www.atenas-school.edu.ec	Fuente de Internet	< 1 %
8	repositorio.itb.edu.ec	Fuente de Internet	< 1 %

(f): \_\_\_\_\_  
Mgs. Héctor Esteban Garrido Salazar  
**TUTOR DE TRABAJO**

## PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal examinador, aprueba el presente trabajo en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra:

(f): .....  
Mgs. Héctor Esteban Garrido Salazar  
C.C.: 1002413852

(f):.....  
Mgs. Edison Edmundo Vinueza Salazar  
C.C.: .....

(f):.....  
Mgs. Gabriela Alexandra Herrera Andrade  
C.C.: .....

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Mayte Abigail Lema Morales, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones a título gratuito y oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 19 de junio 2024

Mayte  
Lema

Firmado digitalmente  
por Mayte Lema  
Fecha: 2024.06.14  
15:07:05 -05'00'

(f): \_\_\_\_\_  
*Lema Morales Mayte Abigail*  
C.C.: 1721747002

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Lema Morales Mayte Abigail, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos dedisponer de sus derechos o autorizar las utilizaciones de sus obras o prestaciones a título gratuito y oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 19 de junio 2024

(f): Mayte Lema  Firmado digitalmente  
por Mayte Lema  
Fecha: 2024.06.14  
15:07:05 -05'00'

*Lema Morales Mayte Abigail*

C.C.: 1721747002

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada momento de este camino. Sin su luz y bendición, este logro no habría sido posible. A Él, toda la gloria y el agradecimiento por siempre.

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a Dios por ser mi guía y darme la fuerza para enfrentar los desafíos de la vida. Agradezco a mi mamá y a mi papá por su amor incondicional, por sacrificarse día a día para brindarme todo lo necesario y por ser mis modelos a seguir. A mis queridos hermanos, agradezco por el apoyo mutuo y por compartir tantos momentos inolvidables juntos, creando lazos que perdurarán para siempre.

A mis estimados profesores, les agradezco de corazón por su dedicación y compromiso en transmitirme conocimientos y valores que han enriquecido mi vida. Gracias por inspirarme, por creer en mí y por alentarme a alcanzar mis metas

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN TUTOR.....	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL .....	iii
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTOS .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xiv
RESUMEN .....	xv
ABSTRACT.....	xvi
1. INTRODUCCIÓN .....	1
2. ESTADO DEL ARTE .....	3
2.1 Antecedentes.....	3
2.2 Marco teórico.....	4
2.2.1 Importaciones.....	4
2.2.1.1 Características.....	5
2.2.1.2 Ventajas .....	5
2.2.1.3 Desventajas .....	6
2.2.2 Grecas .....	6
2.2.2.1 Trajes típicos.....	7
2.2.3 Teorías del comercio internacional.....	8
2.3 Marco legal .....	10
2.3.1 Leyes y reglamentos. ....	12
2.3.2 Plan de Desarrollo para el Nuevo Ecuador 2024-2025.....	12
3. MATERIALES Y MÉTODOS .....	14
3.1 Metodología y delimitación especial. ....	14

3.2 Método de investigación.....	14
3.3 Población y muestra.....	15
3.3.1 Población .....	15
3.2.2. Muestra .....	15
3.4 Instrumentos.....	16
3.5 Procedimiento .....	16
3.6 Análisis de datos / resultados.....	17
3.6.1 Análisis general de la entrevista al gerente de la empresa ISHKA .....	17
3.6.2 Análisis de la encuesta aplicada a la cartera de clientes de la empresa .....	18
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	24
4.1 FODA.....	24
4.2 PROVEEDORES .....	24
4.2.1. Matriz de análisis de las empresas ofertantes de China.....	25
4.3 Costos de importación .....	26
4.4 Evaluación económica del proyecto con financiamiento .....	27
5. PROPUESTA.....	27
5.1 Propuesta Administrativa.....	27
5.1.1 Nombre de la empresa .....	27
5.1.2 Logo de la empresa.....	27
5.1.3 Misión.....	27
5.1.4 Visión .....	28
5.1.5 Valores.....	28
5.1.6 Estructura organizacional .....	28
5.2 Propuesta de importación.....	30
5.2.1. Flujo de importación.....	31
5.2.2. Subpartida Arancelaria de grecas .....	32

5.2.3.	Procedimiento .....	32
5.2.4.	Tributos a pagar .....	36
5.2.5.	Requisitos y trámites para importar .....	36
5.3	Propuesta de comercialización .....	41
5.3.1	Ficha técnica .....	42
5.3.2	Plan de marketing .....	42
5.3.2.1.	Producto .....	42
5.3.2.2.	Precio .....	43
5.3.2.3.	Plaza .....	44
5.3.2.4.	Promoción .....	44
5.4	ANÁLISIS FINANCIERO .....	45
•	IMPORTACIÓN .....	45
•	INVERSIÓN .....	45
	La empresa pretende obtener un margen de utilidad del 30% en cada greca. ....	45
5.4.1	Resumen de la Inversión Inicial .....	46
5.4.3.	Inversión variable .....	46
5.4.4	Gastos administrativos .....	47
5.4.5	Detalle del sueldo del personal .....	47
5.4.6	Costos de importación .....	52
5.4.7	Determinación costos importación .....	52
5.4.8	Determinación del precio .....	52
5.4.9	Estructura del préstamo .....	53
5.4.10	Costo de capital .....	54
5.4.11	Tasa de rendimiento medio .....	55
5.4.12	Presupuesto de ingresos .....	55
5.4.13	Presupuesto de egresos .....	55

5.4.14 Proyección gastos administrativos.....	55
5.4.15 Proyección de importaciones.....	56
5.4.16 Estado de resultados.....	56
5.4.17 Flujo de caja.....	57
5.4.18 Indicadores financieros.....	57
CONCLUSIONES.....	60
RECOMENDACIONES.....	61
REFERENCIAS BIBLIGRÁFICAS.....	62

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Análisis general de la entrevista al gerente de la empresa ISHKA .....	17
Tabla 2	Qué tiempo se encuentra su negocio en el mercado .....	18
Tabla 3	Cuál es el lugar de ubicación de su negocio .....	19
Tabla 4	Con qué frecuencia compra grecas para sus trajes típicos.....	19
Tabla 5	Cuántas madejas de grecas suele utilizar mensualmente.....	20
Tabla 6	Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar.....	21
Tabla 7	Preferencia de las grecas.....	21
Tabla 8	Tamaño del ancho de la greca .....	22
Tabla 9	Cuál es su fuente principal para adquirir grecas .....	22
Tabla 10	Estaría dispuesto a comprar directamente las grecas a importadores directos ....	23
Tabla 11	Matriz FODA.....	24
Tabla 12	Indicadores de los productos .....	26
Tabla 13	Costos de importación .....	26
Tabla 14	Manual de funciones.....	29
Tabla 15	Proforma .....	35
Tabla 16	Tributos al comercio .....	36
Tabla 17	Ficha técnica del producto .....	42
Tabla 18	Producto grecas.....	43
Tabla 19	Determinación del precio unitario de las grecas.....	44
Tabla 20	Resumen de la Inversión Inicial .....	46
Tabla 21	Inversión variable .....	46
Tabla 22	Gastos administrativos.....	47
Tabla 23	Detalle del sueldo del personal .....	47
Tabla 24	Roles de pago del 1er al 5to año .....	49
Tabla 25	Costos de importación .....	52
Tabla 26	Determinación costos importación .....	52
Tabla 27	Determinación del precio.....	52
Tabla 28	Estructura del préstamo .....	53
Tabla 29	Datos financiamiento y tabla de amortización.....	53
Tabla 30	Costo de capital.....	54
Tabla 31	Tasa de rendimiento medio.....	55

Tabla 32 Presupuesto de ingresos .....	55
Tabla 33 Presupuesto de egresos .....	55
Tabla 34 Proyección gastos administrativos.....	55
Tabla 35 Proyección de importaciones.....	56
Tabla 36 Estado de resultados .....	56
Tabla 37 Flujo de caja.....	57
Tabla 38 Valor actual neto.....	57
Tabla 39 Costo beneficio .....	57
Tabla 40 Período de recuperación de la inversión .....	57
Tabla 41 Tasa interna de retorno .....	58
Tabla 42 Punto de equilibrio unidades físicas y monetarias.....	58

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Qué tiempo se encuentra su negocio en el mercado.....	18
Figura 2	Cuál es el lugar de ubicación de su negocio.....	19
Figura 3	Con qué frecuencia compra grecas para sus trajes típicos .....	20
Figura 4	Cuántas madejas de grecas suele utilizar mensualmente .....	20
Figura 5	Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar .....	21
Figura 6	Preferencia de las grecas .....	21
Figura 7	Tamaño del ancho de la greca .....	22
Figura 8	Cuál es su fuente principal para adquirir grecas.....	23
Figura 9	Estaría dispuesto a comprar directamente las grecas a importadores directos .....	23
Figura 10	Logo de la empresa.....	27
Figura 11	Subpartida Arancelaria de grecas .....	32
Figura 12	Consulta de Ruc.....	36
Figura 13	DAI de la importación.....	40
Figura 14	CIP Incoterms 2020.....	41
Figura 15	Plaza del producto .....	44
Figura 16	Promoción de la empresa .....	45

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo desarrollar una propuesta de importación de grecas desde China para la elaboración de trajes típicos de la empresa ISHKA, en la ciudad de Otavalo provincia de Imbabura, para lo cual es necesario contar con proveedores extranjeros, que brinden beneficios en cuanto a los insumos, que son complemento principal para la confección de la vestimenta Otavaleña y kayambis, frente a esto la falta de oferta nacional en algunos casos incentiva su importación a través de viajes a otros mercados, situación distinta para algunos emprendedores ya que no todos cuentan con la predisposición de realizar viajes, por tanto que de esta manera se busca mejorar la situación del emprendedor Otavaleño.

Para dar cumplimiento al objetivo general se realizó la investigación y recopilación de información a través de textos, herramientas virtuales, como; el Trade Map, Mac Map, y pagina web de instituciones públicas como el SRI, SENAE, para recopilar datos reales, verídicos, y adelante el presente trabajo de titulación. Los instrumentos utilizados para la obtención verídica de los resultados requeridos para este proyecto fueron mediante encuestas a los ciudadanos dedicados a la comercialización y producción de vestimenta Otavaleña y kayambi usados para los trajes típicos, se utilizó medios digitales, para la obtención de proformas con el fin de establecer los precios y la variedad requerida y detalle de la empresa, al final se expone sobre la viabilidad de la empresa mediante datos financieros.

**Palabras clave:** Vestimenta indígena, importación, herramientas virtuales, implementación.

## **ABSTRACT**

This research work aims to develop a proposal to import fretwork from China for the production of traditional costumes of the company ISHKA, in the city of Otavalo province of Imbabura, for which it is necessary to have foreign suppliers, which provide benefits in terms of inputs, In some cases, the lack of national supply encourages its importation through trips to other markets, a different situation for some entrepreneurs since not all of them have the predisposition to make trips, therefore, in this way we seek to improve the situation of the otavaleño entrepreneur.

To fulfill the general objective, research and information gathering was carried out through texts, virtual tools, such as Trade Map, Mac Map, and web pages of public institutions such as the SRI, SENAE, to collect real data, truthful, and forward this degree work. The instruments used to obtain true results required for this project were through surveys to citizens engaged in the marketing and production of clothing otavaleña and Kayambis for the traditional costumes, digital media was used to obtain proformas in order to establish prices and the required variety and detail of the company, at the end is exposed on the viability of the company through financial data.

**Keywords:** Indigenous dress, import, virtual tools, implementation.

## 1. INTRODUCCIÓN

La empresa Ishka localizada en la ciudad de Otavalo, se dedica a la importación y comercialización de productos de bazar. La mayor parte de los productos provienen de China. Entre los productos que la empresa ofrece a su clientela se encuentran los necesarios para elaborar las coloridas vestimentas tradicionales de las mujeres Otavalo, Kayambi y Karangue. Las grecas decoradas son uno de los insumos principales para la decoración de los trajes. Cada prenda puede utilizar más o menos cantidad de este material de acuerdo a los gustos de la clienta.

La presente investigación se enfocará en ampliar los conocimientos en cuanto a los procesos aduaneros para la importación de las grecas para la elaboración de los trajes típicos de las mujeres Kayambis para la empresa Ishka. Se considera pertinente realizar esta investigación pues importar este producto aparentemente resulta más económico que producirlo de manera local pues también requeriría importar hilos de seda para elaborarlos. De esta manera la empresa Ishka cubrirá una demanda hasta hoy insatisfecha, pues, para conseguir todos los insumos en ocasiones las mujeres debe reemplazarlos por otro tipo de adornos o traerlos desde ciudades como Guayaquil. Esto es visto como una manera cumplir las necesidades de los futuros usuarios de dichas prendas de vestir es por eso que de esta forma se ha visto como una oportunidad financiera para la empresa.

Para realizar la presente investigación se utilizó una metodología mixta cualitativa y cuantitativa con el fin de conocer la demanda y factibilidad de importar insumos textiles para ponerlos al alcance de la población y facilitar la elaboración de los anakus o centros de las mujeres Kayambis de los trajes típicos. Para realizar la presente investigación se utilizó las siguientes:

- Encuestas: Aplicadas a los clientes de la compañía ISHKA
- Entrevista: Se realizó una entrevista al gerente de la empresa ISHKA.

Este proyecto cubre 2 elementos principales, por un lado, el ampliar el stock de productos de la empresa Ishka y cubrir la demanda existente, por otro lado, aportar a mantener la tradición de las prendas coloridas y adornadas de las mujeres de las comunidades

imbabureñas y parte del cantón Cayambe. Para dar cumplimiento con la investigación se plantea los siguientes objetivos:

#### Objetivo general

Diseñar una propuesta de importación de grecas desde China para la elaboración de trajes típicos de la empresa Ishka.

#### Objetivos específicos

Determinar la situación actual de la empresa Ishka

Analizar los posibles proveedores de grecas en el mercado chino

Identificar la demanda de grecas para la elaboración de trajes tradicionales.

Realizar el estudio económico financiero de la empresa Ishka

## 2. ESTADO DEL ARTE

### 2.1 Antecedentes

Las "grecas" representan una fusión única de influencias culturales, donde se entrelazan elementos de la rica tradición china con motivos geométricos que evocan la antigua Grecia. Estos diseños ornamentales, caracterizados por su sofisticación y elegancia, se manifiestan en diversos aspectos de la vida cotidiana en el país (Flores & Romero, 2020).

La importación de grecas en Ecuador ha sido un aspecto a tomar en cuenta del comercio internacional dentro del país. Las grecas, o patrones decorativos tradicionales, han sido apreciadas tanto por su belleza estética como por su conexión con la rica historia cultural de diversas regiones del mundo. Esta abarca una variedad de productos, desde textiles hasta artículos de decoración para el hogar y accesorios de moda (Lema, 2023).

Al hablar del mercado de las grecas importadas en el país, se ha evidenciado que es notablemente reducido en comparación con otras industrias similares. Sin embargo, algunas empresas destacan por su compromiso y experiencia en la importación y comercialización de estos productos. Entre las principales, destacan nombres como Importadora Kayssa, Maki Insumos y Nexdu. Estas empresas han logrado ganarse un lugar en el mercado local gracias a su dedicación a la calidad, la variedad de productos y la atención al cliente. A pesar de la competencia limitada en este sector específico, estas empresas han demostrado su capacidad para satisfacer las demandas de un mercado exigente y en constante evolución (Cañizares, 2019).

Por otro lado, la importación de grecas tiene un impacto en la economía de las empresas dedicadas a esta actividad, tanto en términos de ingresos como de empleo. Las compañías que se dedican a la importación y distribución del producto pueden tener la posibilidad de generar ingresos significativos a través de la venta de estos productos en el mercado local. Además, la demanda de mano de obra en áreas como el comercio minorista, la logística y la distribución permite establecer mayores oportunidades de trabajo.

La empresa ISHKA, una empresa familiar con una década de experiencia en el mercado, se ha consolidado como un referente en la importación y comercialización de una amplia gama de productos de bazar (Ishka, 2024). Desde cintas doradas hasta botones, cierres y plastiflechas, la empresa ha atendido las necesidades de clientes locales y ha abastecido a sectores como el de la confección de trajes típicos, destacando por su calidad y variedad de suministros. Actualmente, la compañía se encuentra en la implementación de la importación y venta de grecas.

## **2.2 Marco teórico**

### **2.2.1 Importaciones**

Las importaciones son relevantes dentro del comercio internacional, facilitando que los países tengan acceso a una diversa gama de bienes y servicios que no están disponibles localmente o que serían costosos de producir en el ámbito interno. El término importación describe el proceso de adquirir bienes o servicios de un país extranjero para llevarlos al país receptor y es un componente fundamental del intercambio comercial entre naciones (Rojas, 2020). Dicho de otra forma, las importaciones se refieren a la compra y entrada de bienes y servicios provenientes de otros países hacia el país de destino. Es un proceso en el cual se adquieren productos extranjeros para su consumo, comercialización o producción en el país importador (Tamames, 2012).

El comercio internacional se ve impulsado por las importaciones, ya que permiten a los países satisfacer sus necesidades y demandas de consumo con productos provenientes de otros lugares. En este sentido, las importaciones desempeñan un papel complementario a las exportaciones, ya que los países exportan aquellos bienes y servicios en los que tienen ventajas comparativas y utilizan las importaciones para obtener aquellos productos que no pueden producir de manera eficiente o que son más económicos en el extranjero.

Además, las importaciones fomentan la diversificación económica al introducir nuevos productos y tecnologías en los mercados nacionales. Esto permite a los países ampliar su base productiva y no depender únicamente de ciertos sectores o industrias. La

diversificación económica es importante para reducir la vulnerabilidad ante cambios en los precios de las materias primas o en la demanda de determinados productos, y promueve la estabilidad y el crecimiento sostenible.

### 2.2.1.1 Características

Lerma y Márquez (2010) puntualizan las siguientes características de las importaciones:

- 1. Procedencia extranjera:** Las importaciones provienen de otros países y son adquiridas por empresas, gobiernos u otros agentes económicos en el país importador.
- 2. Intercambio comercial:** Las importaciones implican un intercambio comercial entre el país importador y el país exportador.
- 3. Diversidad de bienes:** Las importaciones pueden abarcar una amplia gama de bienes y servicios, desde materias primas hasta productos manufacturados y servicios profesionales.

### 2.2.1.2 Ventajas

Respecto a las ventajas de las importaciones, Salvatore (2004) refiere las siguientes:

- 1. Mayor variedad de productos:** Las importaciones permiten acceder a productos y servicios que no están disponibles o son escasos en el país importador, lo que brinda a los consumidores una mayor diversidad de opciones.
- 2. Competitividad y calidad:** Las importaciones impulsan la competencia en el mercado local, lo que puede resultar en un aumento de la calidad de los productos y servicios disponibles.
- 3. Estímulo a la economía:** Las importaciones pueden impulsar el crecimiento económico al proporcionar insumos vitales para la producción, promover la inversión extranjera y generar empleo.

### 2.2.1.3 Desventajas

En lo que se refiere a las desventajas, el autor (Salvatore, 2004), hace mención de las siguientes:

- 1. Dependencia externa:** Las importaciones pueden hacer que un país dependa en gran medida de los productos extranjeros, lo que puede afectar negativamente su capacidad de producción interna.
- 2. Desequilibrio comercial:** Si las importaciones superan las exportaciones, puede generar un déficit en la balanza comercial, lo que puede afectar la estabilidad económica del país importador.
- 3. Desplazamiento de la producción local:** La importación de productos de bajo costo puede perjudicar a los productores locales, especialmente si no pueden competir en precio o calidad.

### 2.2.2 Grecas

Las grecas son patrones ornamentales que se utilizan en la decoración de textiles y otros objetos. Desde la perspectiva de algunas culturas americanas, como es el caso de los aztecas, son símbolos ancestrales llenos de historia y significado en la cultura aborigen. Estos patrones artísticos se han utilizado ampliamente en diferentes áreas como la moda, la decoración del hogar, el cine y la música.

En los Andes ecuatorianos, las grecas forman parte de la tradición textil. Estas prendas son confeccionadas a mano por hábiles artesanos que utilizan técnicas tradicionales transmitidas de generación en generación. Son elementos ornamentales con una rica historia y significado en diferentes culturas, y su utilización puede variar según el contexto y la región.

Las grecas desempeñan un papel significativo en la indumentaria tradicional de las mujeres indígenas en el país (Benalcázar, 2016). A continuación, se detalla su relevancia:

1. Identidad cultural y simbolismo: Los diseños de grecas están profundamente arraigados en la cultura y la identidad de las comunidades indígenas. Cada patrón y color puede representar una historia, una tradición o un símbolo específico. Por ejemplo, algunas grecas pueden estar relacionadas con la naturaleza, la espiritualidad o la pertenencia a un grupo étnico particular.
2. Conexión con la naturaleza: Muchos de los diseños de grecas se inspiran en elementos naturales como flores, hojas, animales y montañas. Estos patrones reflejan la relación profunda que las comunidades indígenas tienen con su entorno natural y su respeto por la tierra y sus recursos.
3. Resistencia cultural: En un mundo globalizado, donde la moda occidental prevalece, las grecas son un recordatorio tangible de la rica herencia cultural de las comunidades indígenas. Al usar estas prendas, las mujeres afirman su identidad y resisten la homogeneización cultural.

### **2.2.2.1 Trajes típicos**

Los pueblos Otavalo, Kayambi y Karangue, ubicados en Ecuador, son reconocidos por su rica cultura y tradiciones arraigadas. Una de las expresiones más visibles de su identidad cultural se encuentra en las vestimentas tradicionales que visten las mujeres de estas comunidades (Aguirre, 2019).

En el caso del pueblo Otavalo, las mujeres destacan por sus coloridos y elegantes trajes. La vestimenta tradicional se compone de una blusa denominada "blusa de manta" con bordados intrincados y coloridos. Estas blusas suelen tener mangas largas y cuello redondo. Además, se complementan con una falda larga y amplia, conocida como "anaco", que también presenta bordados detallados y coloridos. Las mujeres otavaleñas también suelen llevar chalinas o "agatas" alrededor de sus hombros, que son tejidas a mano con lana de alpaca o lana de oveja (Martínez, 2020).

En el pueblo Kayambi, las mujeres también lucen vestimentas tradicionales que reflejan su identidad cultural. La blusa utilizada es conocida como "blusa de toalla" y se caracteriza por sus colores vivos y sus bordados geométricos. Estas blusas suelen tener mangas cortas y un cuello en forma de V. Las faldas utilizadas son generalmente de colores sólidos y se llaman "enaguas". Las mujeres Kayambi también complementan su atuendo con accesorios como chalinas de lana o sombreros de paja toquilla (Martínez, 2020).

En Karangue, las mujeres también tienen sus propias vestimentas tradicionales distintivas. La blusa utilizada se conoce como "camisa bordada" y se caracteriza por sus bordados detallados y coloridos. Estas blusas suelen tener mangas largas y un cuello redondo. Las faldas utilizadas son amplias y se llaman "polleras". Además, las mujeres Karangue complementan su atuendo con joyas tradicionales como collares, aretes y pulseras hechas a mano (Chaguipaz & Vinueza, 2021).

Estas vestimentas tradicionales no solo son un reflejo de la identidad cultural de los pueblos Otavalo, Kayambi y Karangue, sino que también son un símbolo de su orgullo y respeto por sus raíces. Cada detalle de los bordados y los colores utilizados en estas vestimentas tiene un significado especial y representa la historia y la cosmovisión de estas comunidades (Chaguipaz & Vinueza, 2021).

### **2.2.3 Teorías del comercio internacional**

Las teorías del comercio internacional comprenden una variedad de modelos y enfoques que intentan describir cómo y por qué se realizan los intercambios de bienes y servicios entre diferentes países. Estas teorías han evolucionado a lo largo del tiempo y han sido propuestas por diversos economistas y académicos (Krugman et al., (2016).

- **Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith:**

Esta teoría propone que los países obtienen beneficios del comercio internacional al especializarse en la producción de aquellos bienes en los que poseen una ventaja absoluta, o sea, aquellos en los que son más eficientes desde el punto de vista de la productividad. De

acuerdo con Smith, el comercio internacional brinda a los países la oportunidad de expandir sus mercados y beneficiarse de las economías de escala, mejorando así la eficiencia y el bienestar económico (Rojas, 2020).

En el caso de la propuesta, al importar grecas desde China, ISHKA puede acceder a un mercado más amplio de productos a precios competitivos. Además, al importar en grandes cantidades, ISHKA puede beneficiarse de economías de escala, lo que reduce los costos unitarios y aumenta la eficiencia en la producción de trajes típicos.

- **Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo:**

David Ricardo, en el siglo XIX, formuló esta teoría que argumenta que los países obtienen beneficios al centrarse en la producción y exportación de aquellos bienes en los que poseen una ventaja comparativa, o sea, aquellos en los que tienen una mayor eficiencia relativa en cuanto a los costos de producción. Según esta teoría, el comercio internacional permite a los países maximizar su producción y consumo, lo que a su vez genera crecimiento económico y bienestar (Rojas, 2020).

De acuerdo con la teoría de la ventaja comparativa, el comercio internacional facilita que los países optimicen su producción y consumo al concentrarse en la fabricación de productos en los que poseen una ventaja comparativa, para después intercambiar estos productos con otras naciones. Al importar grecas de China, ISHKA se beneficia de la especialización china en la fabricación de estos productos, lo que le permite aumentar su producción de trajes típicos y cubrir mejor la demanda del mercado.

- **Teoría de la competencia monopolística de Paul Krugman:**

Afirma que el comercio internacional se debe a la diferenciación de productos y a la existencia de empresas que poseen poder de mercado. Según esta teoría, las empresas buscan diferenciar sus productos para competir en mercados internacionales y obtener beneficios económicos (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2016).

Según la teoría de la ventaja comparativa, el comercio internacional permite a los países maximizar su producción y consumo al especializarse en la producción de bienes en los que tienen una ventaja comparativa y luego intercambiar esos bienes con otros países. Al importar grecas desde China, ISHKA puede aprovechar la especialización de China en la producción de estos productos, lo que le permite maximizar su producción de trajes típicos y satisfacer la demanda del mercado.

- **Teoría de la proporcionalidad de los factores de Heckscher-Ohlin:**

Según esta teoría, un país tiende a exportar aquellos bienes que requieren principalmente recursos de producción abundantes y económicos, mientras que importa los bienes que dependen mayormente de recursos escasos y costosos (Ohlin & Heckscher, 1933). En el caso de la importación grecas se podría aplicar si los factores de producción necesarios para la elaboración de estas son más abundantes y de menor costo en Imbabura, haciendo que la importación sea más rentable.

Importar grecas desde China implica participar en el comercio internacional, donde cada país se especializa en la producción de ciertos bienes y luego intercambia esos bienes con otros países. En este caso, ISHKA se especializa en la venta de insumos textiles, mientras que China se especializa en la producción de grecas. Al comerciar con China, ISHKA puede obtener grecas de alta calidad a precios competitivos, lo que beneficia tanto a la empresa como a los consumidores en Otavalo, Ecuador.

### **2.3 Marco legal**

En cuanto a los aspectos legales, las importaciones están sujetas a una serie de regulaciones y normas tanto en el país de origen como en el país de destino. Cada país tiene sus propias regulaciones aduaneras que rigen las importaciones, como la clasificación arancelaria, la valoración aduanera y los requisitos de etiquetado. Cumplir con estas regulaciones es esencial para asegurar un proceso de importación fluido y evitar problemas legales o sanciones (Rojas, 2020).

- Constitución de la República de Ecuador

Sección sexta

De acuerdo al artículo 304, la política comercial tiene objetivos basados en potenciar y revitalizar los mercados internos en línea con los objetivos estratégicos delineados en el Plan Nacional de Desarrollo, además regula y fomenta llevando a cabo acciones concretas para promover la integración estratégica del país en la economía global. Además de reforzar la capacidad productiva y la manufactura nacional para impulsar el crecimiento económico sostenible. También apoyar la garantía de la soberanía alimentaria y energética, y trabajar para mitigar las disparidades internas en el país (Asamblea Nacional, 2008).

- Código orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

1. Reglamento al título de la facilitación aduanera para el comercio, del libro v del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Artículo 147

- Importación para el consumo: describe el proceso por el cual las mercancías de origen extranjero o de Zonas Especiales de Desarrollo Económico se autorizan a entrar y moverse libremente dentro del territorio aduanero, destinadas a permanecer allí de manera indefinida. Este proceso implica el pago correspondiente de derechos e impuestos de importación, así como de cualquier recargo o sanción aplicable. Además, se deben cumplir todas las formalidades y obligaciones aduaneras establecidas por la legislación vigente (Asamblea Nacional, 2024).

2. Reforma Arancelaria:

- Desde el 1 de agosto de 2021, Ecuador implementó una reforma arancelaria que redujo los aranceles de cientos de productos importados. Esta medida afectó insumos, materias primas y bienes de capital que el sector productivo ecuatoriano importa.

- La reforma tiene como objetivo fomentar la competitividad y facilitar el comercio exterior.

### 3. Cálculo de Tributos:

Para los bienes importados, el impuesto se calcula tomando el mayor valor entre el precio ex aduana aumentado en un 30% como margen mínimo de comercialización, y el precio de venta al público recomendado por el importador, deduciendo el IVA y el ICE (Impuesto a los Consumos Especiales).

En Ecuador los derechos que se deben pagar para acceder a productos o servicios importados son: el Arancel, Impuesto al Valor Agregado (IVA), Impuesto a los Consumos Especiales (ICE), Impuesto a la Salida de Divisas (ISD), Salvaguardias.

### 4. Ventanilla Única Virtual:

- La Ventanilla Única Virtual de Comercio Exterior es una herramienta importante para gestionar los trámites aduaneros y consultar información sobre aranceles y otros aspectos relacionados con el comercio internacional.

#### **2.3.1 Leyes y reglamentos.**

La Ley Orgánica del Código de la Producción, Comercio e Inversiones, es una ley que se creó con la finalidad de permitir mejorar las actividades productivas de los sectores considerados estratégicos del país. Este reglamento Técnico Ecuatoriano para la Certificación de Productos: Determina los requisitos técnicos que se cumplen a ciertos productos importados para garantizar su calidad y seguridad (Servicio Nacional de Aduanas, 2018).

#### **2.3.2 Plan de Desarrollo para el Nuevo Ecuador 2024-2025**

El Plan de Desarrollo para el Nuevo Ecuador 2024 (2024) es una estrategia gubernamental integral que busca impulsar el crecimiento económico y el desarrollo del país

en diferentes áreas. En el contexto del estudio sobre la importación de grecas desde China, este plan influye en varias dimensiones, incluyendo medidas para fortalecer el comercio exterior, promoviendo tanto las exportaciones como las importaciones para mejorar la integración económica del Ecuador.

Además, este plan contempla incentivos para la inversión privada en sectores estratégicos, lo que podría tener un impacto directo en el estudio de importación de grecas al facilitar el acceso a recursos financieros y a una infraestructura adecuada. Asimismo, el desarrollo de la infraestructura, especialmente en puertos y transporte, podría ser una prioridad en el plan, lo que beneficiaría el proceso logístico de importación de grecas desde China al agilizar los trámites aduaneros y reducir los costos de transporte (Plan nacional para el nuevo Ecuador 2024-2025, 2024).

### **3. MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **3.1 Metodología**

Para realizar la presente investigación se utilizó una metodología mixta cualitativa y cuantitativa con el fin de conocer la demanda y factibilidad de importar insumos textiles para ponerlos al alcance de la población y facilitar la elaboración de los anakus o centros de las mujeres Kayambis de los trajes típicos. Para realizar la presente investigación se utilizó las siguientes:

- Encuestas: Aplicadas a los clientes de la compañía ISHKA
- Entrevista: Se realizó una entrevista al gerente de la empresa ISHKA.

#### **3.2 Método de investigación**

La metodología empleada en este estudio adopta un enfoque mixto que integra tanto elementos cualitativos como cuantitativos para obtener una comprensión exhaustiva del fenómeno investigado. En primer lugar, se emplea una metodología descriptiva para detallar y caracterizar los aspectos relevantes asociados con la importación de grecas al mercado Otavaleño. Esto implica la identificación de proveedores, rutas de importación, variedades de grecas disponibles, precios de mercado y tendencias de demanda. La recolección de estos datos descriptivos se lleva a cabo mediante técnicas como la revisión de documentos, la observación en campo y el uso de instrumentos de recolección de información en colaboración con los actores pertinentes.

Por otro lado, se aplica una metodología no experimental para analizar los datos recopilados sobre la importación y comercialización de grecas. En este sentido, el enfoque busca comprender y explicar los fenómenos tal como se presentan en el entorno real, sin intervenir en la manipulación de variables. Este enfoque no experimental permite una exploración más profunda de las relaciones causales y los factores influyentes en la importación y comercialización de grecas en Otavalo.

Además, se emplea una metodología analítica para examinar críticamente los datos recopilados y extraer conclusiones significativas. Esta metodología analítica permite identificar patrones, tendencias y relaciones entre variables, contribuyendo así a una comprensión más completa y rigurosa del fenómeno estudiado. En resumen, la combinación de estos enfoques metodológicos proporciona una visión integral y rigurosa de la importación de grecas, permitiendo abordar tanto aspectos descriptivos como analíticos del fenómeno.

### **3.3 Población y muestra**

#### **3.3.1 Población**

- Universo 1: Gerente general de la empresa importadora Ishka
- Universo 2: Posibles clientes de la empresa ISHKA para la compra de grecas

#### **3.2.2. Muestra**

La muestra se define como una parte representativa de la población, será objeto de estudio del documento presente. Dentro de lo mencionado, se plantea el muestreo no probabilístico el cual se refiere a una previa segmentación del estudio, previamente a la recolección de datos a través de la encuesta y entrevistas. En este sentido, la Cartera de clientes de la empresa ISHKA en la provincia de Imbabura, es de 296 clientes.

Para el cálculo, se consideró una muestra no probabilística, ya que previo a la identificación de la misma, se definió un estrato específico de la población (Hernández, Fernández, & Baptista, 1997).

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

DATOS:

Z= Nivel de confianza	(90%) 1.65
N= Tamaño de la población	296
p= Proporción real estimada de éxito	0.5
(1-p) = Proporción real estimada de fracaso	0.5
e= Error muestra	10%

$$n = \frac{(1,65)^2 296 * (0,5)(1 - 0,5)}{(0,10)^2 * 296 + (1,65)^2 * (0,5)(1 - 0,5)}$$

$n = 73$

Al determinar la muestra mediante la fórmula, se aplicó la encuesta a 73 clientes de importadora ISHKA.

### 3.4 Instrumentos

**Encuestas:** fueron instrumentadas a través del cuestionario de preguntas dirigidas a los clientes de la empresa ISHKA para conocer las preferencias, tamaños, colores para la mejor opción en cuanto a las grecas para abastecer a los productores textiles y locales de bazar.

**Entrevista:** instrumentada a través de una guía de preguntas, dirigidas hacia el gerente de la empresa.

### 3.5 Procedimiento

Para llevar a cabo el análisis de la muestra, se implementó una encuesta estructurada en forma de cuestionario. Este cuestionario donde se distribuyó a los clientes utilizando Google Forms, aprovechando su accesibilidad y facilidad de uso. Una vez recopiladas las respuestas se tabuló, los resultados haciendo uso del programa Excel. En este proceso, se empleó estadística descriptiva para evaluar y resumir los datos, lo que permitió obtener una comprensión clara de las tendencias y patrones presentes en las respuestas de los

encuestados. Esta metodología asegura un enfoque sistemático y riguroso para la interpretación de los resultados de la encuesta.

### 3.6 Análisis de datos / resultados

#### 3.6.1 Análisis general de la entrevista al gerente de la empresa ISHKA

**Tabla 1**

*Análisis general de la entrevista al gerente de la empresa ISHKA*

<b>N°</b>	<b>Preguntas de la entrevista</b>	<b>Respuesta</b>
1	<b>¿Podría describir su rol específico y sus principales responsabilidades en la empresa?</b>	Gerente propietario, responsable del manejo de la empresa y supervisión de empleados en caja, bodega y facturación.
2	<b>¿Cuál es la estructura organizacional en la empresa y cuál es el proceso para la toma de decisiones administrativas?</b>	Estructura: gerencia, contabilidad, vendedores y bodega. La gerencia toma decisiones administrativas.
3	<b>¿Desde cuándo está operativa la empresa y cómo ha evolucionado desde su apertura?</b>	Operativa desde hace 10 años, ha evolucionado positivamente y crecido con el tiempo.
4	<b>¿Cuáles son los objetivos estratégicos de empresa para los próximos cinco años?</b>	Objetivo: crecer, ofrecer buen servicio y productos de excelente calidad.
<b>Sección Procesos</b>		
5	<b>¿Cómo se gestiona la reposición de inventarios y cuáles son los criterios para identificar los productos más demandados?</b>	Inventarios anuales, verificación constante del stock para identificar productos de mayor y menor demanda.
6	<b>¿Podría detallar el proceso completo de adquisición de productos, desde la identificación de necesidades hasta la entrega final al cliente?</b>	Proceso: revisión de stock mínimo, requerimiento a proveedor, pago, despacho, traslado a bodega, entrega y cobro al cliente.
7	<b>¿Cómo se organizan los procesos logísticos y de almacenamiento en la empresa?</b>	Abastecimiento: preparación del producto, carga, entrega directa a los clientes.
<b>Comercialización</b>		
8	<b>¿Cuáles son las estrategias principales que utiliza la empresa para la comercialización de sus productos?</b>	Estrategias: buen servicio, entrega inmediata, productos de calidad y buen precio.
9	<b>¿Qué canales de distribución son los más efectivos para alcanzar a su clientela y cómo promocionan sus productos a través de estos canales?</b>	Canales: boca a boca y redes sociales, anteriormente publicidad en radio.

10	¿En qué áreas geográficas o ciudades vende principalmente la empresa sus productos de bazar?	Principalmente comprende la totalidad de la región sierra del país y áreas selectas de la costa y el oriente.
11	¿Con qué frecuencia se realiza el conteo de inventario y cómo aseguran un stock adecuado?	Revisión mensual de inventarios, planificación de pedidos según demanda.
<b>Financieros</b>		
12	¿Qué estrategias de distribución aseguran la disponibilidad continua de grecas para los clientes?	Estrategias de distribución: buena atención, productos de calidad y buen precio.
13	¿Cuál es la situación financiera actual de la ferretería y bazar y cómo afecta esto su capacidad para invertir en nuevos proyectos, como llevar a cabo un proceso de importación de grecas?	Situación financiera estable, planean importar grecas con ayuda de un agente aduanero.
14	¿Cómo se gestiona la planificación financiera en la empresa, incluyendo la elaboración de presupuestos y la evaluación de proyectos de inversión?	Planificación financiera: evaluaciones manuales por el gerente propietario, importación considerada accesible.
15	¿Cuál es el plan y la capacidad de la empresa para gestionar la importación de grecas desde China? ¿Cree Usted que es mejor realizar una importación a comprar en distribuidores nacionales?	Plan de importación desde China para mejorar calidad y precio de las grecas, generar mayor rentabilidad y volumen de ventas.

### 3.6.2 Análisis de la encuesta aplicada a la cartera de clientes de la empresa

**Pregunta 1:** ¿Qué tiempo se encuentra su negocio en el mercado?

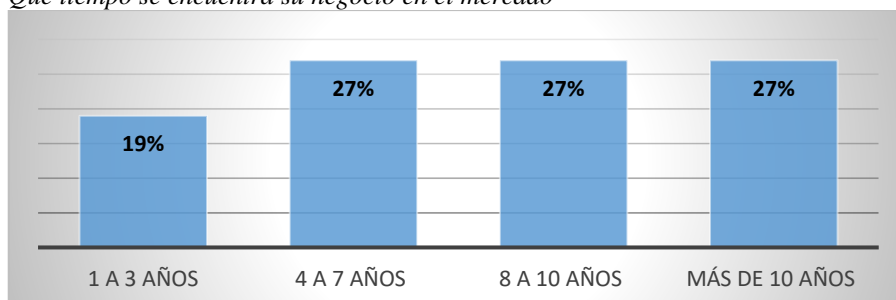
**Tabla 2**

*Qué tiempo se encuentra su negocio en el mercado*

Respuesta	Valores absolutos	Porcentaje
1 a 3 años	13	19%
4 a 7 años	20	27%
8 a 10 años	20	27%
Más de 10 años	20	27%
TOTAL	73	100%

**Figura 1**

*Qué tiempo se encuentra su negocio en el mercado*



Como se puede evidenciar en la Tabla 2 el 81% de los encuestados sus negocios lleva de entre 4 a más de 10 años en el mercado, mientras que una minoría llevan de 1 a 3 años, sin embargo, esta información es de suma importancia debido a que todos ellos están en constante producción de prendas de vestir donde se utiliza las grecas para los detalles de los productos que confeccionan.

**Pregunta 2.** ¿Cuál es el lugar de ubicación de su negocio?

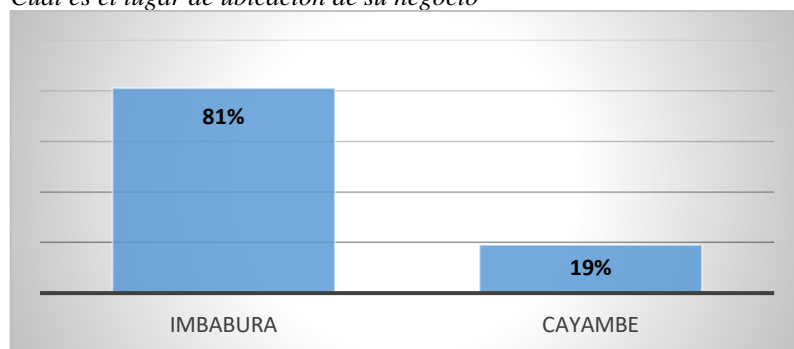
**Tabla 3**

*Cuál es el lugar de ubicación de su negocio*

<b>Respuesta</b>	<b>Valores absolutos</b>	<b>Porcentaje</b>
Imbabura	60	81%
Cayambe	13	19 %
TOTAL	73	100%

**Figura 2**

*Cuál es el lugar de ubicación de su negocio*



La mayoría de los encuestados el 81% la ubicación de sus negocios pertenece a Imbabura, mientras que un 19% se encuentra ubicado en la ciudad de Cayambe.

**Pregunta 3:** ¿Con qué frecuencia compra grecas para sus trajes típicos?

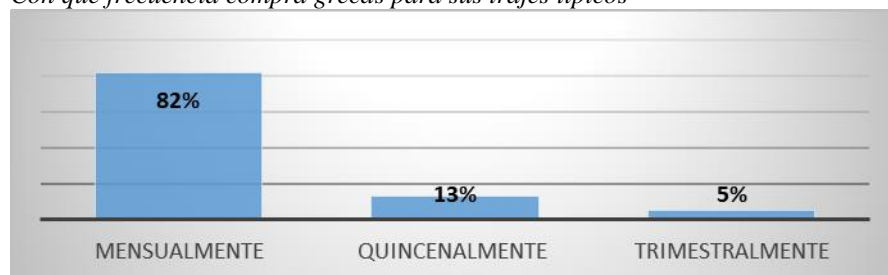
**Tabla 4**

*Con qué frecuencia compra grecas para sus trajes típicos*

<b>Respuesta</b>	<b>Valores absolutos</b>	<b>Porcentaje</b>
Mensualmente	60	82%
Quincenalmente	10	13%
Trimestralmente	5	5%
TOTAL	73	100%

**Figura 3**

*Con qué frecuencia compra grecas para sus trajes típicos*



Como se puede evidenciar en la tabla 4 el 82% de los encuestados manifiesta que el adquiere grecas de forma quincenal, otra parte de ellos un 13% lo hace de forma mensual y una minoría del 5% lo hace de forma trimestral, con esta información se puede mencionar que existe compra constante de los artesanos para confeccionar sus prendas y aún más en tiempos de San Juan es donde más se confecciona vestimenta y adquieren con mayor frecuencia.

**Pregunta 4:** ¿Cuántas madejas de grecas suele utilizar mensualmente para la confección de sus trajes típicos?

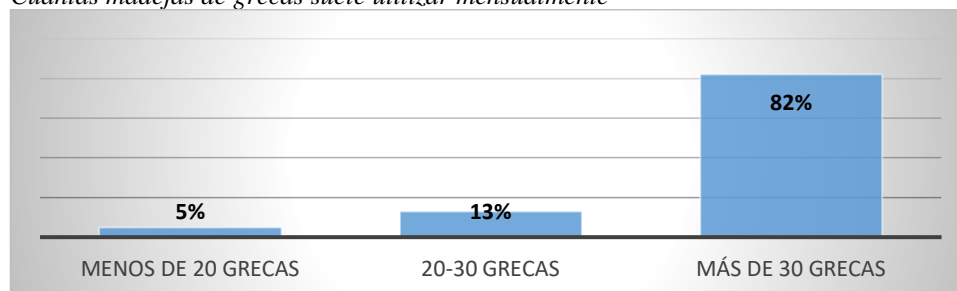
**Tabla 5**

*Cuántas madejas de grecas suele utilizar mensualmente*

Respuesta	Valores absolutos	Porcentaje
Menos de 20 grecas	5	5%
20-30 grecas	10	13%
Más de 30 grecas	60	82%
TOTAL	73	100%

**Figura 4**

*Cuántas madejas de grecas suele utilizar mensualmente*



Como se puede evidenciar la mayoría de los encuestados con un 82% manifiesta que compran más de 30 grecas, un 13% compra de 20 a 30 grecas mensuales y una minoría

compra menos de 20 grecas al mes, con ello se puede decir que existe una gran demanda de este tipo de producto en el mercado.

**Pregunta 5:** ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por las madejas de 7 metros importadas de China?

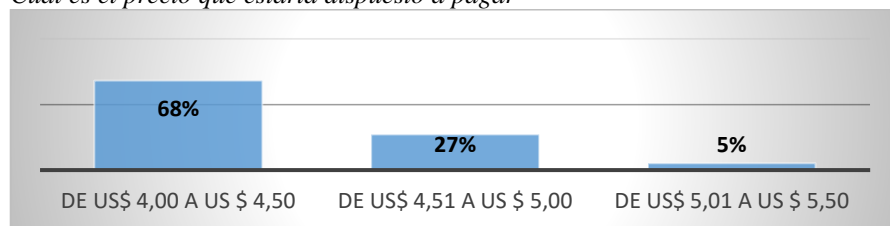
**Tabla 6**

*Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar*

Respuesta	Valores absolutos	Porcentaje
De US\$ 4,00 a US \$ 4,50	50	68%
De US\$ 4,51 a US \$ 5,00	20	27%
De US\$ 5,01 a US \$ 5,50	3	5%
TOTAL	73	100%

**Figura 5**

*Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar*



Como se muestra en la tabla 6 el 68% de los encuestados manifiesta que estaría dispuesto a pagar entre 4 a 4,50, mientras que el 27% pagaría entre 4,51 a 5 dólares y una minoría del 5% más de 5 dólares, esta información es de suma importancia para establecer el precio de comercialización en el mercado.

**Pregunta 6:** ¿Prefiere grecas hechas a?

**Tabla 7**

*Preferencia de las grecas*

Respuesta	Valores absolutos	Porcentaje
A mano	0	0%
Industriales	73	100%
TOTAL	73	100%

**Figura 6**

*Preferencia de las grecas*



La totalidad de los encuestados manifiesta que prefieren industriales, debido a que existe variedad de diseños y el tiempo de elaboración es más corto y se puede entregar los pedidos de los productos a tiempo.

**Pregunta 7:** ¿Cuál es el tamaño del ancho de la greca que más utiliza en sus diseños?

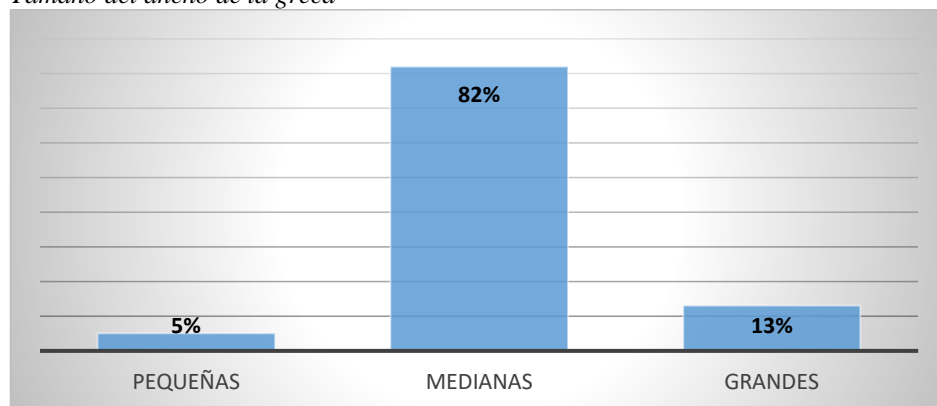
**Tabla 8**

*Tamaño del ancho de la greca*

Respuesta	Valores absolutos	Porcentaje
Pequeñas	3	5%
Medianas	60	82%
Grandes	10	13%
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>

**Figura 7**

*Tamaño del ancho de la greca*



Como se muestra en los resultados el 82% manifiesta que utiliza más la greca mediana, mientras que un 13% hace uso de la greca grande y una minoría del 5% utiliza las pequeñas esta información contribuye para que le empresa cuente en stock con una variedad de grecas en función a los requerimientos de los clientes.

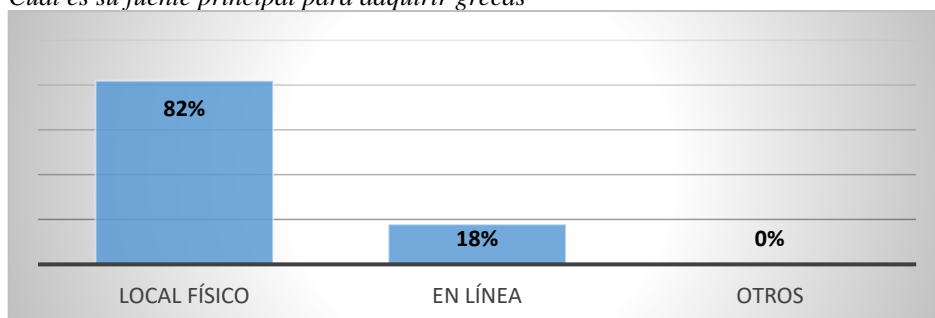
**Pregunta 8:** ¿Cuál es su fuente principal para adquirir grecas?

**Tabla 9**

*Cuál es su fuente principal para adquirir grecas*

Respuesta	Valores absolutos	Porcentaje
Local físico	60	82%
En línea	13	18%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>

**Figura 8**  
*Cuál es su fuente principal para adquirir grecas*



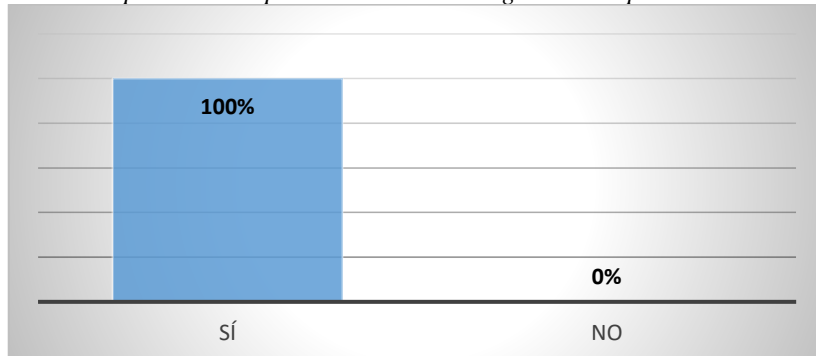
De acuerdo a los datos obtenidos el 82% de los encuestados manifiesta que le gusta adquirir en el local en físico con la finalidad de palpar y ver de cerca los diseños, mientras que un 18% prefiere realizarlo en línea.

**Pregunta 9:** ¿Estaría dispuesto a comprar directamente las grecas a importadores directos?

**Tabla 10**  
*Estaría dispuesto a comprar directamente las grecas a importadores directos*

Respuesta	Valores absolutos	Porcentaje
Sí	73	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	73	100%

**Figura 9**  
*Estaría dispuesto a comprar directamente las grecas a importadores directos*



La totalidad de los encuestados manifiesta que estaría dispuesto a comprar directamente las grecas a importadores directos, por lo que es conveniente que la empresa importe este producto que tiene gran demanda en el mercado.

## 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 FODA

**Tabla 11**  
*Matriz FODA*

<b>FORTALEZA</b>	<b>DEBILIDAD</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Precios competitivos</li><li>• Conocimiento en proceso de importación</li><li>• Conexión directa con proveedores Internacionales.</li><li>• Predisposición por parte de la empresa para importar variedad de acuerdo a la demanda. Reducción costos operativos por realización del proceso de importación directa.</li><li>• La empresa cuenta con una ubicación estratégica</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de experiencia en el mercado grecas</li><li>• Inseguridad de que el material no llegue en las condiciones esperadas.</li><li>• Inseguridad en cuanto a la exactitud de la demanda.</li><li>• No cuenta con suficiente recurso económico</li></ul>
<b>OPORTUNIDAD</b>	<b>AMENAZA</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Incremento de demanda en cuanto a (materia prima)</li><li>• Mercado de grecas poco explotado en el cantón Otavalo.</li><li>• Demanda permanente durante todo el año.</li><li>• Preferencia indispensable de las grecas para la confección de ropa.</li><li>• Préstamo con baja tasa de interés</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nuevos competidores</li><li>• Tiempo de transportación larga.</li><li>• Presencia de empresas importadoras directas.</li></ul>

*Nota:* Tomado del análisis de la empresa

### 4.2 PROVEEDORES

En este apartado se presentará de manera breve los posibles proveedores de grecas para la empresa Ishka.

#### a) YIWU LATIN TRADE CO LIMITED

Con una trayectoria de 10 años en la industria, la empresa se ha consolidado como líder en la producción de encajes y perlas de plástico de alta calidad. Desde su fundación, han mantenido un firme compromiso con la excelencia en calidad, el diseño innovador y un servicio excepcional, elementos que les permite satisfacer de manera continua y eficaz las demandas de sus clientes alrededor del mundo. Sus principales productos de exportación son encaje 3D, encaje plano de más de 5 cm, encaje plano de más de 1 cm, tul, malla de perlas

de vidrio, malla de perlas de vidrio doble y lentejuelas. (YIWU LATIN TRADE CO LIMITED, 2024).

#### **b) L&B ACCESORIES**

Es una empresa que se encuentra en Ningbo, en el puerto Oriental desarrolla negocios de exportación de toda clase de botones y encajes hacia Latinoamérica y el mundo. Tiene una experiencia de 20 años. Dentro de sus principales productos se encuentra Bordado encaje, tela de encaje, encaje químico, de algodón, elástico y nupcial. (L&B accesories, 2024).

#### **c) ALIBABA**

Alibaba es reconocida como un vasto conglomerado tecnológico con múltiples divisiones, siendo especialmente prominente en la distribución minorista en línea. Esta empresa no solo abarca una amplia gama de sectores. A lo largo de los años, se ha consolidado su posición como un gigante asiático y líder indiscutible en ventas en línea, gracias a su capacidad para integrar eficientemente tecnologías avanzadas en sus plataformas y optimizar la experiencia de compra para millones de usuarios. Con un enfoque constante en innovación y calidad, continúa expandiendo su influencia y redefiniendo los estándares del comercio electrónico a nivel global (Alibaba, 2024).

#### **4.2.1. Matriz de análisis de las empresas ofertantes de China**

Tomando en cuenta el país donde se realizará la importación, que para este caso es “China” se realiza también una búsqueda de proveedores, en la cual para poder escoger cuál de ellos es el mejor proveedor se realizó una matriz comparativa de análisis, en la cual podemos encontrar diferentes indicadores entre las cuales están, el color, el diseño, el material, precio y entre otros.

**Tabla 12***Indicadores de los productos*

<b>Indicadores</b>	<b>YIWU LATIN TRADE CO LIMITED</b>	<b>L&amp;B ACCESORIES</b>	<b>ALIBABA</b>
Material	3	3	3
Color	3	3	3
Diseño	3	3	3
Capacidad de producción	3	3	3
Precio Estimado GRECAS	3	1	2
Trade Assurance (Seguro)	3	3	3
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>17</b>

*Nota.* Tabla de los indicadores que determinarán la selección del mejor proveedor de acuerdo a los resultados.

Una vez analizada la matriz comparativa de las 3 empresas proveedoras, se logra determinar que los indicadores que muestra YIWU LATIN TRADE CO LIMITED. Muestran un balance entre los aspectos económicos, variación del producto y confianza. Por lo que será la empresa escogida de la cual se van a importar el producto.

### 4.3 Costos de importación

**Tabla 13***Costos de importación*

	<b>COSTOS DE IMPORTACIÓN</b>			
	<b>COSTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Precio Grecas CIP	\$ 0,80	5600	\$ 4.480,00	\$ 53.760,00
<b>TOTAL COSTO</b>		5600	\$ 4.480,00	\$ 53.760,00
<b>FACTURA</b>				
Ad Valorem	\$ 896,00	1	\$ 896,00	\$ 10.752,00
Fodinfra	\$ 22,40	1	\$ 22,40	\$ 268,80
IVA	\$ 809,76	1	\$ 809,76	\$ 9.717,12
ISD	\$ 224,00	1	\$ 224,00	\$ 2.688,00
Aforo	\$ 150,00	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Agente	\$ 264,50	1	\$ 264,50	\$ 3.174,00
Almacenaje	\$ 30,00	1	\$ 30,00	\$ 360,00
Transporte interno	\$ 300,00	1	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Token	\$ 1,26	1	\$ 1,26	\$ 15,12
<b>DDP</b>	<b>\$ 2.697,92</b>		<b>\$ 2.697,92</b>	<b>\$ 32.375,04</b>

#### 4.4 Evaluación económica del proyecto con financiamiento

**Tabla 14.**

Evaluación económica del proyecto con financiamiento

EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	
	AÑO 1
Costo oportunidad	14,08 %
Valor actual neto	57.179,73
Costo beneficio	\$ 7,21
Tasa interna de retorno	113,41 %
Periodo de recuperación de la inversión	6 meses, con 14 días

### 5. PROPUESTA

#### 5.1 Propuesta Administrativa

##### 5.1.1 Nombre de la empresa

La empresa lleva por nombre **Ishka**

##### 5.1.2 Logo de la empresa

**Figura 10**

*Logo de la empresa*



##### 5.1.3 Misión

Nuestra misión es importar y comercializar una amplia gama de productos de bazar, papelería y ferretería, comprometiéndonos con la calidad, la eficiencia y la innovación en cada uno de nuestros artículos. Nos esforzamos por ofrecer precios competitivos y una atención personalizada a nuestros clientes, mientras mantenemos un firme respeto por el medio ambiente en todas nuestras operaciones.

#### 5.1.4 Visión

Nuestra visión es consolidarnos como líderes en el mercado provincial en la importación de diversas líneas de productos, destacándonos por nuestra infraestructura de vanguardia, personal altamente calificado y la superior calidad de nuestros productos. Aspiramos a ser reconocidos por nuestra tradición e identidad única, estableciendo estándares de excelencia en cada aspecto de nuestra operación.

#### 5.1.5 Valores

- **Responsabilidad:** Nos comprometemos a asumir plenamente las consecuencias de nuestras acciones, decisiones y compromisos, garantizando transparencia y responsabilidad en cada interacción.
- **Puntualidad:** Valoramos el tiempo de nuestros clientes y del estado, comprometiéndonos a cumplir con todos nuestros compromisos y responsabilidades de manera puntual.
- **Respeto:** Mantenemos un profundo respeto por la dignidad, derechos y libertades de cada individuo e institución con los que interactuamos, fomentando un entorno de tolerancia y consideración.
- **Honestidad:** Actuamos siempre con integridad y sinceridad, asegurando que cada transacción y comunicación se maneje con la máxima honestidad y transparencia.
- **Compromiso:** Nos dedicamos al bienestar de nuestros colaboradores, sus familias y la comunidad en general, promoviendo un ambiente laboral de apoyo y cooperación que trascienda más allá de nuestras operaciones comerciales.

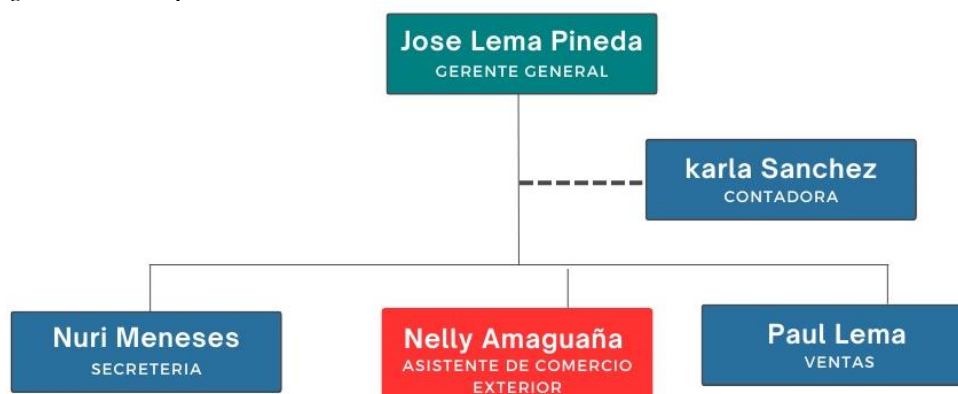
#### 5.1.6 Estructura organizacional

La estructura organizacional determina cómo se distribuyen las responsabilidades y tareas dentro de una entidad, estableciendo jerarquías de autoridad y canales de

comunicación para asegurar que todas las funciones y personas involucradas estén coordinadas eficazmente y orientadas hacia el logro de los objetivos propuestos.

A continuación, se detalla el organigrama de la empresa:

**Figura 11**  
*Organigrama de la empresa*



*Nota:* Tomado del análisis de la empresa

**Tabla 14**  
*Manual de funciones*

Cargos	Requisitos del cargo	Naturaleza del cargo	Funciones
<b>Gerente General</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Título de tercer nivel o superior.</li> <li>Experiencia mínima 3 años</li> <li>Liderazgo</li> </ul>	Administrar, como planificar, controlar y evaluar todo lo referente a la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Velar por el cumplimiento de los requisitos legales.</li> <li>Planificar metas a corto, mediano y largo plazo.</li> <li>Definir el mercado objetivo</li> <li>Velar por las relaciones laborales</li> <li>Reclutamiento del personal.</li> </ul>
<b>Contador/a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Título de tercer nivel o superior en contabilidad</li> <li>Trabajar bajo presión</li> <li>Colaborar con la gerencia</li> </ul>	Velará por la correcta administración económica de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar balances corporativos en diferentes periodos.</li> <li>Presentar los estados financieros e inventarios a tiempo.</li> <li>Capacitarse en las nuevas reformas.</li> </ul>
<b>Asistente de comercio Internacional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Título de tercer nivel o superior</li> </ul>	Identificar nuevos proveedores. Evaluar la calidad y costos de los productos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificación de Necesidades de Compra</li> <li>Búsqueda y Selección de Proveedores.</li> </ul>

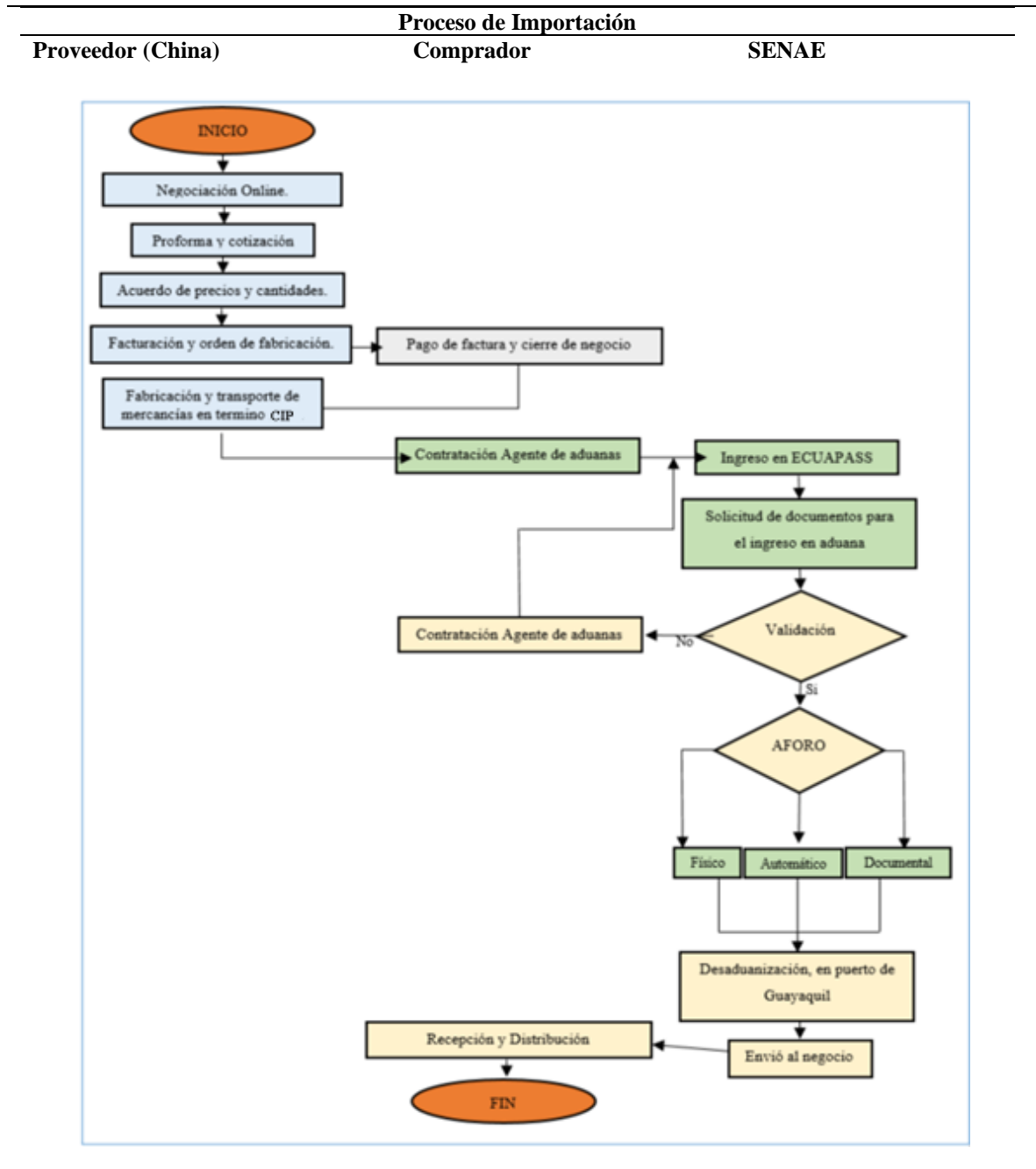
<b>Vendedor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de tercer nivel o superior</li> <li>• Trabajar en equipo.</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en ventas.</li> </ul>	<p>Comprender las tendencias del mercado</p> <p>Estarán bajo órdenes del jefe de comercialización</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de Inventarios</li> <li>• Verificar el producto para su venta.</li> <li>• Mantener todas las normas de higiene.</li> <li>• Empacar y etiquetar de acuerdo a las exigencias de mercado.</li> <li>• Almacenamiento del producto con cuidado en bodega.</li> </ul>
-----------------	---	---	--

## 5.2 Propuesta de importación

A continuación, se detallará los pasos a seguir para la importación de grecas de origen chino por parte de la empresa importadora Ishka.


### 5.2.1. Flujograma de importación

**Tabla 16**  
*Flujograma de Importación*



## 5.2.2. Subpartida Arancelaria de grecas

**Figura 11**  
*Subpartida Arancelaria de grecas*

Código	Designación de la Mercancía	UF	Tarifa Arancelaria	OBSERVACIONES
5806.20.00.00	- Las demás cintas, con un contenido de hilos de elastómeros o de hilos de caucho superior o igual al 5% en peso	Kg	20	
	- Las demás cintas:			
5806.31.00.00	-- De algodón	Kg	20	
5806.32	-- De fibras sintéticas o artificiales:			
5806.32.10.00	--- De ancho inferior o igual a 4.1 cm.	Kg	20	
5806.32.90.00	--- Las demás	Kg	20	
5806.39.00.00	-- De las demás materias textiles	Kg	20	
5806.40.00.00	- Cintas sin trama, de hilados o fibras paralelizados y aglutinados	Kg	20	
<b>58.07</b>	<b>Etiquetas, escudos y artículos similares, de materia textil, en pieza, cintas o recortados, sin bordar.</b>			
5807.10.00.00	- Tejidos	Kg	20	
5807.90.00.00	- Los demás	Kg	20	
<b>58.08</b>	<b>Trenzas en pieza; artículos de pasamanería y artículos ornamentales análogos, en pieza, sin bordar, excepto los de punto; bellotas, madroños, pompones, borlas y artículos similares.</b>			
5808.10.00.00	- Trenzas en pieza	Kg	20	
5808.90.00.00	- Los demás	Kg	20	
	Tejidos de hilos de metal y tejidos de hilados metálicos o de hilados			

Como se puede ver en la figura la partida con la que se va a trabajar es la 5808.90.00.00.

## 5.2.3. Procedimiento para importar

### a) Contacto con el exportador

- Nombre de la empresa: Yiwu Latin trade coltd
- País: China
- Dirección: Room 202, Unit 1, Building 22, Jinmao Mansion.  
YIWU ZHEJIANG CHINA

### b) Identificación de proveedores

Se optó por la empresa YIWU LATIN TRADE CO., LIMITED, destacada por su excelente relación calidad-precio. La presencia de traductores en la empresa facilita considerablemente la comunicación y las negociaciones comerciales, optimizando el proceso de selección.

### **c) Solicitud de cotización del producto**

Con la asistencia de una traductora especializada en español y chino, se logró simplificar la negociación de precios, cantidades y demás detalles pertinentes a la cotización, garantizando una comunicación eficaz y precisa.

Tiempo de entrega: la empresa exportadora China cuenta con una planta de producción considerablemente mediana por lo que cualquier pedido y la cantidad que sea se demora alrededor de 30 días.

- Forma de pago: Giro directo
- Tiempo de tránsito: se demoraría alrededor de 45 días
- Tiempo en bodegaje: alrededor de 2 días por lo máximo.

### **d) Proforma**

Después de identificar al proveedor que ofrece la mejor combinación de precio y calidad, se debe solicitar una factura proforma. Este documento preliminar detalla las condiciones de la venta, incluyendo la descripción del producto, cantidades, precios, términos de pago y condiciones de entrega. La proforma es esencial para planificar financieramente la importación y sirve como base para negociar términos y preparar la documentación necesaria.

**Tabla 15**  
*Proforma*

<b>YIWU LATIN TRADE CO., LIMITED</b>			
<b>222 Chengdian Rd, Yiwu, Zhejiang, China</b>			
<b>TO:</b>	JOSE LEMA PINEDA	发 票 编 号	
<b>致</b>	CALLE. SUCRE #1009Y COLON	Invoice No. HY2401268	
	OTAVALO-ECUADOR LOCAL.ISHKA	售货确认书号数	
	TEL: 5396 2924806 CEL: 0988280245	Sales Confirmation No.	
	RUC: 1000855344	Contrac No.	18/05/2024
	<a href="mailto:importadoraishka@hotmail.com">importadoraishka@hotmail.com</a>	Date	
装箱单			
<b>From:</b>	Shanghai	<b>To:</b>	Quito
<b>letters of Credit No:</b>		<b>Issued by:</b>	
	描述	候选者	普雷西奥 全部的
	<b>Description</b>	Quantity	Unit Price Amount
	磁带	5600 Unit	\$0,80 \$4,480
			Total \$4.480

## 5.2.4. Tributos a pagar

**Tabla 16**

*Tributos al comercio*

TRIBUTOS AL COMERCIO	
	Textiles
AD VALOREN	20%
ARANCEL ESPECIFICO	0%
ANTIDUMPING	0%
FODINFA	0,50%
ICE ADVALOREM	0%
ICE ESPECIFICO	0%
IVA	15%
ISD	5%

## 5.2.5. Requisitos y trámites para importar

- **Obtener Ruc**

La empresa importadora ISHKA se ha dedicado a la importación de insumos con anterioridad por ende ya cuenta con un RUC.

RUC: 1000855344001

**Figura 12**

*Consulta de Ruc*

### Consulta de RUC

RUC 1000855344001	Razón social LEMA PINEDA JOSE	
Estado contribuyente en el RUC <b>ACTIVO</b>	<b>Actividad económica principal</b> VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE PAPELERÍA COMO LÁPICES, BOLÍGRAFOS, PAPEL, ETCÉTERA, EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.	
Contribuyente fantasma NO	Contribuyente con transacciones inexistentes NO	
<b>Tipo contribuyente</b> PERSONA NATURAL	<b>Régimen</b> GENERAL	<b>Categoría</b>
<b>Obligado a llevar contabilidad</b> SI	<b>Agente de retención</b> SI	<b>Contribuyente especial</b> NO
<b>Fecha inicio actividades</b> 1974-01-01	<b>Fecha actualización</b> 2019-12-16	<b>Fecha reinicio actividades</b> 1983-02-02

- **Certificado digital Banco Central processo**

**Requisitos Obligatorios:**

1. Comprobante de pago
2. Digitalizado de la cédula de identidad y/o ciudadanía a color vigente
3. Digitalizado de la papeleta de votación vigente
4. Digitalizado del nombramiento del representante legal
5. Digitalizado de la autorización firmada por el representante legal

**Previo a acercarse a las agencias:**

1. Ingresar a la página web del Banco Central del Ecuador: <https://portal.sce.eci.bce.ec:9443/portal/publico/inicio.jsf>
2. Ingresar a la opción: Firma Electrónica / Solicitud de Certificado
3. Llenar el formulario y adjuntar los siguientes documentos:

Para la empresa como persona jurídica:

- Digitalizado de cédula o pasaporte a color
- Digitalizado de papeleta de votación actualizada
- Digitalizado nombramiento o certificado laboral
- Digitalizado de la autorización firmada por el representante legal

**Posterior acercarse a nuestra agencia:**

- 1. Dirigirse al módulo de información
- 2. Verificar el estado de la solicitud
- 3. Cancelar por el servicio
- 4. Dirigirse a los módulos de firma electrónica para la entrega del servicio

**Costo (efectivo):**

- \$54,88 Incluye IVA (contenedor token y certificado de firma electrónica)

**Nota aclaratoria:**

Si dispone de contenedor token el costo será de \$30.24 incluye IVA (deberá portar el contenedor token para la emisión del certificado de firma electrónica)

- **Regístrate en el Ecuapass**

### **Requisitos Obligatorios:**

1. Contar con el Registro Único de Contribuyentes – RUC ante el Servicio de Rentas Internas - SRI
2. Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica.
3. Instalación del sistema Ecuapass, para tal efecto se cuenta con un navegador basado en Mozilla Firefox, permite instalar y configurar complementos necesarios de JAVA, Flash Player y PKI automáticamente, el cual puede ser descargado desde el link: [www.aduana.gob.ec/senae-browser-descargas/](http://www.aduana.gob.ec/senae-browser-descargas/)
4. Asociar cédula del representante legal
5. Asociar nombramiento del representante legal

El procedimiento en cuanto al registro de operador de comercio exterior en el sistema informático Ecuapass para realizar transacciones de comercio exterior (importador/exportador), es el siguiente:

1. Ingresar al sistema informático Ecuapass (<https://ecuapass.aduana.gob.ec>) y dar clic en la opción “Nuevo Registro”

1.1 Seleccionar la opción “Solicitud de Registro de Usuario de Representante de Comercio Exterior” y registrar la siguiente información:

- Información de Empresa  
Datos del Representante Legal en el SRI
- Información de Representante de Comercio Exterior
- Información de Operación: Seleccionar la opción "Imp/Exportador"
- Información de Certificado Digital

1.2 Adjuntar la documentación correspondiente

1.3 Registrar y firmar la solicitud de usuario de comercio exterior.

También se debe considerar que el resultado del registro realizado, es decir la aprobación o rechazo de la solicitud, así como el motivo de rechazo en el caso de que corresponda, puede ser consultado siguiendo los siguientes pasos:

1. Ingresar al sistema informático Ecuapass (<https://ecuapass.aduana.gob.ec>) y dar clic en la opción 3.2.8 Resultado de Registro de Usuario.
2. Colocar el número de RUC de la empresa y número de identificación del usuario registrado.
3. Finalmente dar clic en el botón "Consultar".

Los motivos por los que regularmente una solicitud de registro de importador OCE importador/exportador es rechazada son los siguientes:

1. Estado diferente a activo en la Superintendencia de compañías.
2. Dirección no válida.
3. No es el representante registrado.

Los pasos a seguir según cada tipo de rechazo son los siguientes:

1. Estado diferente a activo en la Superintendencia de compañías: Una vez actualizada la situación de la empresa ante la Superintendencia de Compañías, debe realizar la nueva solicitud de usuario en el Ecuapass.
2. Dirección no válida: En el campo "Dirección" debe registrarse la dirección de manera detallada, de ser necesario puede usar referencias.
3. No es el representante registrado: Solo puede realizar la solicitud el representante legal.

El registro de Importador/Exportador en el sistema Ecuapass no tiene costo, no obstante, se deben considerar los valores de adquisición de la firma electrónica (Token) según cada entidad certificadora.

## 5.2.6. Ejemplo de declaración aduanera de importación (DAI)

**Figura 13**  
*DAI de la importación*

The screenshot displays the ECUAPASS web portal interface. At the top, there is a navigation bar with the ECUAPASS logo and user information: '01901540 Buzon Electronico SENAE VUE Guía del uso' and 'ARIAS VIVERO HECTOR FERNANDO' with a 'Cerrar sesión' button. Below this, there are three main menu items: 'límites Operativos', 'servicios Informativos', and 'Soporte al Cliente'. The main content area is titled 'Declaración de Importación' and contains several sections of data entry forms:

- Información de general:** Includes fields for 'A01. Código del declarante' (01901540), 'A03. Aduana' (dropdown), 'A04. Código de Régimen' (dropdown), 'A05. Tipo de despacho' (dropdown), 'A06. Número de despacho parcial' (text), and 'A07. Tipo de pago' (dropdown).
- Información de importador:** Includes fields for 'B01. Nombre' (text), 'B02. Tipo de documento' (dropdown), 'B04. Ciudad' (text), 'B05. Dirección' (text), 'B06. Teléfono' (text), 'B13. Nivel Comercial' (dropdown), and 'B07. CIU' (dropdown).
- Información del declarante:** Includes fields for 'B08. Tipo de documento' ([001] RUC), 'B10. Código del declarante' (01901540), 'B11. Apellidos/nombres' (DÍAZ, JUAN), and 'B12. Dirección' (PASAJE AMAZONAS # 195 Y RÍO ARAJUNO).

Para gestionar la desaduanización de mercancías, se requiere la participación del importador o de un Agente de Aduana, ambos debidamente acreditados por el SENA E.

La DAI debe ser enviada a través del sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador dentro de los quince días previos a la llegada del medio de transporte y hasta treinta días después de su arribo.

- Documentos de acompañamiento: son aquellos conocidos como de control previo, los cuales deben ser gestionados y aprobados antes de que se embarque la mercancía de importación

- Documentos de soporte: en el caso de importar greclas se requiere estos documentos:

- Documento de Transporte

- Factura comercial

Después de transmitir la DAI, el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador proporcionará el número de declaración aduanera de importación y el canal de aforo adecuado.

Al ser la primera vez que la empresa va a importar las greclas se realiza el aforo físico en el mayor de los casos.

A continuación, se presenta información detallada acerca del Incoterms escogido

para la importación es importante mencionar que el producto viene en carga compartida por el número de greclas a importar:

### CIP (Carriage and Insurance Paid (To)) Puerto de Guayaquil Incoterms 2020

De acuerdo a el vendedor cumple sus obligaciones al momento que el producto está listo para la exportación, se encuentran a bordo del buque designado en el puerto de embarque convenido, es importante mencionar que viene por carga consolidada, soportando todos los riesgos y gastos hasta ese momento, El comprador la empresa **Ishka** asume a partir de ese momento todos los costes y riesgos de la mercadería. Este Incoterm menciona que el vendedor, debe efectuar la entrega de la mercadería embaladas adecuadamente para su exportación, cargar está en el almacén del vendedor, transporte en el interior del país de origen, formalidades aduaneras de exportación, y el comprador **ishka** quien tiene la responsabilidad de: los gastos de manipulación de destino, formalidades aduaneras de importación, transporte interior en destino, entrega del producto al comprador, un aspecto importante de este Incoterms es que el gasto de manipulación y origen puede ser de responsabilidad tanto del comprador como del vendedor. Así el importador trabaja la importación bajo el Incoterm CIP debido a todos los pagos que debe realizar hasta realizar la desaduanización del contenedor en el puerto de destino.

**Figura 14**


CIP Incoterms 2020.



### 5.3.1 Ficha técnica

**Tabla 17**

*Ficha técnica del producto*



Nombre del producto	Greca para manualidades	
<b>FOTOGRAFIA</b>	Ítem N°	WA-3#
	PESO POR EMBALAJE	12.3KGS
	MEDIDAS DE EMBALAJE	50x46x30cm
	ANCHO	4.1cm
	LARGO	15cm
	EMPAQUE	Bolsas transparentes de 7 pcs.
	TIPO	bordados
	MATERIAL	Sintético
	EMPAQUE	Bolsas transparentes de 7 pcs.

### 5.3.2 Plan de marketing

#### 5.3.2.1. Producto

ISHKA ha expandido su oferta de productos al incluir grecas importadas de alta calidad, específicamente destinadas para la elaboración de trajes típicos y decoraciones. Estas grecas, caracterizadas por su riqueza en diseños y patrones que reflejan tradiciones culturales, permiten a ISHKA atender un nicho de mercado especializado en artesanías y vestimenta tradicional. La empresa se compromete a seleccionar grecas que no solo cumplan con los altos estándares de calidad y autenticidad, sino que también introduzcan elementos innovadores que resalten y enriquezcan las aplicaciones tradicionales de estos productos. Cada greca es cuidadosamente seleccionada para asegurar que proporcionen valor estético y durabilidad, fortaleciendo la propuesta de ISHKA de ofrecer productos que combinan tradición con calidad premium.

**Tabla 18**  
*Producto grecas*

<b>INFORMACIÓN GENERAL DE LAS GRECAS</b>	
<b>Empaque</b>	<b>Embalaje</b>
<p>Las grecas se empaican en conjuntos de siete piezas dentro de bolsas transparentes. Este tipo de empaque se selecciona por varias razones: permite a los clientes ver el contenido sin abrir la bolsa, proporciona una protección adecuada durante el transporte y almacenamiento, y presenta el producto de una manera organizada y atractiva.</p>	<p>El paquete de 7 unidades se coloca dentro de cajas de cartón, las cuales están recubiertas con un costal verde. Cada caja lleva una etiqueta que indica el modelo y la numeración del producto. Cada caja puede contener 50 paquetes de siete piezas, sumando un total de 350 grecas por caja.</p>
	

### 5.3.2.2. Precio

En su enfoque hacia la importación de grecas, ISHKA se dedica a establecer una estructura de precios competitiva que refleje un equilibrio entre calidad y accesibilidad. La empresa logra estos precios competitivos mediante una gestión eficiente de la cadena de suministro, optimizando costos operativos y negociando cuidadosamente con proveedores para obtener las mejores tarifas sin comprometer la calidad. La política de precios de ISHKA está diseñada para reflejar el valor único de las grecas, teniendo en cuenta tanto las expectativas del mercado local como las dinámicas del mercado internacional. Este enfoque no solo asegura la sostenibilidad del negocio, sino que también posiciona a ISHKA como una opción atractiva para clientes que buscan productos auténticos y de alta calidad a precios razonables.

**Tabla 19**

*Determinación del precio unitario de las grecas*

<b>DETERMINACIÓN PRECIO UNITARIO</b>					
	<b>Compras</b>	<b>GASTO Unitario</b>	<b>COSTO T.Unita</b>	<b>UTILIDAD</b>	<b>Precio CIP de Importación</b>
				<b>30%</b>	
<b>GRECA</b>	0.80	0,63	1,43	0,30	1,73

### **5.3.2.3. Plaza**

Para la distribución de las grecas importadas, ISHKA implementa una estrategia meticulosa que abarca tanto canales de venta físicos como digitales, optimizando así la disponibilidad de estos productos especializados. La empresa vende directamente en sus locales y a través de su sitio web, además de colaborar con socios comerciales en diversas provincias para ampliar su alcance geográfico. Reconociendo la importancia de explorar continuamente nuevas oportunidades, ISHKA también busca expandir su presencia en mercados nicho y plataformas de comercio electrónico especializadas que atraen a audiencias específicamente interesadas en productos culturales y artesanales. Esta estrategia no solo facilita el acceso a las grecas para una amplia variedad de clientes, sino que también apoya la expansión constante de la red de distribución de ISHKA.

**Figura 15**

*Plaza del producto*



### **5.3.2.4. Promoción**

En cuanto a la promoción de las grecas, ISHKA utiliza una combinación efectiva de estrategias promocionales para captar y fidelizar a su clientela. La empresa aprovecha tanto los medios tradicionales como los digitales, incluyendo campañas en redes sociales, para alcanzar un público más amplio. Se implementan promociones y descuentos estacionales, y se participa activamente en ferias y exposiciones relevantes para la industria textil y cultural. Además, ISHKA se enfoca en el marketing de contenido,

creando materiales que educan a los consumidores sobre la rica historia cultural de las grecas, su calidad superior y sus usos variados. Estas actividades no solo buscan impulsar las ventas, sino también fortalecer la imagen de la marca y su conexión con la comunidad, resaltando el valor cultural y estético de sus productos.

**Figura 16**  
*Promoción de la empresa*



## 5.4 ANÁLISIS FINANCIERO

En este capítulo se examinará en detalle todo el entorno financiero en el cual operará la empresa importadora ISHKA.

- **IMPORTACIÓN**

La Empresa desea importar 5600 grecas el costo de compra es a \$ 0.80 y el precio de venta en el Ecuador es de \$ 1,73 dólares.

- **INVERSIÓN**

La empresa contará con una inversión inicial de 9.203,00 dólares americanos.

- **PRECIO**

La empresa pretende obtener un margen de utilidad del 30% en cada greca.

- **FINANCIAMIENTO**

La inversión inicial estará constituida por el Capital Social de la empresa en una 70% y el 30% restante se financiará a través de una entidad financiera.

El financiamiento se realizará a través de la Cooperativa Atuntaqui a una tasa de interés del 10,57% con una garantía hipotecaria a un plazo de 3 años (amortización trimestralmente).

#### 5.4.1 Resumen de la Inversión Inicial

**Tabla 20**

*Resumen de la Inversión Inicial*

INVERSIÓN		VALOR
Inversión Fija		1.213,00
Inversión Variable		7.990,00
Capital de trabajo	7.990,00	
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>		<b>9.203,00</b>

#### 5.4.2. Inversión fija

**Tabla 21**

*Inversión fija*

TOTAL INVERSIÓN FIJA		
ACTIVOS		MONTO
Muebles y Enseres	\$	187,00
Equipos de Cómputo	\$	896,00
Equipos de Oficina	\$	30,00
Maquinaria	\$	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>1.213,00</b>

#### 5.4.3. Inversión variable

**Tabla 22**

*Inversión variable*

CAPITAL DE TRABAJO		
CUENTA	VALOR	PORCENTAJE
	MENSUAL	
Compras	\$ 4.480,00	56,07%
Costos de importación	2.697,92	33,77%
Gastos Administrativos	812,08	10,16%
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>7.990,00</b>	<b>100%</b>

#### 5.4.4 Gastos administrativos

**Tabla 23**

*Gastos administrativos*

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Sueldos	\$ 656,08	\$ 7.873,00
Agua	\$ 18,00	\$ 216,00
Energía Eléctrica	\$ 19,00	\$ 228,00
Teléfono	\$ 9,00	\$ 108,00
Internet Banda CNT	\$ 33,00	\$ 396,00
Suministros de Oficina	\$ 15,00	\$ 180,00
Gastos Promoción	\$ 50,00	\$ 600,00
Implementos de limpieza	\$ 12,00	\$ 144,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 812,08</b>	<b>\$ 9.745,00</b>

#### 5.4.5 Detalle del sueldo del personal

**Tabla 24**

*Detalle del sueldo del personal*

<b>PERSONAL</b>	<b>VALOR</b>
Asistente de comercio exterior	\$ 656,08
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 656,08</b>

**Tabla 25***Roles de pago del 1er al 5to año***ROL DE PAGOS 1ER AÑO**

<b>Empleado</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Aporte IESS</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Vacac.</b>	<b>Total Ingresos (mensual)</b>	<b>Total Ingresos (anual)</b>
Asistente comercio exterior	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 452,75	\$ 0,00	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 32,83	\$ 20,83	\$ 656,08	\$ 7.873,00
Total sueldos administrativos	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 3.056,97	\$ 0,00	\$ 410,18	\$ 281,33	\$ 229,83	\$ 140,67	\$ 656,08	\$ 53.256,21
Remuneración mensual	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 3.770,50	\$ 0,00	\$ 505,93	\$ 347,00	\$ 295,50	\$ 173,50	\$ 656,08	\$ 65.831,11
Remuneración anual	\$ 6.000,00	\$ 567,00	\$ 45.246,02	\$ 0,00	\$ 6.071,11	\$ 4.164,00	\$ 3.546,00	\$ 2.082,00	\$ 65.831,11	

**ROL DE PAGOS 2DO AÑO**

<b>Empleado</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Aporte IESS</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Fondo de Reserva 8,33%</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Vacac.</b>	<b>Total Ingresos (mensual)</b>	<b>Total Ingresos (anual)</b>
Asistente comercio exterior	\$ 545,95	\$ 51,59	\$ 494,36	\$ 45,48	\$ 66,33	\$ 45,50	\$ 32,83	\$ 22,75	\$ 758,84	\$ 9.106,05
Total sueldos administrativos	\$ 545,95	\$ 51,59	\$ 494,36	\$ 45,48	\$ 66,33	\$ 45,50	\$ 32,83	\$ 22,75	\$ 758,84	\$ 9.106,05
Remuneración mensual	\$ 545,95	\$ 51,59	\$ 494,36	\$ 45,48	\$ 66,33	\$ 45,50	\$ 32,83	\$ 22,75	\$ 758,84	\$ 9.106,05
Remuneración anual	\$ 6.551,40	\$ 619,11	\$ 5.932,29	\$ 545,73	\$ 796,00	\$ 545,95	\$ 394,00	\$ 272,98	\$ 9.106,05	

**ROL DE PAGOS 3ER AÑO**

<b>Empleado</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Aporte IESS</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Vacac.</b>	<b>Total Ingresos (mensual)</b>	<b>Total Ingresos (anual)</b>
Asistente comercio exterior	\$ 596,12	\$ 56,33	\$ 539,79	\$ 49,66	\$ 72,43	\$ 49,68	\$ 32,83	\$ 24,84	\$ 825,56	\$ 9.906,69
Total sueldos administrativos	\$ 596,12	\$ 56,33	\$ 539,79	\$ 49,66	\$ 72,43	\$ 49,68	\$ 32,83	\$ 24,84	\$ 825,56	\$ 9.906,69
Remuneración anual	\$ 596,12	\$ 56,33	\$ 539,79	\$ 49,66	\$ 72,43	\$ 49,68	\$ 32,83	\$ 24,84	\$ 825,56	\$ 9.906,69
Remuneración anual	\$ 7.153,47	\$ 676,00	\$ 6.477,47	\$ 595,88	\$ 869,15	\$ 596,12	\$ 394,00	\$ 298,06	\$ 9.906,69	

**ROL DE PAGOS 4TO AÑO**

<b>Empleado</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Aporte IESS</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Vacac.</b>	<b>Total Ingresos (mensual)</b>	<b>Total Ingresos (anual)</b>
Asistente comercio exterior	\$ 650,91	\$ 61,51	\$ 589,40	\$ 54,22	\$ 79,09	\$ 54,24	\$ 32,83	\$ 27,12	\$ 898,41	\$ 10.780,91
Total sueldos administrativos	\$ 650,91	\$ 61,51	\$ 589,40	\$ 54,22	\$ 79,09	\$ 54,24	\$ 32,83	\$ 27,12	\$ 898,41	\$ 10.780,91
Remuneración mensual	\$ 650,91	\$ 61,51	\$ 589,40	\$ 54,22	\$ 79,09	\$ 54,24	\$ 32,83	\$ 27,12	\$ 898,41	\$ 10.780,91
Remuneración anual	\$ 7.810,88	\$ 738,13	\$ 7.072,75	\$ 650,65	\$ 949,02	\$ 650,91	\$ 394,00	\$ 325,45	\$ 10.780,91	

**ROL DE PAGOS 5TO AÑO**

<b>Empleado</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Aporte IESS</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Vacac.</b>	<b>Total Ingresos (mensual)</b>	<b>Total Ingresos (anual)</b>
Asistente comercio exterior	\$ 710,72	\$ 67,16	\$ 643,56	\$ 59,20	\$ 86,35	\$ 59,23	\$ 32,83	\$ 29,61	\$ 977,96	\$ 11.735,46
Total sueldos administrativos	\$ 710,72	\$ 67,16	\$ 643,56	\$ 59,20	\$ 86,35	\$ 59,23	\$ 32,83	\$ 29,61	\$ 977,96	\$ 11.735,46
Remuneración mensual	\$ 710,72	\$ 67,16	\$ 643,56	\$ 59,20	\$ 86,35	\$ 59,23	\$ 32,83	\$ 29,61	\$ 977,96	\$ 11.735,46
Remuneración anual	\$ 8.528,70	\$ 805,96	\$ 7.722,74	\$ 710,44	\$ 1.036,24	\$ 710,72	\$ 394,00	\$ 355,36	\$ 11.735,46	

#### 5.4.6 Costos de importación

**Tabla 26**

*Costos de importación*

<b>COSTOS DE IMPORTACIÓN</b>				
	<b>COSTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Precio Grecas CIP	\$ 0,80	5600	\$ 4.480,00	\$ 53.760,00
<b>TOTAL COSTO</b>		5600	\$ 4.480,00	\$ 53.760,00
<b>FACTURA</b>				
Ad Valorem	\$ 896,00	1	\$ 896,00	\$ 10.752,00
Fodinfra	\$ 22,40	1	\$ 22,40	\$ 268,80
IVA	\$ 809,76	1	\$ 809,76	\$ 9.717,12
ISD	\$ 224,00	1	\$ 224,00	\$ 2.688,00
Aforo	\$ 150,00	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Agente	\$ 264,50	1	\$ 264,50	\$ 3.174,00
Almacenaje	\$ 30,00	1	\$ 30,00	\$ 360,00
Transporte interno	\$ 300,00	1	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Token	\$ 1,26	1	\$ 1,26	\$ 15,12
<b>DDP</b>	<b>\$ 2.697,92</b>		<b>\$ 2.697,92</b>	<b>\$ 32.375,04</b>

#### 5.4.7 Determinación costos importación

**Tabla 27**

*Determinación costos importación*

<b>DETERMINACIÓN GASTO IMPORTACIÓN</b>	
	<b>Total Mensual</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	812,08
GASTOS DE IMPORTACIÓN	2.697,92
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>3.510,00</b>
GRECAS IMPORTADAS	5600
GASTO POR GRECA	0,63

#### 5.4.8 Determinación del precio

**Tabla 28**

*Determinación del precio*

<b>DETERMINACIÓN PRECIO UNITARIO</b>					
	<b>Compras</b>	<b>GASTO Unitario</b>	<b>COSTO T.Unita</b>	<b>UTILIDAD</b>	<b>Precio de venta</b>
				<b>30%</b>	
<b>GRECA</b>	0.80	0,63	1,43	0,43	1,85

## 5.4.9 Estructura del préstamo

**Tabla 29**

*Estructura del préstamo*

<b>ESTRUCTURA DEL PRÉSTAMO</b>		
<b>INVERSIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Recursos propios	2.760,90	30%
Recursos ajenos	6.442,10	70%
<b>TOTAL</b>	<b>9.203,00</b>	<b>100%</b>

**Tabla 30**

*Datos financiamiento y tabla de amortización*

<b>DATOS DEL FINANCIAMIENTO</b>		
<b>BANCO</b>	COOP ATUNTAQUI	
<b>MONTO</b>		6442,10
<b>INTERES</b>		10,57%
<b>PLAZO</b>		36
<b>PERÍODO</b>	trimestral	
<b>GARANTÍA</b>		
<b>Crédito</b>	<b>05-03629854</b>	

<b>Periodos de pago</b>	<b>Cuota</b>	<b>Pago de intereses</b>	<b>Amortización del principal</b>	<b>Amortización acumulada del principal</b>	<b>Capital pendiente</b>
<b>0</b>					\$ 6.442,10
<b>1</b>	\$ 209,60	\$ 56,74	\$ 152,85	\$ 152,85	\$ 6.289,25
<b>2</b>	\$ 209,60	\$ 55,40	\$ 154,20	\$ 307,05	\$ 6.135,05
<b>3</b>	\$ 209,60	\$ 54,04	\$ 155,56	\$ 462,61	\$ 5.979,49
<b>I TRIMESTRE</b>	\$ 628,79	\$ 166,18	\$ 462,61	\$ 922,51	\$ 18.403,79
<b>4</b>	\$ 209,60	\$ 52,67	\$ 156,93	\$ 619,54	\$ 5.822,57
<b>5</b>	\$ 209,60	\$ 51,29	\$ 158,31	\$ 777,85	\$ 5.664,26
<b>6</b>	\$ 209,60	\$ 49,89	\$ 159,70	\$ 937,55	\$ 5.504,55
<b>II TRIMESTRE</b>	\$ 628,79	\$ 153,85	\$ 474,94	\$ 2.334,93	\$ 16.991,38
<b>7</b>	\$ 209,60	\$ 48,49	\$ 161,11	\$ 1.098,66	\$ 5.343,44
<b>8</b>	\$ 209,60	\$ 47,07	\$ 162,53	\$ 1.261,19	\$ 5.180,91
<b>9</b>	\$ 209,60	\$ 45,64	\$ 163,96	\$ 1.425,15	\$ 5.016,95
<b>III TRIMESTRE</b>	\$ 628,79	\$ 141,19	\$ 487,60	\$ 3.785,00	\$ 15.541,30
<b>10</b>	\$ 209,60	\$ 44,19	\$ 165,41	\$ 1.590,56	\$ 4.851,54
<b>11</b>	\$ 209,60	\$ 42,73	\$ 166,86	\$ 1.757,42	\$ 4.684,68
<b>12</b>	\$ 209,60	\$ 41,26	\$ 168,33	\$ 1.925,75	\$ 4.516,35
<b>IV TRIMESTRE</b>	\$ 628,79	\$ 128,19	\$ 500,60	\$ 5.273,73	\$ 14.052,57
<b>13</b>	\$ 209,60	\$ 39,78	\$ 169,82	\$ 2.095,57	\$ 4.346,53
<b>14</b>	\$ 209,60	\$ 38,29	\$ 171,31	\$ 2.266,88	\$ 4.175,22
<b>15</b>	\$ 209,60	\$ 38,29	\$ 171,31	\$ 2.438,19	\$ 4.003,91

<b>V</b>					
<b>TRIMESTRE</b>	\$ 628,79	\$ 116,35	\$ 512,44	\$ 6.800,64	\$ 12.525,67
16	\$ 209,60	\$ 35,27	\$ 174,33	\$ 2.612,52	\$ 3.829,58
17	\$ 209,60	\$ 33,73	\$ 175,86	\$ 2.788,38	\$ 3.653,72
18	\$ 209,60	\$ 32,18	\$ 177,41	\$ 2.965,80	\$ 3.476,30
<b>VI</b>					
<b>TRIMESTRE</b>	\$ 628,79	\$ 101,18	\$ 527,61	\$ 8.366,70	\$ 10.959,61
19	\$ 209,60	\$ 30,62	\$ 178,98	\$ 3.144,77	\$ 3.297,33
20	\$ 209,60	\$ 29,04	\$ 180,55	\$ 3.325,33	\$ 3.116,78
21	\$ 209,60	\$ 27,45	\$ 182,14	\$ 3.507,47	\$ 2.934,63
<b>VII</b>					
<b>TRIMESTRE</b>	\$ 628,79	\$ 87,12	\$ 541,67	\$ 9.977,57	\$ 9.348,74
22	\$ 209,60	\$ 25,85	\$ 183,75	\$ 3.691,22	\$ 2.750,88
23	\$ 209,60	\$ 24,23	\$ 185,37	\$ 3.876,58	\$ 2.565,52
24	\$ 209,60	\$ 22,60	\$ 187,00	\$ 4.063,58	\$ 2.378,52
<b>VIII</b>					
<b>TRIMESTRE</b>	\$ 628,79	\$ 72,68	\$ 556,11	\$ 11.631,38	\$ 7.694,92
25	\$ 209,60	\$ 20,95	\$ 188,65	\$ 4.252,23	\$ 2.189,87
26	\$ 209,60	\$ 19,29	\$ 190,31	\$ 4.442,54	\$ 1.999,57
27	\$ 209,60	\$ 17,61	\$ 191,98	\$ 4.634,52	\$ 1.807,58
<b>IX</b>					
<b>TRIMESTRE</b>	\$ 628,79	\$ 57,85	\$ 570,94	\$ 13.329,28	\$ 5.997,02
28	\$ 209,60	\$ 15,92	\$ 193,67	\$ 4.828,20	\$ 1.613,91
29	\$ 209,60	\$ 14,22	\$ 195,38	\$ 5.023,58	\$ 1.418,53
30	\$ 209,60	\$ 12,49	\$ 197,10	\$ 5.220,68	\$ 1.221,42
<b>X</b>					
<b>TRIMESTRE</b>	\$ 628,79	\$ 42,63	\$ 586,16	\$ 15.072,45	\$ 4.253,86
31	\$ 209,60	\$ 10,76	\$ 198,84	\$ 5.419,52	\$ 1.022,59
32	\$ 209,60	\$ 9,01	\$ 200,59	\$ 5.620,11	\$ 822,00
33	\$ 209,60	\$ 7,24	\$ 202,36	\$ 5.822,46	\$ 619,64
<b>XI</b>					
<b>TRIMESTRE</b>	\$ 628,79	\$ 27,01	\$ 601,78	\$ 16.862,08	\$ 2.464,22
34	\$ 209,60	\$ 5,46	\$ 204,14	\$ 6.026,60	\$ 415,50
35	\$ 209,60	\$ 3,66	\$ 205,94	\$ 6.232,54	\$ 209,56
36	\$ 209,60	\$ 0,03	\$ 209,57	\$ 6.442,10	\$ 0,00
<b>XII</b>					
<b>TRIMESTRE</b>	\$ 628,79	\$ 9,15	\$ 619,64	\$ 18.701,24	\$ 625,06

#### 5.4.10 Costo de capital

**Tabla 31**  
*Costo de capital*

<b>COSTO DE CAPITAL</b>			
<b>ESTRUCTURA</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PONDERACION</b>
Recursos propios	0,30	15,00%	0,045
Recursos financiados	0,70	10,11%	0,07077
<b>TOTAL</b>			<b>11,58%</b>

#### 5.4.11 Tasa de rendimiento medio

Tabla 32

*Tasa de rendimiento medio*

TASA DE REDESCUENTO O TASA DE RENDIMIENTO MEDIO		
Inflación proyectada anual	Costo Capital	TRM
2,50%	11,58%	14,08%

#### 5.4.12 Presupuesto de ingresos

Tabla 33

*Presupuesto de ingresos*

PRESUPUESTO DE INGRESOS		
Grecas planchas anuales	PRECIO/ UNIDADES	TOTAL \$
67200	1,85	124.644,05
73920	1,90	140.536,17
81312	1,95	158.454,53
89443	2,00	178.657,48
98388	2,05	201.436,31
	<b>TOTAL</b>	<b>803.728,55</b>

#### 5.4.13 Presupuesto de egresos

Tabla 34

*Presupuesto de egresos*

PRESUPUESTO COSTOS		
Grecas planchas anuales	PRECIO/ UNIDADES	TOTAL \$
67200	0,80	53.760
73920	0,82	60.614
81312	0,84	68.343
89443	0,86	77.056
98388	0,88	86.881
	<b>TOTAL</b>	<b>346.654,70</b>

#### 5.4.14 Proyección gastos administrativos

Tabla 35

*Proyección gastos administrativos*

PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	7873,00	8069,83	8271,57	8478,36	8690,32
Agua	216,00	221,40	226,94	232,61	238,42
Energía Eléctrica	228,00	233,70	239,54	245,53	251,67
Teléfono	108,00	110,70	113,47	116,30	119,21
Internet Banda CNT	396,00	405,90	416,05	426,45	437,11

Suministros de Oficina	180,00	184,50	189,11	193,84	198,69
Gastos Promoción	600,00	615,00	630,38	646,13	662,29
Implementos de limpieza	144,00	147,60	151,29	155,07	158,95
<b>TOTAL</b>	<b>9745,00</b>	<b>9988,63</b>	<b>10238,34</b>	<b>10494,30</b>	<b>10756,66</b>

#### 5.4.15 Proyección de importaciones

**Tabla 36**

*Proyección de importaciones*

	PROYECCIÓN GASTOS DE IMPORTACIÓN				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ad Valorem	\$ 10.752,00	\$ 11.020,80	\$ 11.296,32	\$ 11.296,32	\$ 11.578,73
Fodinfra	\$ 268,80	\$ 275,52	\$ 282,41	\$ 282,41	\$ 289,47
IVA	\$ 9.717,12	\$ 9.960,05	\$ 10.209,05	\$ 10.209,05	\$ 10.464,28
ISD	\$ 2.688,00	\$ 2.755,20	\$ 2.824,08	\$ 2.894,68	\$ 2.967,05
Aforo	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00	\$ 3.690,00	\$ 3.690,00	\$ 3.782,25
Agente	\$ 3.174,00	\$ 3.253,35	\$ 3.334,68	\$ 3.418,05	\$ 3.503,50
Almacenaje	\$ 360,00	\$ 369,00	\$ 378,23	\$ 378,23	\$ 387,68
Transporte interno	\$ 3.600,00	\$ 3.690,00	\$ 3.782,25	\$ 3.782,25	\$ 3.876,81
Token	\$ 15,12	\$ 15,50	\$ 15,89	\$ 15,89	\$ 16,28
<b>DDP</b>	<b>\$ 32.375,04</b>	<b>\$ 34.939,42</b>	<b>\$ 35.812,90</b>	<b>\$ 35.966,87</b>	<b>\$ 36.866,04</b>

#### 5.4.16 Estado de resultados

**Tabla 37**

*Estado de resultados*

CUENTAS	ESTADO DE RESULTADOS / FINANCIADO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Grecas	\$ 124.644,05	\$ 140.536,17	\$ 158.454,53	\$ 178.657,48	\$ 201.436,31
Compra	\$ 53.760,00	\$ 60.614,40	\$ 68.342,74	\$ 77.056,43	\$ 86.881,13
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 70.884,05</b>	<b>\$ 79.921,77</b>	<b>\$ 90.111,79</b>	<b>\$ 101.601,05</b>	<b>\$ 114.555,18</b>
(=) Utilidad Bruta	<b>\$ 70.884,05</b>	<b>\$ 79.921,77</b>	<b>\$ 90.111,79</b>	<b>\$ 101.601,05</b>	<b>\$ 114.555,18</b>
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	\$ 9.745,00	\$ 9.988,63	\$ 10.238,34	\$ 10.494,30	\$ 10.756,66
Gasto de importación	\$ 32.375,04	\$ 34.939,42	\$ 35.812,90	\$ 35.966,87	\$ 36.866,04
Depreciación	\$ 330,34	\$ 330,34	\$ 330,34	\$ 31,70	\$ 31,70
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 42.450,38</b>	<b>\$ 45.258,38</b>	<b>\$ 46.381,58</b>	<b>\$ 46.492,87</b>	<b>\$ 47.654,40</b>
(=) Utilidad después de Operaciones	<b>\$ 28.433,68</b>	<b>\$ 34.663,39</b>	<b>\$ 43.730,22</b>	<b>\$ 55.108,18</b>	<b>\$ 66.900,78</b>
(-) Gastos Financieros					
Intereses	\$ 589,41	\$ 377,33	\$ 136,64		
(=) Utilidad antes de participación de trabajadores	<b>\$ 27.844,27</b>	<b>\$ 34.286,06</b>	<b>\$ 43.593,58</b>	<b>\$ 55.108,18</b>	<b>\$ 66.900,78</b>
(-) 15% Participación de trabajadores	\$ 4.176,64	\$ 5.142,91	\$ 6.539,04	\$ 8.266,23	\$ 10.035,12

(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 23.667,63	\$ 29.143,15	\$ 37.054,54	\$ 46.841,95	\$ 56.865,67
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 5.916,91	\$ 7.285,79	\$ 9.263,63	\$ 11.710,49	\$ 14.216,42
(=) Utilidad Neta	\$ 17.750,72	\$ 21.857,36	\$ 27.790,90	\$ 35.131,46	\$ 42.649,25

#### 5.4.17 Flujo de caja

**Tabla 38**

*Flujo de caja*

	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta	17750,72	21857,36	27790,90	35131,46	42649,25
Depreciación	330,34	330,34	330,34	31,70	31,70
AMORTIZACION CAPITAL	1925,75	2137,83	2378,52		
VALOR RESIDUAL					158,59
<b>Flujo de caja</b>	<b>16.155,30</b>	<b>20.049,87</b>	<b>25.742,72</b>	<b>35.163,16</b>	<b>42.839,54</b>

#### 5.4.18 Indicadores financieros

**Tabla 39**

*Valor actual neto*

VALOR ACTUAL NETO			
FINANCIADO			
AÑO	FLUJO NETO DE EFECTIVO	$1/(1+i)^n$	FNE/ $(1+i)^n$
0	-9.203,00		(9.203,00)
1	16.155,30	0,874	14.121,89
2	20.049,87	0,764	15.320,29
3	25.742,72	0,668	17.194,43
4	35.163,16	0,584	20.530,48
5	42.839,54	0,510	21.864,20
		<b>VALOR VAN</b>	89.031,29
		VPN	79.828,29

**Tabla 40**

*Costo beneficio*

COSTO BENEFICIO		
VALOR ACTUAL NETO		<u>89.031,29</u>
INVERSIÓN INICIAL	9.203,00	<b>9,67</b>

**Tabla 41**

*Período de recuperación de la inversión*

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)		
AÑO	FLUJO EFECTIVO	FLUJO ACUMULADO
0		-9.203,00
1	14.121,89	4.918,89

	<b>2</b>	15.320,29	20.239,18
	<b>3</b>	17.194,43	37.433,61
	<b>4</b>	20.530,48	57.964,09
	<b>5</b>	21.864,20	78.494,56
	<b>PRI</b>	<b>0,18</b>	

**Tabla 42**

*Tasa interna de retorno*

<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		
<b>AÑO</b>	<b>Flujo de efectivo</b>	<b>INVERSIÓN INICIAL</b>
1	16155,30	
2	20049,87	9203,00
3	25742,72	
4	35163,16	
5	42839,54	
	<b>TIR</b>	<b>161,79%</b>

### 5.6.16 Evaluación económica del proyecto

**Tabla 43**

*Punto de equilibrio*

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			
<b>CUENTAS</b>	<b>FIJOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>TOTAL</b>
Inversión fija			1.213,00
	1.213,00		
Capital de trabajo			
Costo del Producto		4.480,00	
			4.480,00
Gastos Administrativos			
Agua	216,00		216,00
Energía Eléctrica	228,00		228,00
Teléfono	108,00		108,00
Internet Banda CNT	396,00		396,00
Suministros de Oficina	180,00		180,00
Gastos Promoción	600,00		600,00
Implementos de limpieza	144,00		144,00
Depreciación	330,34		330,34
Gastos de importación			
Precio DDP		32.375,04	32.375,04
Transporte interno	3.600,00		3.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>7.015,34</b>	<b>36.855,04</b>	<b>43.870,38</b>

**Tabla 44**

*Punto de equilibrio unidades físicas y monetarias*

<b>Costo Fijo Total</b>	
<b>Margen de contribución</b>	7.015,34
	0,57

<b>UNIDADES</b>	12.336
-----------------	--------

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES FISICAS</b>			
<b>Producto</b>	<b>P.e unid.</b>	<b>% ventas</b>	<b>P.e unidades FÍSICAS</b>
	P.e unidades	% ventas	P.e unidades físicas
<b>Greca</b>	<b>12336</b>	<b>100%</b>	<b>13071</b>
<b>Punto de equilibrio unidades monetarias</b>			
<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>P.e unidades Monetarias</b>
<b>Greca</b>	<b>12336</b>	<b>1,73</b>	<b>\$ 22.880,94</b>

## CONCLUSIONES

- De acuerdo a los instrumentos de investigación utilizados se determinó que en el cantón Otavalo existen un alto índice de compra de este producto para la confección de trajes típicos, por lo que es conveniente que se cree la empresa importadora de este tipo de productos.
- En el aspecto de la logística de la importación se ha identificado los mecanismos más convenientes de transporte, seguro y nacionalización del producto. Para facilitar el proceso de importación existen los recursos físicos, materiales y financieros necesarios para agilizar el trámite respectivo, ya que es común que se importen de China diversos tipos de productos.
- La publicidad juega un factor muy importante a la hora de vender un producto es por ello que la empresa debe potenciar este punto con la finalidad de aumentar el volumen de importación, permitiendo de esta manera que la empresa genere mayores utilidades.
- Luego de realizar el análisis financiero se determinó que es viable ya que la empresa cuenta con un costo beneficio de \$6,67 lo que quiere decir que por cada dólar que se invierte retorna 5 dólares con 0.67 centavos, con una TIR del 106,55%.
- Existen empresas comercializadoras del producto en la ciudad de Otavalo, pero muchas de las ocasiones estas empresas no pueden abastecer a sus compradores por lo que existe malestar en ellos; es por ello que es viable el proyecto ya que se quiere satisfacer a esa demanda insatisfecha con el producto en la ciudad de Otavalo y Cayambe

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar un estudio de mercado acerca de todo el insumo requerido como complemento para la producción de la blusa-camisa con la finalidad de incrementar importación de grecas, y ampliar la oferta de productos de la empresa.
- Estar siempre actualizados en función a los requerimientos solicitados para este tipo de empresas por parte de las entidades regulatorias del país, con la finalidad de estar siempre a la vanguardia en cuanto a la función de la empresa y procesos de importar materia prima.
- Realizar un análisis en cuanto a la logística y formas de negociación con el fin de evitar que la mercadería corra riesgo alguno, logrando así con una importación exitosa, para evitar que exista escases de materia prima.
- Se sugiere generar publicidad de la empresa y el producto para darse a conocer en el mercado local y nacional e internacional ya que es una empresa a crearse por consiguiente se necesita publicidad para que la conozcan.

## REFERENCIAS BIBLIGRÁFICAS

- Acosta, J. (2020). *Análisis sobre la incidencia de las importaciones de origen chino el sector textil de la economía colombiana*. Antioquia, Colombia: Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria (Tesis).
- AEADE. (2023). Anuario 2023. *Boletín anual*, 26(3), 1-132. Obtenido de <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2024/03/AEADE-2023.pdf>
- Aguirre, P. (2019). *El comic digital como aporte a la valorización de las culturas: caso Cultura Inca*. Ibarra: Repositorio PUCE. Obtenido de <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/b6e46ede-fcca-4312-ac17-b419050cadce/content>
- Albán, J., García, D., & Tapia, J. (2020). COSTS OF IMPORTING TEXTILE PRODUCTS AND THEIR IMPACT ON BUSINESS PROFIT. *Universidad, Ciencia y Tecnología*. Obtenido de <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/376>
- Alibaba. (9 de mayo de 2024). *Home*. Obtenido de [https://www.alibaba.com/premium/chinese\\_online\\_markets.html?src=sem\\_ggl&field=UG&from=sem\\_ggl&cmpgn=20788097515&adgrp=162573244544&fditm=&gt=kwd-356095218939&locintrst=&locphyscl=9069516&mtchtyp=b&ntwrk=g&device=c&dvcmdl=&creative=681216151670&plcmnt=&pl](https://www.alibaba.com/premium/chinese_online_markets.html?src=sem_ggl&field=UG&from=sem_ggl&cmpgn=20788097515&adgrp=162573244544&fditm=&gt=kwd-356095218939&locintrst=&locphyscl=9069516&mtchtyp=b&ntwrk=g&device=c&dvcmdl=&creative=681216151670&plcmnt=&pl)
- Asamblea Nacional. (20 de octubre de 2008). Constitución de la República de Ecuador. *Registro Oficial 449 de*. Quito, Ecuador: Asamblea Nacional. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Asamblea Nacional. (19 de mayo de 2011). REGLAMENTO AL TÍTULO DE LA FACILITACIÓN ADUANERA PARA EL COMERCIO, DEL LIBRO V DEL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES. *Suplemento del Registro Oficial No. 452*. Quito: Asamblea Nacional. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/gacnorm/data/REGLAMENTO-AL-TITULO-DE-LA-FACILITACION-ADUANERA-PARA-EL-COMERCIO-DEL-LIBRO-V-DEL-COPCI.pdf>

- Asamblea Nacional. (9 de febrero de 2024). REGLAMENTO AL TÍTULO DE LA FACILITACIÓN ADUANERA PARA EL COMERCIO, DEL LIBRO. *Suplemento del Registro Oficial No. 452*, 19 de Mayo 2011. Quito. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/gacnorm/data/REGLAMENTO-AL-TITULO-DE-LA-FACILITACION-ADUANERA-PARA-EL-COMERCIO-DEL-LIBRO-V-DEL-COPCI.pdf>
- Ballou, R. (2011). *Logística: Administración de la Cadena de Suministro*. México: Prentice Hall.
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Informe de resultados de comercio exterior IVT 2023*. Quito: BCE. Obtenido de [https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/ComercioExterior/informes/ResultCE\\_012023.pdf](https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/ComercioExterior/informes/ResultCE_012023.pdf)
- Barreno, D., Landín, B., & Moreira, J. (2023). Propuesta metodológica para la importación de repuestos automotrices utilizados por vehículos livianos en el mercado ecuatoriano. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, Vol. 8, N°. 2, 1560-1582. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9152080>
- Benalcázar, W. (2016). El atuendo de la mujer kichwa de Otavalo es elegante y costoso. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/atuendo-mujer-kichwa-otavalo-elegancia.html>
- Cañizares, H. (2019). *Plan de negocios para la importación, comercialización e instalación de paneles decorativos en 3D a base de fibra bambú desde China*. Quito: Dspace UDLA. Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/10018>
- Chaguipaz, S., & Vinuesa, C. (2021). *Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de interpretación cultural kichwa en el cantón Otavalo, Imbabura, Ecuador*. Otavalo: Repositorio UTN. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11284>
- Congreso Nacional. (26 de noviembre de 2003). LEY ORGANICA DE ADUANAS. *Registro Oficial Suplemento*. Quito: Congreso Nacional. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2\\_ecu\\_anexo30.pdf](https://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2_ecu_anexo30.pdf)
- El Comercio. (7 de enero de 2019). Las artesanías de Otavalo pierden espacio dentro y fuera del Ecuador. *El Comercio*, pág. 6. Obtenido de

<https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/otavalo-productos-mercado-artesantias-negocios.html>

- Flores, E., & Romero, Á. (2020). *La importación textil chino y el crecimiento económico de las Mypes de Gamarra en el periodo 2018*. Lima, Perú: Universidad César Vallejo (Tesis).
- Galán, A., Díaz, L., Fábregas, J., & Márquez, M. (2023). Operación Logística Internacional para la importación de productos de China - Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG, Vol. 28, N°. 101, 268-281*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890851>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1997). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Universidad Veracruzana: [https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n\\_Sampieri.pdf](https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf)
- Ishka. (24 de abril de 2024). *Compañía Ishka*. Obtenido de [https://www.facebook.com/p/Ishka-100068159018475/?paipv=0&eav=AfbCLqfzIVHOJcuIY4LDCUJUGhKF0kEYB\\_53JU43CpMmiv-F81c3E60sLBxid0HJck0&\\_rdr](https://www.facebook.com/p/Ishka-100068159018475/?paipv=0&eav=AfbCLqfzIVHOJcuIY4LDCUJUGhKF0kEYB_53JU43CpMmiv-F81c3E60sLBxid0HJck0&_rdr)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principios de Marketing* (Décimo octava ed.). Chicago: ESIC. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=Ie-yEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=kotler+marketing+management+2023&ots=bJr7PSu8pt&sig=7ioXxUhBuhoynumApkv3bquI3wY&redir\\_esc=y#v=onepage&q=kotler%20marketing%20management%202023&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=Ie-yEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=kotler+marketing+management+2023&ots=bJr7PSu8pt&sig=7ioXxUhBuhoynumApkv3bquI3wY&redir_esc=y#v=onepage&q=kotler%20marketing%20management%202023&f=false)
- Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2016). *Economía Internacional: Teoría y Política*. Madrid, España: Pearson.
- L&B accesories. (9 de mayo de 2024). *Sobre nosotros*. Obtenido de <https://es.lblace.com/>
- Lema, D. (2023). “*PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPORTACIÓN DE TELAS PARA LA PRODUCCIÓN DE CORTINAS AL ECUADOR, AÑO 2023*”. Quito: Repositorio UISEK. Obtenido de <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/5147/1/Lema%20Vargas%20Dennis%20Patricio%20.pdf>
- Lerma, A., & Márquez, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. México: Cengage Learning Editores S.A de C.V.

- Martínez, A. (2020). *Gestión de la Cadena de Suministro: Logística de Excelencia*. Barcelona, España: Victoria Editores.
- Medina, A., & Lincango, T. (2024). *Estudio de las transformaciones del traje de la mujer Kayambi*. Otavalo: Repositorio UDLA. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/40928>
- Municipio de Otavalo. (9 de mayo de 2024). *Home*. Obtenido de Distribución parroquial: <http://www.otavalo.gob.ec/gestoresculturales/espacios/#otavalo-centro>
- Ohlin, B., & Heckscher, E. (1933). *Comercio interregional e internacional*. Obtenido de Econlib: <https://www.econlib.org/library/Heckscher/heckHO.html>
- Porter, M. (2008). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Vergara. .
- Presidencia de la República. (07 de julio de 2018). *REGLAMENTO DE CERTIFICACION DE PRODUCTO*. Obtenido de Aenor: [https://www.aenorecuador.com/Certificacion\\_Documentos/Inspeccion/RG-OCP-001%20Reglamento%20de%20Certificacion%20de%20Producto%20Rev%20%2007.pdf](https://www.aenorecuador.com/Certificacion_Documentos/Inspeccion/RG-OCP-001%20Reglamento%20de%20Certificacion%20de%20Producto%20Rev%20%2007.pdf)
- Raymi. (9 de mayo de 2024). *Pueblo indígena Otavalo*. Obtenido de Economía y Actividades: [https://www.goraymi.com/es-ec/imbabura/otavalo/culturas-nacionalidades/pueblo-indigena-otavalo-ai340428d#google\\_vignette](https://www.goraymi.com/es-ec/imbabura/otavalo/culturas-nacionalidades/pueblo-indigena-otavalo-ai340428d#google_vignette)
- Rodríguez, F. (2021). ). *Propuesta de plan de negocios para la importación, personalización y distribución de envases biodegradables para los restaurantes de pollo a la brasa en Lima Metropolitana*. Lima, Perú: Tesis de Maestría, Universidad ESAN. Escuela de Administración. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12640/2162>.
- Rojas, C. (2020). *Economía* (Primera ed.). (UNY, Ed.) Barquisimeto: Publicaciones UNY.
- Salvatore, D. (2004). *Economía Internacional*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2023 de abril de 2023). *Arancel Nacional de Importaciones*. Obtenido de SNAE: <https://www.aduana.gob.ec/arancel-nacional/>
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (2024). *Arancel Nacional*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/arancel-nacional/>
- Tamames, R. (2012). *Economía Internacional en el Siglo XXI*. Almería, España: CAJAMAR.

Urrosolo, M., & Martínez, E. (2018). *Gestión Administrativa del Comercio Internacional*. Madrid, España: Paraninfo.

Vera, J. (2021). *Asesoramiento integral en los procesos logísticos de importación y exportación para emprendedores en el cantón Cuenca*. Azuay Ecuador: Universidad del Azuay -Posgrados. Obtenido de <https://biblioteca.uazuay.edu.ec/buscar/item/87390>

YIWU LATIN TRADE CO LIMITED. (9 de mayo de 2024). *Yiwu Agente*. Obtenido de [https://www.yiwues.com/services/yiwu-agent?gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjw6PGxBhCVARIsAlumnWbDyOmdYdXsa8uM28HkjIIEgcma09-aOEKr\\_eM1-3ROSP1bGuatyrcaAnZZEALw\\_wcB](https://www.yiwues.com/services/yiwu-agent?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw6PGxBhCVARIsAlumnWbDyOmdYdXsa8uM28HkjIIEgcma09-aOEKr_eM1-3ROSP1bGuatyrcaAnZZEALw_wcB)